

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HASZNÁLATÁNAK ÁRNYOLDALAI

A MUNKAVISZONYBAN

Készítette: Rácz Ildikó

Lezárás dátuma: 2014. 11. 02.

TARTALOMJEGYZÉK

I. A DOLGOZAT CÉLJA	4
1. Az internethasználat befolyása a munkavégzésre	4
2. Alapot adhat-e a munkáltatói felmondásra?	4
3. Kiforratlan bírói gyakorlat	5
4. Megválaszolandó kérdések	6
II. ALAPVETÉSEK: TISZTÁZANDÓ KÉRDÉSKÖRÖK.....	7
1. Általános magatartási követelmények.....	7
1.1 Az általános elvárhatóság	7
1.2. A munkáltató jogos gazdasági érdekének védelme	9
1.2.1. A munkavállaló munkaidőn kívüli magatartásának korlátozása.....	10
1.2.2. Az üzleti titok megőrzése	11
1.2.3. A munkavállaló véleménynyilvánítási jogának korlátozása	12
2. Konkrét munkavállalói kötelezettségek	14
2.1. Főkötelezettségek	14
2.1.1. A munkavégzési kötelezettség.....	14
2.1.1.1. A munkára képes állapot és annak megőrzése	15
2.2. Mellékkötelezettségek	15
2.2.1. A gondos munkavégzési kötelezettség	15
3. A munkáltatói felmondás	16
3.1. A munkavállaló magatartásával, képességével összefüggő felmondási okok	17
4. Mi is az a közösségi média?	17
III. A VÉLEMÉNYNYILVÁNÍTÁS SZABADSÁGA A KÖZÖSSÉGI MÉDIA TÜKRÉBEN.....	18
1. A közösségi média térnyerése a munkavilágában	18
2. Véleményt nyilvánítani szabad?	21
2.1. A nyilvánosság jelentősége	21
IV. FACEBOOK-SZABÁLYZATOK	24

1. „Social Media Guidelines”, azaz a közösségi médiahasználatra vonatkozó iránymutatások.....	25
1.1. Általános elvárások	25
1.1.1 Titokvédelem.....	25
1.1.2. Professzionális	26
1.1.3. Nyilatkozat használata	27
1.1.4. Szerzői jogok tiszteletben tartása.....	27
1.1.5. Ésszerű ítélőképesség és józanész	27
1.1.6. A munkáltató felfedésének kérdése	28
1.2. Különbségek.....	28
2. Lehetséges megoldások	29
2.1. A nemkívánatos oldalak letiltása.....	29
2.2. Szabályzatalkotás	29
2.2.1. Figyelembe veendő szempontok.....	30
2.2.2. Felállítandó korlátok.....	31
2.2.3. Magyar jogrendszerbe való beillesztés	31
2.3. A munkáltató szükséges lépései	32
2.4. A munkavállalók tájékoztatása, oktatása	32
2.5. Világos és egyértelmű utasítás	33
2.6. Hogyan ellenőrizhetők a szabályok?	33
2.6.1. Ellenőrzés a spanyol gyakorlatban	34
VI. ÖSSZEGZÉS	35
VII. IRODALOMJEGYZÉK	37
1. Jogszabályok.....	37
2. Bírósági döntések	37
3. Könyvek	37
4. Folyóiratok.....	38
5. Internetes hivatkozások	39
6. Social Media Guidelines	41

I. A dolgozat célja

1. Az internethasználat befolyása a munkavégzésre

Az elmúlt években az okos telefonok megjelenése, illetve azok széleskörű elterjedése, valamint az egyre népszerűbbé és általánosabbá váló közösségi médiafelületek használata számos újszerű és sok esetben még megválaszolatlan kérdést vetett fel. Az egyre fokozottabb internethasználattal a magánszféra és a munkaviszony közötti zóna szűkülése figyelhető meg.¹ A szinte korlátlanul hozzáférhető információkból, személyes megnyilvánulásokból fakadhatnak olyan új jogi problémák, amelyek kezelése sokszor feszegeti a meglévő jogszabályi rendelkezéseket.²

Mindamellet, hogy a közösségi médiafelületek igénybevételének számos pozitív vonulata lehet, egyre inkább előtérbe kerülnek a negatív következmények is. Ha a munkavállaló a közösségi oldalak böngészésével töltött időt a munkaideje rovására valósítja meg, akkor ez a cselekménye a munkára képes állapotot, vagy akár a rendelkezésre állási kötelezettségét is érintheti. Ezzel tulajdonképpen kötelezettségszegést követhet el. De felmerül a kérdés például, hogy különbséget lehet-e tenni az öt perces, illetve a naponta többször, huzamosabb ideig folytatott magáncélú internethasználat között. Ha van különbség, hol lehet az a választóvonal, ami meghatározza a tolerálható és a kötelezettségszegésnek minősülő szintet? A dolgozat ilyen, és ehhez hasonló aktuális jogalkalmazási dilemmák felvázolására és a lehetséges válaszok kontúrjainak megadására törekszik.

2. Alapot adhat-e a munkáltatói felmondásra?

A véleménynyilvánítás kiemelkedő eszközévé és fórumává a közösségi oldalak váltak.³ Egyre gyakoribb, hogy a munkavállalók az interneten panaszozzák el a munkáltatójukkal kapcsolatos sérelmüket, a közösségi felületeken szidalmaznak kollégáikat, a munkáltatójuk ügyfeleit, és az életük minden apró részletét megosztják „barátaikkal”. Mindezek mellett kell szögezni, hogy a magánszféra sem jelenti többé ugyanazt, mint korábban.⁴ Egy feldúlt állapotban közzétett megjegyzés, hozzászólás nagyon könnyen rossz

¹ PÓK László: Lájkolni szabad? Munkavállalói véleménynyilvánítás az új Munka Törvénykönyve tükrében. *Infokommunikáció és jog*, 2012/4. [a továbbiakban: PÓK (2012a)] p. 160.

² PÓK László: A közösség hálójában – Közzétett vélemények jogi vonatkozásai. *Infokommunikáció és jog*, 2012/1. [a továbbiakban: PÓK (2012b)] p. 11.

³ PÓK (2012a) i. m. p. 160.

⁴ PÓK (2012a) i. m. p. 160.

fényt vethet a bejegyzőre, sőt a kritizált fél (esetünkben a munkáltató) is megláthatja, amelynek súlyos következményei lehetnek.

Azonban kérdésként merül fel, hogy a munkaidőn kívüli véleménynyilvánítás alapot adhat-e munkáltatói felmondásra? Ha például a munkavállaló elégedetlenkedik a munkaközi szünet beosztására, a munkahelyi körülményekre, mit tehet a munkáltató? Sértheti-e a munkáltató jogos gazdasági érdekét az őt rossz színben feltüntető munkavállalói bejegyzés, vagy egy olyan fénykép, amelyen a munkavállaló a konkurens cég ruhájában van? Szankcionálható-e az a munkavállalói magatartás, amikor egy HR-vezető munkaidején kívül videót tölt fel a hétfégi buliról, amelyen szemmel láthatóan ittas állapotban, másokat megbotránkoztató módon mulat?⁵

3. Kiforratlan bírói gyakorlat

Hazánkban még csak most kezdenek megjelenni a tárgyalt témakörrel kapcsolatos jogesetek. Mivel a bíróságoknak nincsen gyakorlata arra, hogy miként ítélik meg a közösségi médiával kapcsolatos eseteket, nehéz feladat előtt állnak jogalkalmazóink. Habár a munkavállalók és a munkáltatók fő- és mellékkötelezettségei lényegében nem változtak, a technikai fejlődés és az új jogterületek kialakulása (pl. adatvédelem) számos új határt szabnak a jogok gyakorlása és kötelezettségek teljesítése során, amelyek a mindennapokban még nem feltétlenül tudatosultak a munkahelyeken, így elkerülhetetlen lesz, hogy a közeljövőben még több „facebookos” jogeset fog megjelenni.⁶

Egyelőre az is megválaszolatlanul maradt, hogy a közösségi oldalakról származó képek, bejegyzések a bizonyítás részét képezhetik-e. A hazai polgári peres eljárás szabályai szerint a bizonyítékok értékelésének tekintetében a bíróságnak szabad mérlegelési joga van.⁷ Ez egyrészt jelenti a bizonyítékok szabad megválasztását, másrészt pedig azok bizonyító erejének mérlegelését. A bíróság azt mérlegeli, hogy az elé tárt bizonyíték mennyiben támasztja alá a felek állítását. Tehát adott esetben egy lementett fénykép, kimásolt e-mail szolgálhat bizonyítási eszközként. Annak bírálata a bíróság mérlegelési körébe tartozik.

Egyes külföldi bíróságok már könnyebb helyzetben vannak, mert más országokban már korábban megjelentek a közösségi médiafelületeken közzétett fényképekre,

⁵ NÉMETH Janka: A közösségi média használatára alapozott felmondások – megosztó gyakorlatok. *HR & Munkajog*, 4. évfolyam, 2013/6. p. 16.

⁶ NÉMETH i. m. p. 18.

⁷ PRIBULA László: A bizonyítás általános szabályai. In: OSZTOVITS András (szerk.): *Polgári Eljárásjog I. – A polgári per általános szabályai*. Budapest, HVG-ORAC, 2013. p. 377.

bejegyzésekre alapozott felmondások. Az USA-ban például a NLRB (National Labor Relations Board)⁸ az elmúlt években már egy relatíve koherens, előremutató esetjogot alakított ki az említett tárgykörű munkajogi vitákban, és egy Memorandum⁹ is kiadásra került, amely a legjellemzőbb ügyeket, és az azokból leszűrhető főbb általános elveket foglalja össze.¹⁰

Célirányos jogszabályi rendelkezés, kiforrott bírói gyakorlat hiányában alapvetően a munkáltatóra hárul az a feladat, hogy belső szabályzat kialakításával és annak következetes végrehajtásával iránytűt adjon munkavállalóinak a közösségi médiahasználatnál kapcsolatban.¹¹

4. Megválaszolandó kérdések

Az előzőekben felvetettek alapján ezen dolgozat összefoglalja a vonatkozó (illetve kapcsolódó) főbb munkajogi rendelkezéseket. Ezenkívül számos jogeset alapján pragmatikus, átlátható leírást ad a kialakult nézőpontokról, a közösségi médiában a munkavállalói jelenlétről. A sokrétű téma (pl.: munkaidőben, munkaidőn kívüli online aktivitás a munkáltatóra vonatkozóan, valamint a megosztások, vélemények tartalma) kérdéseire legalább részben választ adó közösségi média használatra vonatkozó irányelvek elemzése a cél. A dolgozat – illetve annak központi része – a külföldi cégeknél, nagyvállalatoknál egyre gyakoribbá váló facebook-szabályzatok áttekintésével egy kvázi javaslatot tesz a magyar munkáltatók számára, valamint támpontokat, követendő szempontokat nyújt nekik a szabályzatalkotás gyakorlatára nézve.

Számottevő külföldi joganyag, mint jogesetek, folyóiratcikkek, konferencián elhangzott anyagok¹² elemzését végeztem el. Kutatásom során tíz multinacionális vállalat vonatkozó szabályzatát dolgoztam fel. Ezen vállalatok kiválasztására különböző ágazatokból került sor, mert ezzel lehetőségem nyílt arra, hogy a kérdéskört számos szféra vonatkozásában vizsgálni tudjam. A cégek szelektálásánál az is jelentős szempont volt, hogy fejlett, korszerű szabályzattal rendelkezzenek. Munkám folyamán az irányelvek lefordítását követően a

⁸ Szövetségi szintű, munkaügyi viták feloldására hatáskörrel rendelkező független kormányzati intézmény, washingtoni székhellyel.

⁹ National Labor Relations Board, Office of the General Counsel, Washington D. C., MEMORANDUM OM 11-74, August 18, 2011.

¹⁰ KUN Attila: Közösségi média és munkajog – avagy „online” munkaidőben és azon túl. *Munkaügyi Szemle*, 57. évfolyam, 2013/3. p. 17.

¹¹ NÉMETH i. m. p. 18.

¹² Labour Law Research Network Inaugural Conference, Pompeu Fabra University, Barcelona, 2013. június 13-15.

hasonló elemek kiszűrésére került sor. A fennálló különbségeket meghatározott szempontok alapján vettem össze, elemeztem. A feldolgozott szabályzatokból levont következtetéseket alapul véve a hasznos, jól megfogalmazott és a kétséges, pontatlan megfogalmazásokat értékeltem.

II. Alapvetések: tisztázandó kérdéskörök

Elsőként a vonatkozó főbb magyar munkajogi rendelkezések áttekintésére kerül sor, úgymint a munka törvénykönyvében meghatározott általános magatartási követelmények, a munkavállalóra vonatkozó konkrét magatartási kötelezettségek és a munkáltatói felmondás szabályai.

1. Általános magatartási követelmények

A 2012. évi I. törvény, az új munka törvénykönyve (továbbiakban: Mt.) a következő általános magatartási követelményeket nevesíti: általános elvárhatóság [6. § (1) bekezdés], együttműködési [6. § (2) bekezdés] és tájékoztatási kötelezettség [6. § (4) bekezdés], a méltányos mérlegelés követelménye [6. § (3) bekezdés], a rendeltetésszerű joggyakorlás [7. § (1) bekezdés], a munkáltató jogos gazdasági érdekének védelme [8. § (1) bekezdés], személyhez fűződő jogok védelme [9. §] és az egyenlő bánásmód elve [12. § (1) bekezdés]. Az alábbiakban két elv, az általános elvárhatóság és a munkáltató jogos gazdasági érdekének védelme kerül áttekintésre.

