

Ohjeet



Ohjeet 8/2020 sosiaalisen median käyttäjiin suunnatusta kohdentamisesta

Versio 2.0

Hyväksytty 13. huhtikuuta 2021

Translations proofread by EDPB Members.
This language version has not yet been proofread.

Aiemmat versiot

Versio 2.0	13. huhtikuuta 2021	Ohjeiden hyväksyminen julkisen kuulemisen jälkeen
Versio 1.0	2. syyskuuta 2020	Ohjeiden hyväksyminen julkista kuulemista varten

SISÄLLYSLUETTELO

Sisällysluettelo	3
1 Johdanto	4
2 Soveltamisala	5
3 Henkilötietojen käsittelyn aiheuttamat riskit käyttäjien oikeuksille ja vapauksille	6
4 Toimijat ja roolit	9
4.1 Käyttäjät	9
4.2 Sosiaalisen median palveluntarjoajat	10
4.3 Kohdentajat	10
4.4 Muut asiaankuuluvat toimijat	11
4.5 Roolit ja vastuut	11
5 Erilaisten kohdentamismekanismien analyysi	13
5.1 Yleiskuvaus	13
5.2 Kohdentaminen luovutettujen tietojen perusteella	15
5.2.1 Tiedot, jotka käyttäjä luovuttaa sosiaalisen median palveluntarjoajalle	15
A. Roolit	15
B. Käsittelyn oikeusperusta	17
5.2.2 Sosiaalisen median käyttäjien kohdentajalle luovuttamat tiedot	20
A. Roolit	20
B. Käsittelyn oikeusperusta	21
5.3 Kohdentaminen havainnoitujen tietojen perusteella	22
5.3.1 Roolit	23
5.3.2 Käsittelyn oikeusperusta	23
5.4 Kohdentaminen pääteltyjen tietojen perusteella	25
5.4.1 Roolit	26
5.4.2 Käsittelyn oikeusperusta	27
6 Läpinäkyvyys ja oikeus saada tutustua tietoihin	28
6.1 Järjestelyn keskeiset osat ja annettavat tiedot (yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 2 kohta)	28
6.2 Oikeus saada tutustua tietoihin (15 artikla)	30
7 Tietosuojaa koskevat vaikutustenarvioinnit	32
8 Erityiset henkilötietoryhmät	33
8.1 Erityisiin henkilötietoryhmiin sisältyvät tiedot	33
8.1.1 Selkeät erityiset henkilötietoryhmät	34

8.1.2	Päätellyt ja yhdistetyt erityiset henkilötietoryhmät.....	35
8.2	Nimenomaisesti julkisiksi saatettuja erityisiä henkilötietoryhmiä koskeva poikkeus (yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan 2 kohta).....	37
9	Yhteinen rekisterinpito ja vastuut	38
9.1	Yhteinen rekisterinpito ja vastuiden määrittäminen (yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artikla).....	38
9.2	Vastuun tasot	40

Euroopan tietosuojaneuvosto, joka

ottaa huomioon luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta 27 päivänä huhtikuuta 2016 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2016/679 70 artiklan 1 kohdan e alakohdan,

ON HYVÄKSYNYT SEURAAVAT OHJEET:

1 JOHDANTO

1. Yksi verkkoympäristön keskeisimmistä kehityskuluista kuluneen vuosikymmenen aikana on ollut sosiaalisen median yleistymisen. Yhä useammat ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa yhteydenpitoon perheensä ja ystäviensä kanssa, ammatilliseen verkostoitumiseen tai suhteiden luomiseen yhteisten kiinnostuksen kohteiden tai aatteiden pohjalta. Näissä ohjeissa sosiaalisella medialla tarkoitetaan verkkopalveluja, joiden avulla voidaan verkostoitua ja luoda käyttäjäyhteisöjä tiedon ja sisällön jakamiseksi.¹ Sosiaalisen median keskeisiin piirteisiin kuuluu mahdollisuus rekisteröityä palveluihin ja luoda tilejä tai profiileja, joiden kautta käyttäjät voivat olla vuorovaikutuksessa keskenään, jakaa omaa tai muiden tuottamaa sisältöä ja luoda yhteyksiä ja verkostoja muiden käyttäjien kanssa.²
2. Monien sosiaalisen median palveluntarjoajien liiketoimintamalliin sisältyy myös kohdentamispalveluja. Kohdentamispalvelut tarjoavat luonnollisille ja oikeushenkilöille (kohdentajille) mahdollisuuden välittää sosiaalisen median käyttäjille erityisiä viestejä kaupallisten, poliittisten tai muiden etujen edistämiseksi.³ Kohdentamiselle ominainen piirre on, että välitettävän viestin koetaan soveltuvan kohdeyleisöön kuuluville henkilölle tai ryhmälle. Perusajatuksena on, että mitä paremmin viesti soveltuu kohdeyleisölle, sitä paremmin se otetaan vastaan (konversio) ja sitä tehokkaampi kohdennettu kampanja on (investoinnin tuotto).

¹ Sosiaalinen media tarjoaa myös muita toimintoja, kuten personointi, sovellusten integrointi, yhteisöliitännäiset, käyttäjien todentaminen, analytiikka ja julkaisu-toiminta. Sosiaalisen median toiminnot voivat olla joko rekisterinpitäjien tarjoamia yksittäisiä toimintoja tai osa laajempaa palveluvalikoimaa.

² Perinteisten sosiaalisen median palvelujen lisäksi sosiaaliseen mediaan kuuluvat myös seuraavat: seuranhakupalvelut, joissa rekisteröidyt käyttäjät voivat etsiä seurustelukumppania, palvelut, joihin rekisteröityneet käyttäjät voivat ladata omia videoita ja joissa videoita voidaan kommentoida ja linkittää toisiin videoihin, sekä tietokonepelit, joita rekisteröityneet käyttäjät voivat pelata yhdessä ja joiden sisällä käyttäjät voivat vaihtaa tietojaan ja kokemuksiaan pelistä ja jakaa onnistumisiaan.

³ Kohdentamisella (engl. *targeting*) tarkoitetaan toiminnan kohdentamista tai suuntaamista tietyille ihmisryhmälle tai toimintaa, jolla pyritään vetoamaan tiettyyn henkilöön tai ryhmään tai vaikuttamaan heihin jollakin tavalla. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/targeting>

3. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnatut kohdentamismekanismit ovat ajan myötä kehittyneet. Organisaatiot pystyvät nyt kohdentamaan viestejä yksittäisille henkilöille monenlaisten kriteerien perusteella. Kohdentamiskriteerit on voitu laatia sellaisten henkilötietojen perusteella, joita käyttäjät ovat itse antaneet tai jakaneet (esim. käyttäjän ilmoittama parisuhdetilanne). Yhä useammin ne kuitenkin perustuvat myös sosiaalisen median palveluntarjoajien tai kolmansien osapuolten havainnoimiin tai päättelemiin henkilötietoihin, joita sosiaalisen median palvelut tai muut toimijat (esim. datanvälittäjät) keräävät (kootusti) kohdennetun mainonnan tueksi. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen ei siis tarkoita pelkästään yksittäisten henkilöiden tai ihmisryhmien eli viestin aiottujen vastaanottajien (kohdeyleisön) valitsemista vaan pikemminkin koko prosessia, jonka toteuttaa joukko sidosryhmiä ja jonka tuloksena välitetään erityisiä viestejä sosiaalisen median käyttäjille.⁴
4. Eri lähteistä peräisin olevan datan yhdistäminen ja analysointi sekä sosiaalisen median palvelujen yhteydessä käsiteltävien henkilötietojen⁵ mahdollinen arkaluonteisuus aiheuttavat riskejä yksilöiden perusoikeuksille ja -vapauksille. Tietosuojaan näkökulmasta monet riskit liittyvät mahdolliseen läpinäkyvyyden ja käyttäjien valvontamahdollisuuden puutteeseen. Kohdennetun viestin välittämiseen johtava henkilötietojen käsittelyprosessi on usein epäselvä kohteena olevien henkilöiden näkökulmasta. Lisäksi siihen voi liittyä henkilötietojen ennalta arvaamatonta tai ei-toivottua käyttöä, mikä herättää kysymyksiä tietosuojaan ja myös muiden perusoikeuksien ja -vapauksien osalta. Kiinnostus sosiaalisen median käyttäjiin suunnattuun kohdentamiseen on viime aikoina lisääntynyt, ja kohdentamisen käyttöä demokraattisen päätöksenteon ja vaaliprosessien yhteydessä valvotaan aiempaa tarkemmin.⁶

2 SOVELTAMISALA

5. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattuun kohdentamiseen voi osallistua useita eri toimijoita, jotka näissä ohjeissa jaetaan neljään ryhmään: sosiaalisen median palveluntarjoajat, sosiaalisen median käyttäjät, kohdentajat ja muut toimijat, jotka voivat osallistua kohdentamisprosessiin. Euroopan unionin tuomioistuimen asioissa Wirtschaftsakademie ja Fashion ID antamissa viimeaikaisissa tuomioissa on korostettu, että eri toimijoiden roolit ja vastuut on määriteltävä oikein.⁷ Molemmat tuomiot osoittavat, että sosiaalisen median palveluntarjoajien ja muiden toimijoiden välinen vuorovaikutus voi johtaa EU:n tietosuojalainsäädännön mukaisiin yhteisiin velvoitteisiin.
6. Näissä ohjeissa annetaan unionin tuomioistuimen oikeuskäytäntö sekä yhteisrekisterinpitäjiä ja vastuuvollisuutta koskevat yleisen tietosuoja-asetuksen säännökset huomioon ottaen ohjeita sosiaalisen median käyttäjiin suunnatusta kohdentamisesta erityisesti kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien vastuiden osalta. Jos vastuu on jaettu, ohjeissa pyritään selventämään

⁴ Välitettävät viestit koostuvat yleensä kuvista ja tekstistä, mutta ne voivat sisältää myös video- ja/tai äänimateriaalia.

⁵ Sosiaalisen median palveluissa käsiteltävät henkilötiedot voivat olla yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklassa tarkoitettuja erityisiin henkilötietoryhmiin sisältyviä tietoja, ne voivat koskea haavoittuvassa asemassa olevia henkilöitä, tai ne voivat muutoin olla luonteeltaan erittäin henkilökohtaisia. Ks. myös tietosuojatyöryhmän ohjeet tietosuojaan koskevasta vaikutustenarvioinnista ja keinoista selvittää ”liittyykö käsittelyyn todennäköisesti” asetuksessa (EU) 2016/679 tarkoitettu ”korkea riski”, WP248 rev.01, s. 9.

⁶ Ks. esim. https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/201902_edpb_statementonelections_fi.pdf; <https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/07/findings-recommendations-and-actions-from-ico-investigation-into-data-analytics-in-political-campaigns/>; <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0638>; <https://www.personuvernd.is/information-in-english/greinar/nr/2880>

⁷ Unionin tuomioistuimen tuomio 5.6.2018, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388; unionin tuomioistuimen tuomio 29.7.2019, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629.

käytännön esimerkein, miten vastuut kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien välillä voisivat jakautua.⁸

7. Näiden ohjeiden päätarkoituksena on selkiyttää sosiaalisen median palveluntarjoajien ja kohdentajien rooleja ja vastuita. Tätä varten ohjeissa myös kuvataan yksilöiden oikeuksiin ja vapauksiin kohdistuvia mahdollisia riskejä (kohta 3) ja tärkeimmät toimijat ja niiden roolit (kohta 4) sekä käsitellään keskeisten tietosuojavaatimusten (kuten lainmukaisuuden ja läpinäkyvyyden sekä tietosuoja koskevan vaikutustenarvioinnin) soveltamista ja sosiaalisen median palveluntarjoajien ja kohdentajien välisten järjestelyjen keskeisiä seikkoja.
8. Ohjeiden soveltamisala kattaa sosiaalisen verkoston rekisteröityneiden käyttäjien, palveluntarjoajien ja kohdentajien väliset suhteet. Ohjeissa ei analysoida perusteellisesti esimerkiksi tilanteita, joissa yksityishenkilö ei ole sosiaalisen median palvelujen rekisteröitynyt käyttäjä.

3 HENKILÖTIETOJEN KÄSITTELYN AIHEUTTAMAT RISKIT KÄYTTÄJIEN OIKEUKSILLE JA VAPAUKSILLE

9. Yleisessä tietosuoja-asetuksessa korostetaan, että on tärkeää arvioida asianmukaisesti henkilötietojen käsittelystä yksilöiden oikeuksille ja vapauksille aiheutuvat riskit sekä lieventää niitä.⁹ Sosiaalisen median käyttäjiin suunnatussa kohdentamisessa käytettäviin mekanismeihin ja kohdentamisen mahdollistaviin käsittelytoimiin voi liittyä merkittäviä riskejä. Näissä ohjeissa ei pyritä esittämään tyhjentävää luetteloa yksilöiden oikeuksiin ja vapauksiin mahdollisesti kohdistuvista riskeistä. Tietosuojaneuvosto katsoo kuitenkin, että on tärkeää tuoda esiin tietyn tyyppiset riskit ja antaa esimerkkejä siitä, miten ne voivat ilmetä.
10. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen voi edellyttää henkilötietojen käyttöä tavalla, joka poikkeaa yksilöiden kohtuullisista odotuksista ja rikkoo siten sovellettavia tietosuojaperiaatteita ja -sääntöjä. Esimerkiksi silloin, kun sosiaalisen median palvelussa yhdistetään kolmansilta osapuolilta peräisin olevia henkilötietoja palvelun käyttäjien luovuttamiin tietoihin, tämä voi johtaa siihen, että henkilötietoja käytetään muuhun kuin alkuperäiseen tarkoitukseen ja tavalla, jota käyttäjä ei kohtuudella ole voinut ennakoita. Kohdentamiseen liittyviin profiloitimiin voi sisältyä sellaisten kiinnostuksen kohteiden tai muiden ominaisuuksien päättelyä, joita käyttäjä ei ole itse tuonut esiin. Tällainen toiminta voi heikentää käyttäjien kykyä valvoa henkilötietojensa käyttöä.¹⁰ Lisäksi

⁸ Mitä tulee vastuun jakautumiseen muissa yhteyksissä, nämä ohjeet eivät rajoita tietosuojaneuvoston 2. syyskuuta 2020 hyväksymien yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisia rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteitä koskevien ohjeiden 7/2020 soveltamista.

⁹ Yleisen tietosuoja-asetuksen 24 artiklan mukaan rekisterinpitäjän on toteutettava tarvittavat tekniset ja organisatoriset toimenpiteet, joilla voidaan varmistaa ja osoittaa, että käsittelystä noudatetaan yleistä tietosuoja-asetusta ottaen huomioon käsittelyn luonne, laajuus, asiayhteys ja tarkoitukset sekä luonnollisten henkilöiden oikeuksiin ja vapauksiin kohdistuvat, todennäköisyydeltään ja vakavuudeltaan vaihtelevat riskit. Ks. myös tietosuojatyöryhmän ohjeet tietosuoja koskevasta vaikutustenarvioinnista ja keinoista selvittää ”liittykö käsittelyyn todennäköisesti” asetuksessa (EU) 2016/679 tarkoitettu ”korkea riski”, WP248 rev.01, 4. lokakuuta 2017.

¹⁰ Ks. myös manipulointia verkossa koskeva Euroopan tietosuojavaltuutetun lausunto 3/2018 ”EDPS Opinion on online manipulation and personal data”, 19. maaliskuuta 2018, s. 15 (”*Algoritmien avulla kerättyjen profiilitietojen käyttämiseen muihin tarkoituksiin liittyy huoli siitä, että tiedon alkuperäinen käyttöyhteys menetetään. Tietojen käyttötarkoituksen muuttaminen vaikuttaa todennäköisesti henkilön tietoja koskevaan itsemääräämisoikeuteen ja vähentää entisestään rekisteröityjen mahdollisuuksia valvoa tietojansa, mikä puolestaan vaikuttaa luottamukseen digitaalisiin ympäristöihin ja palveluihin.*”).

läpinäkyvyyden puute eri toimijoiden rooleista ja käytetyistä käsittelytoimista voi heikentää, vaikeuttaa tai haitata rekisteröidyn oikeuksien käyttöä.

11. Toinen riskityyppi koskee syrjinnän ja syrjäytymisen mahdollisuutta. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattuun kohdentamiseen voi liittyä kriteerejä, joilla on suoraan tai välillisesti henkilön rotuun tai etniseen alkuperään, terveydentilaan, sukupuoliseen suuntautumiseen tai muihin suojeltuihin ominaisuuksiin liittyviä syrjiviä vaikutuksia. Tällaisten kriteerien käyttö esimerkiksi työpaikkailmoituksissa tai asumiseen tai luottoihin (asunto- tai muut lainat) liittyvässä mainonnassa voi heikentää tarjolla olevien mahdollisuuksien näkyvyyttä tiettyihin ryhmiin kuuluvien henkilöiden tapauksessa. Mahdollista syrjintää voi liittyä siihen, miten mainostajat hyödyntävät suuria henkilötietomääriä ja erilaisia henkilötietoja (esim. demografiset tiedot ja käyttäytymistä ja kiinnostuksen kohteita koskevat tiedot), joita sosiaalisen median palveluntarjoajat keräävät käyttäjistään.¹¹ Viimeaikaiset tutkimukset viittaavat siihen, että syrjiviä vaikutuksia on olemassa myös, vaikkei kohdentamisessa käytettäisi suoraan yleisen tietosuojasetuksen 9 artiklassa tarkoitettuihin erityisiin henkilötietoryhmiin liittyviä kriteerejä.¹²
12. Toinen riskikategoria liittyy mahdolliseen käyttäjien manipulointiin. Kohdentamismekanismeilla pyritään lähtökohtaisesti vaikuttamaan yksilöiden käyttäytymiseen ja valintoihin, olipa kyse sitten kuluttajien ostopäätöksistä tai yhteiskunnalliseen toimintaan osallistuvien yksilöiden poliittisista päätöksistä.¹³ Tietty kohdentamistavat voivat kuitenkin heikentää yksilön itsemääräämisoikeutta ja vapautta (esimerkiksi kun lähetetään yksilöllisiä viestejä, joilla pyritään vetoamaan tiettyihin haavoittuvuuksiin, henkilökohtaisiin arvoihin tai huolenaiheisiin tai jopa vahvistamaan niitä). Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa jaetun sisällön (kuten tiettyjen avainsanojen käytön) analysointi voi paljastaa tietoa käyttäjän emotionaalisesta tilasta. Tällaisia tietoja voitaisiin käyttää erityisten viestien kohdentamiseen tietyille käyttäjälle sellaisina hetkinä, jolloin hänen odotetaan suhtautuvan viestiin vastaanottavaisemmin, ja siten piilovaikuttamaan hänen ajatusprosessiinsa, tunteisiinsa ja käyttäytymiseensä.¹⁴
13. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnatuilla kohdentamismekanismeilla voidaan myös pyrkiä epäasianmukaisesti vaikuttamaan yksilöihin poliittisessa keskustelussa tai demokraattisissa vaaliprosesseissa.¹⁵ Perinteisellä, verkon ulkopuolella tapahtuvalla poliittisella kampanjoinnilla pyritään vaikuttamaan äänestäjien käyttäytymiseen viestein, jotka ovat yleisesti saatavilla (todennettavissa), mutta verkossa käytettävät kohdentamismekanismit tarjoavat poliittisille puolueille ja kampanjoille mahdollisuuden kohdentaa yksittäisille äänestäjille räätälöityjä viestejä kohdeyleisön erityistarpeiden, kiinnostuksen kohteiden ja arvojen pohjalta.¹⁶ Näin kohdennetut viestit voivat sisältää jopa disinformaatiota tai ahdistavaa sisältöä, jolla saadaan todennäköisemmin aikaan haluttuja tunteita ja reaktioita. Jos tällaisia kärjistäviä tai totuudenvastaisia (disinformaatiota sisältäviä) viestejä

¹¹ T. Speicher ym., Potential for Discrimination in Online Targeted Advertising, Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency, *Proceedings of Machine Learning Research* PMLR 81:5-19, 2018, <http://proceedings.mlr.press/v81/speicher18a.html>

¹² Ks. edellinen alaviite.

¹³ Euroopan tietosuojavaltuutetun lausunto 3/2018, s. 18.

¹⁴ Ks. "Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks", Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory ja Jeffrey T. Hancock, PNAS 17. kesäkuuta 2014, 111 (24) 8788-8790; julkaistu ensimmäisen kerran 2. kesäkuuta 2014 osoitteessa <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>. Saatavilla osoitteessa <https://www.pnas.org/content/111/24/8788>, Adam D. I. Kramer Core Data Science Team, Facebook, Inc., Menlo Park, CA 94025.

¹⁵ Ks. myös tietosuojaneuvoston lausunto 2/2019 henkilötietojen käytöstä poliittisissa kampanjoissa, 13. maaliskuuta 2019, s. 1.

