



Retningslinjer for bruk av sosiale medium om bord i fiskefartøy

1. Difor bør ein ha retningslinjer

Bruk av sosiale medium er i utgangspunktet positivt. Tekst og bilde frå arbeidsplassen kan vere med å auke forståinga rundt det arbeidet vi gjer, og korleis livet på sjøen er. For familie, vener og samfunnet elles kan dette vere både nyttig og interessant informasjon. For næringa er det nyttig med tanke på å vedlikehalde og bygge vidare på eit positivt omdømme. Eit godt omdømme er viktig i forhold til marknad og rekruttering.

Sosiale medium kan også vere negativt, og få dramatiske følgjer både for mannskap og selskap. Informasjon kan bli misforstått og i enkelte tilfelle misbrukt. Det som blir publisert på nettet, blir i prinsippet liggande til evig tid. Ein bør difor vere gjennomtenkt i forhold til kva som blir lagt ut og delt i sosiale medium. Lovverket legg også føringar på kva som kan publiserast og ikkje.

I dette dokumentet følgjer nokre generelle råd som arbeidsgivar kan legge til grunn for å utforme egne reglar overfor sine tilsette. Skal retningslinjene ha nokon verdi, må dei vere formulert slik at dei fungerer i praksis om bord på det enkelte fiskefartøy. Det er viktig at dei tilsette forstår bakgrunnen for retningslinjene, og ser konsekvensane av å ikkje følgje dei.

Ta kontakt med administrasjonen i Fiskebåt viss det er tvil om tolking av lovverket.

2. Kort om juridiske avgrensingar

Retten til å ytre seg står svært sterkt i Norge, og det skal difor mykje til å nekte arbeidstakarar å nytte seg av denne retten. Det gjeld også i ein arbeidssituasjon om bord i ein båt. Det er likevel ikkje heilt fritt fram, og lovverket set visse rammer på kva som er lov og ikkje.

Restriksjonar;

Tilsette har lojalitetsplikt overfor arbeidsgivar. Lojalitetsplikta skal hindre at arbeidstakar saboterer drifta, eller på anna måte lagar vanskar for arbeidsgivar. Dette gjeld også ytringar som set arbeidsgivar i eit dårleg lys, og som er med på å undergrave drifta.

Tilsette har plikt til å rette seg etter reglar for tryggleik som gjeld om bord i fartøyet. Ikkje alle arbeidsoperasjonar lar seg kombinere med at ein skal vere aktiv på nettet. I slike tilfelle kan det vere snakk om forbod i samband med enkelte arbeidsoperasjonar fjr. [arbeidsmiljølova §2-3](#).

Fotografering;

Publisering av bilde av personar krev som hovudregel samtykke frå den som er fotografert, jfr. [åndsverkslova § 45c](#).

I enkelte situasjonar kan fotografering krenke privatlivets fred på ein måte som bryt med [straffelova §267](#).



3. Retningslinjer

Her følgjer nokre forslag til retningslinjer. Dette bør tilpassast i kvart enkelt tilfelle.

1. Avklar i kva grad, og evt. for kven bruk av sos.med. er tillat i arbeidstida.
 - a. Fiskebåt ser det som positivt at mannskap brukar sosiale medium, så lenge det ikkje går utover tryggleik, arbeidsoppgåver etc.
 - b. Ved alvorlege hendingar som ulykker, skadar på mannskap eller båt, bør det vere forbod mot å legge ut informasjon på sos.med. før det evt. er avklart med skipper og/eller reiarlag.
2. Hugs at ytringar i sos.med. er å sjå på som ei offentleg ytring. Det som blir lagt ut, skal også kunne trykkast på førstesida til ei avis.
3. Alle er personleg ansvarleg for innhald som ein sjølv legg ut eller deler i sos.med.
4. Ver kritisk til å dele andre sine innlegg, og ver sikker på at det ikkje er svindel eller anna falskt innhald som blir delt.
5. Om bord i eit fiskefarty er ein ikkje privat. Ein er på jobb sjølv om det er frivakt. Tilsette må hugse kvar dei jobbar, og korleis arbeidsgivar ønskjar å framstå.
6. Ikkje publiser bilde av andre personar utan at det er innhenta samtykke til å gjere det.
 - a. Ikkje publiser andre sine bilde, utan at det er avklart med fotografen.
7. Legg aldri ut, eller del noko som kan vere med å svekke omdømmet for deg og/eller arbeidsgivar.
 - a. Ikkje ta interne diskusjonar i sosiale medium, men hald det internt i selskapet.
8. Hugs at internett er permanent, og at det er vanskeleg å få sletta det som er publisert.
9. Skriv **aldri** negativ omtale av andre selskap – konkurrentar, kundar leverandørar etc.

4. Bruk av sosiale medium på selskapsnivå

Fleire bedrifter og reiarlag vel å vere aktive i sosiale medium. I hovudtrekk gjeld dei same prinsippa for selskapet, som for tilsette.

1. Tenk gjennom om og evt. kvifor reiarlaget skal vere til stades i sosiale medium, og vel kvar ein ønskjar å vere.
2. Følg med på det som blir skriva av andre, men ha stor takhøgde for andre sine ytringar.
 - a. Den som er ansvarleg for sida/profilen har også redaktøransvar for det som blir publisert på den.
 - b. Innlegg/kommentarar frå andre skal berre heilt unntaksvis takast bort, og må då bryte med norsk lov (injurierande, rasistiske etc. ytringar), eller på anna måte vere til stor ulempe for selskapet.
 - c. Kommenter alltid sakleg og faktabasert, og ver særleg merksam på dette i tilfelle der det er ytringar som gir eit unyansert bilde av situasjonen.
 - d. Kommenter **aldri** rykte eller spekulasjonar, utover å korrigere med faktainformasjon.
3. Ved alvorlege hendingar (ulykker, forlis etc.) er det forbod for mannskap/tilsette å publisere på sosiale media, viss ikkje anna er avtalt.