1.1 Az általános elvárhatóság

Az új munka törvénykönyvének hatályba lépésével a munkavállaló már nem a tőle elvárható szakértelemmel köteles a munkáját végezni, hanem objektívebb mércével mérve, az adott helyzetben általában elvárható magatartás tanúsítására köteles. Ezt az alapelvi szinten megfogalmazott zsinórmértéket nemcsak a munkavállalókra, hanem a munkáltatókra is alkalmazni kell. Azonban ez az objektív mérce nem jelent a munkaviszony valamennyi alanyára nézve egyformán alkalmazható, azonos tartalmú elvárhatósági szintet.¹³ Ez a közösségi média használatának vonatkozásában olyképpen jelenik meg, hogy például egy

¹³ LŐRINCZ György: Általános magatartási követelmények. In: KARDKOVÁCS Kolos (szerk.): *A Munka Törvénykönyvének magyarázata*. Budapest, HVG-ORAC, 2014, p. 32.

informatikustól általánosan elvárható, hogy munkaideje alatt számítógép-használattal foglalkozzon, míg egy árufeltöltőtől nem elvárható ugyanaz a magatartás, sőt az utóbbi személy esetében még kötelezettségszegést is jelenthet.

Az elvnek van egy szubjektív mozzanata is: az adott, egyedi helyzetre vonatkoztatott követelmény (a munkáltató kötelezettségét befolyásolja annak mérete, tevékenységének jellege, míg a munkavállalóé a képzettsége, beosztása, gyakorlata, stb.).¹⁴ Tehát annyiban szubjektív, hogy személyek meghatározott ismérvek alapján összetartozó csoportjára vonatkozik.¹⁵ A jogalkalmazás meglehetősen következetesen differenciál az egyes munkavállalói kategóriák között, és ennek megfelelően alakítja ki az egyes elvárhatósági követelményeket.¹⁶ Az Mt. 6. § (1) bekezdésében foglaltakba ütköző magatartás egyrészt megalapozhatja a másik fél kártérítési igényét, másrészt pedig akár munkáltatói felmondás indoka is lehet. Ezen túlmenően az alapelv súlyos megsértése azonnali hatályú felmondást is eredményezhet. A munkavállalótól általában elvárható, hogy figyelmét a munkavégzésre összpontosítsa, azonban a munkaidő alatti internethasználat szétaprózhatja a figyelmét. Elvi szinten kijelenthető, hogy a munkaidő rovására megvalósított túlzó privát online aktivitás sértheti az előzőekben említett törvényi előírásokat.¹⁷

Fontos kiemelni még, hogy a törvényi megfogalmazás szerint a munkaszerződés teljesítése során úgy kell eljárni, ahogy az adott helyzetben elvárható, *kivéve*, ha törvény eltérő követelményt ír elő [Mt. 6. § (1) bekezdés]. Tehát ezen alapelv annyiban alkalmazható, amennyiben törvény – általában szigorúbb – követelményt nem ír elő.

Az általános elvárhatóság alapelvébe ütközött az az eset is, amikor egy újságíró lenéző, becsmérlő megjegyzést tett közzé egy olyan büntetőügyben, ahol épp csak elkezdődött az eljárás. Az ügy alapja az a hír volt, miszerint két fiatal fiú megerőszakolt egy tizenöt éves, ittas lányt. Az újságíró a következőképpen kommentálta a történeteket a Facebookon: „Rohadtul felháborítónak érzem, hogy ha egy elkényeztetett gazdag 15 éves suna eszméletlenül issza magát, összefekszik két csávóval, majd mikor ezzel szembesül, csak azt kell mondania, hogy nem tudott semmiről, és maris 15 évre börtönbe zárhatnak két embert. Majd máskor nem iszod ájultra magad, ribi!”. Egy újságírótól általában elvárható, hogy a tények pontos ismerete nélkül ne állítson semmit, főleg egy ilyen szenzitív kérdésben.

¹⁴ KÁRTYÁS Gábor – TAKÁCS Gábor: *Az új munka törvénykönyve munkáltatóknak*. Budapest, CompLex Kiadó, 2012. p. 16.

¹⁵ GYULAVÁRI Tamás: Általános rendelkezések. In: GYULAVÁRI Tamás (szerk.): *Munkajog*. Budapest, ELTE Eötvös Kiadó, 2013. p. 74.

¹⁶ BERKE Gyula – KISS György: *Kommentár a munka törvénykönyvéhez*. Budapest, CompLex Kiadó, 2012. p. 36.

¹⁷ KUN i.m. p. 13.

1.2. A munkáltató jogos gazdasági érdekének védelme

Az Mt. 8. § (1) bekezdése szerint a munkavállaló a munkaviszony fennállása alatt - kivéve, ha erre jogszabály feljogosítja - nem tanúsíthat olyan magatartást, amellyel munkáltatója jogos gazdasági érdekeit veszélyeztetné. Ez a kötelezettség abból ered, hogy a munkavállaló elsősorban a munkáltató érdekében köteles tevékenykedni, és ehhez képest a saját gazdasági érdeke háttérbe szorul.¹⁸ A következő bekezdésben rögzíti a törvény, hogy a munkavállaló munkaidején kívül sem tanúsíthat olyan magatartást, amely - különösen a munkavállaló munkakörének jellege, a munkáltató szervezetében elfoglalt helye alapján - közvetlenül és ténylegesen alkalmas munkáltatója jó hírnevének, jogos gazdasági érdekének vagy a munkaviszony céljának veszélyeztetésére. Mivel a fenti követelmény megsértéséhez elegendő a jogos gazdasági érdek veszélyeztetése, konkrét érdeksérelem hiányában is megszegi a munkavállaló kötelezettségét, ha magatartása alkalmas az érdeksérelemre. A veszélyeztetés a bírói gyakorlat szerint lényeges kötelezettségszegés, ennek súlyát a munkavállaló hosszú munkaviszonya és korábbi megfelelő munkavégzése nem érinti.¹⁹ A Legfelsőbb Bíróság kimondta, hogy ha a munkavállaló olyan magatartást tanúsít, amely alkalmas a munkáltató üzleti és szolgáltatói tekintélyének lejáratására, súlyos kötelezettségszegést követ el. [LB M. törv. II. 10250/1981]. Ez megvalósulhat akár egy Twitter bejegyzésben, vagy egy olyan videómegosztó oldalon közzétett felvételen, amelyen a munkáltató márkanevével fémjelzett pólóban a konkurens cég termékeit próbálgatja lelkesen.²⁰

A munkáltató jogos gazdasági érdekének sérelmére került sor abban a 2009-es amerikai ügyben, amikor egy pizzéria két munkavállalóját az étterem konyhájában készített videó²¹ videómegosztó oldalra való feltöltése után elbocsátották. A videón az látható, ahogy az egyik munkavállaló sajtot tesz az orrába, ezáltal nazális váladék kerül arra és ezt a sajtot teszi rá arra a szendvicsre, amit elvitelre rendeltek meg.²² A közösségi média erejének köszönhetően pár nap alatt több mint egy millióan látták a videót, és ezen pár nap alatt jelentős mértékben megromlott a Domino's hírneve és rendkívüli módon sérült jogos gazdasági érdeke.

¹⁸ GYULAVÁRI i. m. p. 80.

¹⁹ 1056. EH

²⁰ NÉMETH i. m. p. 16.

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=xanUE3DsJHM> [letöltve: 2014. 08. 2.]

²² http://www.nytimes.com/2009/04/16/business/media/16dominos.html?_r=0 [letöltve: 2014. 08. 2.]

A törvény szövegéből levont következtetés után megállapítható, hogy a jogalkotó különbséget tesz a munkaviszony fennállása és annak megszűntét követően tanúsítandó magatartások között. A munkaviszony fennállása alatt külön megállapodás nélkül, automatikusan, míg a munkaviszony megszűnését követően csak külön megállapodás (versenytilalmi megállapodás) alapján terheli a munkavállalót ez a kötelezettség.²³ A gyakorlatban egyre több kérdést vet fel az interneten megjelenő munkavállalói vélemény értékelése, annak direkt vagy indirekt hatása a munkáltató megítélésére.²⁴

A munkáltató jogos gazdasági érdekét a munkavállaló több módon is veszélyeztetheti.²⁵ Az Mt. négy esetben hivatkozik a munkáltató jogos gazdasági érdeksérelmére: a munkavállaló munkaidőn kívüli magatartásának korlátozásakor, a munkavállaló véleménynyilvánítási jogának korlátozásakor, az üzleti titok megőrzésével összefüggésben, valamint a versenytilalmi megállapodásnál.²⁶ Ezen esetek közül hármat szükséges kiemelni annak érdekében, hogy még inkább átlátható legyen a dolgozatban tárgyalt problémakör.

1.2.1. A munkavállaló munkaidőn kívüli magatartásának korlátozása

A munkavállaló magánéletének a munkaviszonnyal összefüggő korlátozása csak akkor jogszerű, ha a korlátozásról a munkáltató előre tájékoztatta a munkavállalót, és a korlátozás a munkaviszonnyal rendeltetésével összefüggő okból feltétlenül szükséges és a cél elérésével arányos [Mt. 8. §(1) bekezdés, 9. § (2) bekezdés]. Tehát ez a korlátozás szűken értelmezendő, és csak kivételes esetben és súlyos munkáltatói érdeksérelem veszélye esetén valósítható meg. Az Mt. általános jelleggel tiltja a munkaidőn kívüli olyan magatartást, amely közvetlenül és ténylegesen alkalmas a munkáltató helytelen megítélésére, vagy a munkaviszony céljának veszélyeztetésére.²⁷ A törvény 11. § (1) bekezdése szerint a munkáltató a munkavállalót csak a munkaviszonnyal összefüggő magatartása körében ellenőrizheti és a munkavállaló magánélete nem ellenőrizhető. Tehát minden személyt megillet a magánélethez való jog. Éppen ezért az előzőekben említett szabály a magánéletnek csak azt a részét korlátozhatja, ami közvetlen kihatással bír a munkaviszonyra, és ezt mindenekelőtt a munkavállaló

²³ GYULAVÁRI i. m. p. 79.

²⁴ LŐRINCZ i. m. p. 44.

²⁵ LŐRINCZ i. m. p. 41.

²⁶ NÉMETH Janka: A közösségi média használata munkáltatói szemmel <http://www.ugyvedvilag.hu/rovatok/szakma/a-kozossegi-media-hasznalata-munkaltatoi-szemmel> [letöltve: 2014. 07. 15.]

²⁷ HEGEDŰS Bulcsú: A munkajog vezérlő elvei. In: HAJDÚ József – KUN Attila (szerk.): *Munkajog I.* Budapest, Patrocinium, 2012. p. 87.

munkaköre, pozíciója, a munkáltató szervezetében betöltött pozíciója alapján lehet megítélni.²⁸ Ebből kifolyólag a munkáltatónak a munkavállaló munkaidőn kívüli privát online tevékenységének ellenőrzése nem lehet korlátlan. Vagyis ha a munkáltató előre meghatározott rendben, módszeresen végzi az ellenőrzést (egyéb feltételek megtartása mellett), az jogszerű lesz. Azonban az ad hoc jellegű, előzetes figyelmeztetés nélküli kontroll a munkavállaló magánlevelezéseire, telefonhívásaira, fényképeimre vonatkozóan már jogellenes eljárásnak minősül.

1.2.2. Az üzleti titok megőrzése

A munkavállaló köteles a munkája során tudomására jutott üzleti titkot megőrizni. Ezen túlmenően sem közölhet illetéktelen személlyel olyan adatot, amely munkaköre betöltésével összefüggésben jutott a tudomására, és amelynek közlése a munkáltatóra vagy más személyre hátrányos következménnyel járhat [Mt. 8.§ (4) bekezdés]. Ez tehát általános és abszolút titoktartási kötelezettséget jelent, és nem csak a munkáltató tevékenységére vonatkozó alapvető fontosságú információkra terjed ki, valamint a munkaviszony megszűnése után is fennáll, külön megállapodás nélkül.²⁹ A törvény az üzleti titok fogalmát nem határozza meg, az a Polgári Törvénykönyv vonatkozó szabályaiból olvasható ki: üzleti titok a gazdasági tevékenységhez kapcsolódó minden nem közismert vagy az érintett gazdasági tevékenységet végző személyek számára nem könnyen hozzáférhető olyan tény, tájékoztatás, egyéb adat és az azokból készült összeállítás, amelynek illetéktelenek által történő megszerzése, hasznosítása, másokkal való közlése vagy nyilvánosságra hozatala a jogosult jogos pénzügyi, gazdasági vagy piaci érdekét sértené vagy veszélyeztetné, feltéve, hogy a titok megőrzésével kapcsolatban a vele jogszerűen rendelkező jogosultat felróhatóság nem terheli [Ptk. 2:47. § (1) bekezdés]. Ez a kötelezettség egyes hivatásokhoz is kötődhet, ezek közül a legismertebb az ügyvédi, papi, orvosi titoktartás. A bírói gyakorlat szerint az is üzleti titoksértésnek minősül, ha a közölt adat harmadik személyre (ügyfél, kolléga) nézve jár hátrányos következménnyel.³⁰

Például egy banki alkalmazott nem oszthat meg közösségi oldalon ügyfelekre vonatkozó adatokat, vagy nem tölthet fel olyan fényképet, ahol üzleti titkokat tartalmazó iratok látszanak. Ennek a tilalomnak a megsértésére került sor egy 2012-es magyar jogesetben, melynek következményeként a munkavállaló kénytelen volt felmondással

²⁸ GYULAVÁRI i. m. p. 81.