¹⁶ Information Commissioner's Office (ICO), *Democracy disrupted? Personal information and political influence*, 10. heinäkuuta 2018, s. 14.

kohdennetaan tietyille henkilöille esittämättä lainkaan tai juurikaan taustatietoa tai muita näkökulmia, kohdentamismekanismien käyttö voi heikentää demokraattista vaaliprosessia.¹⁷

14. Vastaavasti algoritmien käyttö sen määrittämisessä, mitä tietoa henkilöille esitetään, voi vaikuttaa haitallisesti todennäköisyyteen saada monipuolista tietoa tietystä aiheesta. Tällä voi puolestaan olla kielteisiä vaikutuksia julkisen keskustelun moniarvoisuuteen ja tiedonsaantiin.¹⁸ Kohdentamismekanismeilla voidaan lisätä tiettyjen viestien ja samalla rajoittaa muiden viestien näkyvyyttä. Tähän saattaa liittyä kahdenlaisia haittavaikutuksia. Yhtäältä on olemassa riski ”kuplautumisesta”, jolloin ihmisille esitetään enemmän samankaltaista tietoa ja he kohtaavat vähemmän poikkeavia mielipiteitä, mikä puolestaan johtaa poliittiseen ja ideologiseen kahtiajakautumiseen.¹⁹ Toisaalta kohdentamismekanismit voivat myös aiheuttaa ”tietoähkyä”, jolloin yksittäinen henkilö ei kykene tekemään tietoon perustuvaa päätöstä, koska hänellä on asiasta liikaa tietoa eikä hän osaa määrittää, mitkä tiedot ovat luotettavia.
15. Sosiaalisen median palveluntarjoajien suorittama henkilötietojen keruu ei välttämättä rajoitu vain käyttäjien toimintaan asianomaisessa sosiaalisen median palvelussa. Viestien kohdentaminen sosiaalisen median käyttäjille heidän selauskäyttäytymisensä tai asianomaisen palvelun ulkopuolisen toimintansa perusteella voi antaa käyttäjille tunteen siitä, että heidän käyttäytymistään seurataan järjestelmällisesti. Tällä voi olla tukahduttava vaikutus mielipiteenilmaisuun, ja se voi myös rajoittaa tiedonsaantia.²⁰ Tällaiset vaikutukset voivat voimistua, jos kohdentaminen perustuu myös sosiaalisen median käyttäjien jakaman sisällön analysointiin. Jos yksityisiä viestejä, julkaisuja tai kommentteja analysoidaan kaupallisia tai poliittisia tarkoituksia varten, tämä voi johtaa myös itsesensuuriin.
16. Kohdentamisen mahdolliset kielteiset vaikutukset voivat olla huomattavasti suuremmat, kun on kyse haavoittuvassa asemassa olevista ihmisryhmistä, kuten lapsista. Kohdentaminen voi vaikuttaa lasten henkilökohtaisten mieltymysten ja kiinnostuksen kohteiden muotoutumiseen ja siten myös lasten itsemääräämisoikeuteen ja oikeuteen henkilökohtaiseen kehitykseen. Yleisen tietosuoja-asetuksen johdanto-osan 38 kappaleessa todetaan, että erityistä suojaa olisi sovellettava etenkin lasten henkilötietojen käyttämiseen markkinointitarkoituksiin tai henkilö- tai käyttäjäprofiilien luomiseen ja lapsia koskevien henkilötietojen keräämiseen, kun käytetään suoraan lapsille tarjottuja palveluja.²¹
17. Sosiaalisen median käyttö on yleistä EU:ssa: 54 prosenttia 16–74-vuotiaista osallistui sosiaalisiin verkostoihin vuonna 2019. Lisäksi osallistumisaste on kasvanut tasaisesti vuosien mittaan.²² Tietosuojan neuvosto toteaa, että sosiaalisen median markkinoiden keskittymisen sekä kohdentamisen lisääntyminen voi myös lisätä useiden ihmisten oikeuksiin ja vapauksiin kohdistuvia riskejä. Jotkin sosiaalisen median palveluntarjoajat saattavat esimerkiksi koota enemmän ja monipuolisempia henkilötietoja joko itse tai yhdessä muiden yritysten kanssa. Tämä puolestaan voi lisätä niiden kykyä tarjota kehittyneempiä kohdennettuja kampanjoita. Tällä on merkitystä sekä tietosuojan kannalta

¹⁷ Komission ohjeet unionin tietosuojalainsäädännön soveltamisesta vaalien yhteydessä – Euroopan komission panos Salzburgissa 19. ja 20. syyskuuta 2018 pidettyyn johtajien kokoukseen. Ks. myös L.M. Neudert ja N.M. Marchal, Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication, Euroopan parlamentin tutkimuspalvelu, 2019, s. 22–24.

¹⁸ Ks. myös 3. toukokuuta 2018 annettu Euroopan parlamentin päätöslauselma tiedotusvälineiden moniarvoisuudesta ja vapaudesta Euroopan unionissa.

¹⁹ Euroopan tietosuojavaltuutetun lausunto 3/2018, s. 7.

²⁰ Euroopan tietosuojavaltuutetun lausunto 3/2018, s. 9, ja tiedotusvälineiden moniarvoisuutta ja tiedotusvälineiden omistuksen läpinäkyvyyttä käsittelevä asiantuntijaryhmän (MSI-MED) tutkimus internetin käytöstä vaalikampanjoissa (*Internet and Electoral Campaigns, Study on the use of internet in electoral campaigns*, Euroopan neuvoston selvitys DGI(2017)11, huhtikuuta 2018, s. 19–21).

²¹ Ks. myös tietosuojatyöryhmän suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista asetuksen (EU) 2016/679 täytäntöön panemiseksi, 6. helmikuuta 2018, WP251 rev.01, s. 29.

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/edn-20200630-2>

(käyttäjien tarkempi profilointi) että kilpailuoikeuden näkökulmasta (palveluntarjoajan tarjoamat ainutlaatuiset tiedot voivat tehdä siitä *”välttämättömän kauppakumppanin”* verkossa toimiville markkinoijille). Markkinoiden ja informaation keskittyminen puolestaan, kuten tietosuojaneuvosto on todennut, *”voi uhata digitaalisten palveluiden kuluttajien tietosuojan tasoa ja vapautta”*.²³

18. Edellä kuvattujen riskien todennäköisyys ja vakavuus riippuu muun muassa kohdentamismekanismin luonteesta sekä siitä, miten ja mihin tarkoitukseen sitä käytetään. Seikkoja, jotka voivat vaikuttaa riskien todennäköisyyteen ja vakavuuteen sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen yhteydessä, käsitellään tarkemmin kohdassa 7.

4 TOIMIJA JA ROOLIT

4.1 Käyttäjät

19. Ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa erilaisissa rooleissa ja eri tarkoituksiin (esim. pitääkseen yhteyttä ystäviinsä, vaihtaakseen tietoja yhteisistä kiinnostuksen kohteista tai töiden etsimiseen). Termillä 'käyttäjä' viitataan yleensä palveluun rekisteröityneisiin henkilöihin (eli henkilöihin, joilla on palvelussa tili tai profiili). Yksityishenkilöt voivat kuitenkin käyttää monia sosiaalisen median palveluja rekisteröitymättä (eli luomatta tiliä tai profiilia).²⁴ Tällaiset henkilöt eivät yleensä pysty hyödyntämään kaikkia samoja ominaisuuksia tai palveluja, joita tarjotaan sosiaalisen median palveluun rekisteröityneille käyttäjille. Sekä rekisteröityneitä käyttäjiä että henkilöitä, jotka eivät ole rekisteröityneet sosiaalisen median palveluun, voidaan pitää tietosuoja-asetuksen 4 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuina rekisteröityinä, jos he ovat suoraan tai epäsuorasti tunnistettuja tai tunnistettavissa olevia luonnollisia henkilöitä.²⁵
20. Se, edellytetäänkö yksityishenkilöiden rekisteröityvän todellisella nimellään vai voivatko he käyttää lempinimeä tai salanimeä, voi vaihdella sosiaalisen median palvelun mukaan. Vaikkei todellisen nimen käyttöä edellytettäisi, yleensä on kuitenkin mahdollista kohdentaa viestejä yksittäiselle käyttäjälle (tai muutoin erottaa käyttäjä muista käyttäjistä), sillä useimmat kohdentamistekniikat eivät perustu käyttäjän nimeen vaan muuntyyppisiin henkilötietoihin, kuten kiinnostuksen kohteisiin, sosiografisiin tietoihin, käyttäytymiseen tai muihin tunnisteesiin. Sosiaalisen median palveluntarjoajat usein kannustavat käyttäjiä paljastamaan todellisia tietojaan, kuten puhelinnumeron.²⁶ Lisäksi on hyvä muistaa, että sosiaalisen median palveluntarjoajat voivat mahdollistaa viestien kohdentamisen myös henkilöille, joilla ei ole tiliä kyseisessä sosiaalisen median palvelussa.²⁷

²³ Tietosuojaneuvoston lausunto taloudellisen keskittymisen tietosuojavaikutuksista, saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_fi.pdf

²⁴ Henkilö- ja profiloititietoihin, joita sosiaalisen median palveluntarjoajat ylläpitävät sellaisten henkilöiden osalta, jotka eivät ole rekisteröityneet sosiaalisen median palveluun, viitataan toisinaan myös termillä 'varjoprofiili'.

²⁵ Ks. myös johdanto-osan 26 kappale (*”henkilön erottaminen muista”*). Ks. myös tietosuojatyöryhmän lausunto 4/2007 henkilötietojen käsitteestä, 20. kesäkuuta 2007, WP 136, s. 12 ja sitä seuraavat sivut.

²⁶ Joissakin tapauksissa sosiaalisen median palveluntarjoajat pyytävät lisätodisteita toimitettujen tietojen todentamiseksi. Ne voivat esimerkiksi pyytää käyttäjiä lataamaan palveluun henkilötodistuksensa tai vastaavan dokumentin.

²⁷ Tällainen kohdentaminen voi olla mahdollista käytettyjen laitteiden, sovellusten, työkalujen ja protokollien ja esimerkiksi IP-osoitteiden, evästeiden tai muiden tunnisteen perusteella. Näin käyttäjästä voi jäädä jälkiä, joita voidaan hyödyntää luonnollisten henkilöiden profilointiin ja tunnistamiseen etenkin, kun niitä yhdistetään yksilöllisiin tunnisteesiin ja muihin palvelimen vastaanottamiin tietoihin. Ks. myös yleisen tietosuoja-asetuksen johdanto-osan 30 kappale. Tällaisen tunnistamisen perusteella kohdennettuja mainoksia voidaan esittää verkkosivustoilla, joilla henkilö vierailee.

4.2 Sosiaalisen median palveluntarjoajat

21. Sosiaalisen median palveluntarjoajat tarjoavat verkkopalvelun, joka mahdollistaa verkostojen ja käyttäjäyhteisöjen luomisen ja siten tiedon ja sisällön jakamisen käyttäjien kesken. Sosiaalisen median palveluja käytetään yleensä verkkoselaimen tai erityisen sovelluksen kautta. Usein käyttäjää pyydetään kuitenkin ensin toimittamaan henkilötietoja tilin tai profiilin luomiseksi. Palveluntarjoajat tarjoavat käyttäjille usein myös mahdollisuuden ”hallita” tiliään eli tutustua tilin käytön yhteydessä käsiteltäviin henkilötietoihin ja valvoa niitä.
22. Sosiaalisen median palveluntarjoaja määrittää palvelun toiminnot. Tähän kuuluu myös sen määrittäminen, millaisia tietoja käsitellään, mitä tarkoitusta varten, minkä ehtojen mukaisesti ja miten henkilötietoja käsitellään. Tämä mahdollistaa sosiaalisen median palvelun tarjoamisen mutta todennäköisesti myös sellaisten palvelujen (esim. kohdentamispalvelujen) tarjoamisen, jotka voivat hyödyttää sosiaalisen median palvelussa tai sen yhteydessä toimivia liikekumppaneita.
23. Sosiaalisen median palveluntarjoajalla on mahdollisuus kerätä suuria määriä tietoa palvelun käyttäjien ja palveluun rekisteröitymättömien henkilöiden käyttäytymisestä ja vuorovaikutuksesta. Näin se saa haltuunsa runsaasti tietoa käyttäjien sosiodemografisista ominaispiirteistä, kiinnostuksen kohteista ja mieltymyksistä. On tärkeää huomata, että käyttäjän toimintaa koskeviin tietoihin sisältyy usein myös pääteltyjä tai johdettuja henkilötietoja. Esimerkiksi silloin, kun käyttäjä käyttää tiettyä sisältöä (esim. tykkää julkaisusta sosiaalisessa mediassa tai katselee videosisältöä), sosiaalisen median palveluntarjoaja voi tallentaa tämän toiminnan ja päätellä sen perusteella, että kyseinen käyttäjä on pitänyt käyttämästään sisällöstä.
24. Sosiaalisen median palveluntarjoajat keräävät yhä enemmän dataa paitsi itse palvelussa tapahtuvasta toiminnasta myös sen ulkopuolisista toimista yhdistämällä tietoja useista eri lähteistä sekä verkossa että sen ulkopuolella, jotta käyttäjistä saadaan lisää tietoa. Tiedot voidaan yhdistää henkilötietoihin, joita henkilöt itse luovuttavat sosiaalisen median palveluntarjoajalle (esim. käyttäjätunnus, sähköpostiosoite, sijainti ja puhelinnumero), palvelun kullekin käyttäjälle määrittämien tietojen (kuten yksilöllisten tunnisteiden) lisäksi.

4.3 Kohdentajat

25. Näissä ohjeissa termillä ’kohdentaja’ tarkoitetaan luonnollisia henkilöitä tai oikeushenkilöitä, jotka käyttävät sosiaalisen median palveluja suunnatakseen erityisiä viestejä tietyille sosiaalisen median käyttäjäryhmille tiettyjen parametrien tai kriteerien perusteella.²⁸ Kohdentajat eroavat sosiaalisen median muista käyttäjistä siinä, että he/ne valitsevat viestinsä ja/tai kohdeyleisönsä asianomaisten henkilöiden oletettujen ominaispiirteiden, kiinnostuksen kohteiden tai mieltymysten perusteella. Tätä käytäntöä kutsutaan joskus myös mikrokohdennukseksi.²⁹ Kohdentamisen tavoitteena voi olla kaupallisten, poliittisten tai muiden etujen edistäminen. Tyypillisiä esimerkkejä ovat brändit, jotka käyttävät sosiaalista mediaa tuotteidensa mainostamiseen ja brändin tunnettuuden lisäämiseen. Poliittiset puolueet hyödyntävät yhä enemmän sosiaalista mediaa osana kampanjointistrategiaansa. Myös hyväntekeväisyysjärjestöt ja muut voittoa tavoittelemattomat organisaatiot käyttävät sosiaalista mediaa viestien kohdentamiseen mahdollisille lahjoittajille ja yhteisöjen luomiseen.
26. On tärkeää huomata, että viestejä voidaan kohdentaa sosiaalisen median käyttäjille eri tavoin. Esimerkiksi personoitujen mainosten näyttäminen (esim. verkkosivuston yläreunassa tai laidassa

²⁸ Luonnollisen henkilön suorittama henkilötietojen käsittely yksinomaan henkilökohtaisessa tai kotitalouttaan koskevassa toiminnassa ei kuulu yleisen tietosuojasetuksen aineellisen soveltamisalan piiriin (2 artiklan 2 kohdan c alakohta).

²⁹ Pelkkää tietojen jakamista suurelle yleisölle tarkoitettuna sosiaalisen median sivulla (esim. tiedot aukioloajoista) ilman, että kohdeyleisö valitaan etukäteen, ei pidetä näissä ohjeissa tarkoitettuna kohdentamisena.

sijaitsevan mainospalkin kautta) ei välttämättä ole kohdentamista. Kohdentaminen tulee kyseeseen silloin, kun tällaisia mainoksia esiintyy sosiaalisen median palvelussa käyttäjän ”syötteessä”, ”aikajanalla” tai ”tarinoissa” palvelun käyttäjän tuottaman sisällön rinnalla. Kohdentamiseen voi myös liittyä sisällön luomista sosiaalisen median palveluntarjoajan ylläpitämällä alustalla (esim. erityisellä sivulla tai muualla sosiaalisessa mediassa) tai alustan ulkopuolella (esim. kolmannen osapuolen verkkosivustolla). Kohdentajilla voi olla myös omia verkkosivustoja ja sovelluksia, joihin ne voivat integroida erityisiä sosiaalisen median yritystyökaluja tai toimintoja (esim. yhteisöliitännäiset tai kirjautuminen yhteisötunnuksilla). Ne voivat myös hyödyntää sosiaalisen median palveluntarjoajien tarjoamia sovellusrajapintoja ja ohjelmistokehityspaketteja.

4.4 Muut asiaankuuluvat toimijat

27. Kohdentajat voivat käyttää sosiaalisen median palveluntarjoajien tarjoamia kohdentamismekanismeja joko suoraan tai välillisesti muiden toimijoiden kautta. Tällaisia toimijoita ovat muun muassa markkinointipalvelujen tarjoajat, mainosverkostot, mainospörssit, kysyntä- ja tarjontapuolen alustat, tiedonhallintapalvelujen tarjoajat ja data-analytiikkayritykset. Nämä toimijat ovat osa monimutkaista ja kehittyvää verkkomainonnan ekosysteemiä (josta käytetään myös toisinaan termiä ’adtech’), joka kerää ja käsittelee yksityishenkilöitä (myös sosiaalisen median käyttäjiä) koskevia tietoja esimerkiksi seuraamalla heidän toimintaansa verkkosivustoilla ja sovelluksissa.³⁰
28. Datavälittäjillä ja tiedonhallintapalvelujen tarjoajilla on myös tärkeä rooli sosiaalisen median käyttäjiin suunnatussa kohdentamisessa. Ne eroavat muista adtech-yrityksistä siinä, että ne käsittelevät seurantatekniikoiden avulla kerätyn datan lisäksi myös muista lähteistä kerättyjä tietoja, joihin voi sisältyä sekä verkko- että muita lähteitä. Toisin sanoen datavälittäjät ja tiedonhallintapalvelujen tarjoajat kokoavat useista eri lähteistä kerättyjä tietoja, joita ne voivat sitten myydä muille kohdentamisprosessiin osallistuville sidosryhmille.³¹
29. Vaikka myös muilla edellä mainituilla toimijoilla voi olla tärkeä rooli sosiaalisen median käyttäjiin suunnatussa kohdentamisessa, näissä ohjeissa keskitytään sosiaalisen median palveluntarjoajien sekä kohdentajien roolien ja tietosuojavelvoitteiden jakautumiseen. Vastaavia näkökohtia voidaan kuitenkin soveltaa myös muihin verkkomainontaekosysteemin toimijoihin riippuen kunkin toimijan roolista kohdentamisprosessissa.

4.5 Roolit ja vastuut

30. Sosiaalisen median palveluntarjoajien ja kohdentajien roolien ja vastuiden selventämiseksi on tärkeää ottaa huomioon asiaa koskeva Euroopan unionin tuomioistuimen oikeuskäytäntö. Tuomiot asioissa *Wirtschaftsakademie* (C-210/16), *Jehovan todistajat* (C-25/17) ja *Fashion ID* (C-40/17) ovat erityisen merkityksellisiä tässä yhteydessä.
31. Analyysin lähtökohtana on rekisterinpitäjän oikeudellinen määritelmä. Yleisen tietosuoja-asetuksen 4 artiklan 7 kohdan mukaan ’rekisterinpitäjällä’ tarkoitetaan ”*luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä [...], joka yksin tai yhdessä toisten kanssa määrittelee henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja keinot*”.
32. Asiassa *Wirtschaftsakademie* unionin tuomioistuin päätti, että Facebookissa olevan ns. fanisivun hallinnoijan on katsottava osallistuvan henkilötietojen käsittelyn tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen. Unionin tuomioistuimelle esitettyjen tietojen mukaan fanisivun perustamisen

³⁰ Eri toimijoita on kuvattu tarkemmin käyttötottumuksia seuraavasta internetmainonnasta annetussa tietosuojatyöryhmän lausunnossa 2/2010, s. 5. Lausunto on luettavissa osoitteessa https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_fi.pdf

³¹ Ks. Consumer Policy Research Centre, ”A day in the life of data”, saatavilla osoitteessa <http://cprc.org.au/publication/research-report-a-day-in-the-life-of-data/>

yhteydessä hallinnoija *valitsee parametrin*, jotka vaikuttavat henkilötietojen käsittelyyn kyseisellä fanisivulla vierailujen pohjalta laadittavien *tilastojen laatimisessa*.³² Kyseinen hallinnoija voi Facebookin sen käyttöön asettamien suodattimien avulla määritellä kriteerit, joiden mukaan mainitut tilastot on laadittava, ja jopa määritellä henkilöryhmät, joiden henkilötietoja Facebook tulee käyttämään:

”Erityisesti fanisivun hallinnoija voi pyytää – ja siis pyytää, että kyseisiä tietoja käsitellään – kohdeyleisöön koskevia väestötieteellisiä tietoja erityisesti ikää, sukupuolta, parisuhdetta ja ammattia koskevista suuntauksista, tietoja kohdeyleisön elämäntyylistä ja kiinnostuksenkohteista, tietoja sivullaan kävijöiden ostoksista ja erityisesti verkko-ostokäyttäytymisestä, tätä yleisöä eniten kiinnostavista tuote- ja palveluluokista sekä maantieteellisiä tietoja, joiden avulla fanisivun hallinnoija pystyy tietämään, missä sen kannattaa toteuttaa mainoskampanjoita ja järjestää tapahtumia, ja yleisemmin paremmin kohdistamaan tiedottamistaan.”

33. Koska parametrien määrittely riippuu muun muassa hallinnoijan kohdeyleisöstä sekä *”toiminnan hallinnoinnin ja edistämisen tavoitteista”*, myös hallinnoija osallistuu henkilötietojen käsittelyn tarkoitusten määrittämiseen.³³ Hallinnoija luokiteltiin näin ollen rekisterinpitäjäksi, joka vastaa sivulla kävijöiden henkilötietojen käsittelystä yhdessä sosiaalisen median palveluntarjoajan kanssa.
34. Kuten näiden ohjeiden kohdassa 9 kuvataan, rekisterinpitäjät voivat osallistua henkilötietojen käsittelyn eri vaiheisiin vaihtelevassa määrin. Tällaisessa tilanteessa kunkin rekisterinpitäjän vastuun taso on arvioitava kyseisen tapauksen kaikkien merkityksellisten olosuhteiden perusteella:

”[Y]hteinen vastuu [ei] välttämättä merkitse henkilötietojen käsittelyyn osallistuvien eri toimijoiden samanlaista vastuuta. Kyseiset toimijat voivat päinvastoin osallistua henkilötietojen käsittelyyn eri vaiheissa ja eriasteisesti, joten kunkin niistä vastuun taso on arvioitava ottaen huomioon kaikki kyseisessä tapauksessa merkitykselliset olosuhteet.”³⁴

35. Todetessaan, että sivun hallinnoija toimii rekisterinpitäjänä yhdessä Facebookin kanssa, unionin tuomioistuimien totesi myös, että käsiteltävässä asiassa Facebookin on katsottava *pääasiallisesti* määrittävän Facebookin käyttäjien ja Facebookissa olevilla fanisivuilla käyneiden henkilöiden henkilötietojen käsittelyn tarkoituksen ja keinot.³⁵
36. Asiassa Fashion ID unionin tuomioistuimien päätti, että verkkosivuston ylläpitäjän voidaan katsoa olevan rekisterinpitäjä, jos se sisällyttää verkkosivustolleen Facebookin yhteisöliitännäisen, jolla kyseisellä sivustolla kävijän selain välittää kävijän henkilötietoja Facebookiin.³⁶ Verkkosivuston ylläpitäjän luokitteleminen rekisterinpitäjäksi on kuitenkin rajattu toimintoon tai toimintojen kokonaisuuteen, jonka osalta tämä ylläpitäjä määrittelee tosiasiasissa käsittelyn tarkoituksen ja keinot. Tässä nimenomaisessa tapauksessa unionin tuomioistuimien katsoi, että verkkosivuston ylläpitäjä pystyy vain yhdessä Facebookin kanssa määrittämään sivustolla kävijöiden henkilötietojen keräämisen ja luovuttamisen tarkoituksen ja keinot. Näin ollen Euroopan unionin tuomioistuimien katsoi, että verkkosivustolle liitetyn yhteisöliitännäisen osalta verkkosivuston ylläpitäjän vastuu on

³² Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 36 kohta.

³³ Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 39 kohta.

³⁴ Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 43 kohta; unionin tuomioistuimen tuomio 10.7.2018, Jehovan todistajat, C-25/17, ECLI:EU:C:2018:551, 66 kohta, ja tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 70 kohta.

³⁵ Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 30 kohta.

³⁶ Tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 75 kohta ja sitä seuraavat kohdat sekä 107 kohta.

”rajattu henkilötietojen käsittelyä koskevaan toimintoon tai toimintojen kokonaisuuteen, jonka osalta tämä ylläpitäjä määrittelee tosiasiallisesti tarkoituksen ja keinot, eli kyseessä olevien tietojen keräämiseen ja niiden siirtämällä tapahtuvaan välittämiseen.”³⁷

37. Unionin tuomioistuin katsoi, että verkkosivuston ylläpitäjä ei ollut rekisterinpitäjä sellaisen myöhemmän käsittelyn³⁸ osalta, jota Facebook toteuttaa sen jälkeen, kun tiedot on siirretty sille, koska verkkosivuston ylläpitäjä ei ole voinut määrittää tällaisten toimien tarkoitusta ja keinoja pelkän yhteisöliitännäisen käyttöönoton perusteella:

”Mainittujen tietojen perusteella Fashion ID:n on sen sijaan lähtökohtaisesti mahdotonta määrittää sellaisten myöhempien henkilötietojen käsittelytoimien tarkoitusta ja keinoja, jotka Facebook Ireland toteuttaa sen jälkeen, kun tiedot on siirretty sille, mistä syystä Fashion ID:tä ei voida pitää vastuussa näistä toiminnoista [...]”³⁹

38. Jos kyseessä on yhteinen rekisterinpito, rekisterinpitäjien on yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 1 kohdan mukaisesti otettava käyttöön järjestely, jossa määritetään läpinäkyvällä tavalla kunkin vastuualue yleisen tietosuoja-asetuksen noudattamiseksi, erityisesti rekisteröityjen oikeuksien käytön ja saman asetuksen 13 ja 14 artiklan mukaisten tietojen toimittamista koskevien tehtävien osalta.
39. Seuraavissa kohdissa selvennetään konkreettisten esimerkkien avulla kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien rooleja eri kohdentamismekanismien tapauksessa. Erityistä huomiota kiinnitetään siihen, miten lainmukaisuuden ja käyttötarkoitussidonnaisuuden vaatimuksia sovelletaan tässä yhteydessä. Sen jälkeen analysoidaan läpinäkyvyyttä, tietosuoja koskevia vaikutustenarviointeja ja erityisten henkilötietoryhmien käsittelyä koskevia vaatimuksia. Ohjeissa käsitellään myös yhteisrekisterinpitäjien velvollisuutta ottaa käyttöön yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan mukainen asianmukainen järjestely ottaen huomioon kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan vastuun aste.

5 ERILAISTEN KOHDENTAMISMEKANISMILIEN ANALYYSI

5.1 Yleiskuvaus

40. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen voi perustua luovutettuihin, havainnoituihin tai pääteltyihin tietoihin sekä niiden yhdistelmiin:

³⁷ Tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 107 kohta.

³⁸ ’Myöhemmällä käsittelyllä’ tarkoitetaan mitä tahansa käsittelytoimia tai niiden kokonaisuutta, joka seuraa tietojen keruuta (eli tapahtuu sen jälkeen). Asiassa Fashion ID termiä käytetään viittaamaan käsittelytoimintoihin, joita Facebook suorittaa tietojen lähettämisen jälkeen ja joiden osalta Fashion ID:tä ei pitäisi katsoa yhteisrekisterinpitäjäksi (koska se ei tosiasiallisesti osallistu käsittelyn tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen).

Myöhempi käsittely muuta kuin sitä tarkoitusta varten, jonka vuoksi henkilötiedot on kerätty, on sallittua vain jatkokäsittelyä koskevan, yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 4 kohdan mukaisesti. Jos esimerkiksi verkossa toimiva vähittäismyyjä kerää tietoja yksityishenkilöiden kotiosoitteista, myöhempi käsittely kattaisi näiden tietojen tallentamisen ja myöhemmän poistamisen. Jos kyseinen myyjä kuitenkin myöhemmin päättää käsitellä näitä henkilötietoja rekisteröidyn profiilitietojen parantamiseksi kohdentamistarkoituksessa, toiminta katsottaisiin yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 4 kohdassa tarkoitetuksi jatkokäsittelyksi, koska se edellyttää käsittelyä muuhun tarkoitukseen kuin siihen, jota varten tiedot alun perin kerättiin.

³⁹ Tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 76 kohta.

- a) **Kohdentaminen luovutettujen tietojen perusteella** – ‘Luovutetuilla tiedoilla’ tarkoitetaan tietoja, jotka rekisteröity on luovuttanut sosiaalisen median palveluntarjoajalle ja/tai kohdentajalle.⁴⁰ Esimerkkejä:
- J) Sosiaalisen median käyttäjä voi ilmoittaa ikänsä käyttäjäprofiilissaan. Sosiaalisen median palveluntarjoaja voi puolestaan mahdollistaa kohdentamisen tämän kriteerin perusteella.
 - J) Kohdentaja voi käyttää rekisteröityjen kohdentajalle luovuttamia tietoja kohdentaakseen viestejä kyseisille henkilöille esimerkiksi yhdistämällä rekisteröidyt asiakastietojen (kuten sähköpostiosoitteen) avulla sosiaalisen median palvelussa oleviin tietoihin, jolloin kaikki kohdentamiskriteerit täyttävät käyttäjät saavat kohdennetun mainoksen.⁴¹
- b) **Kohdentaminen havainnoitujen tietojen perusteella** – Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen voidaan toteuttaa myös havainnoitujen tietojen perusteella.⁴² ‘Havainnoidut tiedot’ ovat tietoja, jotka rekisteröity on antanut käyttämällä palvelua tai laitetta.⁴³ Viestejä voidaan kohdentaa tietyille sosiaalisen median käyttäjille esimerkiksi seuraavin perustein:
- J) käyttäjän toiminta sosiaalisen median palvelussa (kohdentaminen esimerkiksi käyttäjän jakaman, tarkasteleman tai tykkäämän sisällön mukaan)
 - J) laitteet, joilla sosiaalisen median sovellusta käytetään (esim. laitteen GPS-koordinaatit tai matkapuhelinnumero)
 - J) tiedot, jotka kolmas osapuoli on saanut sosiaalisen median palveluntarjoajien sovellusrajapintojen tai ohjelmistokehityspakettien kautta
 - J) tiedot, jotka on kerätty yhteisöliitännäisen tai seurantapikselin sisältämien kolmansien osapuolten verkkosivustojen kautta
 - J) muiden kolmansien osapuolten kautta kerätyt tiedot (esim. osapuolet, joiden kanssa rekisteröity on ollut vuorovaikutuksessa tai joilta hän on ostanut tuotteen tai tilannut kanta-asiakaskortin), tai
 - J) sosiaalisen median palveluntarjoajan omistamien tai hallinnoimien yritysten tarjoamien palvelujen kautta kerätyt tiedot.
- c) **Kohdentaminen pääteltyjen tietojen perusteella** – Rekisterinpitäjä luo ‘pääteltyjä tietoja’ tai ‘johdettuja tietoja’ rekisteröidyn luovuttamien tai rekisterinpitäjän havainnoimien tietojen perusteella.⁴⁴ Sosiaalisen median palveluntarjoaja tai kohdentaja voi esimerkiksi päätellä

⁴⁰ Oikeutta tietojen siirtämiseen järjestelmästä toiseen koskevat tietosuojatyöryhmän ohjeet, WP242 rev.01, 5. huhtikuuta 2017, s. 10.

⁴¹ Ks. esim. Baijerin osavaltion (Saksa) ylimmän hallintotuomioistuimen päätös asiassa 5 CS 18.1157, 26.9.2018 – www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-25018

⁴² Käyttötottumuksia seuraavasta internetmainonnasta antamassaan lausunnossa 2/2010 tietosuojatyöryhmä totesi, että ”[k]äyttäjäprofiileja kootaan pääasiassa kahdella tavalla: i) Johdettu profiili laaditaan seuraamalla yksilöllistä ja kollektiivista käyttäytymistä tietyssä aikana, erityisesti seuraamalla sivuja, joilla käyttäjä on vierailut, sekä mainoksia, joita käyttäjä on katsonut tai napsauttanut. ii) Suora profiili luodaan käyttäjän itsensä verkkopalveluun esimerkiksi rekisteröitymisen yhteydessä antamien tietojen perusteella” (tietosuojatyöryhmän lausunto 2/2010 käyttötottumuksia seuraavasta internetmainonnasta, WP171, s. 7).

⁴³ Oikeutta tietojen siirtämiseen järjestelmästä toiseen koskevat tietosuojatyöryhmän ohjeet, WP242 rev.01, 5. huhtikuuta 2017, s. 10.

⁴⁴ Ks. edellinen alaviite.

henkilön selauskäyttäytymisen ja/tai verkostosuhteiden perusteella, että kyseinen henkilö todennäköisesti on kiinnostunut tietystä toiminnasta tai tuotteesta.

5.2 Kohdentaminen luovutettujen tietojen perusteella

5.2.1 Tiedot, jotka käyttäjä luovuttaa sosiaalisen median palveluntarjoajalle

41. Ihmiset saattavat luovuttaa paljon itseään koskevia tietoja käyttäessään sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median tiliä (tai profiilia) luotaessa on annettava useita tietoja, joita voivat olla esimerkiksi nimi, syntymäaika, sukupuoli, asuinpaikka ja kieli. Käyttäjät voivat sosiaalisen median palvelun luonteesta riippuen antaa myös lisätietoja esimerkiksi parisuhdetilanteestaan, kiinnostuksen kohteistaan tai senhetkisestä työsuhteestaan. Sosiaalisen median palveluntarjoajat voivat käyttää palvelun käyttäjien antamia henkilötietoja luodakseen kriteerejä, joiden avulla kohdentaja voi osoittaa erityisiä viestejä sosiaalisen median käyttäjille.

Esimerkki 1:

Yritys X myy miesten jalkineita ja haluaa edistää talvimallistonsa myyntiä. Mainoskampanjansa se haluaa keskittää 30–45-vuotiaisiin miehiin, jotka ovat ilmoittaneet sosiaalisen median profiilissaan olevansa ”sinkkuja”. Yritys hyödyntää myös sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamia muita vastaavia kohdentamiskriteereitä määrittääkseen kohdeyleisön, jolle se haluaa mainoksen esitettävän. Lisäksi kohdentaja ilmoittaa, että mainos olisi esitettävä sosiaalisen median käyttäjille, kun he käyttävät palvelua kello 17:n ja 20:n välillä. Jotta sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen voitaisiin toteuttaa erityisten kriteerien perusteella, sosiaalisen median palveluntarjoajan on täytynyt aiemmin määrittää, minkätyyppisiä henkilötietoja voidaan käyttää kohdentamiskriteerien laadinnassa ja mitä kohdentamiskriteereitä se tarjoaa kohdentajille. Sosiaalisen median palveluntarjoaja toimittaa kohdentajalle myös tiettyjä tilastotietoja sen jälkeen, kun mainokset on esitetty (esim. raportin mainoksen nähneiden henkilöiden demografiatiedoista).

A. Roolit

42. Esimerkissä 1 sekä kohdentaja että sosiaalisen median palveluntarjoaja osallistuvat henkilötietojen käsittelyn tarkoituksen ja keinojen määrittämiseen. Tämä johtaa siihen, että mainos esitetään kohdeyleisölle.
43. Yritys X ja sosiaalisen median palveluntarjoaja määrittävät yhdessä käsittelyn *tarkoituksen*. Tarkoituksena on esittää tietty mainos kohdeyleisön muodostaville henkilöille (tässä tapauksessa sosiaalisen median käyttäjille) valitsemalla käytettävissä olevista kohdentamiskriteereistä sellaiset näihin käyttäjiin liittyvät kriteerit, joilla voidaan tavoittaa mainoksesta todennäköisesti kiinnostunut yleisö ja tarjota heille merkityksellisempää mainosisältöä. Lisäksi samasta käsittelytoimesta on molemminpuolista hyötyä, mikä on lisätodiste siitä, että yrityksen X ja sosiaalisen median palveluntarjoajan tavoitteet liittyvät erottamattomasti toisiinsa.⁴⁵
44. Kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja määrittävät yhdessä myös kohdentamisen *keinot*. Kohdentaja osallistuu keinojen määrittämiseen, kun se päättää käyttää sosiaalisen median

⁴⁵ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 7/2020 rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteistä yleisessä tietosuojaa-asetuksessa (*”Lisäksi jos toimijoiden käsittelyn tarkoitus ei ole sama, unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön nojalla yhteinen rekisterinpito voi tulla kysymykseen myös, kun toimijoiden tavoitteet liittyvät läheisesti toisiinsa tai täydentävät toisiaan. Näin voi olla esimerkiksi silloin, kun samasta käsittelytoimesta on molemminpuolista hyötyä, edellyttäen että kukin asiaankuuluva toimija osallistuu kyseisen käsittelytoimen tarkoituksen ja keinojen määrittämiseen.”*).

palveluntarjoajan⁴⁶ tarjoamia palveluja ja pyytää palveluntarjoajaa kohdentamaan viestin tiettyjen kriteerien perusteella valitulle kohdeyleisölle (esim. ikä, parisuhdetilanne, esitysajankohta).⁴⁷ Tässä yhteydessä kohdentaja samalla määrittelee kriteerit, joiden mukaisesti kohdentaminen toteutetaan, ja määrittää henkilöryhmät, joiden henkilötietoja on tarkoitus hyödyntää. Sosiaalisen median palveluntarjoaja puolestaan on päättänyt käsitellä palvelun käyttäjien henkilötietoja luodakseen kohdentamiskriteereitä, jotka se asettaa kohdentajien saataville.⁴⁸ Tätä varten sosiaalisen median palveluntarjoaja on tehnyt tiettyjä päätöksiä käsittelyn keskeisistä keinoista, kuten siitä, mitä tietoluokkia käsitellään, mitä kohdentamiskriteerejä tarjotaan ja keillä on pääsy (ja minkätyyppisiin) henkilötietoihin tietyn kohdennetun kampanjan yhteydessä.⁴⁹

45. Tietosuojaneuvosto kuitenkin huomauttaa, että sosiaalisen median palveluntarjoajaa ei voida pitää yleisen tietosuoja-asetuksen 4 artiklan 8 kohdassa tarkoitettuna henkilötietojen käsittelijänä.⁵⁰ Esimerkissä 1 sosiaalisen median palveluntarjoaja käyttää palvelun käyttäjien henkilötietojen perusteella luomiaan kohdentamiskriteereitä jatkokäsittelytoimissa, minkä takia sitä ei voida pitää henkilötietojen käsittelijänä. Sosiaalisen median palveluntarjoaja ei myöskään käsittele tietoja yksinomaan yrityksen X lukuun ja sen ohjeiden mukaisesti.
46. Kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan yhteinen rekisterinpito ulottuu vain niihin käsittelytoimiin, joiden tarkoituksen ja keinot ne määrittävät tosiasiallisesti yhdessä. Se kattaa myös henkilötietojen käsittelyn, joka seuraa kohdentamiskriteerien valinnasta ja mainoksen esittämisestä kohdeyleisölle. Lisäksi se kattaa käsittelyn, jonka sosiaalisen median palveluntarjoaja suorittaa raportoidakseen kohdennetun kampanjan tuloksista kohdentajalle. Yhteinen rekisterinpito ei kuitenkaan ulotu toimiin, joihin liittyy henkilötietojen käsittelyä vaiheissa, jotka tapahtuvat ennen kohdentamiskriteerien valintaa tai kohdentamisen ja raportoinnin jälkeen (kun sosiaalisen median palveluntarjoaja esimerkiksi luo uusia kohdentamiskriteereitä toteutettujen kohdennettujen kampanjoiden perusteella) ja joiden osalta kohdentaja ei ole osallistunut tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen. Sosiaalisen median palveluntarjoaja puolestaan ei lähtökohtaisesti osallistu kohdennetun kampanjan suunnitteluun ennen ajankohtaa, jona kohdentaja ottaa yhteyttä palveluntarjoajaan.⁵¹
47. Edellä esitetty tulkinta pysyy samana, vaikka kohdentaja määrittäisi ainoastaan kohdeyleisön parametrit mutta sillä ei muutoin olisi pääsyä asiaan liittyvien käyttäjien henkilötietoihin. Se, että useampi toimija on yhteisvastuussa samasta käsittelystä, ei edellytä, että kaikilla niistä on pääsy

⁴⁶ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 7/2020 rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteistä yleisessä tietosuoja-asetuksessa (*"Lisäksi toimijan valinta käyttää omiin tarkoituksiinsa toisen toimijan kehittämää välinettä tai muuta järjestelmää, joka mahdollistaa henkilötietojen käsittelyn, todennäköisesti merkitsee yhteistä päätöstä kyseisten toimijoiden suorittaman käsittelyn keinoista. Tämä käy ilmi asiasta Fashion ID, jossa unionin tuomioistuin totesi, että liittämällä verkkosivustolleen Facebookin "Tykkää"-painikkeen, jonka Facebook on asettanut verkkosivustojen ylläpitäjien saataville, Fashion ID on vaikuttanut ratkaisevasti sivustollaan käyneiden henkilötietojen keräämiseen ja siirtämiseen Facebookille ja se on siten yhdessä Facebookin kanssa määrittänyt asianomaiset käsittelyn keinot."*).

⁴⁷ Ks. tältä osin tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 39 kohta.

⁴⁸ Ks. myös tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 80 kohta: *"nämä käsittelytoimet toteutettiin sekä Fashion ID:n että Facebook Irelandin taloudellisten etujen mukaisesti; Facebook Irelandille se, että se voi käyttää kyseisiä tietoja omiin kaupallisiin tarkoituksiinsa, merkitsee vastiketta Fashion ID:lle tarjotusta edusta."*

⁴⁹ Ks. lausunto 1/2010.

⁵⁰ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 7/2020 rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteistä yleisessä tietosuoja-asetuksessa.

⁵¹ Ks. myös tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 74 kohta (*"luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä ei sen sijaan voida pitää vastuussa mainitussa säännöksessä tarkoitetulla tavalla käsittelyketjun edeltävistä vaiheista tai sen myöhemmistä vaiheista, joiden osalta se ei määrittele tarkoitusta eikä keinoja"*) ja 101 kohta.

kyseisiin henkilötietoihin.⁵² Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että tosiasiallinen pääsy henkilötietoihin ei ole yhteisvastuun edellytys.⁵³

B. Käsittelyn oikeusperusta

48. Yhteisrekisterinpitäjänä molempien osapuolten (sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan) on kyettävä osoittamaan, että niillä on olemassa oikeusperusta (yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artikla), joka oikeuttaa kunkin rekisterinpitäjän vastuulla olevan henkilötietojen käsittelyn. Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että yleisen tietosuoja-asetuksen sisältämiin eri oikeusperustoihin ei sovelleta erityistä hierarkiaa: rekisterinpitäjän on ainoastaan varmistettava, että valittu oikeusperusta vastaa kyseisen käsittelytoimen tavoitetta ja asiayhteyttä. Asianmukaisen oikeusperustan määrittäminen on sidottu asianmukaisuuden ja käyttötarkoitussidonnaisuuden periaatteisiin.⁵⁴
49. Yleisesti ottaen on olemassa kaksi oikeusperustaa käsittelylle, jolla oikeutetaan sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu kohdentaminen: rekisteröidyn suostumus (yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan a alakohta) tai oikeutetut edut (6 artiklan 1 kohdan f alakohta). Rekisterinpitäjän on aina harkittava, mikä on asianmukainen oikeusperusta kussakin tapauksessa. Sosiaalisen median palveluntarjoajien osalta yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohta ei tarjoa oikeusperustaa verkkomainonnalle, koska tällaisella mainonnalla rahoitetaan epäsuorasti palvelun tarjoaminen.⁵⁵ Sama pätee kohdentajiin, sillä sosiaalisen median käyttäjiin suunnattua kohdentamista ei voida pitää palvelujen olennaisena osana tai tarpeellisena käyttäjän kanssa tehdyn sopimuksen täytäntöön panemiseksi.⁵⁶ Vaikka sisällön räätälöinti voi tietyissä olosuhteissa olla olennainen ja odotettu osa tiettyjä verkkopalveluja⁵⁷, yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohtaa tuskin voidaan soveltaa sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen tapauksessa, kuten näiden ohjeiden esimerkit osoittavat.⁵⁸
50. Oikeutettua etua koskevan oikeusperustan osalta tietosuojaneuvosto muistuttaa, että asiassa Fashion ID annetussa tuomiossa unionin tuomioistuin toisti, että jotta käsittely voisi perustua oikeutettuun etuun, kolmen kumulatiivisen edellytyksen on täyttyvä⁵⁹ : i) tietojen käsittely tapahtuu

⁵² Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 38 kohta; tuomio asiassa C-25/17, Jehovan todistajat, 69 kohta.

⁵³ Tuomio asiassa C-25/17, Jehovan todistajat, 68–72 kohta.

⁵⁴ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä, versio 2.0, 8. lokakuuta 2019, 18 kohta. Saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_fi.pdf

⁵⁵ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä, versio 2.0, 8. lokakuuta 2019, 52 ja 53 kohta. Saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_fi.pdf

⁵⁶ Käsittelyä ei myöskään katsottaisi tarpeelliseksi, jos kohdentaja kääntyisi sosiaalisen median palveluntarjoajien puoleen siitä huolimatta, että sillä on suora sopimussuhde asiakkaan kanssa ja siten mahdollisuus harjoittaa suoramainontaa.

⁵⁷ Ks. tietosuojaneuvoston ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä, versio 2.0, 8. lokakuuta 2019, s. 15. Saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_fi.pdf

⁵⁸ Tietosuojaneuvoston ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä, 57 kohta.