²⁹ GYULAVÁRI i. m. p. 83.

³⁰ NÉMETH i. m. p. 17.

megszüntetni munkaviszonyát. A tárgyalat esetében egy bank vezető jogtanácsosának barátnője közzétette annak privát üzenetét egy színész végtörlesztésével kapcsolatban.³¹ A nyilvánosságra kerülő üzenetben valójában nem volt megnevezve a színész, de a szövegkörnyezetből kiderült, hogy pontosan kiről volt szó: “Képzeld, a színész RP végtörlesztése problémás, és hozzám került. Most bosszút állok a Beugróért!”- idézte barátját, egyben kommentálva is a történeteket. “Így mennek a dolgok, ha az ember fiúja egy nagy hazai banknál vezető jogtanácsos.”³²

1.2.3. A munkavállaló véleménynyilvánítási jogának korlátozása

A véleménynyilvánítás joga minden ember alkotmányos anyajoga, az Alaptörvényben³³ garantált jog, azonban ez nem azt jelenti, hogy korlátozhatatlan. Megjelenési formája számtalan lehet, az interneten keresztül megvalósulhat például önálló blogbejegyzés formájában, közösségi oldalon, vagy egy adott témához fűzött kommentként is.

Azonban felvetődik a kérdés, hogy egy cikk ajánlása, „lájkolása” tekinthető-e a munkavállaló véleménynyilvánításának?³⁴ Különböző álláspontok alakultak ki a kérdéssel kapcsolatban. Egy 2012-es amerikai jogeseten³⁵ keresztül szeretném ismertetni ezeket. Az említett ügyben a kerületi és a fellebbviteli bíróság teljesen eltérő ítéletet hozott. Az jogeset alapja az volt, hogy, B. J. Roberts hamptoni seriff felmondott több munkatársának, mert ők a seriffválasztás során a másik jelölt, Jim Adams facebook profilját „lájkolták”.³⁶ A hivatalos indoklás természetesen más okot tartalmazott. A kerületi bíróság arra a következtetésre jutott, hogy a „Like” funkció használata egy megerősítő tevékenység és nem véleménynyilvánítási forma. Ha a munkavállalók hozzászólást is fűztek volna a „Like”-hoz, abban az esetben lehetne véleménynyilvánításnak tekinteni.³⁷ Azért fontos ennek a kérdésnek a vizsgálata, mert ha véleménynyilvánításnak tekinthető ez a tevékenység, akkor az amerikai alkotmány védelme alá tartozik és így a felmondások jogszerűtlenek voltak. A fellebbviteli bíróság felfogása szerint a szimpátia kimutatása igenis véleménynyilvánításnak minősül. A

³¹ http://index.hu/tech/2012/01/04/banktitkot_sertett_egy_magyar_mikroblogger/ [letöltve: 2014. 07. 20.]

³² <http://www.cvonline.hu/blog/2012/hirek/munkankba-kerulhet-a-blogolas/1377> [letöltve: 2014. 07. 20.]

³³ Alaptörvény, IX. cikk (1) bekezdés: Mindenkinek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához.

³⁴ PÓK (2012a) i. m. p. 163.

³⁵ Bland v. Roberts, 4-11cv45 (E.D. Va.; Apr. 24, 2012) <http://www.scribd.com/doc/91406670/Bland-v-Roberts-4-11cv45-E-D-Va-Apr-24-2012> [letöltve: 2014. 08. 20.]

³⁶ Része a Like a véleménynyilvánítás szabadságának. <http://sg.hu/cikkek/99963/resze-a-like-a-velemenynyilvanitas-szabadsaganak> [letöltve: 2014. 08. 20.]

³⁷ A Like nem része a véleménynyilvánításnak. <http://sg.hu/cikkek/89343> [letöltve: 2014. 08. 20.]

tanácsvezető bíró (William B. Traxler) kiemelte, hogy ha valaki lenyomja a „Like” gombot, akkor valami mellett teszi le a voksát, ez pedig önmagában véleménynyilvánítás.³⁸

A 36/1994. (VI. 24.) AB határozat kimondta, hogy a szabad véleménynyilvánításhoz való jog a véleményt annak érték- és igazságtartalmára tekintet nélkül védi. A véleménynyilvánítás szabadságának külső korlátai vannak csak; amíg egy ilyen alkotmányosan meghúzott külső korlátba nem ütközik, maga a véleménynyilvánítás lehetősége és ténye védett, annak tartalmára tekintet nélkül.³⁹ Egy sokat idézett döntésben a bíróság kimondta, hogy a „munkavállalót megilleti a véleménynyilvánítás alkotmányos joga, munkáltatóját kritikával illetheti, az a körülmény azonban, hogy a véleményének szabadon hangot adhat, nem jelenti azt, hogy ezt a jogát [...] a munkáltatója gazdasági és szervezeti érdekeivel ellentétesen, azt sértő, illetve veszélyeztető módon gyakorolja.”⁴⁰

Aki munkaviszonyt létesít, annak számolnia kell azzal, hogy szabad véleménynyilvánítását a munkaviszony sajátosságaiból eredő korlátok határolják.⁴¹ Munkajogi szempontból ilyen törvényi korlátozásnak minősül a munkáltató jogos gazdasági érdekének a védelme: a munkavállaló véleménynyilvánításhoz való jogát a munkáltató jó hírnevét, jogos gazdasági és szervezeti érdekeit súlyosan sértő vagy veszélyeztető módon nem gyakorolhatja [Mt. 8.§ (3) bekezdés]. A munkavállaló által kifejtett véleménynek lényegében „semlegesnek” kell lennie a munkáltatóra tekintettel. A törvényi szóhasználat szigora („súlyosan sértő vagy veszélyeztető módon”) azonban ésszerűen vonja meg az értelmezés határait.⁴² Ugyanakkor a munkáltató szervezeti érdeke rendkívül tág kategória, ezért a bírói kategória töltheti meg tartalommal.⁴³ A versenyszféra vizsgálata azért is különösen érdekes, mert a véleménynyilvánítás korlátozása mögé nem állítható oda végső érvként a közérdek védelme, csupán a munkáltatói magánérdek (a munkáltató jó hírneve, jogos gazdasági érdeke) kerül szembe a munkavállaló alkotmányos jogaival.⁴⁴

A bíróságok által tett megállapításokból levonható következtetések szerint, a munkavállalói magatartás, véleménynyilvánítás megítélése szempontjából jelentősége van a munkáltató tevékenységének, a kijelentések valóságtartamától függetlenül is megsérthető az együttműködési kötelezettség és a munkavállalói kijelentések címzett körének a

³⁸ Része a Like a véleménynyilvánításnak i. m.

³⁹ 36/1994. (VI. 24.) AB határozat

⁴⁰ PÓK (2012a) i. m. p. 162

⁴¹ <http://www.origo.hu/jog/lakossagi/20110408-munkajog-a-facebook-es-a-twitter-meg gondolatlan-hasznalata-az-allasunkba.html> [letöltve: 2014. 07. 20.]

⁴² KUN i. m. p. 15.

⁴³ GYULAVÁRI i. m. p. 84.

⁴⁴ PÓK (2012a) i. m. p. 162.

beazonosíthatóság nem feltétlenül szükséges ahhoz, hogy a kötelezettségszegés megállapítható legyen.⁴⁵

2. Konkrét munkavállalói kötelezettségek

A munkavállalót érintő konkrét kötelezettségek feloszthatók fő- és mellékkötelezettségekre. A főkötelezettségek körébe tartozik a rendelkezésre állási [52. § (1) bekezdés b) pont] és a munkavégzési kötelezettség. Ez utóbbi magába foglalja a megjelenési kötelezettséget, a munkára képes állapot és annak megőrzésére irányuló elvárást [52. § (1) bekezdés a) pont], valamint a személyes munkavégzési kötelezettséget [52. § (1) bekezdés c) pont]. A mellékkötelezettségek részét képi az elvárható szakértelemmel és gondossággal való munkavégzés, a munkára vonatkozó szabályok, előírások, utasítások, szokások szerint [52. § (1) bekezdés c) pont]; az együttműködés a munkatársakkal és harmadik személyekkel [52. § (1) bekezdés e) pont], valamint a munkakör ellátásához szükséges bizalomnak megfelelő magatartás [52. § (1) bekezdés d) pont]. Ezen elvárásokból csupán azok kerülnek a továbbiakban részletezésre, amelyek a tárgyalt téma kapcsán fontosabb jelentőséggel bírnak.

2.1. Főkötelezettségek

2.1.1. A munkavégzési kötelezettség

A munkavégzési kötelesség sajátos karakterét az adja, hogy teljesítését nem a kötelezett – azaz a munkavállaló –, hanem a szolgáltatás fogadója, a munkáltató határozza meg.⁴⁶ Ha a munkavállaló munkaideje alatt több alkalommal, hosszabb ideig személyes célú internethasználatot folytat, azzal kötelezettségszegést követhet el, hiszen adott esetben nem tudja teljesíteni munkavégzési kötelezettségét. A munkavégzés megvalósulásának a következő feltételei vannak: megjelenési kötelezettség, munkára képes állapot és annak megőrzése, személyes munkavégzési kötelezettség.⁴⁷

⁴⁵ PÓK (2012a) i. m. p. 163.

⁴⁶ BERKE – KISS i. m. p. 199.

⁴⁷ KULISITY Mária: A munkajogviszonyból származó jogok és kötelezettségek. In: GYULAVÁRI Tamás (szerk.): *Munkajog*. Budapest, ELTE Eötvös Kiadó, 2013. p. 255.

2.1.1.1. A munkára képes állapot és annak megőrzése

A munkavállaló köteles a munkáltató által előírt helyen és időben munkára képes állapotban megjelenni, ami nemcsak a fizikai, hanem a szellemi alkalmasságot is jelenti [Mt. 52. § (1) bekezdés, a) pont]. A munkaidő alatti közösségi média használatnak lehet egy nehezen mérhető, indirekt hatása is: az online információáramlat fáradtságot okozhat, befolyásolhatja a munkajogilag releváns munkára képes állapotot, a munkahelyi teljesítést, produktivitást.⁴⁸ Tehát olyan állapotban kell lennie, amely nem gátolja a munkaköri feladatok hatékony ellátásában.⁴⁹ Ez a kérdéskör elsősorban az alkoholtól, gyógyszertől és kábítószerrel befolyásolt állapottal áll összefüggésben, de például egy, az internet előtt töltött éjszaka éppen úgy leronthatja a munkára képes állapotot, mint az előbb említett egyéb magatartások.⁵⁰

Ennek megítélése azonban számos nehézségbe ütközhet. Vajon a munkáltató meg tudja-e objektíven állapítani, hogy a munkavállaló olyan mértékben fáradt, hogy nincs munkára képes állapotban? Ha igen, milyen eljárásokkal, milyen módszerrel lehetne azt bizonyítani, hogy a munkavállaló állapotának oka egy átvirrasztott éjszaka a világhálón? Természetesen lehetnek utaló jelek a fáradtságra, de annak eredetére nehezen deríthető fény. Ezen kérdések tükrében megállapítható, hogy a felvetés egyelőre csak elvi szintű.

2.2. Mellékkötelezettségek

A munkavállalót terhelő kötelezettségek ilyen módon való körülírására az elmúlt években kialakult munkamorál-fellazulás visszafordítása miatt volt szükség. Az üzem – és munkaszociológiai vizsgálatok egyre-másra utaltak a munkahelyi késések, italozások, „lödörgések”, a munkahelyi „fúrások” és belső viszályok terjedésére.⁵¹

2.2.1. A gondos munkavégzési kötelezettség

Az Mt. a munkavállaló alapvető kötelezettségeként kimondja, hogy a munkavállaló köteles munkáját személyesen, az általában elvárható szakértelemmel és gondossággal, a munkájára vonatkozó szabályok, előírások, utasítások és szokások szerint végezni [Mt. 52.§ (1) bekezdés].

⁴⁸ KUN i. m. p. 13.

⁴⁹ KULISITY i. m. p. 256.

⁵⁰ KUN i. m. p. 12.

⁵¹ PRUGBERGER Tamás – NÁDAS György: *Európai és magyar összehasonlító munka- és közszolgálati jog*. Budapest, Wolters Kluwer, 2014. p. 203.

A 6. § (1) bekezdésében foglaltakkal egybevetve a fentebb meghatározott elvárhatósági mércét, az állapítható meg, hogy a munkavállaló úgy tartozik munkáját ellátni, ahogy az adott helyzetben általában elvárható.⁵² Az általában elvárható szakértelem és gondosság tehát objektív mérce, a társadalom által támasztott, meghatározott színvonalat jelenti az adott munkakört ellátó munkavállalóval szemben.⁵³ A szakmai és egyéb szabályok betartása mellett a munkavállaló köteles a hatósági, technológiai előírásokat, munkáltatói szabályzatokat egyaránt betartani. A szokások megtartása már nehezebben határozható meg. Ezzel kapcsolatban az az elvárás fogalmazódik meg, hogy az írott normák mellett a munkahelyen kialakult íratlan szabályokhoz is tartsa magát a munkavállaló.⁵⁴ Azonban ezeknek a szabályoknak az ismerete nemcsak a munkavállalón múlik, hanem fontos szerepet játszik benne a munkáltató tájékoztatása, a tudás folyamatos fejlesztése, terjesztése. Például, ha a munkáltatónál az alakult ki a gyakorlatban, hogy a munkavállalók csak a munkaközi szünetben telefonálhatnak, használhatnak olyan eszközöket, amelyek alkalmasak internethasználatra, abban az esetben a munkavállalónak ezt a magatartást kell követnie. Emellett előfordulhat az is, hogy hatályban lévő szabályzatban a munkáltató megköveteli többek között a korlátozott internethasználatot, azonban azt nem kéri számon a munkavállalókon, hallgatólagosan tűri a szabályok megszegését. Ebben az esetben a munkáltató nem hivatkozhat jogszerűen az említett szabályzatra, hiszen azok teljesítését saját magának felróható okból nem követelte meg.

3. A munkáltatói felmondás

A téma átfogó megértéséhez még egyetlen munkajogi vonatkozású kérdéskört szükséges röviden említeni, a munkáltatói felmondás jogszerűségét, azaz az annak alapot adó munkavállalói magatartásokat.

A munkáltató felmondását köteles megindokolni. A felmondás indoka (határozatlan idejű munkaviszony esetén) a munkavállaló munkaviszonnyal kapcsolatos magatartásával, képességével vagy a munkáltató működésével összefüggő ok lehet [Mt. 66. § (1) és (2) bekezdés]. Ezek csupán okcsoportok, amelyek összefoglalóan jelölik meg a felmondás alapjául szolgáló lehetséges indokokat. A Legfelsőbb Bíróság MK 95. számú állásfoglalása

⁵² dr. LŐRINCZ György: A munkaszerződés teljesítése. . In: KARDKOVÁCS Kolos (szerk.): *A Munka Törvénykönyvének magyarázata*. Budapest, HVG-ORAC, 2014. p. 129.

⁵³ KULISITY i. m. p. 258.

⁵⁴ HOMICKÓ Árpád: A munkaviszony teljesítése. In: HAJDÚ József – KUN Attila (szerk.): *Munkajog I.* Budapest, Patrocinium, 2012. p. 140.

szerint a felmondás okának valósnak és okszerűnek, az indoklásnak pedig világosnak kell lennie. Ezen három követelmény bármelyikének hiánya a felmondás jogellenességét eredményezi.⁵⁵

3.1. A munkavállaló magatartásával, képességével összefüggő felmondási okok

Az Alkotmánybíróság 56/1994. (XI. 10.) AB határozata szerint a munkaviszony megszüntetésének nem lehet alkotmányos, ezáltal törvényes indoka a munkavállaló munkaviszony keretein kívül eső magatartása. A munkahelyen kívüli magatartás csak abban az esetben szolgálhat a felmondás törvényes indokául, amennyiben az alkalmazó érdekszféráját hátrányosan befolyásolja, és ha az közvetlenül és valóságosan hat a munkaviszonyra, a munkavállaló munkakörére, beosztásának társadalmilag is fontos lényegi elemeire.⁵⁶ Ezért rendelkezik az Mt. 8. § (2) bekezdése – összhangban a határozattal – a munkavállaló munkaidőn kívüli magatartásának korlátozásáról.

A munkaidőben folytatott online aktivitás egyértelműen beleesik a munkavállaló magatartásával összefüggő körbe. A német bíróság például egy 2010-es ügy lezárásaképpen határozatában megállapította a rendkívüli felmondás jogszerűségét, amikor a munkavállaló több mint hét héten keresztül munkanaponként több órát töltött magán emailjeinek megválaszolásával, amely magatartás – a bíróság álláspontja szerint – kizárta munkafeladatainak elvégzését.⁵⁷ Természetesen minden helyzetben más a megítélése annak, hogy a munkavállaló csak öt percet fordított internetezésre, vagy naponta huzamosabb időt töltött online felületeken magáncélra.⁵⁸

4. Mi is az a közösségi média?

A közösségi média fogalma egy tág kategória, amely nem csak – a közvélemény által gondolt – közösségi oldalakat foglalja magában. A hagyományos médiától (újságtól, tévétől, rádiótól, stb.) abban különbözik, hogy a tartalmakat itt a magánszemélyek és szervezetek

⁵⁵ dr. PETHŐ Róbert: A munkaviszony megszűnése és megszüntetése. In: KARDKOVÁCS Kolos (szerk.): *A Munka Törvénykönyvének magyarázata*. Budapest, HVG-ORAC, 2014. p. 163.

⁵⁶ PETHŐ i. m. p. 166.

⁵⁷ NÉMETH i. m. p. 14.

⁵⁸ KUN i. m. p. 13.

közössége és összessége hozza létre.⁵⁹ Ezenkívül jelentős eltérés még, hogy a hagyományos médiumok előállításának költsége igen magas, ezért a magánszemélyek ritkán tudnak hozzáférni, míg a közösségi média felületek ingyenesek, vagy nagyon olcsók és mindenki által hozzáférhetőek.⁶⁰

Klausz Melinda csoportosítása szerint - többek között - a következő közösségi médiumokat különböztethetjük meg:

- Blog: gyors és nyilvános publikációs lehetőséget biztosít, a felhasználó tulajdonképpen honlapot készít.
- Wiki: közösségi környezet a neten, lehetővé teszi, hogy egy közösség együttesen hozzon létre tartalmat, így alakítva ki kollaboratív felületet online környezetben.⁶¹ (pl. Wikipédia)
- Videómegosztó (pl. YouTube)
- Social networking: a felhasználók kapcsolódnak egymáshoz kapcsolati rendszerük, vagy éppen közös érdeklődésük alapján. (pl. Facebook, MySpace, Twitter)
- Geolokációs alkalmazások: lényegünk, hogy a felhasználók mobiltelefonjuk GPS szolgáltatását felhasználva megoszthatják aktuális helyzetüket ismerőseikkel.⁶²

III. A véleménynyilvánítás szabadsága a közösségi média tükrében

1. A közösségi média térnyerése a munkavilágában

A közösségi oldalak globálisszintű térnyerését, valamint a jog világában való megjelenését mi sem tükrözi jobban, minthogy az USA-ban minden ötödik válás okát a Facebook szolgáltatja.⁶³ A válóperekben is egyre több bizonyítékot használnak közösségi média felületekről, bizonyítva a gyermek-elhelyezési perben az oda nem figyelés tényét,

⁵⁹ KLAUSZ Melinda: *Megosztok, tehát vagyok. A közösségi média és az internet szép új világa*. Veszprém, Könyvműhely, 2013. p. 19.

⁶⁰ KLAUSZ i. m. p. 19-20.

⁶¹ KLAUSZ i. m. p. 24.

⁶² KLAUSZ i. m. p. 32.

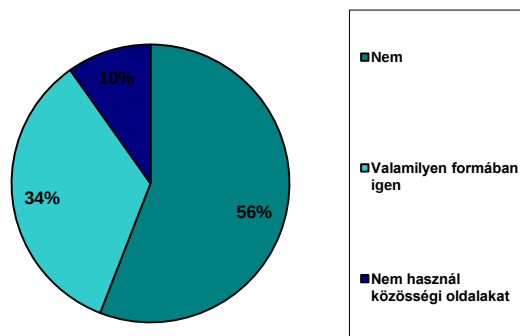
⁶³ Tariq TAHIR: Facebook likes are behind 1 in 5 divorces. Metro, 2013. <http://metro.co.uk/2013/04/02/facebook-likes-are-behind-1-in-5-divorces-3567336/> [letöltve: 2014. 07. 12.]

vagy éppen a felek hűtlenségét.⁶⁴ A The Oncale Firm egy 2013-as felmérése szerint a peres eljárások bizonyítékainak kétharmada a Facebook-ról származik.⁶⁵

A Kelly Services 2012-es felmérése (Kelly Global Workforce Index⁶⁶) alapján kiderült, hogy a válaszadók 39%-a szerint a közösségi média használata rontja a munka eredményességét, 24%-a szerint pedig a személyes és a szakmai kapcsolatoknak a közösségi médiában való összekeveredése akár munkahelyi problémákhoz is vezethet. A magyarországi felmérés eredményei a következőket mutatják: a munkavállalók különböző korosztályai közül az "Y" generáció (19-30 évesek) 48%-a, az "X" generáció (31-48 évesek) 34%-a, míg az úgynevezett "baby boomer" generáció (49-66 évesek) 25%-a véli úgy, hogy elfogadható a közösségi média magáncélú használata a munkahelyen.⁶⁷

Az Egyesült Királyságban készült kutatás⁶⁸, amely a közösségi média és a munka világának kapcsolódási pontjait vizsgálta a következő kérdéseket tette fel a munkavállalóknak:

- Tett már valaha negatív tartalmú kijelentést a munkáltatójára valamely közösségi oldalon?



Forrás: <http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/SocialMediaWhitepaper.pdf>

⁶⁴ KLAUSZ i. m. p. 123.

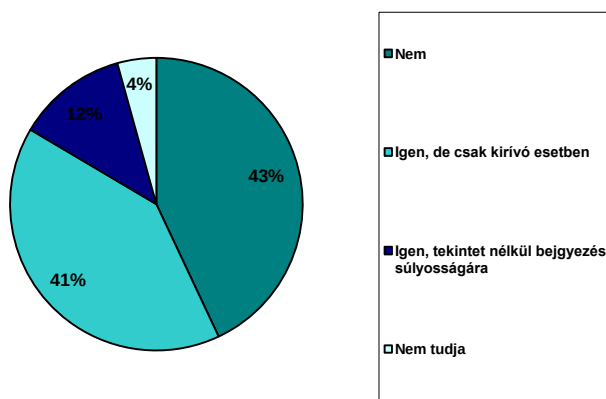
⁶⁵ KLAUSZ i. m. p. 123.

⁶⁶ Munkaerő-piaci felmérés, amelyben több mint 30 ország 170000 munkavállalója vett részt, köztük körülbelül 8500 magyar munkavállaló.

⁶⁷ http://kellyservices.hu/HU/KGWI-kozossegi-media-a-munkahelyen-2012/#.VETCGfn_Syo [letöltve: 2014. 07. 30.]

⁶⁸ <http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/SocialMediaWhitepaper.pdf> [letöltve: 2014. 07. 30.]

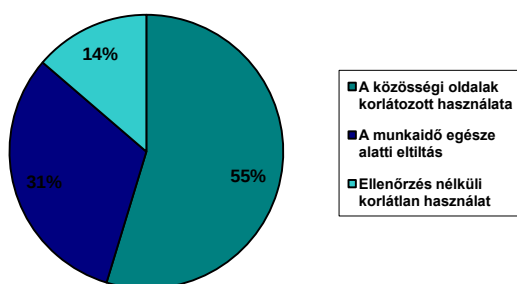
- Ön szerint igazságos az, hogy közösségi oldalon a munkáltatóról, kollégáról negatív tartalmat közzétevő személy fegyelmi eljárással nézzon szembe?



Forrás: <http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/SocialMediaWhitepaper.pdf>

A feleletekből kitűnik, hogy általánosságban véve a munkavállalók nem tartják jogosnak a munkáltató által minden esetben alkalmazott fegyelmi eljárást. A válaszadók kétötöde (41%) szerint csak kirívó, súlyos helyzetben kéne, hogy sor kerüljön arra. Közel ugyanekkora arány (43%) viszont azt gondolja, hogy egyáltalán nincs szükség fegyelmi eljárásra. Ebből az következik, hogy a munkavállalók nincsenek tisztában azzal, hogy egy-egy komment, támadó jellegű vélemény ténylegesen is kárt okozhat a munkáltatónak.

- Mit gondol, mit kéne tennie a munkáltatónak a közösségi oldalak használatának korlátozása tekintetében?



Forrás: <http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/SocialMediaWhitepaper.pdf>

A válaszok arányából kiderül, hogy a munkavállalók nagy része is úgy gondolja, hogy szükség van a közösségi oldalak használatának valamilyen formájú korlátozására (részleges, vagy teljes tiltás). Igen elenyésző az az arány (14%), akik szerint a munkáltatónak ellenőrzés nélküli, korlátlan használatot kéne biztosítania.