⁵⁹ Tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 95 kohta.

rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen, jolle tiedot luovutetaan, oikeutetun edun tavoittelemiseksi, ii) käsittely on tarpeen oikeutetun edun tavoittelemiseksi, ja iii) henkilön, jota tietosuoja koskee, perusoikeudet ja -vapaudet eivät syrjäytä tätä oikeutettua etua. Euroopan unionin tuomioistuimien täsmäsi myös, että tilanteessa, jossa on kyse yhteisestä rekisterinpidosta, ”on välttämätöntä, että tämä ylläpitäjä ja kyseinen tarjoaja tavoittelevat kumpikin näillä käsittelytoimilla [...] oikeutettua intressiä, jotta toimet olisivat oikeutettuja kummankin niistä osalta”.⁶⁰

51. Esimerkin 1 osalta kohdentaja saattaa pitää oikeutettuna etunaan taloudellista etua, jonka syntyy siitä, että sen hyödykkeet saavat enemmän näkyvyyttä sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen kautta. Sosiaalisen median palveluntarjoaja puolestaan voisi katsoa oikeutetuksi edukseen sen, että mainostilaa myymällä se voi tehdä sosiaalisen median palvelustaan kannattavan. Se, voivatko kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja vedota yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan oikeusperustana, riippuu siitä, täytyvätkö kaikki kolme kumulatiivista edellytystä, kuten Euroopan unionin tuomioistuin on äskettäin todennut. Vaikka kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja pitäisivät taloudellisia etujaan oikeutettuina, se ei välttämättä tarkoita, että ne voisivat tosiasiallisesti vedota yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan.
52. Tasapainotestin toisessa vaiheessa yhteisrekisterinpitäjien on osoitettava, että käsittely on tarpeen näiden oikeutettujen etujen saavuttamiseksi. ”Tarpeellisuus” edellyttää yhteyttä käsittelyn ja tavoiteltujen etujen välillä. Tarpeellisuutta koskeva vaatimus on erityisen merkityksellinen 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaa sovellettaessa, jotta voidaan varmistaa, että tietojen käsittely oikeutetun edun perusteella ei johda käsittelyn tarpeellisuuden kohtuuttoman laajaan tulkintaan. Kuten muissakin tapauksissa, tämä tarkoittaa, että olisi harkittava, olisiko käytettävissä muita, yksityiselämään vähemmän puuttuvia keinoja saman tavoitteen saavuttamiseksi.⁶¹
53. Kolmas vaihe arvioitaessa, voivatko kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja vedota yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan henkilötietojen käsittelyn oikeusperustana, on tasapainotesti, jolla määritetään, syrjäyttävätkö rekisteröidyn edut tai perusoikeudet ja -vapaudet kyseessä olevan oikeutetun edun.⁶²
54. Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että tapauksissa, joissa rekisterinpitäjä aikoo vedota oikeutettuun etuun, läpinäkyvyysselvitykset ja vastustamisoikeus edellyttävät huolellista harkintaa. Rekisteröidyllä olisi annettava mahdollisuus vastustaa tietojensa käsittelyä kohdentamistarkoituksiin ennen käsittelyn aloittamista. Sosiaalisen median käyttäjillä olisi oltava mahdollisuus vastustaa kohdennetun mainonnan esittämistä palvelun käytön yhteydessä ja varmistaa, että hänen henkilötietojensa ei käsitellä kohdentamistarkoituksiin sen jälkeen, kun hän on vastustanut sitä.

⁶⁰ Ks. edellinen alaviite, 97 kohta.

⁶¹ Tietosuojatyöryhmän lausunto 6/2014 direktiivin 95/46/EY 7 artiklan mukaisesta rekisterinpitäjän oikeutetun intressin käsitteestä, WP217, 9. huhtikuuta 2014, s. 29.

⁶² Arvioitaessa henkilön etuihin tai perusoikeuksiin ja -vapauksiin kohdistuvia vaikutuksia seuraavat näkökohdat ovat erityisen merkityksellisiä sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen yhteydessä: i) kohdentamisen tarkoitukset, ii) käytettyjen kohdentamiskriteerien yksityiskohtaisuus (esim. laaja kohderyhmä, kuten ”englantilaisesta kirjallisuudesta kiinnostuneet henkilöt”, verrattuna tarkempiin kriteereihin, joilla mahdollistetaan segmentointi ja kohdentaminen yksityiskohtaisemmalla tasolla), iii) käytettyjen kohdentamiskriteerien tyyppi (ja yhdistelmä) (eli perustuuko kohdentaminen ainoastaan tiettyyn rekisteröityjen ominaispiirteeseen vai onko luonteeltaan laaja-alaisempaa) ja iv) kohdentamiskriteerien luomisessa käytettyjen tietojen luonne (arkaluonteisuus), määrä ja lähde. Ks. tietosuojatyöryhmän lausunto 6/2014 direktiivin 95/46/EY 7 artiklan mukaisesta rekisterinpitäjän oikeutetun intressin käsitteestä, WP217, 9. huhtikuuta 2014, https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_fi.pdf

55. Kohdentajan, joka pyrkii vetoamaan oikeutettuun etuun, olisi omalta osaltaan helpotettava yksityishenkilöiden mahdollisuutta vastustaa etukäteen sosiaalisen median käyttöä kohdentamistarkoituksiin. Jos kohdentaja ei kuitenkaan ole suoraan yhteydessä rekisteröityyn, kohdentajan olisi ainakin varmistettava, että sosiaalisen median palveluntarjoaja tarjoaa rekisteröidylle keinot ilmaista tehokkaasti oikeutensa vastustaa kohdentamista etukäteen. Yhteisrekisterinpitäjänä kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan olisi selvennettävä, miten yksilöiden oikeus vastustaa (sekä muut oikeudet) otetaan huomioon yhteisessä järjestelyssä (ks. kohta 6). Jos tasapainotesti osoittaa, että rekisteröidyn edut tai perusoikeudet ja -vapaudet syrjäyttävät sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan oikeudet edut, 6 artiklan 1 kohdan f alakohdan soveltaminen ei ole mahdollista.
56. Suostumusta koskevan oikeusperustan osalta rekisterinpitäjän on pidettävä mielessä, että on olemassa selkeitä tilanteita, joissa käsittely ei ole lainmukaista ilman asianomaisten henkilöiden pätevää suostumusta (yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan a alakohta). Tietosuojatyöryhmä on esimerkiksi aiemmin katsonut, että rekisterinpitäjän olisi vaikea perustella oikeutettujen etujen käyttöä esimerkiksi sellaisten yksityisyyteen puuttuvien suoramarkkinointitarkoituksiin suoritettavien profilointi- ja seurantakäytäntöjen oikeusperustana, joissa henkilöitä seurataan useilla verkkosivustoilla ja useissa paikoissa, laitteissa ja palveluissa tai joihin liittyy tietojen välittämistä.⁶³
57. Jotta käsittelyä varten hankittu suostumus olisi pätevä, sen on täytettävä yleisen tietosuoja-asetuksen 4 artiklan 11 kohdassa ja 7 artiklassa säädetyt edellytykset. Yleisesti ottaen suostumus voi olla asianmukainen oikeusperusta vain, jos rekisteröidylle tarjotaan mahdollisuus valvoa tietojensa käyttöä sekä aito valinnanvapaus. Jos suostumus liitetään sellaiseksi ehtojen osaksi, josta ei voida neuvotella, olettamuksena on, että sitä ei ole annettu vapaaehtoisesti. Suostumuksen on myös oltava yksilöity, tietoinen ja yksiselitteinen, ja rekisteröidyn on voitava kieltäytyä suostumuksen antamisesta tai peruuttaa se ilman, että siitä aiheutuu hänelle haittaa.⁶⁴
58. Suostumusta (yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan a alakohta) voitaisiin harkita edellyttäen, että kaikki pätevää suostumusta koskevat vaatimukset täyttyvät. Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että suostumuksen hankkiminen ei myöskään poista tai millään tavalla vähennä rekisterinpitäjän velvollisuutta noudattaa yleisessä tietosuoja-asetuksessa ja erityisesti sen 5 artiklassa vahvistettuja käsittelyperiaatteita, jotka koskevat kohtuullisuutta, tarpeellisuutta, oikeasuhteisuutta ja tietojen laatua. Vaikka henkilötietojen käsittely perustuisi rekisteröidyn suostumukseen, se ei oikeuttaisi kohdentamista, joka on suhteetonta tai kohtuutonta.⁶⁵
59. Tietosuojaneuvosto katsoo lopuksi, ettei sosiaalisen median palveluntarjoaja eikä kohdentaja voi perustella esimerkissä 1 kuvattua henkilötietojen käsittelyä 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan nojalla.⁶⁶

⁶³ Tietosuojatyöryhmän suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista, WP251 rev.01, s. 15; ks. myös tietosuojatyöryhmän lausunto oikeutetun intressin käsitteestä, s. 32 ja 48: ”Kokonaisuutena katsoen yrityksen oikeutettu intressi ja käyttäjien perusoikeuksien suoja ovat epätasapainossa, eikä 7 artiklan f alakohta pitäisi käyttää käsittelyn oikeusperustana. Direktiivin 7 artiklan a alakohta olisi sopivampi perusta, mikäli pätevän suostumuksen edellytykset täyttyvät.”

⁶⁴ Ks. asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat, WP259 rev.01.

⁶⁵ Ks. asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat, WP259 rev.01, s. 3 ja 4.

⁶⁶ Ks. ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä, versio 2.0, 8. lokakuuta 2019. Saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_fi.pdf

5.2.2 Sosiaalisen median käyttäjien kohdentajalle luovuttamat tiedot

60. Kohdentaminen voi perustua myös tietoihin, jotka rekisteröity on itse luovuttanut kohdentajalle. Tämä puolestaan käyttää kerättyjä tietoja kohdentaakseen mainontaa kyseiselle rekisteröidylle sosiaalisessa mediassa. Esimerkiksi ”luetteloon perustuvalla” kohdentamisella tarkoitetaan tilannetta, jossa kohdentaja lataa sosiaalisen median palveluntarjoajan käyttöön valmiita henkilötietoluetteloita (kuten sähköpostiosoitteita tai puhelinnumeroita), jotta palveluntarjoaja voi verrata niitä palvelussa oleviin tietoihin. Tällöin sosiaalisen median palveluntarjoaja vertaa kohdentajan lataamia tietoja jo hallussaan oleviin käyttäjätietoihin, ja kaikki luetteloon sisältyvät käyttäjät sisällytetään kohdeyleisöön (eli sellaisten henkilöiden joukkoon, joille mainos esitetään sosiaalisen median palvelussa), tai suljetaan sen ulkopuolelle. Sosiaalisen median palveluntarjoaja voi myös antaa kohdentajalle mahdollisuuden tarkistaa luetteloa ennen sen vahvistamista, mikä tarkoittaa, että henkilötietoja käsitellään jossain määrin jo ennen kuin kohdeyleisö on vahvistettu.

Esimerkki 2:

Virtanen aikoo ostaa talon ja ottaa yhteyttä pankkiin X sopiakseen ajan asuntolainaneuvotteluun. Hän ottaa yhteyttä pankkiin sähköpostitse. Neuvottelun jälkeen Virtanen päättää kuitenkin olla liittymättä pankin asiakkaaksi. Pankki on tästä huolimatta lisännyt Virtasen sähköpostiosoitteen asiakkaidensa sähköpostiosoitteiden tietokantaan. Myöhemmin pankki hyödyntää sähköpostitietokantaansa antamalla sosiaalisen median palveluntarjoajalle luvan yhdistää pankin sähköpostiosoitteiden luettelon sosiaalisen median palvelussa oleviin sähköpostiosoitteisiin kohdentaakseen asianomaisille henkilöille koko rahoituspalvelutarjontaansa koskevaa mainontaa sosiaalisen median palvelussa.

Esimerkki 3:

Korhonen on ollut pankin X asiakas lähes vuoden ajan. Liittymisen yhteydessä Korhonen toimitti pankille sähköpostiosoitteensa, ja pankki X ilmoitti osoitteen saatuaan, että a) osoitetta käytettäisiin sellaisten tarjousten lähettämiseen, jotka liittyvät Korhosen jo käyttämiin pankkipalveluihin, ja b) Korhonen voi milloin tahansa vastustaa tätä käsittelyä. Pankki lisää Korhosen sähköpostiosoitteen asiakkaidensa sähköpostiosoitteiden tietokantaan. Myöhemmin pankki hyödyntää sähköpostitietokantaansa kohdentaakseen asiakkailleen koko rahoituspalvelutarjontaansa koskevaa mainontaa sosiaalisen median palvelussa.⁶⁷

A. Roolit

61. Näissä esimerkeissä kohdentaja eli pankki toimii rekisterinpitäjänä, koska se määrittää käsittelyn tarkoitukset ja keinot keräämällä, käsittelemällä ja välittämällä aktiivisesti asianomaisten henkilöiden henkilötietoja sosiaalisen median palveluntarjoajalle mainontaa varten. Sosiaalisen median palveluntarjoaja puolestaan toimii myös rekisterinpitäjänä, koska se on päättänyt tarjota kohdentajalle mahdollisuuden käyttää sosiaalisen median käyttäjiltä saatuja henkilötietoja (eli sähköpostiosoitetta, joka on annettu käyttäjätilin perustamisen yhteydessä) mainonnan esittämiseen tietyistä henkilöistä koostuvalle yleisölle.
62. Kyseessä on yhteinen rekisterinpito niiden käsittelytoimien osalta, joiden tarkoitukset ja keinot sosiaalisen median palveluntarjoaja ja kohdentaja määrittävät yhdessä. Tässä tapauksessa tällaisia käsittelytoimia ovat kohdeyleisöön liittyvien yksilöllisten tunnisteen lataaminen ja yhdistäminen,

⁶⁷ Tilanteissa, joissa sähköpostiosoitteita käytetään suoramarkkinoinnin lähettämiseen käyttäjille, rekisterinpitäjien on otettava huomioon myös sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 13 artiklan säännökset.

kohdentamiskriteerien valinta, mainosten esittäminen sekä kohdennettuun kampanjaan liittyvä raportointi.⁶⁸

63. Molemmissa esimerkeissä pankki toimii ainoana rekisterinpitäjänä Virtasen ja Korhosen sähköpostiosoitteiden alkuperäisen hankinnan osalta. Sosiaalisen median palveluntarjoaja ei osallistu millään tavoin tämän hankinnan keinojen tai tarkoitusten määrittämiseen. Yhteinen rekisterinpito alkaa hetkestä, jolloin kohdentaja toimittaa henkilötiedot ja sosiaalisen median palveluntarjoaja vastaanottaa ne. Yhteinen rekisterinpito jatkuu (useimmissa tapauksissa) koko kohdennetun mainonnan näyttämisen ajan aina raportointivaiheen päättymiseen asti. Joissakin tapauksissa yhteistä rekisterinpitoa voidaan jatkaa jopa siihen saakka, kunnes tiedot poistetaan, edellyttäen että kohdentaja osallistuu edelleen tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen.
64. Syy siihen, että pankki katsotaan ainoaksi rekisterinpitäjäksi, kun se kerää sähköpostiosoitteet Virtaselta ja Korhoselta, on se, että tietoja kerätään ennen kohdennettua kampanjaa (eikä keruu erottamattomasti liity siihen). Sen vuoksi tässä tapauksessa on erotettava toisistaan alkuperäiset käsittelytoimet, joiden osalta ainoastaan pankki on rekisterinpitäjä, ja myöhempi käsittely, jonka osalta kyseessä on yhteinen rekisterinpito. Pankin vastuu ei ulotu toimiin, jotka toteutetaan kohdentamisen ja raportoinnin päättymisen jälkeen, joiden osalta kohdentaja ei ole osallistunut niiden tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen ja joissa sosiaalisen median palveluntarjoaja toimii ainoana rekisterinpitäjänä.

B. Käsittelyn oikeusperusta

65. Esimerkki 2 yleisen tietosuojasetuksen 6 artiklan 1 kohdan falakohta ei tarjoa asianmukaista oikeusperustaa käsittelylle, kun otetaan huomioon asiayhteys, jossa henkilötiedot on luovutettu. Virtanen otti yhteyttä pankkiin ainoana tarkoituksenaan sopia tapaamisesta, ja tapaamisen jälkeen hän ilmoitti, ettei aio käyttää pankin tarjoamia palveluja. Näin ollen voidaan katsoa, ettei Virtasella ole kohtuullista syytä odottaa, että hänen henkilötietojaan käytetään kohdentamistarkoituksiin ("uudelleenkohdentaminen"). Lisäksi yleisen tietosuojasetuksen 6 artiklan 4 kohdan mukainen yhteensopivuudesta johtaisi todennäköisesti siihen lopputulokseen, että käsittely ei ole yhteensopivaa sen tarkoituksen kanssa, jota varten henkilötiedot alun perin kerättiin.
66. Esimerkissä 3 kohdentaja voisi vedota oikeutettuun etuun käsittelyn perusteena, kun otetaan huomioon muun muassa se, että a) Korhonen ilmoitti, että hänen sähköpostiosoitettaan voidaan käyttää sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa sellaisten palvelujen mainonnassa, jotka liittyvät rekisteröidyn jo käyttämään palveluun, b) mainos koskee palveluja, jotka ovat samankaltaisia kuin Korhosen jo käyttämät palvelut, ja c) Korhoselle annettiin mahdollisuus vastustaa tietojen käsittelyä etukäteen henkilötietojen keräämisen yhteydessä. Tietosuojaneuvosto haluaa kuitenkin selvittää, että yleisen tietosuojasetuksen 13 ja 14 artiklan mukaisten tiedonantovelvollisuuksien täyttäminen

⁶⁸ Kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan toteuttaman käsittelyn tarkoitusten ja keinojen määrittäminen tapahtuu vastaavasti (vaikkakaan ei identtisesti) kuin esimerkissä 1. Lataamalla sähköpostiosoitteiden luettelon ja asettamalla myös muita kohdentamiskriteerejä kohdentaja määrittää kriteerit, joiden mukaan kohdentaminen toteutetaan, ja määrittää henkilöryhmät, joiden henkilötietoja on tarkoitus käyttää. Sosiaalisen median palveluntarjoaja puolestaan päättää, keiden henkilötietoja käsitellään, määrittämällä, mitä tietoluokkia voidaan käsitellä, mitä kohdentamiskriteerejä on tarjolla ja keillä on pääsy (ja minkätyyppisiin) henkilötietoihin, joita käsitellään tietyn kohdennetun kampanjan yhteydessä. Näiden käsittelytoimien taustalla oleva yhteinen tarkoitus on vastaava kuin esimerkissä 1 eli tietyn mainoksen esittäminen tietyille henkilöille (tässä tapauksessa sosiaalisen median käyttäjille), jotka muodostavat kohdeyleisön.

ja 6 artiklan 1 kohdan f alakohdan mukainen etujen punninta ovat erillisiä velvoitteita. Näin ollen pelkkä yleisen tietosuojasetuksen 13 ja 14 artiklan mukaisten tiedonantovelvollisuuksien täyttäminen ei ole läpinäkyvyystoimi, joka olisi otettava huomioon punnittaessa etuja 6 artiklan 1 kohdan f alakohdan mukaisesti.

5.3 Kohdentaminen havainnoitujen tietojen perusteella

67. Sosiaalisen median palveluntarjoajat voivat havainnoida käyttäjiensä käyttäytymistä usein eri tavoin, esimerkiksi sosiaalisen median palvelujen kautta tai ulkoisilla verkkosivustoilla yhteisöliitännäisten ja seurantapikselien avulla.

Esimerkki 4: Pikseliperusteinen kohdentaminen

Mäkinen selaa internetiä ostaakseen rinkan. Hän vierailee Laatulaukut.fi-sivustolla ja tarkastelee useita tuotteita mutta päättää lopulta olla tekemättä ostosta. Laatulaukut.fi-sivuston ylläpitäjä haluaa ottaa yhteyttä sosiaalisen median käyttäjiin, jotka ovat käyneet verkkosivustolla tekemättä ostosta. Tätä varten se liittyy verkkosivustolleen niin kutsutun seurantapikselin⁶⁹, jonka sosiaalisen median palveluntarjoaja on asettanut saataville. Poistuttuaan Laatulaukut.fi-sivustolta Mäkinen kirjautuu sosiaalisen median tililleen, jolloin hänelle aletaan näyttää mainoksia rinkoista, joita hän tarkasteli Laatulaukut.fi-sivustolla.

Esimerkki 5: Paikkatietoihin perustuva kohdentaminen

Nieminen on asentanut älypuhelimensa sosiaalisen median palveluntarjoajan sovelluksen. Lomaillessaan Pariisissa hän tutustuu kaupunkiin jalan. Sosiaalisen median palveluntarjoaja kerää jatkuvasti tietoja Niemisen olinpaikasta älypuhelimien GPS-toimintojen kautta⁷⁰ sovelluksen asentamisen yhteydessä annettujen lupien mukaisesti. Nieminen majoittuu hotelliin, joka sijaitsee pizzerian vieressä. Pizzeria käyttää sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamaa paikkatietoihin perustuvaa kohdentamistoimintoa kohdentaakseen mainontaa henkilöille, jotka ovat saapuneet alle kilometrin päähän pizzariasta ensimmäistä kertaa viimeksi kuluneiden kuuden kuukauden sisällä. Avatessaan sosiaalisen median palveluntarjoajan sovelluksen älypuhelimellaan Nieminen näkee pizzerian mainoksen, huomaa olevansa nälkäinen ja tilaa pizzan verkkosivuston kautta.

Esimerkki 6:

Järvinen luo tilin sosiaalisen median palveluun. Rekisteröintiprosessin aikana häneltä kysytään, suostuuko hän henkilötietojensa käsittelyyn kohdennetun mainonnan esittämiseksi sosiaalisen median sivullaan niiden tietojen perusteella, jotka hän luovuttaa suoraan sosiaalisen median palveluntarjoajalle (kuten ikä, sukupuoli ja sijainti) tai joita saadaan hänen toiminnastaan sellaisilla sosiaalisen median palvelun ulkopuolisilla verkkosivustoilla, joissa käytetään evästeitä. Järviselle ilmoitetaan, että nämä tiedot kerätään yhteisöliitännäisillä tai pikseleillä, prosessit kuvataan hänelle selkeästi ja hänelle kerrotaan, että kohdentamiseen osallistuu myös muita tahoja, jotka ovat yhdessä

⁶⁹ Seurantapikselit koostuvat pienistä koodinpätkistä, jotka on liitetty kohdentajan verkkosivustolle. Kun henkilö vierailee kohdentajan verkkosivustolla selaimessaan, selain lähettää automaattisesti sosiaalisen median palveluntarjoajan palvelimelle pyynnön saada ladata seurantapikselin. Kun seurantapikseli on ladattu, sosiaalisen median palveluntarjoaja pystyy yleensä seuraamaan käyttäjän istuntoa (eli henkilön käyttäytymistä kyseisellä verkkosivustolla). Havainnoituja tietoja voidaan käyttää esimerkiksi sosiaalisen median käyttäjän lisäämiseksi tiettyyn kohdeyleisöön.