2. Véleményt nyilvánítani szabad?

Egy német középkori lovagi mondás szerint „Wes Brot ich ess’, des Lied ich sing’, azaz *akinek a kenyerét eszem, annak dalát énekelem*. Mindez kifejezte abban a korszakban uralkodó elvet, vagyis, hogy a céhmester semmilyen véleményeltérést nem tűrt meg a szolgálatában álló segédektől. Nyilvánvaló, hogy a középkor óta a munkaviszony jellege, a munkavégzés körülményei nagymértékben megváltoztak.⁶⁹

Pók László szerint a véleménynyilvánítás két esete különíthető el. Egyrészt olyan vélemény megfogalmazásáról beszélhetünk, amely független a munkavállaló munkáltatójától, munkaviszonyától (pl. politikai vélemény, bár adott esetben a politikai vélemény formálása vonatkozhat a munkáltatóra⁷⁰), másrészt pedig olyan véleménynyilvánítás, amely kifejezetten a munkáltatóra irányul (pl. munkahelyi felettes minősítése).⁷¹ A tudatos munkavállalók számára elsődleges fontosságúnak kéne lennie, hogy a felhasználás feltételeit, a magánszféra védelmét lehetővé tevő beállítások iránt időben tájékozódjanak, és kellő óvatossággal használják az internet adta lehetőségeket.⁷² A túl intim, magánjellegű megjegyzéseket érdemes csak egy szűkebb kör számára elérhetővé, láthatóvá tenni, akikről biztosan tudjuk, hogy az adott hozzászólás alapján nem szűrnek le téves következtetéseket.⁷³

2.1. A nyilvánosság jelentősége

Fontos szempont a munkavállalói magatartás értékelés során, hogy a hozzászólás, bejegyzés mekkora nyilvánosság előtt történik, és milyen csoportokhoz juthat el a világhálón. A közösségi oldalakon keresztül történő véleménynyilvánítás esetében (is) számításba kell venni, hogy a munkavállalói vélemény mennyiben lehet alkalmas a munkáltató működésének és eredményességének befolyásolására; valamint az sem hagyható figyelmen kívül, hogy a munkavállalótól a munkaviszony alapján elvárt lojalitásra tekintettel, a mértéktartás nélkül gyakorolt véleménynyilvánítás, a kijelentések valóságtartalmától függetlenül is szankcionálható lehet, ezenkívül a címzetti kör beazonosíthatósága nem lesz feltétel a

⁶⁹ JÓNÁS Tünde: Véleménynyilvánítási szabadság a munkaviszonyban. *Pécsi Munkajogi Közlemények*, 3. évfolyam, 2010/2. p. 23.

⁷⁰ 2012-ben az MTI (Magyar Távirati Iroda) vezérigazgatója körüzenetben figyelmeztette munkatársait, hogy nyilvános felületeken, közösségi portálokon, fórumokon ne politizáljanak.

Forrás: http://hvg.hu/itthon/20120409_mti_kommentek/ [letöltve: 2014. 07. 16]

⁷¹ PÓK (2012a) i. m. p. 163.

⁷² PÓK (2012b) i. m. p. 15.

⁷³ RÉPÁCSKI Rita: A szociális háló jelentősége a toborzás-kiválasztásban. *HR & Munkajog*, 3. évfolyam, 2012-2013/12. p. 41.

munkavállalói kötelezettségszegés megállapításához.⁷⁴ Az egyes bejegyzéseknél azt is kell vizsgálni, hogy mennyiben valósul meg a munkáltató jó hírnevének sérelme, veszélyeztetése. Például a jó hírnév veszélyeztetése az is lehet, hogy valaki nyilvánossá teszi a munkahelyének nevét és ezzel egyidejűleg ügyfelekre vonatkozó sértő bejegyzést tesz közzé.⁷⁵

Tehát kérdéssé válik, hogy a munkáltató, vagy adott esetben a bíróság számításba veheti-e a munkavállaló privát beállításait a közösségi oldalakon. Erre nézve két karakterisztikusan eltérő gyakorlat alakult ki például Franciaországban és Angliában.

Egy francia jogesetben a munkáltató azonnali hatályú felmondással szankcionálta a munkavállaló munkaidőn kívüli Facebookon történet véleménynyilvánítását. Az ország egyik legnagyobb élelmiszerlánc hálózata pert vesztett volt munkavállalói ellen, akik munkaidejükön kívül, egy ún. Facebook csetszobában a munkáltatóra és közvetlen munkahelyi felettesükre éles kritikát fogalmaztak meg, igencsak bántó hangnemben.⁷⁶ A rouen-i bíróság azonban a beszélgetés magánjellegét állapította meg, tekintettel arra, hogy az a munkaidőn és munkahelyen kívül, valamint nem a munkáltató munkaeszközén történt (csupán a csetszobában lévők látták egymás hozzászólásait), így a véleménynyilvánítás megtartotta magánjellegét.⁷⁷ Ebből az a következtetés vonható le, hogy a francia bíróságok nagy jelentőséget tulajdonítanak a munkavállaló személyes beállításainak, vagyis, hogy kik láthatják a bejegyzéseiket, hozzászólásaikat.

Az angol *Crisp v Apple Retail UK Limited* jogesetből az előzőek ellentéte tapasztalható. Annak ellenére, hogy a munkavállaló személyes beállításai alapján csak ismerősei láthatták bejegyzéseit, nem jelenti, hogy minden következmény nélkül minősítheti munkáltatóját, hiszen ebben a jogesetben jogszerű volt a munkavállaló elbocsátása.

Mr. Crisp egy Apple üzletben dolgozott és számos bejegyzést tett közzé arról, hogy milyen sok problémája van az iPhone-jával és egy Apple-ös alkalmazást is trágár stílusban szidalmazott. Mr. Crisp-t azon az alapon bocsátották el súlyos kötelezettségszegésért, hogy rossz hírbe hozta az Apple-t és méltatlan megjegyzéseket tett az Apple termékekre a Facebookon. Mr. Crisp arra hivatkozott, hogy elbocsátása nem volt jogszerű, mert a bejegyzéseit csak „barátai” láthatták és az elbocsátás megsértette magánélethez való jogát. Ezzel kapcsolatban a Munkaügyi Bíróság megállapította, habár Mr. Crisp posztjainak

⁷⁴ PÓK (2012a) i. m. p. 163.

⁷⁵ SOÓS Andrea: Községi oldalak veszélyei, Munkáltatói Blog, <http://www.jogiforum.hu/blog/3/19> [letöltve: 2014. 07. 14.]

⁷⁶ A jogeset részletesebb leírása: Julie Béot-Rabiot: Les publication sur le mur Facebook revêtent-elles un caractère privé ? Jurisprudence Sociale Lamy, N 315

⁷⁷ Cour d’appel de Rouen Chambre Sociale, Arrêt du 15 novembre, 2011.RG.11/01830 ; A francia bíróságok közösségi médiahasználatával kapcsolatos esetjogáról lásd bővebben : Les cahiers Lamy du CE N 114.

korlátozott volt az elérése, mégsem lehetett semmiféle ésszerű elvárása azok magánjellegére tekintettel és ezért a magánélethez való jog ebben az ügyben nem releváns. Ennek oka, hogy egy hozzászólás könnyedén továbbítható más személyek felé és amint az továbbítva lett, a bejegyző elveszti felette az ellenőrzését. A Bíróság szerint nem került sor a magánélethez való jog megsértésére, mert a vállalat eljárása, vagyis, hogy a munkavállalót elbocsátották, alappal történt és az arányos volt, figyelembe véve az Apple jó hírnevének védelméhez való érdekét. Ezen kívül megjegyezte a Bíróság, hogy Mr. Crips hozzászólásai nem tartoznak bele tipikusan a véleménynyilvánítás szabadságával védett témakörökbe (mint pl. a politikai vélemény).⁷⁸

Az Amerikai Egyesült Államokban az európaiától eltérő, sajátos gyakorlat alakult ki a munkavállalók véleménynyilvánításának védelmével kapcsolatban. Az NLRB kikristályosodott gyakorlata szerint a munkavállaló véleménye csak annyiban védett a munkáltatói megtorlás ellen, amennyiben közös, kollektív állásfoglalásról van szó. Ezt nevezik az amerikai jogirodalomban „concerted activity”-nek. Azonban ez a védett vélemény nem lépheti át a konstruktív magatartás határát, nem válhat rosszindulatúvá, offenzív jellegűvé. Például ha a munkavállaló egyéni munkakörülményeiről, munkaidejéről panaszkodik, vagy éppen a munkáltatóját rossz színben tünteti fel valamelyik közösségi oldalon, akkor ez a magatartása eredményezheti akár elbocsátását is.

A munkaviszony megszüntetésének jogellenességét állapította meg az NLRB abban az ügyben, amikor azért került sor öt munkavállaló munkaviszonyának munkáltató általi megszüntetésére, mert azok a Facebook-on egy munkatársuk munkakörülményeiről panaszkodó bejegyzését kommentálták. Ezzel ellentétben egy másik ügyben megállapításra került, hogy nem védett annak az újságírónak a magatartása, aki a munkáltató utasítására indított munkavégzési célú Twitter-profilon az újság nyomtatott változatát élesen kritizáló, szakmaiatlan és valótlan tartalmú tweet-eket osztott meg.⁷⁹

⁷⁸ Daniel ORNSTEIN: Social Media Usage in the Workplace Around the World – Developing Law and Practices. *Business Law International*, Vol. 13, 2012/2, p. 203-204.

⁷⁹ KUN i. m. p. 18.

IV. Facebook-szabályzatok

A külföldi nagyvállalatoknál bevett és egyre inkább elterjedt szokás, hogy a munkáltatók ún. „Social Media Guidelines”-okkal szabályozzák a munkavállalók munkaidőn belüli, illetve kívüli „online” magatartását. Ezek a szabályzatok egyrészt preventív célt szolgálnak, másrészt pedig vita felmerülése esetén irányt mutatnak a követendő eljáráshoz.

A magyar szabályozás szerint is lehetőség van arra, hogy a munkáltató szabállyal rendezze e kérdést. Az Mt. szerint a munkáltató a törvényben meghatározott jognyilatkozatait (Mt. 15-16. §) egyoldalúan megállapított belső szabályzatban vagy egyoldalúan kialakított gyakorlat érvényesítésével (a továbbiakban együtt: munkáltatói szabályzat) is megteheti. A munkáltatói szabályzatot közölni kell tekinteni, ha azt a helyben szokásos és általában ismert módon közzé teszik [Mt. 17. §].

Magyarországon még nem túlságosan jellemzőek ezek a szabályzatok. Csupán pár eset került reflektorfénybe a média által, de azok is inkább felháborodást és az emberek nem tetszését váltották ki. Például az Országos Mentőszolgálat főigazgatója 2012-ben Facebook-szabályzatot adott ki. Ennek az esetnek kirívóan súlyos előzménye volt: mentősök magatehetetlen betegeket fényképeztek le és gúnyos, szinte morbid hozzászólásokkal töltötték fel az egyik közösségi oldalra.⁸⁰ A képek nemcsak etikátlanok voltak, hanem sértették a beteg- és személyiségi jogokat is. Az OMSZ belső szabályzatán kívül még példaként említhető az OTP Bank szabályozása. A Banknál nem tiltják a közösségi oldalakon történő megjelenést, de a dolgozóknak figyelemmel kell lenniük a pénzügyi Etikai Kódexének rendelkezéseire, valamint a HR-esek egyébként nem vizsgálják a munkatársak közösségi oldalainak tartalmát, sem a munkaviszony létesítésénél, sem annak fennállása alatt.⁸¹ A bank munkavállalóinak a közösségi médiában való megnyilvánulásuk során tartózkodniuk kell minden olyan hozzászólástól, véleményezéstől, amely a vállalat hírnevét hátrányosan befolyásolhatja. Ezen kívül az is elvárás velük szemben, hogy magánemberként történő kommunikációjuk során is a bank etikai normáinak megfelelő, ahhoz méltó magatartást tanúsítsanak, különösen akkor, ha tevékenységük, illetve személyük a munkáltatójukkal

⁸⁰ http://hvg.hu/plazs/20120116_omsz_betegek_facebook/ [letöltve: 2014. 07. 14.]

⁸¹ SZILÁGYI Katalin: Facebook-szabályzat – meddig mehet el a munkáltató? <http://www.munkajog.hu/rovatok/munkahely/facebook-szabalyzat-meddig-mehet-el-a-munkaltato> [letöltve: 2014. 07. 14.]

bármilyen módon összefüggésbe hozható, vagy azt a látszatot keltheti, hogy a bank nevében járnak el, illetve nyilvánítanak véleményt.⁸²

1. „Social Media Guidelines”, azaz a közösségi médiahasználatra vonatkozó iránymutatások

Külföldön már nem hatnak ennyire újdonságként a cégeknél hatályban lévő közösségi média használatra vonatkozó iránymutatások. A következőekben néhány konkrét munkáltatói szabályzat bemutatásán keresztül sor kerül a főbb trendek, tendenciák vázolására. A vizsgált kérdéskörök elemzése elsősorban abból a szempontból történik, hogy mennyire pontos és végrehajtható a megfogalmazásuk. Kiemelésre kerülnek a helytelen, pontatlan célkitűzések. A szabályzatok fontos részét képezi a munkáltató felfedésének kérdése, a publikum tisztelete és a diszkriminációmentes véleménynyilvánítás.

Az elemzett tíz facebook-szabályzatról (Abbott, Apple, Adidas, Coca Cola, Dell, Microsoft, Tesco, The Washington Post, TNT, Vodafone iránymutatásai) összességében elmondható, hogy az általánosságban megfogalmazott elvek a szabályozott vállalat szakterületére kivetítve jelennek meg, ezzel szűkítve az általános elvárásokat és pontosítva a követendő magatartásokat.

1.1. Általános elvárások

A következőekben a leggyakrabban előírt követendő magatartások kerülnek részletezésre, amelyek számos esetben visszaköszönnek az elemzett szabályzatokban. Ezen általános elvárások jó és rossz megfogalmazásainak kidomborítására kerül sor.

1.1.1 Titokvédelem

A titokvédelem egyrészt az üzleti titkok védelmére, másrészt az ügyfelekkel, vásárlókkal kapcsolatos információk megtartására vonatkozik. Hiszen a meghatározott pozícióban lévő munkavállalók olyan adatokhoz férhetnek hozzá, amelyek alkalmasak az ügyfél személyes azonosítására.

A legtöbb esetben ez a szempont megfelelő módon van meghatározva, hiszen számos országban az üzleti titok védelme törvényi szinten is szabályozásra kerül, így annak

⁸² SZILÁGYI i. m.

megfogalmazása nem ütközik számottevő nehézségbe. Azonban követendő példaként szeretném kiemelni az Apple szabályzatát a titokvédelemmel kapcsolatban. Ennek az elvárásnak külön alfejezetet szántak az irányelvben és példákkal is ismertetésre kerül, hogy mi tartozik ebbe a körbe: bármiféle értékesítési és pénzügyi információ, beleértve az üzleti és személyes mutatókat is; olyan adatok, amelyek vállalati találkozók, üzleti találkozók, hangoztak el; felvétellel és képzéssel kapcsolatos információk, beleértve a fizetéseket és a bónuszokat.⁸³ Az is megfogalmazásra kerül, hogy a vállalat zéró toleranciát alkalmaz azokkal szemben, akik információt szivárogtatnak ki.

1.1.2. Professzionalitás

A közösségi média nem az a felület, ahol egy cég, vállalat belső ügyeit meg kell vitatni. A The Washington Post irányelve szerint például a versenytársak kritizálásának és minősítésének nem megfelelő helye a közösségi média.⁸⁴

Az elemzett szabályzatok közül egyik sem tiltja meg munkavállalóinak a közösségi oldalakon való jelenlétet. Azonban ha erre sor kerül a munkáltató minden esetben elvárja a magas fokú professzionalitást. Hiszen ezeknek az oldalaknak a használata nagymértékben segíthetik a cég brand-építését, csak megfelelő használatra kell ösztönözni a munkavállalókat.

A The Coca Cola Company az alapelvei részletezését megelőzően kifejti, hogy létfontosságú szerepe van az online felületeken való részvételnek és a cég elkötelezett aziránt, hogy mind vállalati, mind egyéni szinten a munkavállalók ezt a megfelelő módon, professzionálisan hajtsák végre.⁸⁵

A Vodafone iránymutatása pedig kifejezetten felhívja a munkavállalók figyelmét a professzionális viselkedésre, ha éppen a vállalat márkajelzésével ellátott egyenruhát viselik, vagy, ha bármilyen eseményen vesznek részt a cég nevében.⁸⁶

⁸³ Apple Retail Blogging and Online Social Media Guidelines <http://modmyi.com/forums/mac-news/790947-apple-retail-blogging-online-social-media-guidelines-leaked.html> [letöltve: 2014. 07. 24.]

⁸⁴ Washington Post – Digital Publishing Guidelines <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/social-media.html> [letöltve: 2014. 07. 24.]

⁸⁵ The Coca Cola Company – Online Social Media Principles <http://www.viralblog.com/wp-content/uploads/2010/01/TCCC-Online-Social-Media-Principles-12-2009.pdf> [letöltve: 2014. 07. 24.]

⁸⁶ The Vodafone Code of Conduct: p. 15. http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/about/sustainability/2012/pdf/vodafone_code_of_conduct_2012.pdf [letöltve: 2014. 07. 24.]

1.1.3. Nyilatkozat használata

Általánosságban elmondható, hogy minden vállalatnál van olyan személy, akinek hatásköre van arra, hogy a cég nevében nyilatkozzon, beszéljen a közösségi oldalakon (official spokesperson). A The Coca Cola Company-nál ezeknek a személyeknek kötelező részt venniük egy úgynevezett „Social Media Certification Program”-ban, mielőtt elkezdik tevékenységüket.⁸⁷ Az Adidas iránymutatása szerint a munkavállaló csak akkor fűzhet megjegyzést a munkájával kapcsolatos jogi kérdéshez, ha ő a cég egyik hivatalos szóvivője.⁸⁸

A vállalatok többségénél, minden más munkavállaló esetében szükségesnek mutatkozik egy olyan nyilatkozat használata, amelyben kijelenti, hogy az általa megfogalmazott vélemény a sajátja és nem tükrözi a munkáltatójának álláspontját, meggyőződését. Továbbá a munkavállaló által megosztott tartalom véleményként, vagy hírként való világos megkülönböztetésére is találunk elvárásokat.

1.1.4. Szerzői jogok tiszteletben tartása

A szerzői jogok tiszteletben tartása nemcsak a Social Media Guidelines-ban megfogalmazott követelmény, hanem egy alapvető jogkövető magatartás eredménye. Ezek szerint a munkáltató logóját, a jogvédett munkákat a munkavállaló ne használja személyes célra. Más munkájának közzététele előtt a készítő beleegyezését kell kérni a megosztáshoz.

1.1.5. Ésszerű ítélőképesség és józanész

A legtöbb esetben a munkáltató megköveteli munkavállalójától, hogy használja ésszerű ítélőképességét és józaneszét: „exercise good judgment and be smart”. Azonban ez a megfogalmazás túlságosan is pontatlan. Az ítélőképesség és a józanész nagyon szubjektív kategória, az minden személynek mást és mást jelenthet. Meglátásom szerint ez egy követhetetlen és számon kérhetetlen elvárás. Ha ezt az általános elvet szeretné fenntartani a munkáltató, pontosítania kell a megfogalmazást. Példákkal kéne szemléltetni, hogy az adott pozícióhoz, szakterülethez mérten mi számít, illetve mi nem számít ésszerűnek.

⁸⁷ The Coca Cola Company – Online Social Media Principles i. m. p. 3.

⁸⁸ adidas Group Social Media Guidelines, p. 2. <http://blog.adidas-group.com/wp-content/uploads/2011/06/adidas-Group-Social-Media-Guidelines1.pdf> [letöltve: 2014. 07. 24.]

1.1.6. A munkáltató felfedésének kérdése

Egyik szabályzat sem kötelezi, illetve tiltja el a munkavállalókat attól, hogy bármelyik közösségi oldalon felhasználói fiókkal rendelkezzenek. Ugyanez vonatkozik a munkáltató feltüntetésére is. Azonban ha erre sor kerül, az irányelv felhívja a munkavállalók figyelmét, amennyiben az adott vállalat alkalmazottjaként azonosítják magukat, azzal automatikusan kapcsolatba hozhatóak lesznek munkatársaikkal, vezetőikkel és a munkáltatójukkal. Ezért is kiemelt jelentőségű a professzionális, szakmai megnyilvánulás a munkáltatóval kapcsolatban. A Microsoft Tweeting Guidelines-a előírja például, hogy ha a munkavállaló bármilyen szakmai kérdésben kíván nyilatkozni, „tweet”-elni, hivatkozzon a céges email címére (alias@microsoft.com).⁸⁹ Ezzel párhuzamosan számos szabályzat megköveteli, hogy a munkavállalók ezeket az email címeket nem használják személyes levelezésre.

1.2. Különbségek

A tíz Social Media Guidelines elemzéséből kiderült, hogy az általánosan megfogalmazott magatartási formák mellett található néhány olyan elvárás is, amely az egyes vállalatoknál különbözik. Ez a munkakör jellegéből és a szféra eltérő sajátosságaiból adódik.

Példának okáért a The Washington Post irányelvének fontos részét képi a munkavállalóknak, a partizán szervezetek⁹⁰, jelképek és jelvényektől való elhatárolódása.⁹¹ Ezen kívül egyedi esetként jelenik meg a legfrissebb hírekre (breaking news) való reagálás formája. Mit kell tenniük az újságíróknak, ha olyan hírrel találkoznak a közösségi médiában, kifejezetten a Twitteren, ami még nem elérhető a Washington Post hivatalos oldalán? Általános szabályként érvényesül, hogy nem idézhetnek olyan információt, amely ismeretlen, bizonytalan forrásból származik.⁹²

Lényeges különbségként merült fel a szankciók megfogalmazásának hiánya. A taglalt szabályzatok közül szinte kizárólag a Dell irányelve tartalmaz arra nézve rendelkezést, hogy mi a várható következménye a Guidelines nem követésének: a munkavállaló komoly következményekkel nézhet szembe, egészen a felmondásig, azon állam jogával összhangban,

⁸⁹ Microsoft – Tweeting Guidelines

http://socialmediagovernance.com/downloads/MSFT_Social_Media_Policy.pdf [letöltve: 2014. 07. 24.]

⁹⁰ A partizánok irreguláris katonai alakulatok tagjai, akik egy meghatározott területen a fennálló diktatórikus hatalom, vagy egy megszálló idegen hadsereg ellen harcolnak.

⁹¹ Washington Post – Digital Publishing Guidelines i. m.

⁹² Washington Post – Digital Publishing Guidelines i. m.

ahol foglalkoztatva van.⁹³ A legtöbb szabályzatban csupán az kerül említésre, hogy következményei lehetnek, ha a munkavállaló nem követi az irányelvben meghatározottakat.

Az Adidas irányelvében egyediként tűnik fel, az arra való felszólítás, hogy a munkavállalók a blogolás mellett ne feledkezzenek meg a napi munkájukról: „With all the blogging and interacting, don’t forget your daily job.”⁹⁴

2. Lehetséges megoldások

2.1. A nemkívánatos oldalak letiltása

A munkáltatónak lehetősége van arra is, hogy adott oldalak hozzáférését letiltsa a rendelkezésre álló számítógépeken. Ezzel a lehetőséggel élni is szoktak a közösségi oldalak használatának korlátozása érdekében. Azonban a rohamosan fejlődő technológiának köszönhetően az előzőek ellenére is lehetőségük van a munkavállalóknak például a levelezéseik ellenőrzésére, hiszen saját eszközről (mobiltelefonról, táblagépről...) szinte bármikor csatlakozhatnak a világhálóra. Tehát az abszolút blokkolás helyett inkább a helyes használat ésszerű, célszerű határainak megvonása tűnik logikus és konstruktív lépésnek.⁹⁵

2.2. Szabályzataalkotás

Előjáróként az internethasználat szabályozásához és ellenőrzéséhez fűződő munkáltatói érdekek közül néhány szempont kiemelésére kerül sor:

- Adatbiztonság: vírusok, vagy idegen programok telepítésének kivédése.
- A munkáltató erőforrásainak kímélete: a hálózat technikai túlterheltsége, költségtényező.
- Üzemgazdasági, munkaszervezési szempontok érvényre juttatása: munkaidőben kizárólag munkavégzés, termelékenység veszteségének megelőzése.
- A munkavállaló munkavégzési kötelezettségének teljesítésével össze nem egyeztethető magatartások megelőzése: jogellenesen gyakorolt véleménynyilvánítás,

⁹³ Dell – Social Media Policy <http://www.dell.com/learn/us/en/uscorp1/corp-comm/social-media-policy?c=us&l=en&s=corp&cs=uscorp1> [letöltve: 2014. 07. 24.]

⁹⁴ adidas Group Social Media Guidelines i. m. p. 2.

⁹⁵ KUN i. m. p. 14.

üzleti titok megsértése, büntetőjogilag fenyegetett cselekmények tényállásának megvalósítása, pl. visszaélés pornográf felvétellel.⁹⁶

Az eddigiekben vázoltak alapján kijelenthető, hogy a magyar munkáltatók számára is jelentős és lényeges lépés lenne külföldi példák tanulságára a közösségi média használatára vonatkozó szabályzatalkotás. A következőekben az irányelvek létrehozásánál figyelembe veendő szempontok, a felállítandó korlátok, valamint a szabályzatok magyar jogrendszerbe való illeszkedésének kérdései kerülnek részletezésre.

2.2.1. Figyelembe veendő szempontok

A külföldi példákat és eseteket figyelembe véve, és azok pozitív és negatív vonulataiból tanulva fontos lenne azokat értékelni és a magyar szabályzatok kialakításánál hasznosítani.

A szabályzatalkotás során a munkáltatónak szem előtt kell tartania, hogy a megfogalmazott iránymutatás ne legyen túl általános. Egy követendő magatartás generális leírása nem célszerű, hiszen az számos kérdést vethet fel a munkavállalóban, sőt abszolút tiltást is sugallhat a közösségi oldalak használatával kapcsolatban. Például a gyakran felbukkanó „be smart” követelmény mindenki számára másként értelmezhető. Véleményem szerint ez egy helytelen megfogalmazása a munkavállalóktól elvárt magatartásra. Ezzel szemben (helyes módon) az Adidas szabályzatában konkrét példán keresztül kerül érzékeltetésre az a magatartási forma, ami már nem elfogadható a munkáltató részéről: a munkáról való kommunikáció teljes mértékben elfogadott, de az már nem, ha a Világbajnokság új labdájának dizájnjáról, nevéről beszélnek, annak hivatalos megjelenése előtt.⁹⁷ Ha ez ilyen formában nem lenne leszögezve, és csak a „be smart” fordulatot használta volna rá a munkáltató, azt egyes munkavállalók akként is értékelhetnék volna, hogy a Világbajnokság labdájáról való információ megosztása a vállalat jó hírét terjesztheti.