⁷⁰ Sosiaalisen median palveluntarjoaja voi myös määrittää käyttäjiensä olinpaikan muun datan, kuten IP-osoitteen tai mobiililaitteesta saatavien WiFi-tietojen, tai käyttäjien tuottamien tietojen perusteella (esim. jos käyttäjä julkaisee tietoa sijainnistaan palvelussa).

vastuussa yleisen tietosuojasetuksen noudattamisen varmistamisesta. Järviselle selitetään myös, että hän voi peruuttaa suostumuksensa milloin tahansa. Hänelle annetaan myös linkki tietosuojaselosteeseen. Koska Järvinen on kiinnostunut näkemään kohdennettua mainontaa sosiaalisen median sivullaan, hän antaa suostumuksensa. Mainosevästeitä ei sijoiteta eikä kerätä ennen kuin Järvinen on antanut suostumuksensa tähän.

Myöhemmin Järvinen vierailee Uutishaukka.fi-sivustolla, johon on liitetty sosiaalisen median painike. Näytön oikeaan reunaan ilmestyy pieni mutta selvästi näkyvissä oleva mainospalkki, jossa pyydetään Järvistä antamaan suostumuksensa henkilötietojensa siirtämiseen sosiaalisen median palveluntarjoajalle evästeitä ja yhteisöliitännäisiä käyttäen. Verkkosivuston ylläpitäjä varmistaa teknisin toimenpitein, ettei henkilötietoja siirretä sosiaalisen median palveluun ennen kuin Järvinen on antanut suostumuksensa.

5.3.1 Roolit

68. Esimerkki 4 sekä kohdentaja että sosiaalisen median palveluntarjoaja osallistuvat käsittelyn tarkoituksen ja keinojen määrittämiseen niiden henkilötietojen osalta, joiden perusteella mainos esitetään Mäkiselle.
69. Laatulaukut.fi ja sosiaalisen median palveluntarjoaja määrittävät yhdessä käsittelyn tarkoituksen eli tietyn mainoksen esittämisen sosiaalisen median palvelussa kohdeyleisön muodostaville henkilöille. Koska Laatulaukut.fi on liittynyt seurantapikselin verkkosivustolleen, se on vaikuttanut ratkaisevasti käsittelyn keinoihin. Verkkosivuston kävijöiden henkilötietojen kerääminen ja toimittaminen sosiaalisen median palveluntarjoajalle ei olisi tapahtunut ilman kyseistä pikseliä. Sosiaalisen median palveluntarjoaja on puolestaan kehittänyt ja asettanut tarjolle ohjelmistokoodin (pikselin), joka johtaa henkilötietojen automaattiseen keräämiseen, sille toimittamiseen ja arviointiin markkinointitarkoituksia varten. Näin ollen kyseessä on yhteinen rekisterinpito, joka kattaa pikselien käyttöön perustuvan henkilötietojen keruun ja toimittamisen, tietojen yhdistämisen ja mainonnan esittämisen sosiaalisen median palvelussa Mäkiselle sekä kaiken kohdennettuun kampanjaan liittyvän raportoinnin. Myös esimerkin 6 tapauksessa kyseessä on yhteinen rekisterinpito samantapaisista syistä.
70. Esimerkissä 5 pizzeria on vaikuttanut ratkaisevasti henkilötietojen käsittelyyn määrittämällä kohdentamiskriteerit liiketoimintansa perusteella (esim. pizzarian aukioloajat ja pizzarian läheisyydessä olevien henkilöiden maantieteellinen sijainti aukioloaikoina), minkä vuoksi on katsottava, että pizzeria on osallistunut käsittelyn tarkoitusten ja keinojen määrittämiseen. Sosiaalisen median palveluntarjoaja on puolestaan kerännyt Niemisen sijaintitietoja (GPS:n kautta) mahdollistaakseen tällaisen sijaintiin perustuvan kohdennetun mainonnan. Näin ollen kyseessä on yhteinen rekisterinpito kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan välillä Niemisen sijaintitietojen keruun ja analysoinnin sekä kohdennetun mainoksen esittämisen osalta (koska Nieminen on henkilö, joka on saapunut alle kilometrin päähän pizzariasta ensimmäistä kertaa viimeksi kuluneiden kuuden kuukauden sisällä).

5.3.2 Käsittelyn oikeusperusta

71. Ensinnäkin, koska esimerkkeihin 4, 5 ja 6 liittyy evästeiden käyttöä, on otettava huomioon sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 5 artiklan 3 kohdasta johtuvat vaatimukset.
72. Tältä osin on huomattava, että sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 5 artiklan 3 kohdassa edellytetään, että käyttäjille on annettava selkeät ja kattavat tiedot muun muassa käsittelyn

tarkoituksesta ennen kuin he antavat suostumuksensa ⁷¹, hyvin harvoja poikkeuksia lukuun ottamatta. ⁷² 'Selkeillä ja kattavilla tiedoilla' tarkoitetaan sitä, että käyttäjä pystyy helposti määrittämään antamansa suostumuksen seuraukset ja varmistamaan, että annettu suostumus perustuu tietoon. ⁷³ Näin ollen rekisterinpitäjän on ilmoitettava rekisteröidyille kaikista olennaisista käsittelyn tarkoituksista, mukaan lukien henkilötietojen mahdollisesta myöhemmästä käsittelystä päätelaitteelle tallennettujen tietojen perusteella.

73. Jotta seurantatekniikoiden käyttöä varten hankittu suostumus olisi pätevä, sen on täytettävä yleisen tietosuojasetuksen 7 artiklassa säädetyt edellytykset. ⁷⁴ Suostumus ei esimerkiksi ole pätevästi annettu, jos evästeiden käyttö sallitaan palveluntarjoajan valmiiksi rastittamalla ruudulla, josta käyttäjän on poistettava rasti evätkseen suostumuksensa. ⁷⁵ Yleisen tietosuojasetuksen johdanto-osan 32 kappaleen perusteella esimerkiksi verkkosivun vierittäminen tai pyyhkäiseminen loppuun asti tai vastaava käyttäjän suorittama toimi ei missään tilanteessa täytä vaatimusta, jonka mukaan suostumus olisi annettava selkeästi suostumusta ilmaisevalla toimella: tällaisia toimia voi olla vaikea erottaa käyttäjän muusta toiminnasta tai vuorovaikutuksesta, minkä vuoksi sen tulkitseminen yksiselitteiseksi suostumukseksi ei ole mahdollista. Lisäksi tällaisessa tapauksessa on vaikeaa tarjota käyttäjälle yhtä helppo keino suostumuksen peruuttamiseen kuin sen myöntämiseen. ⁷⁶
74. Kaikki (yhteiset) rekisterinpitäjät, jotka haluavat käyttää suostumusta oikeusperustana, ovat vastuussa siitä, että käsittelylle saadaan pätevä suostumus. Asiassa Fashion ID antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuimien korosti, että on tärkeää varmistaa rekisteröityjen oikeuksien tehokas ja oikea-aikainen suojeleminen ja että suostumusta ei pitäisi antaa ainoastaan yhdelle yhteisvastuussa olevalle rekisterinpitäjälle, joka osallistuu käsittelyyn myöhemmin. Pätevä suostumus on saatava ennen käsittelyn aloittamista, mikä tarkoittaa, että (yhteisten) rekisterinpitäjien on arvioitava, milloin ja miten tiedot käsittelystä olisi annettava ja suostumus saatava. Toisin sanoen kysymys siitä, minkä yhteisrekisterinpitäjän olisi vastattava suostumuksen keräämisestä, ratkaistaan sen perusteella, mikä niistä on ensin tekemisissä rekisteröidyn kanssa. Koska esimerkissä 6 evästeiden asettaminen ja henkilötietojen käsittely tapahtuvat tilin luomisen yhteydessä, sosiaalisen median palveluntarjoaja on vastuussa pätevästä suostumuksen hankkimisesta ennen mainosvästeiden asettamista.
75. Tietosuojaneuvosto muistuttaa myös, että jos useamman (yhteisen) rekisterinpitäjän on tarkoitus käyttää pyydettyä suostumusta tai jos muiden rekisterinpitäjien, jotka haluavat käyttää alkuperäistä suostumusta, on tarkoitus siirtää tai käsitellä tietoja, kaikki kyseiset organisaatiot olisi nimettävä. ⁷⁷ Koska kaikki yhteisrekisterinpitäjät eivät ole tiedossa silloin, kun sosiaalisen median palveluntarjoaja pyytää suostumusta, suostumusta on välttämättä täydennettävä yhteisöliitännäistä käyttävän verkkosivuston ylläpitäjän (eli esimerkissä 6 Uutishaukka.fi-sivuston) keräämillä lisätiedoilla ja -suostumuksella.
76. Tietosuojaneuvosto korostaa, että suostumus, jonka verkkosivuston ylläpitäjän olisi hankittava, koska sen verkkosivusto aiheuttaa henkilötietojen siirtämisen (siihen lisätyn yhteisöliitännäisen kautta),

⁷¹ Unionin tuomioistuimen tuomio 1.10.2019, Planet49 GmbH, C-673/17, ECLI:EU:C:2019:801, 73 kohta.

⁷² Ks. lausunto 5/2019 sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin ja yleisen tietosuojasetuksen vuorovaikutuksesta erityisesti tietosuojaviranomaisten toimivallan, tehtävien ja valtuuksien osalta. Ks. myös tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 89–91 kohta.

⁷³ Ks. edellinen alaviite, 74 kohta.

⁷⁴ Asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojaneuvoston suuntaviivat 05/2020, versio 1.1, s. 6.

⁷⁵ Tuomio asiassa C-637/17, Planet49, 57 kohta.

⁷⁶ Asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojaneuvoston suuntaviivat 05/2020, versio 1.1, s. 19.

⁷⁷ Asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojaneuvoston suuntaviivat 05/2020, versio 1.1, 65 kohta.

koskee ainoastaan henkilötietojen käsittelyä koskevaa toimintoa tai toimintojen kokonaisuutta, jonka osalta verkkosivuston ylläpitäjä määrittelee tosiasiasa käsittelyn tarkoitukset ja keinot.⁷⁸ Se, että suostumuksen hankkii verkkosivuston ylläpitäjä, kuten Uutishaukka.fi esimerkissä 6, ei poista tai millään tavalla vähennä sosiaalisen median palveluntarjoajan velvollisuutta varmistaa, että rekisteröity on antanut pätevän suostumuksen käsittelyyn, josta palveluntarjoaja on vastuussa yhteisrekisterinpitäjänä⁷⁹, tai kaikkeen muuhun palveluntarjoaman suorittamaan myöhempään tai jatkokäsittelyyn, jonka osalta verkkosivuston ylläpitäjä ei yhdessä palveluntarjoajan kanssa määritä käsittelyn tarkoitusta ja keinoja (esim. myöhemmät profiloitimet kohdentamista varten).

77. Lisäksi henkilötietojen, mukaan lukien evästeiden, yhteisöliitännäisten tai pikselien avulla saadut henkilötiedot, myöhemmällä käsittelyllä on oltava myös yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan mukainen oikeusperusta, jotta käsittely olisi lainmukaista.⁸⁰ Esimerkkien 4, 5 ja 6 mukaisen käsittelyn oikeusperustan osalta tietosuojaneuvosto katsoo, että oikeutettu etu ei voi toimia asianmukaisena oikeusperustana, koska kohdentaminen perustuu yksilöiden käyttäytymisen seurantaan seurantatekniikan avulla useilla verkkosivustoilla ja useissa paikoissa.⁸¹
78. Sen vuoksi tällaisissa tapauksissa asianmukainen oikeusperusta mahdolliselle myöhemmälle käsittelylle yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan nojalla on myös todennäköisesti rekisteröidyn suostumus. Arvioitaessa yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan noudattamista olisikin otettava huomioon, että käsittelyyn liittyy kokonaisuutena erityistoimia, joiden osalta EU:n lainsäätäjällä on pyrkinyt antamaan lisäsuojaa.⁸² Rekisterinpitäjien on lisäksi otettava huomioon vaikutus rekisteröityjen oikeuksiin määrittäessään asianmukaista oikeusperustaa kohtuullisuuden periaatteen noudattamiseksi.⁸³

5.4 Kohdentaminen pääteltyjen tietojen perusteella

79. 'Pääteltyillä tiedoilla' tarkoitetaan tietoja, jotka rekisterinpitäjä on luonut rekisteröidyltä saatujen tietojen perusteella (riippumatta siitä, onko tiedot havainnoituja vai rekisteröidyn itse luovuttamia tietoja vai molempia).⁸⁴ Sekä sosiaalisen median palveluntarjoaja että kohdentaja voivat tehdä päätelmiä rekisteröidyistä.
80. Esimerkiksi seuraamalla käyttäjien toimintaa pitkällä aikavälillä sekä sosiaalisessa mediassa että sen ulkopuolella (esim. vierailut sivut, kullakin sivulla vietetty aika, sivukohtainen uudelleenyhdistämisten määrä, hakusanat, klikatut hyperlinkit, annetut "tykkäykset") sosiaalisen median palveluntarjoaja voi päätellä tietoja sosiaalisen median käyttäjän kiinnostuksen kohteista ja muista ominaispiirteistä.

⁷⁸ Tuomio asiassa C-40/17, Fashion ID, 100–101 kohta.

⁷⁹ Näin on etenkin siksi, että useimmissa kohdentamisvälineissä sosiaalisen median palveluntarjoaja toteuttaa luku- tai kirjoitustoimia käyttäjän päätelaitteella kerätessään henkilötietoja kohdennettua mainontaa varten. Näin ollen sosiaalisen median palveluntarjoaja on vastuussa pätevän suostumuksen hankkimisesta.

⁸⁰ Lausunto 5/2019 sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin ja yleisen tietosuoja-asetuksen vuorovaikutuksesta erityisesti tietosuojaviranomaisten toimivallan, tehtävien ja valtuuksien osalta, 41 kohta.

⁸¹ Tietosuojatyöryhmän suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista, WP251 rev.01, s. 15; ks. myös tietosuojatyöryhmän lausunto oikeutetun intressin käsitteestä, s. 32 ja 48: "Kokonaisuutena katsoen yrityksen oikeutettu intressi ja käyttäjien perusoikeuksien suoja ovat epätasapainossa, eikä 7 artiklan f alakohtaa pitäisi käyttää käsittelyn oikeudellisena perustana. Direktiivin 7 artiklan a alakohta olisi sopivampi perusta, mikäli pätevän suostumuksen edellytykset täyttyvät."

⁸² Lausunto 5/2019 sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin ja yleisen tietosuoja-asetuksen vuorovaikutuksesta erityisesti tietosuojaviranomaisten toimivallan, tehtävien ja valtuuksien osalta, 41 kohta.

⁸³ Euroopan tietosuojaneuvoston [ohjeet 2/2019 yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan perusteella tapahtuvasta henkilötietojen käsittelystä rekisteröidyille tarjottavien verkkopalvelujen yhteydessä](#), versio 2.0, 8. lokakuuta 2019, 1 kohta.

⁸⁴ Ks. oikeutta tietojen siirtämiseen järjestelmästä toiseen koskevat tietosuojatyöryhmän ohjeet, WP242 rev.01, 5. huhtikuuta 2017, s. 10.

Vastaavasti kohdentaja saattaa myös pystyä päättelemään yksittäisiä henkilöitä koskevia tietoja ja kohdentamaan niiden perusteella mainoksia kyseisille henkilöille näiden sosiaalisen median sivuilla.

Esimerkki 7:

Juntunen ”tykkää” usein kuvista, joita taidegalleria Silmänilo julkaisee sosiaalisen median sivullaan impressionistisen taiteilijan Pataoliton teoksista. Museon Z tavoitteena on houkutella tulevaan näyttelyynsä impressionismista kiinnostuneita kävijöitä. Museo Z hyödyntää seuraavia sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamia kohdentamiskriteereitä: ”kiinnostunut impressionismista”, sukupuoli, ikä ja asuinpaikka. Juntuselle esitetään myöhemmin hänen sosiaalisen median sivullaan museon Z tulevaa näyttelyä koskevia mainoksia.

Esimerkki 8:

Kinnunen on ilmoittanut sosiaalisessa mediassa, että hän on kiinnostunut urheilusta. Hän on ladannut matkapuhelimeensa sovelluksen, jolla hän seuraa lempilajiensa tuoreimpia tuloksia. Lisäksi hän on asettanut verkkosivuston ”www.urheilutulokset.fi” kannettavan tietokoneensa selaimen kotisivuksi, mutta hän hakee tuoreimpia urheilutuloksia usein myös työkoneellaan. Kinnunen vierailee myös useilla verkossa toimivilla vedonlyöntisivustoilla. Sosiaalisen median palveluntarjoaja seuraa Kinnusen verkkotoimintaa kaikkien tämän laitteiden eli kannettavan tietokoneen, matkapuhelimen ja työkoneen kautta. Palveluntarjoaja päättelee Kinnusen toiminnan ja kaikkien sen Kinnuselta saamiensa tietojen perusteella, että Kinnunen on kiinnostunut online-vedonlyönnistä. Lisäksi palveluntarjoaja on luonut kohdentamiskriteereitä, joiden avulla yritykset voivat kohdentaa mainontaa henkilöille, jotka ovat todennäköisesti impulsiivisia ja pienituloisia. Vedonlyöntiyritys Pikavoitto haluaa kohdentaa mainontaa käyttäjille, jotka ovat kiinnostuneita vedonlyönnistä ja jotka todennäköisesti myös käyttävät siihen paljon rahaa. Siksi se päättää hyödyntää sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamia kohdentamiskriteereitä määrittääkseen kohdeyleisön, jolle sen mainos olisi esitettävä.

5.4.1 Roolit

81. Eri toimijoiden roolien määrittämisen osalta tietosuojaneuvosto toteaa seuraavaa: Esimerkissä 7 museon Z ja sosiaalisen median palveluntarjoajan välillä on kyseessä yhteinen rekisterinpito, joka koskee henkilötietojen käsittelyä kohdennettua mainontaa varten, ottaen huomioon sen, että tiedot kerättiin sosiaalisen median palvelun ”tykkäys”-toiminnon avulla, sekä analyysin, jonka sosiaalisen median palveluntarjoaja on tehnyt voidakseen tarjota kohdentajalle kohdentamiskriteerin ”kiinnostunut impressionismista”, jonka perusteella mainos lopulta esitetään.⁸⁵
82. Esimerkissä 8 vedonlyöntiyritys Pikavoiton ja sosiaalisen median palveluntarjoajan välillä on kyseessä yhteinen rekisterinpito, joka kattaa yhteisesti määritellyt käsittelytoimet, tässä tapauksessa kohdentamiskriteerien valinnan ja mainonnan esittämisen, sekä kohdennettuun kampanjaan liittyvän raportoinnin.

⁸⁵ Sosiaalisen median sivujen osalta yhteisen rekisterinpidon edellytykset voivat täytyä myös niiden tilastotietojen osalta, jotka sosiaalisen median palveluntarjoaja toimittaa sivun hallinnoijalle; ks. asia C-210/16, Wirtschaftsakademie.

5.4.2 Käsittelyn oikeusperusta

83. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnattu mainonnan kohdentaminen päätelyjen tietojen perusteella edellyttää yleensä profilointia.⁸⁶ Tietosuojatyöryhmä on aiemmin selventänyt, että yleisen tietosuojasetuksen mukaan profiloinnilla tarkoitetaan henkilötietojen automaattista käsittelyä henkilökohtaisten ominaisuuksien arvioimiseksi ja erityisesti henkilöiden analysoimiseksi tai heitä koskevien ennusteiden tekemiseksi, lisäten, että "*[s]anan 'arviointi' käyttö viittaa siihen, että profilointiin liittyy jonkinlaista henkilön arviointia tai määrittelyä*".⁸⁷ Profilointi voi olla lainmukaista minkä tahansa yleisen tietosuojasetuksen 6 artiklan 1 kohdassa säädetyn oikeusperustan nojalla edellyttäen, että kyseinen oikeusperusta on pätevä.
84. Esimerkissä 7 sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 5 artiklan 3 kohtaa sovelletaan siltä osin kuin taidemaalari Pataolitoon liittyvän mainoksen esittäminen Juntusen sivulla edellyttää luku- tai kirjoitustoimia, jotta "tykkäyksiä" koskevat tiedot voidaan yhdistää sosiaalisen median palveluntarjoajan hallussa oleviin aiempiin Juntusta koskeviin tietoihin. Näin ollen näihin toimiin tarvitaan suostumus.
85. Esimerkin 8 osalta tietosuojaneuvosto muistuttaa, että kun kyseessä on automatisoitu päätöksenteko, jolla on oikeusvaikutuksia tai joka vaikuttaa rekisteröityyn vastaavalla tavalla merkittävästi, kuten yleisen tietosuojasetuksen 22 artiklassa säädetään, rekisterinpitäjät voivat vedota seuraaviin poikkeuksiin:
-) Päätös perustuu rekisteröidyn nimenomaiseen suostumukseen.
 -) Päätös on välttämätön rekisteröidyn ja rekisterinpitäjän välisen sopimuksen tekemistä tai täytäntöönpanoa varten.
 -) Päätös on hyväksytty rekisterinpitäjään sovellettavassa unionin oikeudessa tai jäsenvaltion lainsäädännössä.
86. Tietosuojatyöryhmä on aiemmin todennut, että "*[m]onissa tyypillisissä tapauksissa päätöksellä käyttää profilointiin perustuvaa kohdennettua mainontaa ei ole vastaavalla tavalla merkittävää vaikutusta henkilöihin [...]. On kuitenkin mahdollista, että tällaisella päätöksellä on merkittävä vaikutus, mutta tämä riippuu kunkin tapauksen erityispiirteistä, joita ovat muun muassa seuraavat:*
-) *profilointiprosessin yksityisyyteen puuttumisen aste, mukaan luettuna henkilöiden seuraaminen eri verkkosivustoilla, laitteissa ja palveluissa,*
 -) *kyseisten henkilöiden odotukset ja toiveet,*
 -) *mainoksen toimitustapa tai*
 -) *kohteena olevien rekisteröityjen heikkouksia koskevan tiedon hyödyntäminen.*"⁸⁸
87. Jos sosiaalisen median palveluntarjoajan suorittama profilointi todennäköisesti vaikuttaa rekisteröityyn "vastaavalla tavalla merkittävästi", sovelletaan 22 artiklaa. Rekisterinpitäjän (tai tapauksen mukaan yhteisrekisterinpitäjien) on kussakin tapauksessa arvioitava kohdentamiseen

⁸⁶ Tietosuojaneuvosto huomauttaa, että profilointia on saattanut tapahtua myös aiemmissa esimerkeissä.

⁸⁷ Suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista asetuksen (EU) 2016/679 täytäntöönpanemiseksi, WP251 rev.01, s. 7.

⁸⁸ Suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista asetuksen (EU) 2016/679 täytäntöönpanemiseksi, WP251 rev.01, s. 23.

liittyvien tosiseikkojen perusteella, vaikuttaako kohdentaminen rekisteröityyn ”vastaavalla tavalla merkittävästi”.

88. Esimerkissä 8 kuvatussa tilanteessa online-vedonlyöntiä koskeva mainonta voi kuulua yleisen tietosuoja-asetuksen 22 artiklan soveltamisalaan (mainonnan kohdentaminen taloudellisesti haavoittuvassa asemassa oleviin henkilöihin, jotka ovat kiinnostuneita online-vedonlyönnistä tavalla, joka voi vaikuttaa merkittävästi ja haitallisesti heidän taloudelliseen tilanteeseensa). Sen vuoksi tarvitaan 22 artiklan mukaisesti nimenomainen suostumus. Lisäksi seurantatekniikoiden käyttö johtaa sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 5 artiklan 3 kohdan soveltamiseen ja ennakkosuostumuksen edellyttämiseen. Tietosuojaneuvosto muistuttaa lopuksi, että jotta käsittely olisi lainmukaista, rekisterinpitäjän on suoritettava tapauskohtainen arviointi ja että suostumuksen saaminen ei vähennä muita veloitteita noudattaen kohtuullisuutta, tarpeellisuutta, oikeasuhteisuutta ja tietojen laatua koskevia vaatimuksia, kuten yleisen tietosuoja-asetuksen 5 artiklassa säädetään.

6 LÄPINÄKYVYYS JA OIKEUS SAADA TUTUSTUA TIETOIHIN

89. Yleisen tietosuoja-asetuksen 5 artiklan 1 kohdan a alakohdassa säädetään, että henkilötietoja on käsiteltävä lainmukaisesti, asianmukaisesti ja rekisteröidyn kannalta läpinäkyvästi. Asetuksen 5 artiklan 1 kohdan b alakohdassa säädetään lisäksi, että henkilötiedot on kerättävä tiettyä, nimenomaista ja laillista tarkoitusta varten. Asetuksen 12, 13 ja 14 artikla sisältävät erityisiä säännöksiä rekisterinpitäjän läpinäkyvyysveloitteista. Johdanto-osan 39 kappaleessa todetaan, että *”[J]uonnollisille henkilöille olisi oltava läpinäkyvää, miten heitä koskevia henkilötietoja kerätään ja käytetään ja niihin tutustutaan tai niitä käsitellään muulla tavoin, ja heidän olisi oltava selvillä siitä, missä määrin henkilötietoja käsitellään tai on määrä käsitellä”*.⁸⁹
90. Kaikki rekisteröidyille heidän henkilötietojensa käsittelyä koskevat tiedot on toimitettava tiiviisti esitettyssä, läpinäkyvässä ja helposti ymmärrettävässä ja saatavilla olevassa muodossa selkeällä ja yksinkertaisella kielellä.
91. Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että pelkkä sanan ”mainos” käyttö ei riitä ilmoittamaan käyttäjille, että heidän toimintaansa seurataan kohdennettua mainontaa varten. Yksityishenkilöille olisi oltava läpinäkyvää, minkätyyppisiä käsittelytoimia suoritetaan ja mitä tämä tarkoittaa rekisteröidyille käytännössä. Rekisteröidyille olisi ilmoitettava helposti ymmärrettävällä kielellä, mikäli sosiaalisen median palveluntarjoaja suorittaa profilointia palvelussa tapahtuvan toiminnan tai kohdentaja verkkosivustollaan tapahtuvan toiminnan perusteella. Tämä olisi tehtävä antamalla käyttäjille tietoa niiden henkilötietojen lajeista, joiden perusteella profilointia suoritetaan ja jotka viime kädessä mahdollistavat kohdennetun ja käyttötottumuksiin perustuvan mainonnan esittämisen.⁹⁰ Käyttäjille olisi annettava asiaankuuluvat tiedot suoraan näytöllä interaktiivisesti ja, mikäli tarkoituksenmukaista tai tarpeen, monitasoisten tietosuojaselosteiden avulla.⁹¹

6.1 Järjestelyn keskeiset osat ja annettavat tiedot (yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 2 kohta)

⁸⁹ Ks. myös asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat, WP260 rev.01, 11. huhtikuuta 2018, https://ec.europa.eu/newsroom/article29/item-detail.cfm?item_id=622227

⁹⁰ Ks. asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat.

⁹¹ Asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat, WP259 rev.01, 24 ja 35 kohta.

92. Yleisen tietosuojasetuksen 26 artiklan 1 kohdan mukaan yhteisrekisterinpitäjät määrittelevät *”keskinäisellä järjestelyllä läpinäkyvällä tavalla kunkin vastualueen tässä asetuksessa vahvistettujen velvoitteiden noudattamiseksi, erityisesti rekisteröityjen oikeuksien käytön ja 13 ja 14 artiklan mukaisten tietojen toimittamista koskevien tehtäviensä osalta, paitsi jos ja siltä osin kuin rekisterinpitäjiin sovellettavassa unionin oikeudessa tai jäsenvaltion lainsäädännössä määritellään rekisterinpitäjien vastualueet. Järjestelyn yhteydessä voidaan nimetä rekisteröidyille yhteyspiste.”*
93. Toinen läpinäkyvyyperiaatteen ilmentymä on yleisen tietosuojasetuksen 26 artiklan 2 kohdan mukainen velvoite asettaa rekisteröidyn saataville yhteistä rekisterinpitoa koskevan järjestelyn keskeiset osat. Asetuksen 26 artiklassa edellytetään, että yhteisrekisterinpitäjien on toteutettava asianmukaiset toimenpiteet sen varmistamiseksi, että rekisteröidyt saavat tiedon vastuunjaosta.
94. Periaatteessa rekisteröidylle annettavien tietojen on katettava kaikki niiden käsittelytoimien ominaisuudet, joista yhteisrekisterinpitäjät ovat yhdessä vastuussa. Jotta tiedot voidaan katsoa kohtuullisiksi ja asianmukaisiksi, rekisteröidyllä on oikeus saada alusta alkaen kaikki tiedot käsittelystä (myös suunnitellusta myöhemmästä käsittelystä, jos kyseessä on yhteinen rekisterinpito). Tarkemmin sanottuna tällä yhteisjärjestelyllä on varmistettava, että rekisteröidylle annetaan yleisen tietosuojasetuksen 13 ja 14 artiklassa edellytetyt tiedot, kuten tiedot yhteisistä tai läheisesti toisiinsa liittyvistä tarkoituksista, säilytysajoista ja tietojen toimittamisesta kolmansille osapuolille, jotka on ilmoitettava rekisteröidylle tietojen keräämisen yhteydessä tai viimeistään ennen käsittelyn aloittamista. Järjestelystä on käytävä selvästi ilmi, miten vastuut on tältä osin jaettu. Näiden vaatimusten täyttämiseksi tällaiseen järjestelyyn on sisällytettävä selkeät ja kattavat tiedot käsittelystä, johon järjestely liittyy (tai viitattava niihin), sekä tarvittaessa kuvaus käsittelyn eri vaiheista ja toimijoista.⁹²
95. Vaikka molemmilla yhteisrekisterinpitäjillä on informointivelvollisuus sellaisen käsittelyn osalta, josta ne vastaavat yhdessä, rekisterinpitäjät voivat sopia keskenään, että toinen rekisterinpitäjistä vastaa alustavien tietojen antamisesta rekisteröidylle, erityisesti tapauksissa, joissa vain toinen rekisterinpitäjistä on vuorovaikutuksessa käyttäjien kanssa ennen käsittelyn aloittamista esimerkiksi verkkosivustollaan.⁹³ Tämän rekisteröidylle toimitettavia tietoja koskevan tietojenvaihdon olisi oltava erottamaton osa yhteisjärjestelyä (siitä tulisi sopia esimerkiksi yhteisjärjestelyn liitteessä). Jos yhdellä yhteisrekisterinpitäjällä ei ole kaikkia tarkkoja tietoja esimerkiksi siksi, että se ei tunne käsittelytoimien tarkkaa teknistä toteutustapaa, toisen yhteisrekisterinpitäjän on toimitettava tälle kaikki tarvittavat tiedot, jotta tämä puolestaan voi antaa rekisteröidylle kaikki yleisen tietosuojasetuksen 13 ja 14 artiklan mukaiset tiedot.
96. Tietosuojaneuvosto toteaa, että rekisterinpitäjät eivät ole suoraan vastuussa yleisen tietosuojasetuksen 13 ja 14 artiklassa edellytettävien tietojen toimittamisesta sellaisten muiden käsittelytoimien osalta, jotka eivät kuulu yhteisen rekisterinpidon piiriin. Näin ollen kohdentaja ei ole suoraan vastuussa sellaisten tietojen toimittamisesta, jotka liittyvät sosiaalisen median palvelussa suoritettavaan jatkokäsittelyyn.⁹⁴

⁹² Lausunto 1/2010 rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteistä, WP 169, s. 28.

⁹³ Tuomio asiassa *Fashion ID*, 102 ja 105 kohta.

⁹⁴ Kuten yleiseen tietosuojasetukseen sisältyvistä rekisterinpitäjän ja henkilötietojen käsittelijän käsitteistä annetuissa tietosuojaneuvoston ohjeissa 7/2020 selvennetään, kunkin rekisterinpitäjän velvollisuutena on varmistaa, että tietoja ei jatkokäsitellä tavalla, joka on ristiriidassa niiden tarkoitusten kanssa, joita varten tiedot jakava rekisterinpitäjä ne alun perin keräsi. Hyvä käytäntö olisi se, että rekisterinpitäjä, joka aikoo käsitellä henkilötietoja edelleen muihin tarkoituksiin, tarjoaa henkilötietoja toimittavalle toiselle rekisterinpitäjälle riittävät keinot varmistaa, että jatkokäsittelylle on tosiasiallisesti olemassa oikeusperusta (joka olisi todennäköisesti suostumus) ja että rekisteröidylle on ilmoitettu käsittelystä asianmukaisesti. Tämä antaisi kohdentajalle mahdollisuuden varmistaa, että tietojen toimittaminen sosiaalisen median palveluntarjoajalle on lainmukaista.

97. Tietosuojaneuvosto korostaa kuitenkin, että yhteisrekisterinpitäjällä, joka aikoo käsitellä henkilötietoja edelleen muihin, yhteisen vastuun ulkopuolisiin tarkoituksiin, on yleisen tietosuoja-asetuksen 14 artiklan 4 kohdan mukaisesti erityisiä informointivelvoitteita sekä 6 artiklan 4 kohdan mukaisesti jatkokäsittelyn yhteensopivuutta koskevia velvoitteita. Esimerkiksi kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja voisivat sopia, että kohdentaja antaa tiettyjä tietoja sosiaalisen median palveluntarjoajan puolesta. Sosiaalisen median palveluntarjoaja on kuitenkin viime kädessä vastuussa sen varmistamisesta, että rekisteröidylle on toimitettu asiaankuuluvat tiedot kaikista sen vastuulla olevista käsittelytoimista.

Esimerkissä 3 (Korhoselle kohdennetaan pankkia X koskevaa mainontaa hänen sosiaalisen median sivullaan sen jälkeen, kun pankki on toimittanut Korhosen sähköpostiosoitteen sosiaalisen median palveluntarjoajalle) pankin on ilmoitettava Korhoselle, että hänen sähköpostiosoitettaan käytetään pankkipalveluihin liittyvien tarjousten mainostamiseen sosiaalisen median palveluntarjoajan välityksellä. Kaiken sosiaalisen median palveluntarjoajan suorittaman myöhemmän käsittelyn on oltava lainmukaista ja yhteensopivaa niiden tarkoitusten kanssa, joita varten pankki alun perin keräsi tiedot.

Lisäksi, jos sosiaalisen median palveluntarjoaja aikoo käsitellä Korhosen sähköpostitietoja edelleen muihin tarkoituksiin, sen on varmistettava, että Korhonen saa ennen käsittelyä yleisen tietosuoja-asetuksen 14 artiklan 4 kohdassa edellytetyt tiedot.

Sosiaalisen median palveluntarjoaja ja pankki voivat sopia, että pankki toimittaa Korhoselle asiaankuuluvat tiedot sosiaalisen median palveluntarjoajan puolesta. Tästä huolimatta sosiaalisen median palveluntarjoaja on viime kädessä vastuussa sen varmistamisesta, että rekisteröidylle on toimitettu asiaankuuluvat tiedot kaikista käsittelytoimista, joista palveluntarjoaja on (yksin) vastuussa. Yleisen tietosuoja-asetuksen 14 artiklan 5 kohdan a alakohdan mukaisesti tätä velvoitetta ei sovelleta, jos pankki on jo ilmoittanut Korhoselle tästä käsittelystä.

Nämä läpinäkyvyysvelvoitteet eivät kuitenkaan rajoita oikeusperustaa koskeviin näkökohtiin liittyvien erityisvelvoitteiden soveltamista.

98. Kunkin yhteisrekisterinpitäjän vastuulla on varmistaa, että järjestelyn keskeiset osat ovat rekisteröidyn saatavilla. Käytännössä järjestelyn keskeisten osien olisi oltava suoraan saatavilla palvelussa, johon järjestelyn tietosuojaperiaatteissa viitataan. Lisäksi niiden olisi oltava suoraan saatavilla esimerkiksi kohdentajan sosiaalisen median sivulla olevan linkin kautta tai ”Miksi näen tämän mainoksen?” -tyyppistä linkkiä seuraamalla.

6.2 Oikeus saada tutustua tietoihin (15 artikla)

99. Rekisterinpitäjien on annettava käyttäjille mahdollisuus käyttää rekisteröityjen oikeuksia helposti ja kaikilta osin. Rekisteröidyllä olisi oltava käytettävissään helppokäyttöinen ja tehokas väline, jonka avulla he voivat käyttää kaikkia oikeuksiaan milloin tahansa, erityisesti oikeuttaan tietojen poistamiseen ja käsittelyn vastustamiseen sekä yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan mukaista oikeuttaan saada tutustua tietoihin.⁹⁵ Seuraavissa kohdissa keskitytään siihen, miten ja kenen olisi

⁹⁵ Yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan 1 ja 2 kohdassa esitetään yksityiskohtaisesti tiedot, jotka on annettava rekisteröidylle, joka pyytää saada tutustua tietoihinsa. Asetuksen 15 artiklan 3 ja 4 kohdassa säädetään oikeudesta saada jäljennös henkilötiedoista.

varmistettava oikeus saada tutustua tietoihin sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen yhteydessä.⁹⁶

100. Yleisesti ottaen rekisterinpitäjät voivat yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan 1 kohdan vaatimusten täyttämiseksi ja täyden läpinäkyvyyden varmistamiseksi harkita mekanisme, jonka avulla rekisteröidyt voivat tarkistaa profiilinsa, myös sen laatimisessa käytetyt tiedot ja lähteet. Rekisteröidyn olisi voitava saada tietoonsa kohdentajan nimi, ja rekisterinpitäjien olisi helpotettava mahdollisuutta tutustua kohdentamista koskeviin tietoihin, myös käytettyihin kohdentamiskriteereihin, sekä muihin yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklassa vaadittuihin tietoihin.⁹⁷
101. Rekisteröidyille annettavan pääsyn osalta johdanto-osan 63 kappaleessa todetaan, että ”[m]ikäli mahdollista, rekisterinpitäjän olisi voitava tarjota etäpääsy suojattuun järjestelmään, jossa rekisteröity saa suoran pääsyn henkilötietoihinsa”. Sosiaalisen median palveluntarjoajien erityispiirteet, kuten verkkoympäristö ja käyttäjätilit, tarkoittavat, että rekisteröidylle saattaa olla mahdollista myöntää helposti etäyhteys häntä koskeviin henkilötietoihin yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan 1 ja 2 kohdan mukaisesti. Etäkäyttöoikeutta voidaan tässä tapauksessa pitää yleisen tietosuoja-asetuksen 12 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuna ”asianmukaisena toimenpiteenä”, kun otetaan huomioon se, että kyseessä on tyypillinen tilanne, jossa rekisteröidyn on ”toimijoiden suuren määrän ja käytänteiden teknisen monimutkaisuuden vuoksi vaikea tietää ja ymmärtää, kerätääkö hänen henkilötietojaan tai ketkä niitä keräävät ja mitä tarkoitusta varten” (ks. johdanto-osan 58 kappale, jossa mainitaan ”verkkomainonta” konkreettisenä esimerkkinä). Lisäksi kohteena oleville sosiaalisen median käyttäjille olisi pyynnöstä annettava jäljennös heitä koskevista henkilötiedoista yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan 3 kohdan mukaisesti.
102. Asetuksen 15 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaan käyttäjällä on oikeus saada seuraavat tiedot: ”vastaanottajat tai vastaanottajaryhmät, erityisesti kolmansissa maissa olevat vastaanottajat tai kansainväliset järjestöt, joille henkilötietoja on luovutettu tai on tarkoitus luovuttaa”. Asetuksen 4 artiklan 9 kohdan mukaan vastaanottaja on luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö, viranomainen, virasto tai muu elin, jolle luovutetaan henkilötietoja, oli kyseessä kolmas osapuoli tai ei. Kohdentaja ei välttämättä ole henkilötietojen vastaanottaja (ks. esimerkki 1), koska henkilötietoja ei välttämättä luovuteta sille, vaan se saa tilastoja kohteena olevista asiakkaista kootussa tai anonymisoidussa muodossa esimerkiksi kohdennetun kampanjan tai sen tulosten tarkastelun yhteydessä. Siltä osin kuin kohdentaja toimii yhteisrekisterinpitäjänä, se on kuitenkin yksilöitävä sellaiseksi sosiaalisen median käyttäjälle.
103. Vaikka yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklaa ei nimenomaisesti mainita tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 1 kohdassa, siinä käytetään sanamuotoa ”asetuksessa vahvistettujen velvoitteiden noudattamiseksi”, mikä kattaa myös tietosuoja-asetuksen 15 artiklan velvoitteet.
104. Jotta rekisteröidyt voisivat käyttää oikeuksiaan tuloksellisesti ja helposti, sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan välisen järjestelyn yhteydessä voidaan nimetä rekisteröidyille yhteyspiste. Yhteisrekisterinpitäjillä on periaatteessa vapaus määrittää keskenään, kenen olisi

⁹⁶ Ks. asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat tietosuojatyöryhmän suuntaviivat, s. 35.

⁹⁷ Lisätietoja yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan mukaisista profilointiin käytetyistä tiedoista, ks. tietosuojatyöryhmän suuntaviivat WP251 rev.01, s. 18 (”Yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklassa annetaan rekisteröidylle oikeus saada tietoja profilointiin käytetyistä henkilötiedoista, profiilin luomiseen käytetyt henkilötietoryhmät mukaan luettuna. Käsittelyä koskevien 15 artiklan 3 kohdan mukaisten yleisten tietojen lisäksi rekisterinpitäjä on velvollinen asettamaan saataville profiilin luomisessa syöttötietoina käytetyt tiedot sekä antamaan pääsyn tietoihin profiilista ja niistä segmenteistä, joihin rekisteröity on sijoitettu.”) On tärkeää, että 1 ja 14 artiklan mukaisesti annettuja tietoja täydennetään muilla tiedoilla rekisteröidyn erityistilanteen mukaan.

vastattava rekisteröityjen pyyntöihin vastaamisesta ja niiden noudattamisesta, mutta ne eivät voi sulkea pois rekisteröidyn mahdollisuutta käyttää oikeuksiaan suhteessa kuhunkin rekisterinpitäjään ja kutakin rekisterinpitäjää vastaan (yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 3 kohta). Näin ollen kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien on varmistettava, että käytössä on asianmukainen mekanismi, jonka avulla rekisteröidyt voivat tutustua omiin henkilötietoihinsa (myös käytettyihin kohdentamiskriteereihin) käyttäjäystävällisellä tavalla sekä myös kaikkiin yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklassa edellytettyihin tietoihin.

7 TIETOSUOJAA KOSKEVAT VAIKUTUSTENARVIOINNIT

105. Periaatteessa ennen suunniteltujen kohdentamistoimien käynnistämistä molempien rekisterinpitäjien olisi tarkistettava yleisen tietosuoja-asetuksen 35 artiklan 4 kohdan ja johdanto-osan 71, 75 ja 91 kappaleen mukaisesti kansallisella tasolla hyväksytty luettelo käsittelystä, joka ”todennäköisesti aiheuttaa [...] korkean riskin”, jotta voidaan määrittää, vastaako määritetty kohdentaminen jotakin käsittelytoimien tyyppiä, johon sovelletaan tietosuojaa koskevan vaikutustenarvioinnin tekemistä koskevaa vaatimusta. Sen arvioimiseksi, ovatko suunnitellut kohdentamistoimet sellaista käsittelyä, joka ”todennäköisesti aiheuttaa [...] korkean riskin”, ja tarvitaanko tietosuojaa koskevaa vaikutustenarviointia, olisi otettava huomioon myös tietosuojaa koskevasta vaikutustenarvioinnista annetuissa ohjeissa⁹⁸ esitetyt perusteet sekä valvontaviranomaisen laatima luettelo käsittelytoimien tyypeistä, joiden yhteydessä vaaditaan tietosuojaa koskeva vaikutustenarviointi (35 artiklan 4 kohdan mukaisesti).
106. Joissakin tapauksissa mainostetun tuotteen tai palvelun luonne, viestin sisältö tai tapa, jolla mainos esitetään, voivat vaikuttaa henkilöihin, joiden osalta vaikutusta on arvioitava tarkemmin. Tämä voi koskea esimerkiksi tuotteita, jotka on suunnattu haavoittuvassa asemassa oleville ihmisille. Muita riskejä voi ilmetä mainoskampanjan tarkoituksesta ja yksityisyyteen puuttumisen asteesta johtuvista syistä tai jos kohdentamiseen liittyy havainnoitujen, pääteltyjen tai johdettujen henkilötietojen käsittelyä.
107. Yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan 1 kohdassa nimenomaisesti mainittujen veloitteiden lisäksi yhteisrekisterinpitäjien olisi otettava huomioon myös muut veloitteet määritellessään omia velvollisuuksiaan. Tietosuojaa koskevasta vaikutustenarvioinnista annetuissa tietosuojatyöryhmän ohjeissa todetaan seuraavaa: ”Jos käsittelytoimeen osallistuu yhteisrekisterinpitäjiä, niiden on tarkasti määriteltävä kullekin erikseen kuuluvat velvollisuudet.”
108. Tämän vuoksi kummankin rekisterinpitäjän on arvioitava, onko tietosuojaa koskeva vaikutustenarviointi tarpeen. Jos vaikutustenarviointi katsotaan tarpeelliseksi, molemmat rekisterinpitäjät ovat vastuussa tämän veloitteen täyttämisestä. Tietosuojaneuvosto muistuttaa, että tietosuojaa koskevassa vaikutustenarvioinnissa olisi käsiteltävä henkilötietojen käsittelyä kokonaisuudessaan, mikä tarkoittaa, että periaatteessa molempien yhteisrekisterinpitäjien on osallistuttava vaikutustenarvioinnin toteuttamiseen. Tässä yhteydessä molempien rekisterinpitäjien on varmistettava, että niillä on riittävästi tietoja käsittelystä vaaditun vaikutustenarvioinnin suorittamiseksi.⁹⁹ Tämä tarkoittaa, että ”[k]unkin rekisterinpitäjän olisi ilmoitettava tarpeensa ja

⁹⁸ Ks. tietosuojatyöryhmän ohjeet tietosuojaa koskevasta vaikutustenarvioinnista ja keinoista selvittää ”liittykö käsittelyyn todennäköisesti” asetuksessa (EU) 2016/679 tarkoitettu ”korkea riski”, WP248 rev.01.