Mindezek mellett a munkáltatónak figyelembe kell vennie a munkavállalók véleménynyilvánítási jogát. Olyan szabályzat megalkotására van szükség, amely nem sérti az alkalmazottak ezen alkotmányos alapjogát, ugyanakkor érzékelteti, hogy hol húzódik az a bizonyos vékony határ a véleménynyilvánítás és a munkáltató jogos gazdasági érdekét sértő magatartás között.

⁹⁶ ARANY TÓTH Mariann: A munkavállalók személyes adatainak védelme az internet munkahelyi használatának ellenőrzésekor. *Infokommunikáció és jog*, 2008/4, p. 170.

⁹⁷ adidas Group – Social Media Guidelines <http://blog.adidas-group.com/wp-content/uploads/2011/06/adidas-Group-Social-Media-Guidelines1.pdf> [letöltve: 2014. 07. 24.]

Meglátásom szerint az, hogy a közösségi oldalak profiljainak privacy-beállításait (személyes beállítások arra vonatkozóan, hogy kik láthatják az adott személy megosztásait, képeit) a munkáltató figyelembe veszi, vagy sem a saját mérlegelési körébe tartozik. Azonban, ha valamelyik oldal mellett állást foglal, akkor azt rögzítenie kell a szabályzatban a következetesség és alkalmazhatóság érdekében.

2.2.2. Felállítandó korlátok

A szabályzatok megalkotásával és alkalmazásával kapcsolatban az egyik legfontosabb kérdés a munkavállalói véleménynyilvánítás határainak definiálása. A munkáltatónak ésszerű korlátokat kell arra vonatkozóan felállítani, hogy mi tartozik bele a munkavállaló jogos véleménynyilvánításába. A személyiségi jogok védelmének kötelezettsége értelmében szabályozni kell többek között a munkavállaló véleménynyilvánítási szabadságának gyakorlását, a külső megjelenésre vonatkozó körülményeket, a zaklatás megelőzéséről szóló elveket, a személyes adatok kezelésének feltételeit, a magántitok védelmét a technikai eszközök használatának ellenőrzésekor.⁹⁸

Lényeges szempont a munkáltatói ellenőrzés határainak létrehozása. Ennek részletezésére a 2.3.-as pontban kerül sor.

2.2.3. Magyar jogrendszerbe való beillesztés

A létrehozott szabályzatoknak illeszkedniük kell a magyar jogrendszerbe. Mind az Alaptörvényben, mind az Mt.-ben és a többi vonatkozó törvényben meghatározottakhoz. A munkahelyi szinten megalkotott irányelvek részletszabályai nem lehetnek ellentétesek az említett jogszabályokkal. Ezért is fontos, hogy a munkáltatók találjanak olyan törvényi rendelkezéseket, amelyek alapján alkalmazni tudják szabályzataikat.

A magyar Mt. tartalmazza az üzleti titok védelmét, amelybe beleillik a külföldi irányelvekben megkövetelt titoktartási kötelezettség. Ennek vonatkozásában a munkáltatónak megközelítőleg fel kéne sorolniuk azokat az elemeket, amelyek a szféra sajátosságaiból adódóan az üzleti titok részét képezik, és amelyek megosztása, közzététele valamely közösségi oldalon kötelezettségszegéssel jár.

Véleményem szerint hasznos lenne a munkáltató jogos gazdasági érdekének fogalmát pontosítani az iránymutatásokban, hogy mi az a munkavállalói magatartás, ami ténylegesen

⁹⁸ ARANY TÓTH Mariann: Gondolatok a munkavállalók személyiségi jogainak védelméről a magyar munkajogban. *Jogtudományi Közlöny*, 2008/3. p. 130.

alkalmas arra, hogy sértse, vagy veszélyeztesse a gazdasági érdeket. Hasonlóan az előző ponthoz, itt is jelentősége van a munkáltató ágazatbeli elhelyezkedésének és az adott munkavállaló pozíciójának a vállalatnál.

Ahhoz, hogy a taglalt magatartásformák a munkáltatói felmondás alapjául szolgáljanak, vagy kötelezettségszegésnek kell minősíteni (a szabályzatok kapcsán), vagy indokolni kell azt, hogy a munkavállaló magatartásával összefüggő ok merült fel.

2.3. A munkáltató szükséges lépései

Mindenekelőtt szükséges lenne pontosan meghatározott és megfelelően közölt irányelvekre, vagy szerződéses rendelkezésekre a közösségi oldalak megfelelő használatára vonatkozóan.⁹⁹ Az internethasználat feltételeiről a felek megállapodhatnak munkaszerződésben, a munkáltató egyoldalúan is rendelkezhet, valamint kollektív szerződésben, üzemi megállapodásban részletesen lehet szabályozni a követelményeket.¹⁰⁰ Ezt követően a szabályzatok egyértelmű és világos végrehajtása, valamint a nem megfelelő közösségi média használat szankcióinak kilátásba helyezése lehetne a cél. Mindemellett a munkavállalók, szakszervezetek egyetértése is hozzájárulna az irányelv széleskörű érvényesüléséhez.¹⁰¹ A munkáltatónak biztosítania kellene a munkavállalókat, hogy az esetleges ellenőrzés megfelel a szükségesség és arányosság tesztjének, tehát a kontroll csak olyan mértékű lesz, amekkora feltétlenül szükséges a munkáltató jogos gazdasági érdekének védelmében.¹⁰² A szabályzatok elengedhetetlen pontja lenne a végrehajtás garanciáinak lefektetése. Mint például: csak az a személy ellenőrizhet, akinek jogosultsága van rá; a begyűjtött adatokat bizalmasan kell kezelni, nem lehet azokat meghamisítani és annál szélesebb körben elterjeszteni, mint ahogy az szükséges; személyes adatot nem lehet tovább tárolni, mint ameddig a munkáltató számára ténylegesen szükséges.¹⁰³

2.4. A munkavállalók tájékoztatása, oktatása

Ha a munkáltató célirányosan és tudatosan szeretné formálni munkavállalóinak internet-használati szokásait a munkaviszonnyal kapcsolatban, akkor következetes lépés lenne a munkavállalók oktatása, képzése a vonatkozó szabályzatokkal kapcsolatban. Párhuzamosan

⁹⁹ ORNSTEIN p. 197.

¹⁰⁰ ARANY TÓTH i. m. p. 171.

¹⁰¹ ORNSTEIN i. m. p. 198.

¹⁰² ORNSTEIN i. m. p. 197.

¹⁰³ ORNSTEIN i. m. p. 197.

a vezetőség oktatására is szükség lenne. A közösségi felületek kiváló eszközei a kapcsolatépítésnek, csak meg kell tanulni megfelelő módon használni.¹⁰⁴

2.5. Világos és egyértelmű utasítás

Fontos, hogy a munkavállaló részére világos és egyértelmű utasítást kell adni és nyilvánvalóvá kell tenni azt is, hogy annak betartását a munkáltató megköveteli. A meg nem követelt utasítás megtagadása miatt a munkaviszonyt nem szüntetheti meg a munkáltató abban az esetben, ha tudomásul veszi (akárcsak hallgatólagosan is) az utasítás nem teljesítését.¹⁰⁵ Nagy jelentősége van a kialakult munkahelyi gyakorlatnak. Ugyanis, ha a munkáltató valamely szabály végrehajtását nem, vagy nem következetesen követeli meg, e szabály megsértése miatt jogszerűen nem lehet felmondással élni.¹⁰⁶ Tehát például ha a munkáltató belső szabályzatban előírta, hogy a munkavállalók naponta maximum 15 percet tölthetnek magáncélú internethasználatra a munkaidejükből, de az utasítás teljesítését nem követeli meg, a munkahelyi gyakorlat lesz az irányadó.¹⁰⁷

2.6. Hogyan ellenőrizhetőek a szabályok?

Ha sor kerül az említett szabályzat megalkotására, kérdésként merül fel, hogy a létrehozott előírás megtartása hogyan lesz ellenőrizhető? Az Mt. szerint a munkáltató a munkavállalót csak a munkaviszonnyal összefüggő magatartása körében ellenőrizheti. A munkáltató ellenőrzése és az annak során alkalmazott eszközök, módszerek nem járhatnak az emberi méltóság megsértésével. A munkavállaló magánélete nem ellenőrizhető [Mt. 11. § (1) bekezdés]. A munkavállaló munkaidőn kívüli tevékenysége, amelyet saját eszközön végez, nehezen ellenőrizhető és csak esetlegesen juthat a munkáltató tudomására.¹⁰⁸ Ha a munkavállaló a munkáltató eszközét munkaidőn kívül, csak a munkavégzéssel kapcsolatos feladatok elvégzésére használhatja, azonban például magáncélú levelezéseket folytat, fényképeket tárol rajta, ellenőrizhető lesz a munkáltató által, hogy milyen célra használta az eszközt. Azonban azt, hogy pontosan milyen műveleteket végzett, milyen leveleket írt, milyen képeket töltött fel, már nem lehet jogszerűen kivizsgálni. A munkavállaló magatartásának

¹⁰⁴ RÉPÁCSKI i. m. p. 41.

¹⁰⁵ NÉMETH i. m. p. 14.

¹⁰⁶ KULISITY Mária: A munkaviszony megszűnése és megszüntetése című fejezet, In: *A munkajog nagy kézikönyve*, CompLex Kiadó, Budapest 2008. p. 1183-1184.

¹⁰⁷ NÉMETH i. m. p. 14.

¹⁰⁸ PÓK (2012a) i. m. p. 164.

ellenőrzésével a munkáltató növelni tudja a termelékenységet a munkahelyen, a biztonságos munkavégzés feltételeit és a munka minőségét megfelelően biztosítani tudja; a visszacsatolás, az értékelés ezáltal könnyebbé válhat.¹⁰⁹ Mindemellett a túlzott mértékű ellenőrzés kedvezőtlen hatással lehet a munkavállalók egészségére, a munkakörnyezetre, azaz a stressz, a fáradtság, a nyugtalanság, a motiváció, a bizalom érzékelése megváltozhat.¹¹⁰ A munkáltató köteles az internethasználat ellenőrzésével összefüggésben a jóhiszeműség és tisztesség elvét, valamint a rendeltetésszerű joggyakorlás követelményét tiszteletben tartani.¹¹¹

2.6.1. Ellenőrzés a spanyol gyakorlatban

A spanyol Alkotmánybíróság egy 2012-es döntésében kimondta, hogy a munkáltatónak meg van a joga ahhoz, hogy a munkavállalók elektronikus kommunikációját ellenőrizze.¹¹² Valamint minden munkáltató korlátozhatja a munkahelyen a munkavállalók személyes email-ezését és az egyéb formájú számítógépes, illetve online kommunikációt.¹¹³ Ausztráliában például a munkavállalóknak nincs törvényen, vagy szokásjogon alapuló olyan magánélethez való joga, ami megvédené őket a személyes életük felett gyakorolt munkáltatói kontroll túlkapásaival szemben.¹¹⁴

A spanyol esetekben az ilyen ügyek megítélésénél összekapcsolódó kérdések vizsgálatára kerül sor. Elsősorban, hogy az ellenőrzés okoz-e konfliktust a munkavállaló magánélete és a munkáltató érdeke között. Ha a munkáltató nem hoz létre szabályzatot a privát használatra vonatkozóan (ezzel elveszti képességét az internethasználat ellenőrzésére) és így történik meg az ellenőrzés, valamint ha a munkáltató megengedi a személyes internet-, illetve számítógép-használatot, és ennek ellenére gyakorol kontrollt, konfliktus lesz a munkáltató érdeke és a munkavállaló magánélete között.¹¹⁵ Azonban ha a munkáltató szabályzatba foglalja az elvárásait, nem lesz konfliktus az előbb említett elemek között.

¹⁰⁹ Jay P. KESAN: Cyber-working or Cyber-shrinking?: A First Principles Examination of Electronic Privacy in the Workplace. *Florida Law Review* 2002, Vol. 54. p. 318.

¹¹⁰ Filiz TABAK – William P. SMITH: Privacy and Electronic Monitoring in the Workplace: A Model of Managerial Cognition and Relational Trust Development. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2005/3. p. 177.

¹¹¹ ARANY TÓTH i. m. p. 171.

¹¹² Ana Belén MUNOZ RUIZ: Social networking: New challenges in the modern workplace. Labour Law Research Network Inaugural Conference, Pompeu Fabra University, Barcelona, 2013. június 13-15. p. 2. http://www.upf.edu/gredtiss/pdf/2013-LLRNConf_Muxoz.pdf [letöltve: 2014. 07. 20.]

¹¹³ MUNOZ RUIZ i. m. p. 3.

¹¹⁴ Louise THORNTHWAITE: Chilling Times: Labour Law and the Regulation of Social Media Policies. . Labour Law Research Network Inaugural Conference, Pompeu Fabra University, Barcelona, 2013. június 13-15. p. 9. http://www.upf.edu/gredtiss/pdf/2013-LLRNConf_Thorntwaite.pdf [letöltve: 2014. 07. 20.]