⁹⁹ Tietosuojaneuvosto toistaa, että tietosuojaa koskevaa vaikutustenarviointia ei vaadita, jos käsittelyn luonne, laajuus, asiayhteys ja tarkoitukset ovat hyvin samankaltaisia kuin sellaisen käsittelyn, jonka osalta vaikutustenarviointi on jo tehty. Tällaisissa tapauksissa voidaan käyttää samankaltaisen käsittelyn yhteydessä tehdyn vaikutustenarvioinnin tuloksia. Ks. tietosuojatyöryhmän ohjeet tietosuojaa koskevasta

jaettava hyödyllisiä tietoja vaarantamatta salaisuuksia (esim. liikesalaisuuksien, henkisen omaisuuden ja luottamuksellisten liiketietojen suojeleminen) tai paljastamatta haavoittuvuuksia”.¹⁰⁰

109. Käytännössä on mahdollista, että tietosuoja koskevan vaikutustenarvioinnin tekeminen annetaan kokonaisuudessaan jommankumman yhteisrekisterinpitäjän tehtäväksi. Tämä olisi täsmennettävä yhteisjärjestelyssä, sanotun kuitenkin rajoittamatta rekisterinpitäjien yhteistä vastuuta. On totta, että jommallakummalla rekisterinpitäjistä saattaa olla paremmat edellytykset arvioida tiettyjä käsittelytoimia. Tapauksesta riippuen tämä rekisterinpitäjä voi esimerkiksi olla se, jolla on enemmän päätösvaltaa ja tietämystä kohdentamisprosessista, erityisesti käytetyn järjestelmän loppuvaiheen toimien tai käsittelyn keinojen osalta.
110. Jokaiseen tietosuoja koskevaan vaikutustenarviointiin on sisällyttävä suunnitellut toimenpiteet riskeihin puuttumiseksi, mukaan lukien suoja- ja turvallisuustoimet ja mekanismit, joilla varmistetaan henkilötietojen suoja ja osoitetaan, että yleistä tietosuoja-asetusta on noudatettu rekisteröityjen ja muiden asianomaisten oikeudet ja oikeudet edut huomioon ottaen. Jos havaittuihin riskeihin ei voida puuttua riittäväällä tavalla (eli jäännösriski pysyy korkeana), yhteisrekisterinpitäjien tehtävänä on varmistaa, että asianomaiselta valvontaviranomaiselta pyydetään neuvoa etukäteen. Jos kohdentaminen rikkoisi yleistä tietosuoja-asetusta erityisesti siksi, että riskejä ei ole riittävästi tunnistettu tai pienennetty, kohdentamista ei pitäisi toteuttaa.

Esimerkki 9:

Maailmanmuuttajat-puolue haluaa kannustaa sosiaalisen median käyttäjiä äänestämään puolueen tiettyä ehdokasta tulevissa vaaleissa. Puolue haluaa kohdentaa mainontaa maaseudulla asuville vanhuksille, jotka käyvät säännöllisesti kirkossa ja jotka eivät ole käyneet ulkomailla kahden viime vuoden aikana.

111. Sosiaalisen median palveluntarjoajan ja poliittisen puolueen välillä on kyseessä yhteinen rekisterinpito profiilitietojen yhdistämisen ja kohdennetun mainonnan esittämisen osalta. Maailmanmuuttajat-puolueen ja sosiaalisen median palveluntarjoajan on arvioitava, tarvitaanko tietosuoja koskevaa vaikutustenarviointia. Tässä esimerkissä molemmilla on riittävät tiedot kriteereistä, joita käytetään mainonnan kohdentamiseen tiettyihin henkilöihin, jotta voidaan todeta, että käsittely todennäköisesti aiheuttaisi korkean riskin.
112. Jos tietosuoja koskeva vaikutustenarviointi on tarpeen, yhteisjärjestelyssä olisi käsiteltävä sitä, miten rekisterinpitäjien olisi suoritettava vaikutustenarviointi, ja varmistettava, että tietoja vaihdetaan asiaankuuluvalla tavalla. Tässä esimerkissä sosiaalisen median palveluntarjoajalla voi olla paremmat edellytykset arvioida tiettyjä käsittelytoimia, koska puolue vain valitsee yleiset kohdentamiskriteerit.

8 ERITYISET HENKILÖTIETORYHMÄT

8.1 Erityisiin henkilötietoryhmiin sisältyvät tiedot

113. Yleisessä tietosuoja-asetuksessa säädetään sellaisten henkilötietojen suojasta, jotka ovat erityisen arkaluonteisia perusoikeuksien ja -vapauksien kannalta. Tällaiset tiedot määritellään yleisen

vaikutustenarvioinnista ja keinoista selvittää ”liittyykö käsittelyyn todennäköisesti” asetuksessa (EU) 2016/679 tarkoitettu ”korkea riski”, WP248 rev.01, s. 12.

¹⁰⁰ Ks. edellinen alaviite, s. 9.

tietosuoja-asetuksen 9 artiklassa erityisiksi henkilötietoryhmiksi, ja niihin sisältyvät tiedot henkilön terveydestä, rodusta tai etnisestä alkuperästä, biometriset tiedot ja tiedot uskonnollisesta tai filosofisesta vakaumuksesta, poliittisista mielipiteistä, ammattiliiton jäsenyydestä, seksuaalisesta käyttäytymisestä tai seksuaalisesta suuntautumisesta.

114. Rekisterinpitäjät voivat käsitellä erityisiä henkilötietoryhmiä vain, jos ne täyttävät jonkin yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan 2 kohdassa säädetyistä edellytyksistä, esimerkiksi jos ne ovat saaneet rekisteröidyn nimenomaisen suostumuksen tai jos rekisteröity on nimenomaisesti saattanut tiedot julkisiksi. Erityisten henkilötietoryhmien käsittelyssä on 9 artiklassa säädettyjen edellytysten lisäksi vedottava johonkin asetuksen 6 artiklassa säädettyyn oikeusperustaan, ja käsittelyn on tapahduttava 5 artiklassa säädettyjen peruseriaatteiden mukaisesti.
115. Lisäksi erityisten henkilötietoryhmien käsittelyllä on merkitystä, kun arvioidaan yleisen tietosuoja-asetuksen 24, 25, 28 ja 32 artiklan mukaisia asianmukaisia toimia, mutta myös määritettäessä, onko 35 artiklan mukainen tietosuoja koskeva vaikutustenarviointi suoritettava tai onko 37 artiklan mukainen tietosuojavastaava nimitettävä.
116. Sosiaalisen median käyttäjiin suunnatun kohdentamisen yhteydessä on tarpeen määrittää, koskeeko henkilötietojen käsittely erityisiä henkilötietoryhmiä ja käsittelee näitä tietoja sosiaalisen median palveluntarjoaja, kohdentaja vai molemmat. Jos erityisiä henkilötietoryhmiä käsitellään, on määritettävä, voivatko sosiaalisen median palveluntarjoaja ja kohdentaja käsitellä näitä tietoja lainmukaisesti ja millä edellytyksillä.
117. Jos sosiaalisen median palveluntarjoaja käsittelee erityisiä henkilötietoryhmiä kohdentamistarkoituksessa, sillä on oltava käsittelylle yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan mukainen oikeusperusta ja sen on vedottava johonkin 9 artiklan 2 kohdassa säädettyyn poikkeukseen, kuten alakohdan mukaiseen nimenomaiseen suostumukseen. Jos kohdentaja ottaa yhteyttä sosiaalisen median palveluntarjoajaan ja pyytää tätä kohdentamaan mainontaa käyttäjille erityisten henkilötietoryhmien perusteella, kohdentaja vastaa yhdessä sosiaalisen median palveluntarjoajan kanssa erityisiä henkilötietoryhmiä koskevasta käsittelystä.
118. Seuraavassa oikeudellisessa analyysissä tarkastellaan erilaisia tilanteita, joissa tällaista käsittelyä voi tapahtua, sekä käsittelyn oikeudellisia vaikutuksia.

8.1.1 Selkeät erityiset henkilötietoryhmät

119. Toisinaan käsiteltävät henkilötiedot kuuluvat selvästi erityisten tietoryhmien määritelmän piiriin, kuten silloin, kun tietyn henkilön osalta ilmoitetaan suoraan tämän olevan tietyn poliittisen puolueen tai uskonnollisen yhteisön jäsen.

Esimerkki 10:

Lehtonen ilmoittaa suoraan sosiaalisen median profiilissaan olevansa Vihreä planeetta -puolueen jäsen. Ympäristöjärjestö "Eläköön maa!" haluaa kohdentaa mainontaa sosiaalisen median käyttäjille, jotka ovat Vihreä planeetta -puolueen jäseniä.

120. Esimerkissä 10 sosiaalisen median palveluntarjoaja ja ympäristöjärjestö toimivat yhteisrekisterinpitäjinä.¹⁰¹ Jos ympäristöjärjestö pyytää sosiaalisen median palveluntarjoajaa kohdentamaan mainontaa käyttäjille näiden poliittisten mielipiteiden perusteella, molemmat rekisterinpitäjät osallistuvat yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklassa määriteltyjen erityisten henkilötietoryhmien käsittelyyn. Tällaisten tietojen käsittely on periaatteessa kielletty 9 artiklan

¹⁰¹ Ks. kohdassa 5.2.1 esitetty analyysi.

1 kohdan nojalla. Jotta niiden käsittely olisi mahdollista, sekä sosiaalisen median palveluntarjoajan että ympäristöjärjestön on kyettävä vetoamaan johonkin 9 artiklan 2 kohdassa säädettyyn poikkeukseen. Tämän lisäksi molemmilla on oltava käsittelylle jokin 6 artiklan mukainen oikeusperusta. Vaikuttaa siltä, että asetuksen 9 artiklan 2 kohdassa säädetystä poikkeuksista ainoat tähän tapaukseen soveltuvat poikkeukset ovat a alakohdan mukaisen rekisteröidyn nimenomaisen suostumuksen hankkiminen tai e alakohdan mukainen poikkeus, jonka mukaan Lehtonen on nimenomaisesti saattanut kyseiset henkilötiedot julkisiksi.

8.1.2 Päätellyt ja yhdistetyt erityiset henkilötietoryhmät

121. Erityisiä henkilötietoryhmiä koskevat oletukset ja päätelmät (esim. ”koska tietty henkilö on vierailut liberaaleja näkemyksiä sisältävällä sivustolla, hän todennäköisesti äänestää tiettyä puoluetta”) muodostavat myös erityisen henkilötietoryhmän. Kuten tietosuojatyöryhmä on aiemmin todennut, ”[p]rofiloinnilla voidaan luoda erityisiä tietoryhmiä sellaisista tiedoista tehtävillä päätelmillä, jotka sinänsä eivät kuulu erityisiin tietoryhmiin, mutta joista tulee tällaisia tietoja, kun niitä yhdistetään muihin tietoihin. Saattaa esimerkiksi olla mahdollista päätellä henkilön terveydentila tämän ruokaostoksia koskevista tiedoista, kun ne yhdistetään elintarvikkeiden laatua ja energiasisältöä koskeviin tietoihin.”¹⁰²
122. Esimerkiksi pelkkää yksittäistä lausumaa, sijaintitietoa tai vastaavaa tietoa, josta käy ilmi, että käyttäjä on (joko kerran tai useammin) vierailut tiettyä uskonnollista vakaumusta edustavien ihmisten suosimassa paikassa, ei yleensä pidetä erityisten henkilötietoryhmien käsittelynä. Sitä voidaan kuitenkin pitää erityisten henkilötietoryhmien käsittelynä, jos nämä tiedot yhdistetään muihin tietoihin, tai sen vuoksi, missä yhteydessä kyseisiä tietoja käsitellään tai mihin tarkoituksiin niitä käytetään.

Esimerkki 11:

Heikkisen sosiaalisen median profiilissa on vain yleisiä tietoja, kuten hänen nimensä ja kotipaikkansa, mutta tilapäiviyksestä käy ilmi, että hän on osallistunut kaupungin kirkossa pidettyyn uskonnolliseen tilaisuuteen. Myöhemmin kaupungin kirkko haluaa lähettää kirkossa kävijöille uskonnollisia viestejä kannustaakseen kristittyjä liittymään seurakuntaansa. Tässä tapauksessa Heikkisen tilapäiviyksestä ilmi käyvien henkilötietojen käyttö tällaiseen kohdentamistarkoitukseen katsotaan erityisiä henkilötietoryhmiä koskevaksi käsittelyksi.

123. Jos sosiaalisen median palveluntarjoaja tai kohdentaja käyttää havainnoituja tietoja luokitellakseen käyttäjiä uskonnollisen tai filosofisen vakaumuksen tai poliittisen kannan mukaan – riippumatta siitä, kuvaako luokittelu todellisuutta vai ei – kyseinen luokittelu on katsottava erityisten henkilötietoryhmien käsittelyksi. Mikäli luokittelu mahdollistaa kohdentamisen erityisten henkilötietoryhmien perusteella, sillä ei ole merkitystä, miten luokittelu on suoritettu.

Esimerkki 12:

Hämäläisen sosiaalisen median profiilin tilapäiviyksistä, kirjautumisista ja muista vastaavista toimista käy ilmi, että Hämäläinen osallistuu säännöllisesti Sielu ja ruumis -liikkeen järjestämään toimintaan. Vaikka Hämäläinen ei ole julkaissut mitään nimenomaista ilmoitusta filosofisesta vakaumuksestaan, kaikki hänen päivityksensä, tykkäyksensä, kirjautumisensa ja muut vastaavat tiedot osoittavat selvästi, että Hämäläisellä on tietty filosofinen vakaumus.

¹⁰² Tietosuojatyöryhmän suuntaviivat automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista asetuksen (EU) 2016/679 täytäntöön panemiseksi, WP251 rev.01, s. 16.

Esimerkki 13:

Sosiaalisen median palveluntarjoaja käyttää Mäntynen sosiaalisen median profiilissaan aktiivisesti ilmoittamia tietoja, kuten ikää, kiinnostuksen kohteita ja osoitetta, ja yhdistää ne havainnoituihin tietoihin verkkosivustoista, joilla Mäntynen on vierailut, sekä Mäntynen ”tykkäyksistä” sosiaalisen median palvelussa. Sosiaalisen median palveluntarjoaja päätelee tietojen perusteella, että Mäntynen on vasemmistoliberaalin politiikan kannattaja, sijoittaa hänet kohderyhmään ”kiinnostunut vasemmistoliberaalista politiikasta” ja asettaa tämän kohderyhmän kohdentajien saataville kohdennettua mainontaa varten.

124. Esimerkissä 12 suuri tietomäärä ja erityisiin henkilötietoryhmiin perustuvan kohdentamisen estävien toimenpiteiden puuttuminen merkitsevät sitä, että kyseessä on erityisten henkilötietoryhmien käsittely. Pelkästään se, että sosiaalisen median palveluntarjoaja käsittelee suuria tietomääriä, joita voitaisiin mahdollisesti käyttää erityisten henkilötietoryhmien päättämiseen, ei kuitenkaan automaattisesti tarkoita, että käsittely kuuluu yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan soveltamisalaan. Kyseistä artiklaa ei sovelleta, jos sosiaalisen median palveluntarjoajan suorittama käsittely ei johda erityisten henkilötietoryhmien päättelyyn ja jos sosiaalisen median palveluntarjoaja on toteuttanut toimenpiteitä sen estämiseksi, että tällaisia tietoja voidaan päätellä tai käyttää kohdentamiseen. Suurten käyttäjiä koskevien henkilötietomäärien käsittelyyn voi kuitenkin liittyä luonnollisten henkilöiden oikeuksiin ja vapauksiin kohdistuvia erityisiä riskejä, joihin on puututtava toteuttamalla asianmukaisia turvatoimia yleisen tietosuoja-asetuksen 32 artiklan mukaisesti ja ottamalla huomioon tietosuojaa koskevan vaikutustentarvion tulokset asetuksen 35 artiklan mukaisesti.
125. Esimerkissä 13 kohderyhmän ”kiinnostunut vasemmistoliberaalista politiikasta” tarjoaminen ja käyttö merkitsee, että kyseessä on erityisten henkilötietoryhmien käsittely, koska tätä luokkaa voitaisiin helposti hyödyntää viestien kohdentamiseen vasemmistoliberaaleille henkilöille, joilla on vasemmistoliberaalia politiikkaa edustavia näkemyksiä. Koska sosiaalisen median palveluntarjoaja määrittää päätellyn poliittisen mielipiteen tietylle käyttäjälle, se käsittelee erityisiä henkilötietoryhmiä. Yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklaa sovellettaessa ei ole merkitystä sillä, onko käyttäjä tosiasiallisesti vasemmistoliberaalin politiikan tukija. Merkitystä ei ole myöskään sillä, että kohdentamiskriteerin nimeksi on määritetty ”kiinnostunut X:stä” eikä ”X:n tukija”, koska käyttäjä sijoitetaan kyseiseen kategoriaan pääteltyjen poliittisen kiinnostuksen kohteiden perusteella.

Esimerkki 14:

Saarinen tekee Huippurekry-yrityksen kehittämän soveltuvuuskokeen, joka sisältää psykologisen arvioinnin. Kokeen voi suorittaa sosiaalisen median palvelussa, ja siinä hyödynnetään sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamaa sovellusrajapintaa. Huippurekry kerää tietoja Saarisen koulutuksesta, työsuhteen laadusta, iästä, harrastuksista, työtehtävistä, sähköpostiosoitteesta ja yhteyksistä. Huippurekry hankkii tiedot sovellusrajapinnan kautta Saarisen sosiaalisen median tilillään myöntämien valtuutusten mukaisesti. Sovelluksen ilmoitettu tarkoitus on määrittää paras urapolku sovelluksen käyttäjälle.

Sosiaalisen median palveluntarjoajan tietämättä ja ilman sen lupaa Huippurekry käyttää palvelun tietoja erilaisten henkilökohtaisten ominaisuuksien, kuten persoonallisuuspiirteiden, psyykkisen terveyden ja poliittisen kannan, päättämiseen. Huippurekry päättää myöhemmin käyttää näitä tietoja kohdentaakseen erään poliittisen puolueen mainontaa Saariselle. Huippurekry hyödyntää tässä sosiaalisen median palveluntarjoajan sähköpostiosoitteisiin perustuvaa kohdentamistoimintoa

käyttämättä kuitenkaan mitään muita sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamia kohdentamiskriteereitä.

Esimerkissä 14 kohdentaja käsittelee erityisiä henkilötietoryhmiä, mutta sosiaalisen median palveluntarjoaja ei käsittele niitä. Saarisen poliittisen kannan analysointi ja tunnistaminen tapahtuu ilman sosiaalisen median palveluntarjoajan osallistumista.¹⁰³ Esimerkin 14 mukainen kohdentaminen johtaa yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan mukaisen yleisen kiellon soveltamiseen. Sen lisäksi se rikkoo asianmukaisuutta, läpinäkyvyyttä ja käyttötarkoitussidonnaisuutta koskevia vaatimuksia. Saarista ei nimittäin ole asianmukaisesti informoitu siitä, että häntä koskevia henkilötietoja käsitellään poliittisen kohdentamisen tarkoituksiin. Tällainen kohdentaminen ei myöskään vaikuta yhteensopivalta soveltuvuuskokeen kanssa.

126. Vaikka esimerkissä 14 kuvatut sosiaalisen median palveluntarjoajan suorittamat käsittelytoimet eivät ole yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklassa tarkoitettua erityisten henkilötietoryhmien käsittelyä, sosiaalisen median palveluntarjoaja on vastuussa tarvittavien suojatoimien sisällyttämisestä käsittelyprosessiin yleisen tietosuoja-asetuksen vaatimusten täyttämiseksi ja rekisteröityjen oikeuksien suojaamiseksi asetuksen 24 ja 25 artiklan mukaisesti.

8.2 Nimenomaisesti julkisiksi saatettuja erityisiä henkilötietoryhmiä koskeva poikkeus (yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan 2 kohta)

127. Yleisen tietosuoja-asetuksen 9 artiklan 2 kohdan e alakohdassa sallitaan erityisen henkilötietoryhmän käsittely tapauksissa, joissa rekisteröity on nimenomaisesti saattanut tiedot julkisiksi. Sana 'nimenomaisesti' merkitsee, että tähän poikkeukseen on sovellettava korkeaa kynnystä. Tietosuojaneuvosto toteaa, että yksi yksittäinen seikka ei välttämättä aina riitä osoittamaan, että rekisteröity on nimenomaisesti saattanut tiedot julkisiksi. Käytännössä rekisterinpitäjien voi olla tarpeen harkita alla esitetyjä tai muita seikkoja voidakseen osoittaa, että rekisteröity on nimenomaisesti ilmaissut aikomuksensa saattaa tiedot julkisiksi. Lisäksi tarvitaan tapauskohtaista arviointia. Seuraavat seikat voivat olla merkityksellisiä tässä arvioinnissa:

- i) sosiaalisen median palveluntarjoajan oletusasetukset (eli onko rekisteröity ryhtynyt erityistoimiin muuttaakseen oletusarvoisesti yksityiset tiedot julkisiksi tiedoiksi), tai
- ii) sosiaalisen median palvelun luonne (eli liittyykö palveluun erottamattomasti yhteydenpito läheisiin tai ihmissuhteiden muodostaminen (kuten sähköisten seuranhakupalvelujen tapauksessa) vai liittyykö siihen laajempaa ihmisten välistä suhdetoimintaa, kuten ammatillista yhteydenpitoa, mikrobloggausta, mediasisällön jakamista tai arvostelujen jakamista, tai
- iii) pääsy sivulle, jolla arkaluonteisia tietoja on saatavilla (eli ovatko tiedot julkisesti saatavilla vai edellytetäänkö esimerkiksi tilin luomista ennen tietoihin pääsyä), tai

¹⁰³ Esimerkissä 14 sosiaalisen median palveluntarjoajan ja Huippurekryn välillä ei ole kyseessä yhteinen rekisterinpito henkilötietojen keruun osalta, koska ne eivät ole yhdessä määrittäneet henkilötietojen keruun tarkoitusta tai henkilötietojen myöhempää tai jatkokäsittelyä Huippurekryn tarkoituksia varten käsittelyn tässä vaiheessa. Euroopan tietosuojaneuvosto haluaa muistuttaa, että roolien ja vastuiden analyysi on tehtävä tapauskohtaisesti ja että tätä esimerkkiä koskeva päätelmä ei vaikuta mahdollisiin myöhempiin toimiin, joihin tietosuojaneuvosto voi ryhtyä sovellusrajapintojen osalta. Tilanne olisi toki toinen, jos sosiaalisen median palveluntarjoaja osallistuisi henkilötietojen saataville asettamisen lisäksi myös Huippurekryn toteuttaman käsittelyn tarkoitusten määrittämiseen. Joka tapauksessa kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan välillä on kyseessä yhteinen rekisterinpito luetteloihin perustuvan kohdentamisen osalta.

iv) julkaistavien tietojen julkisuudesta rekisteröidyille annettavan informaation näkyvyys (esim. onko sivulla jatkuvasti näkyvissä oleva palkki vai ilmoitetaanko rekisteröidylle se, että tiedot julkistetaan, vasta julkaisupainikkeen käytön yhteydessä), tai

v) onko rekisteröity itse julkaissut asianomaiset arkaluonteiset tiedot vai onko kolmas osapuoli julkaissut tiedot (esim. ystävän julkaisema valokuva, joka paljastaa arkaluonteisia tietoja) vai onko tiedot päätelty.

128. Tietosuojaneuvosto toteaa, että yksi yksittäinen seikka ei välttämättä aina riitä osoittamaan, että rekisteröity on nimenomaisesti saattanut tiedot julkisiksi. Käytännössä rekisterinpitäjien voi olla tarpeen harkita näitä tai muita seikkoja voidakseen osoittaa, että rekisteröity on nimenomaisesti ilmaissut aikomuksensa saattaa tiedot julkisiksi.

Esimerkki 15:

Salminen on avannut tilin erääseen mikroblogipalveluun. Profiilitietoja täyttäessään hän ilmoittaa olevansa homoseksuaali. Koska Salminen on myös konservatiivi, hän päättää liittyä konservatiiviryhmien jäseneksi, vaikka hänelle ilmoitetaan, että hänen palvelussa vaihtamansa viestit ovat julkisia. Konservatiivinen poliittinen puolue haluaa kohdentaa viestintää henkilöille, joilla on sama poliittinen kanta ja sama seksuaalinen suuntautuminen kuin Salmisella, käyttämällä sosiaalisen median kohdentamistyökaluja.

129. Koska jäsenten seksuaalinen suuntautuminen on oletusarvoisesti yksityinen tieto ja koska Salminen ei ole itse ryhtynyt toimiin sen julkistamiseksi, kyseistä tietoa ei voida pitää nimenomaisesti julkistettuna. Lisäksi Salmisen poliittista suuntautumista koskevia tietoja ei ole nimenomaisesti saatettu julkisiksi huolimatta i) mikroblogipalvelun sosiaalisesta luonteesta (palvelua käytetään tietojen jakamiseen suurelle yleisölle) ja ii) siitä, että Salmiselle on ilmoitettu, että palvelussa julkaistavat viestit ovat luonteeltaan julkisia. Lisäksi vaikka Salminen on liittynyt julkisiin konservatiiviryhmiin, hänelle ei voida kohdistaa viestejä näiden arkaluonteisten tietojen perusteella, koska sosiaalisen median palveluntarjoaja on päätellyt Salmisen poliittisen kannan eikä rekisteröidyn nimenomaisena tarkoituksena ole ollut saattaa näitä tietoja julkisiksi. Näin ollen kyseinen päätelmä voi osoittautua vääräksi. Salmiselle ei näin ollen voida kohdistaa viestintää poliittista kantaa koskevien tietojen perusteella. Toisin sanoen kunkin yksittäistapauksen olosuhteet on otettava huomioon arvioitaessa, onko rekisteröity nimenomaisesti julkistanut tiedot.¹⁰⁴

9 YHTEINEN REKISTERINPITO JA VASTUUT

9.1 Yhteinen rekisterinpito ja vastuiden määrittäminen (yleisen tietosuojasetuksen 26 artikla)

130. Yleisen tietosuojasetuksen 26 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että yhteisrekisterinpitäjät määrittävät keskinäisellä järjestelyllä läpinäkyvällä tavalla kunkin vastualueen, mukaan lukien läpinäkyvyysvaatimukset, kuten edellä on selitetty.

¹⁰⁴ Tietosuojatyöryhmä selvensi lausunnossaan eräistä lainvalvonta-alan tietosuojadirektiiviin liittyvistä keskeisistä kysymyksistä (WP258, 29.11.2017, s. 10), että ilmauksen ”rekisteröity on nimenomaisesti saattanut julkisiksi” on tulkittava edellyttävän sitä, että rekisteröity oli tietoinen siitä, että kyseiset tiedot saatetaan julkisiksi eli kaikkien, myös viranomaisten, saataville. Näin ollen ”[e]päselvissä tapauksissa olisi sovellettava kapeaa tulkintaa [...]”.

131. Soveltamisalan osalta tietosuojaneuvosto katsoo, että kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien välisen järjestelyn olisi katettava kaikki käsittelytoimet, joista ne yhdessä vastaavat (eli jotka ovat niiden yhteisessä määräysvallassa). Kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan välillä sovittu pinnallinen ja puutteellinen sopimus rikkoisi yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan mukaisia velvoitteita.

Esimerkiksi esimerkissä 4 järjestelyn olisi katettava henkilötietojen käsittely kokonaisuudessaan siltä osin kuin on kyse yhteisestä rekisterinpidosta eli Mäkisen henkilötietojen keräämisestä Laatulaukut.fi-verkkosivustolla vierailun yhteydessä seurantapikselin avulla aina mainoksen esittämiseen Mäkisen sosiaalisen median sivulla sekä mahdolliseen kohdennettua kampanjaa koskevaan raportointiin.

132. Kattavan järjestelyn luomiseksi sekä sosiaalisen median palveluntarjoajan että kohdentajan on oltava tietoisia toteutetuista erityisistä käsittelytoimista ja saatava riittävän yksityiskohtaiset tiedot niistä. Kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan väliseen järjestelyyn olisi sen vuoksi sisällytettävä kaikki tarvittavat tiedot (tai viitattava niihin), jotta molemmat osapuolet voivat täyttää yleisen tietosuoja-asetuksen mukaiset velvoitteensa, mukaan lukien velvollisuus noudattaa asetuksen 5 artiklan 1 kohdan mukaisia periaatteita ja velvollisuus osoittaa, että ne noudattavat asetuksen 5 artiklan 2 kohdan mukaisia velvoitteitaan.
133. Jos esimerkiksi rekisterinpitäjä harkitsee vetoavansa yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan oikeusperustana, on muun muassa tarpeen selvittää, missä laajuudessa tietoja käsitellään, jotta voidaan arvioida, syrjäyttävätkö rekisteröityjen edut tai perusoikeudet ja -vapaudet yhden tai useamman rekisterinpitäjän edut. Tällaista arviointia ei voida tehdä ilman riittäviä tietoja käsittelystä. Sitä, kuinka tärkeää on sisällyttää tarvittavat tiedot tai viitata niihin yhteisjärjestelyn yhteydessä, ei voida liioitella etenkin tilanteissa, joissa toisella osapuolella on lähes yksinomainen pääsy tietoihin, joita molemmat osapuolet tarvitsevat voidakseen noudattaa yleistä tietosuoja-asetusta.

Esimerkiksi esimerkissä 1, kun yritys X arvioi, voiko se käyttää oikeutettua etua laillisena perusteena kohdistaa mainontaa 30–45-vuotiaille miehille, jotka ovat ilmoittaneet olevansa ”sinkkuja”, sen on saatava riittävästi tietoa sosiaalisen median palveluntarjoajan suorittamasta käsittelystä esimerkiksi siltä osin kuin on kyse jälkimmäisen toteuttamista lisätoimista (kuten oikeudesta vastustaa tällaisia lisätoimia etukäteen), jotta voidaan varmistaa, että rekisteröityjen perusoikeudet ja -vapaudet eivät syrjäytä yrityksen X oikeutettua etua.

134. Sen varmistamiseksi, että rekisteröidyn oikeudet tosiasiallisesti toteutuvat, tietosuojaneuvosto katsoo, että käsittelyn tarkoitus ja vastaava oikeusperusta olisi otettava huomioon myös yhteisrekisterinpitäjienä toimivien kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien yhteisjärjestelyssä. Vaikka yleinen tietosuoja-asetus ei estä yhteisrekisterinpitäjiä käyttämästä eri oikeusperustaa erilaisissa käsittelytoimissaan, on suositeltavaa käyttää mahdollisuuksien mukaan samaa oikeusperustaa tietyn kohdentamisvälineen ja tietyn tarkoituksen osalta. Jos jokaisessa käsittelyvaiheessa vedotaan eri oikeusperustaan, rekisteröidyn ei olisi käytännössä mahdollista käyttää oikeuksiaan (esim. yhdessä vaiheessa olisi oikeus siirtää tiedot järjestelmästä toiseen, kun taas toisessa vaiheessa olisi oikeus vastustaa tietojen käsittelyä).
135. Rekisterinpitäjienä kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja ovat molemmat vastuussa käyttötarkoitussidonnaisuutta koskevan periaatteen noudattamisen varmistamisesta, minkä vuoksi niiden on sisällytettävä asiaa koskevat säännökset yhteisjärjestelyyn.

Jos esimerkiksi kohdentaja haluaa käyttää rekisteröidyn sille luovuttamia henkilötietoja kohdentaakseen tälle viestintää sosiaalisessa mediassa, sen on toteutettava asianmukaiset toimenpiteet sen varmistamiseksi, että sosiaalisen median palveluntarjoaja ei käsittele luovutettuja tietoja myöhemmin tavalla, joka on ristiriidassa kohdentajan tarkoitusten kanssa, paitsi jos myöhempi käsittely perustuu rekisteröidyn pätevään suostumukseen tietosuojasetuksen 6 artiklan 4 kohdan mukaisesti.

Esimerkissä 3 pankin X olisi varmistettava, että sosiaalisen median palveluntarjoajan kanssa tehty yhteisjärjestely sisältää asianmukaiset määräykset siitä, että Korhosen sähköpostiosoitetta ei käytetä ilman Korhosen suostumusta muihin tarkoituksiin kuin sellaisten tarjousten lähettämiseen, jotka liittyvät Korhosen jo käyttämiin pankkipalveluihin.

Sosiaalisen median palveluntarjoajan on puolestaan varmistettava, että tietojen käyttö kohdentamistarkoituksiin on käyttötarkoitussidonnaisuuden, läpinäkyvyyden ja lainmukaisuuden periaatteiden mukaista.

136. Muita veloituksia, jotka kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan olisi otettava huomioon yhteisjärjestelyssään, ovat muun muassa seuraavat: muut yleisen tietosuojasetuksen 5 artiklaan sisältyvät yleiset tietosuojaperiaatteet, käsittelyn turvallisuus, sisäänrakennettu ja oletusarvoinen tietosuoja, henkilötietojen tietoturvaloukkauksista ilmoittaminen, tietosuoja koskevat vaikutustenarvioinnit, henkilötietojen käsittelijöiden käyttö ja tietojen siirtäminen kolmansiin maihin.

Esimerkin 13 mukaisessa yhteisjärjestelyssä olisi määritettävä, kumman rekisterinpitäjän on suoritettava tietosuoja koskeva vaikutustenarviointi, ja varmistettava, että tietoja vaihdetaan asiaankuuluvalla tavalla. Toisin sanoen Maailmanmuuttajat-puolueen olisi varmistettava, että sillä on riittävästi tietoa esimerkiksi sosiaalisen median palveluntarjoajan toteuttamista turvatoimista tietosuoja koskevan vaikutustenarvioinnin suorittamista varten.

137. Sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan välisen yhteisjärjestelyn on sisällettävä tarkat tiedot siitä, miten yleisen tietosuojasetuksen mukaiset veloitteet käytännössä täytetään. Jos tavoista, joilla veloitteet (erityisesti rekisteröityjen oikeuksien osalta) aiotaan täyttää, ei ole selvyyttä, sekä kohdentajan että sosiaalisen median palveluntarjoajan katsotaan rikkovan yleisen tietosuojasetuksen 26 artiklan 1 kohtaa. Tällaisissa tapauksissa molemmat (yhteis)rekisterinpitäjät eivät myöskään ole toteuttaneet asianmukaisia teknisiä ja organisatorisia toimenpiteitä, joilla varmistetaan ja osoitetaan, että käsittely suoritetaan yleisen tietosuojasetuksen mukaisesti, minkä vuoksi niiden katsotaan rikkovan 5 artiklan 2 kohdan ja 24 artiklan mukaisia veloituksiaan.

9.2 Vastuun tasot

138. Tietosuojaneuvosto huomauttaa, että kohdentajat, jotka haluavat käyttää sosiaalisen median palveluntarjoajan tarjoamia kohdentamisvälineitä, saattavat joutua noudattamaan ennalta määriteltyjä järjestelyjä ilman mahdollisuutta neuvotella niistä tai tehdä niihin muutoksia ("ota tai jätä"). Tietosuojaneuvosto katsoo, että tällainen tilanne ei poista sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan yhteistä vastuuta eikä voi vapauttaa kumpaakaan osapuolta yleisen tietosuojasetuksen mukaisista veloituksista. Yhteisjärjestelyn molempien osapuolten on myös varmistettava, että vastuunjaossa otetaan asianmukaisesti huomioon osapuolten roolit ja suhteet rekisteröityihin käytännöllisellä, totuudenmukaisella ja läpinäkyvällä tavalla.

139. On tärkeää korostaa, että yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan mukainen järjestely ei voi syrjäyttää (yhteis)rekisterinpitäjien oikeudellisia velvoitteita. Vaikka 26 artiklan mukaan yhteisrekisterinpitäjät ”määrittelevät kunkin vastuualueen [...] velvoitteiden noudattamiseksi”, kukin rekisterinpitäjä on lähtökohtaisesti edelleen vastuussa käsittelyn vaatimustenmukaisuudesta. Tämä tarkoittaa, että kukin rekisterinpitäjä vastaa muun muassa yleisen tietosuoja-asetuksen 5 artiklan 1 kohdassa säädettyjen periaatteiden noudattamisesta, mukaan lukien 5 artiklan 1 kohdan a alakohdassa säädetty lainmukaisuutta koskeva periaate.
140. Kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan vastuun aste voi kuitenkin vaihdella tiettyjen velvoitteiden osalta. Asiassa Wirtschaftsakademie antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin totesi, ettei ”yhteinen vastuu välttämättä merkitse henkilötietojen käsittelyyn osallistuvien eri toimijoiden samanlaista vastuuta. Kyseiset toimijat voivat päinvastoin osallistua henkilötietojen käsittelyyn eri vaiheissa ja eriasteisesti, joten kunkin niistä vastuun taso on arvioitava ottaen huomioon kaikki kyseisessä tapauksessa merkitykselliset olosuhteet.”¹⁰⁵
141. Toisin sanoen vaikka yhteisrekisterinpitäjät ovat molemmat vastuussa yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisten velvoitteiden noudattamisesta ja vaikka rekisteröity voi käyttää oikeuksiaan kutakin rekisterinpitäjää vastaan, rekisterinpitäjien vastuun tasoa on arvioitava sen perusteella, mikä on heidän tosiasiallinen roolinsa käsittelyssä. Asiassa Google Spain unionin tuomioistuin selvensi, että rekisterinpitäjän on varmistettava ”vastuidensa, valtuuksiensa ja mahdollisuuksiensa yhteydessä” se, että henkilötietojen käsittely täyttää EU:n tietosuojalainsäädännön vaatimukset.¹⁰⁶
142. Kohdentajien ja sosiaalisen median palveluntarjoajien vastuun tason arvioinnissa voi olla merkitystä useilla tekijöillä, kuten kyvyllä vaikuttaa käsittelyyn käytännön tasolla sekä kunkin yhteisrekisterinpitäjän tosiasiallisilla tai oletetuilla tiedoilla. On myös tärkeää tehdä selväksi, missä käsittelyn vaiheessa ja missä määrin kohdentaja ja sosiaalisen median palveluntarjoaja ovat vastuussa käsittelystä.¹⁰⁷

Esimerkissä 1 yritys X käynnistää mainoskampanjan, jonka avulla tietyt kohdentamiskriteerit täyttävillä käyttäjillä voidaan esittää yrityksen mainoksia sosiaalisen median palvelussa. Vaikka yritys määrittää mainoskampanjan parametrit, se ei kuitenkaan kerää tai saa käyttöönsä henkilötietoja eikä se ole suorassa yhteydessä rekisteröityihin. Kukin näistä seikoista voi olla merkityksellinen arvioitaessa kohdentajan ja sosiaalisen median palveluntarjoajan vastuun tasoa tai astetta yleisen tietosuoja-asetuksen rikkomistapauksissa (esim. jos käsittelyn läpinäkyvyyttä tai lainmukaisuutta ei ole varmistettu). Kuten edellä todettiin, molempien osapuolten on kuitenkin toteutettava asianmukaiset toimenpiteet yleisen tietosuoja-asetuksen vaatimusten täyttämiseksi ja rekisteröityjen oikeuksien suojaamiseksi laittomilta käsittelymuodoilta.

Esimerkissä 3, jossa käsiteltiin luetteloon perustuvaa kohdentamista, tilanne on hieman erilainen kuin esimerkissä 1. Esimerkissä 3 pankki ensin keräsi henkilötiedot ja jakoi ne sitten sosiaalisen median palveluntarjoajalle kohdentamistarkoitusta varten. Tässä tapauksessa kohdentaja on vapaaehtoisesti käynnistänyt käsittelyprosessiin sisältyvät henkilötietojen keruu- ja siirtovaiheet.

¹⁰⁵ Tuomio asiassa C-210/16, Wirtschaftsakademie, 43 kohta.

¹⁰⁶ Ks. unionin tuomioistuimen tuomio 13.5.2014, Google Spain, C-131/12, ECLI:EU:C:2014:317 (”vastuidensa, valtuuksiensa ja mahdollisuuksiensa yhteydessä”).

¹⁰⁷ Tietosuojaneuvosto katsoo, että monissa tapauksissa edellä mainittuihin kriteereihin perustuva arviointi (esim. kohdentamiskriteerien määrittämisessä käytetyt tiedot, rekisteröidyn tietojen yhdistäminen, suostumuksen hankkiminen) johtaa todennäköisesti tulokseen, että sosiaalisen median palveluntarjoajalla on enemmän tosiasiallista vaikutusta käsittelyyn ja sillä on näin ollen myös suurempi vastuu käsittelystä käytössä olevasta kohdentamismekanismista riippuen.

Kaikki nämä seikat on otettava huomioon arvioitaessa kunkin toimijan vastuun tasoa, ja ne olisi myös otettava asianmukaisesti huomioon yhteisjärjestelyn ehdoissa.

Vastaavasti pikseliperusteista kohdentamista käsittelevässä esimerkissä 4 olisi otettava huomioon, että verkkosivuston ylläpitäjä mahdollistaa henkilötietojen siirtämisen sosiaalisen median palveluntarjoajalle: Laatulaukut.fi-sivustolle on liitetty seurantapikseli, jotta sivusto voisi kohdentaa mainontaa Mäkiselle, vaikka tämä on päättänyt olla tekemättä ostoksia.¹⁰⁸ Verkkosivusto osallistuu näin ollen aktiivisesti tietojen keräämiseen ja siirtämiseen. Yhteisenä rekisterinpitäjänä sosiaalisen median palveluntarjoajalla on kuitenkin myös velvollisuus toteuttaa asianmukaiset toimenpiteet yleisen tietosuoja-asetuksen vaatimusten täyttämiseksi ja rekisteröityjen oikeuksien suojaamiseksi laittomilta käsittelymuodoilta. Jos tässä tapauksessa pyydetään rekisteröidyn suostumusta, yhteisrekisterinpitäjien olisi sovittava siitä, miten suostumus hankitaan käytännössä.

143. Sosiaalisen median palveluntarjoajan vastuun tason arvioinnin osalta tietosuojaneuvosto toteaa, että useat kohdentamismekanismat perustuvat profilointiin ja/tai muihin sosiaalisen median palveluntarjoajan aiemmin toteuttamiin käsittelytoimiin. Sosiaalisen median palveluntarjoaja on päättänyt käsitellä palvelun käyttäjien henkilötietoja luodakseen kohdentamiskriteereitä, jotka se asettaa kohdentajien saataville. Tätä varten sosiaalisen median palveluntarjoaja on itsenäisesti tehnyt tiettyjä päätöksiä käsittelyn keinoista, kuten siitä, mitä tietoluokkia käsitellään, mitä kohdentamiskriteereitä tarjotaan ja keillä on pääsy (ja minkätyyppisiin) henkilötietoihin tietyn kohdennetun kampanjan yhteydessä. Tällaisten käsittelytoimien osalta on noudatettava yleistä tietosuoja-asetusta jo ennen kohdentamispalvelujen tarjoamista.
144. Edellisissä kappaleissa mainitut esimerkit osoittavat, että yhteisjärjestelyissä on tärkeää jakaa vastuualueet selkeästi sosiaalisen median palveluntarjoajien ja kohdentajien kesken. Vaikka järjestelyn ehtojen on joka tapauksessa heijastettava kunkin toimijan vastuun tasoa, on tarpeen määrittää kattava järjestely, jossa otetaan asianmukaisesti huomioon kunkin osapuolen roolit ja valmiudet yleisen tietosuoja-asetuksen 26 artiklan sekä asetuksen muiden sääntöjen ja periaatteiden noudattamiseksi.
145. Tietosuojaneuvosto toteaa lopuksi, että siltä osin kuin sosiaalisen median palveluntarjoajan ja kohdentajan välisen yhteisjärjestelyn ehdot eivät sido valvontaviranomaisia, valvontaviranomaiset voivat käyttää toimivaltaansa ja valtuuksiaan kumman tahansa yhteisrekisterinpitäjän suhteen, edellyttäen että kyseinen yhteisrekisterinpitäjä kuuluu kyseisen valvontaviranomaisen toimivallan piiriin.

¹⁰⁸ Koska Laatulaukut.fi-sivustolle on liitetty sosiaalisen median seurantapikseli, sivusto on myös vastuussa sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin vaatimusten noudattamisesta tämän välineen osalta. Koska pikseli mahdollistaa myös henkilötietojen käsittelyn, tämä on myös tärkeää ottaa huomioon vastuun tasoa määritettäessä.