¹¹⁵ MUNOZ RUIZ i. m. p. 7.

A következő kérdés az ellenőrzéssel kapcsolatban, hogy a munkavállalónak lehet-e ésszerű elvárása arra tekintettel, hogy az interneten megosztott véleménye, fényképe, stb. a magánéletének része marad. Ezt nevezik a szakirodalomban „reasonable expectation of privacy”-nek, hasonlít a magánélethez való joghoz, de annál tágabb kategória. Ha a munkáltató nem szabályozza, illetve ha engedélyezi a használatot, a munkáltatónak ésszerű elvárása van azzal kapcsolatban, hogy az online adatai a magánéletének részét képezik, hiszen így a munkáltató nem ellenőrizheti azokat.¹¹⁶

VI. Összegzés

Az eddigiekben megállapítottak alapján leszögezhető, hogy konkrét jogszabályi rendelkezés, illetve következetes bírói gyakorlat hiányában alapvetően a munkáltatóra hárul az a kötelezettség, hogy belső szabályzat létrehozásával és annak következetes végrehajtásával iránymutatást adjon munkavállalóinak a közösségi médiahasználattal kapcsolatban.¹¹⁷ Azonban a szabályzatok kialakításánál különös figyelemmel kell lenni – többek között – a munkavállalók véleménynyilvánításhoz való jogára, az elvárások pontos megfogalmazására. Külföldi irányelveket elemezve az a tendencia állapítható meg, hogy egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a munkáltatók a követendő magatartások egzakt meghatározására. Hiszen a túlságosan tágan értelmezhető elveket nehéz betartani és betartatni, valamint a felelősségre vonásnál is problémákat vethet fel.

Néhány magyar esetből levont következtetés alapján megállapítható, hogy az ún. facebook-szabályzatok megjelenését általános munkavállalói tiltakozás, vagy legalább is szkepszis fogadja. Ez egyrészt abból ered, hogy nem mindig megfelelő módon kerül sor a szabályzatok ismertetésére, „betanítására”. A munkavállalókat szembesíteni kéne azokkal a hátrányokkal, negatív vonulatokkal, amelyek a közösségi oldalak túlságosan személyes hangvételű használatából eredhetnek. Az angol nyelvű szakirodalomban „grandmother rule”-nak nevezett szabály, miszerint olyan tartalmakat érdemes csak magunkról közzétenni, amelyeket a nagymamánknak is megmutatnánk, valóban hasznos zsinórmérték lehet.¹¹⁸

Fontos lenne a munkavállalókban tudatosítani, hogy az általuk közzétett képek, bejegyzések, információk igen súlyos munkajogi következményekkel járhatnak. Az eddigiek alapján egyértelművé vált, hogy a közösségi oldalon lévő profilunk, vagy akár blog

¹¹⁶ MUNOZ RUIZ i. m. p. 8.

¹¹⁷ NÉMETH i. m. p. 18.

¹¹⁸ PÓK (2012b) i. m. p. 15.

bejegyzésünk túlmutat családtagjainknak a négy fal között elmondott véleményünkön. Valamint tény, hogy nem túl okos döntés, ha a munkavállaló hivatalos kapcsolatai ugyanazt látják, mint a magánjellegűek, hiszen vannak információk és tartalmak, amelyeket jobb megtartani csupán a privát kör számára.¹¹⁹

¹¹⁹ RÉPÁCZKI i. m. p. 40.

VII. Irodalomjegyzék

1. Jogszabályok

Magyarország Alaptörvénye

1952. évi III. törvény a polgári perrendtartásról

2012. évi törvény a munka törvénykönyvéről

2013. évi V. törvény a Polgári Törvénykönyvről

2. Bírószági döntések

1056. EH

36/1994. (VI. 24.) AB határozat

2011.RG.11/01830 (Cour d'appel de Rouen Chambre Sociale, Arrêt du 15 novembre)

3. Könyvek

ARANY TÓTH Mariann: *A munkavállalók személyes adatainak védelme a magyar munkajogban*. Szeged, Bába Kiadó, 2008.

BERKE Gyula – KISS György: *Kommentár a munka törvénykönyvéhez*. Budapest, CompLex Kiadó, 2012.

DUDÁS Katalin – FERENCZ Jácint – GYULAVÁRI Tamás – HORVÁTH István – HŐS Nikolett – KÁRTYÁS Gábor – KULISITY Mária – KUN Attila – PETROVICS Zoltán: *Munkajog*. Budapest, ELTE Eötvös Kiadó, 2013.

HAJDÚ József – KUN Attila: *Munkajog I*. Budapest, Patrocinium Kiadó, 2012.

HORVÁTH István – SZABÓ Tibor: *Munkajogi navigátor – Az új Munka Törvénykönyve a gyakorlatban*. Kaposvár, Adónet.hu Zrt., 2012.

KÁRTYÁS Gábor – TAKÁCS Gábor: *Az új munka törvénykönyve munkáltatóknak*. Budapest, CompLex Kiadó, 2012.

KOZMA Anna – LŐRINCZ György – PÁL Lajos – PETHŐ Róbert: *A Munka Törvénykönyvének magyarázata*. Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó, 2014.

KLAUSZ Melinda: *Megosztok, tehát vagyok. A közösségi média és az internet szép új világa*. Veszprém, Könyvműhely, 2013.

PRUGBERGER Tamás – NÁDAS György: *Európai és magyar összehasonlító munka- és közszolgálati jog*. Budapest, Wolters Kluwer Kiadó, 2014.

4. Folyóiratok

ARANY TÓTH Mariann: A munkavállalók személyes adatainak védelme az internet munkahelyi használatának ellenőrzésekor. *Infokommunikáció és jog*, 2008/4, p. 170-175.

ARANY TÓTH Mariann: Gondolatok a munkavállalók személyiségi jogainak védelméről a magyar munkajogban. *Jogtudományi Közlöny*, 63. évfolyam, 2008/3. p. 129-139.

Daniel ORNSTEIN: Social Media Usage in the Workplace Around the World – Developing Law and Practices. *Business Law International*, Vol. 13, 2012/2, p. 195-207.

Filiz TABAK – William P. SMITH: Privacy and Electronic Monitoring in the Workplace: A Model of Managerial Cognition and Relational Trust Development. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2005/3. p. 173-189.

Jay P. KESAN: Cyber-working or Cyber-shrinking?: A First Principles Examination of Electronic Privacy in the Workplace. *Florida Law Review*, Vol. 54, 2002. p. 289-332.

JÓNÁS Tünde: Véleménynyilvánítási szabadság a munkaviszonyban. *Pécsi Munkajogi Közlemények*, 3. évfolyam, 2010/2. p. 23-47.

KUN Attila: Közösségi média és munkajog – avagy „online” munkaidőben és azon túl. *Munkaügyi Szemle*, 57. évfolyam, 2013/3. p. 12-19.

NÉMETH Janka: A közösségi média használatára alapozott felmondások – megosztó gyakorlatok. *HR & Munkajog*, 4. évfolyam, 2013/6. p. 13-18.

PÓK László: A közösség hálójában – Közösségi oldalak munkajogi vonatkozásai. *Infokommunikáció és jog*, 2012/1, p. 10-17. [2012b]

PÓK László: Lájkolni szabad? Munkavállalói véleménynyilvánítás az új Munka Törvénykönyve tükrében. *Infokommunikáció és jog*, 2012/4. p. 160-165. [2012a]

RÉPÁ CZKI Rita: A szociális háló jelentősége a toborzás-kiválasztásban. *HR & Munkajog*, 3. évfolyam, 2012-2013/12. p. 39-42.

5. Internetes hivatkozások

NÉMETH Janka: A közösségi média használata munkáltatói szemmel
<http://www.ugyvedvilag.hu/rovatok/szakma/a-kozossegi-media-hasznalata-munkaltatoi-szemmel> [letöltve: 2014. 07. 15.]

<http://www.origo.hu/jog/lakossagi/20110408-munkajog-a-facebook-es-a-twitter-meggondolatlan-hasznalata-az-allasunkba.html> [letöltve: 2014. 07. 20.]

Tariq TAHIR: Facebook likes are behind 1 in 5 divorces. Metro, 2013.

<http://metro.co.uk/2013/04/02/facebook-likes-are-behind-1-in-5-divorces-3567336/> [letöltve: 2014. 07. 12.]

A Kelly Services felmérése

http://kellyservices.hu/HU/KGWI-kozossegi-media-a-munkahelyen-2012/#.VETCGfn_Syo
[letöltve: 2014. 07. 30.]

A My Job Group „Social media in the workplace” c. kutatása

<http://www.myjobgroup.co.uk/socialmediawhitepaper/SocialMediaWhitepaper.pdf> [letöltve: 2014. 07. 30.]

Kapcsándi Dóra: Eltiltották a politikai kommentektől az MTI-dolgozókat

http://hvg.hu/itthon/20120409_mti_kommentek/ [letöltve: 2014. 07. 16]

SOÓS Andrea: Közösségi oldalak veszélyei, Munkáltatói Blog

<http://www.jogiforum.hu/blog/3/19> [letöltve: 2014. 07. 14.]

http://hvg.hu/plazs/20120116_omsz_betegek_facebook/ [letöltve: 2014. 07. 14.]

SZILÁGYI Katalin: Facebook-szabályzat – meddig mehet el a munkáltató?

<http://www.munkajog.hu/rovatok/munkahely/facebook-szabalyzat-meddig-mehet-el-a-munkaltato> [letöltve: 2014. 07. 14.]

http://index.hu/tech/2012/01/04/banktitkot_sertett_egy_magyar_mikroblogger/ [letöltve: 2014. 07. 20.]

<http://www.cvonline.hu/blog/2012/hirek/munkankba-kerulhet-a-blogolas/1377> [letöltve: 2014. 07. 20.]

Video Prank at Domino's Taints Brand

http://www.nytimes.com/2009/04/16/business/media/16dominos.html?_r=0 [letöltve: 2014. 08. 2.]

<https://www.youtube.com/watch?v=xaNuE3DsJHM> [letöltve: 2014. 08. 2.]

Ana Belén MUNOZ RUIZ: Social networking: New challenges in the modern workplace. Labour Law Research Network Inaugural Conference, Pompeu Fabra University, Barcelona, 2013. június 13-15.

http://www.upf.edu/gredtiss/_pdf/2013-LLRNConf_Muxoz.pdf [letöltve: 2014. 07. 20.]

Louise THORNTWHAITE: Chilling Times: Labour Law and the Regulation of Social Media Policies. Labour Law Research Network Inaugural Conference, Pompeu Fabra University, Barcelona, 2013. június 13-15.

http://www.upf.edu/gredtiss/_pdf/2013-LLRNConf_Thorntwhaite.pdf [letöltve: 2014. 07. 20.]

<http://sg.hu/cikkek/99963/resze-a-like-a-velemenynyilvanitas-szabadsaganak> [letöltve: 2014. 08. 20.]

Bland v. Roberts, 4-11cv45 (E.D. Va.; Apr. 24, 2012)

<http://www.scribd.com/doc/91406670/Bland-v-Roberts-4-11cv45-E-D-Va-Apr-24-2012>
[letöltve: 2014. 08. 20.]

<http://sg.hu/cikkek/89343> [letöltve: 2014. 08. 20.]

6. Social Media Guidelines

Abbott – Facebook Terms of Use

<http://www.abbott.com/facebook-terms-of-use.html> [letöltve: 2014. 07. 24.]

adidas Group Social Media Guidelines

<http://blog.adidas-group.com/wp-content/uploads/2011/06/adidas-Group-Social-Media-Guidelines1.pdf> [letöltve: 2014. 07. 24.]

Apple Retail Blogging and Online Social Media Guidelines

<http://modmyi.com/forums/mac-news/790947-apple-retail-blogging-online-social-media-guidelines-leaked.html> [letöltve: 2014. 07. 24.]

Microsoft – Tweeting Guidelines

http://socialmediagovernance.com/downloads/MSFT_Social_Media_Policy.pdf [letöltve: 2014. 07. 24.]

Dell – Social Media Policy

<http://www.dell.com/learn/us/en/uscorp1/corp-comm/social-media-policy?c=us&l=en&s=corp&cs=uscorp1> [letöltve: 2014. 07. 24.]

Tesco – Social Media Colleague Guidelines

https://66e0deeb078685a9224d-18afa556e75fce4044e99f6b2d32dbed.ssl.cf3.rackcdn.com/2014/08/social_media_colleague_guide_160913.pdf [letöltve: 2014. 07. 24.]

The Coca Cola Company – Online Social Media Principles

<http://www.viralblog.com/wp-content/uploads/2010/01/TCCC-Online-Social-Media-Principles-12-2009.pdf> [letöltve: 2014. 07. 24.]

The Vodafone Code of Conduct

http://www.vodafone.com/content/dam/vodafone/about/sustainability/2012/pdf/vodafone_code_of_conduct_2012.pdf [letöltve: 2014. 07. 24.]

The Washington Post – Digital Publishing Guidelines

<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/social-media.html> [letöltve: 2014. 07. 24.]

TNT employee – Social Media Guidelines

<http://www.scribd.com/doc/37511560/TNT-Social-Media-Guidelines> [letöltve: 2014. 07. 24.]