
Notat

Til Fiskeridirektoratet

Fra Vaar Advokat AS

Sted / dato Oslo, .2022

Saken gjelder Twitter og LinkedIn

Fiskeridirektoratets bruk av andre sosiale medier enn Facebook

1. Innledning

Vaar har nylig vurdert Fiskeridirektoratets («vi», «oss») bruk av Facebook opp mot personvernregelverket i rapporten «Fiskeridirektoratet på Facebook». I tillegg til Facebook er direktoratet også tilgjengelig på Twitter og LinkedIn.

Etter å ha gjennomgått Fiskeridirektoratets bruk av disse plattformene er vi kommet til at det er forsvarlig å fortsette å bruke dem. Med vurderingen av Facebook som bakteppe, kommenterer vi i dette skrevet relevante forskjeller mellom personvern vurderingene rundt bruk av Facebook, Twitter og LinkedIn.

2. Om plattformene

2.1 Twitter

Twitter er et av verdens største sosiale nettverk. Twitter brukes daglig eller ukentlig av ca. 17% av befolkningen, med jevnt økende bruk i Norge siden 2018. Ca. 29% av befolkningen har profil.¹ Både i Norge og globalt har Twitter langt færre brukere enn Facebook.²

Twitter er mye brukt av politikere, journalister, samfunnsdebattanter og andre som deltar i det offentlige ordskiftet. Mange offentlige instanser er aktive på Twitter, inkludert de norske, svenske og europeiske datatilsynene.

Twitter tilbyr sine brukere en plattform for kommunikasjon i kort format, også omtalt som mikroblogging. En tweet er begrenset til 280 tegn, og innholdet som typisk publiseres gjenspeiler dette.

¹ Ipsos SoMe Media Tracker, Q3 2022

² Ibid., se også <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Grensesnittet til Twitter er forskjellig fra Facebook. Bedriftssider har ikke et «eget område» på samme måte som på Facebook. Når innlegg («tweets») blir lagt ut, kan de siteres, svares på eller deles videre.

Tweets har ikke samme kommentarfunksjon som Facebook, og den som legger ut en *tweet* kan ikke administrere svar og delinger i samme omfang som på Facebook. Vår vurdering er at dette gjør at direktoratet, når de er på Twitter, ikke i like stor grad har innflytelse på behandlingen av personopplysninger.

Høsten 2022 ble Twitter kjøpt av Elon Musk, og tatt av børs. Endringen har reist en del usikkerhet om hvordan selskapet vil drives i fremtiden.³ Nylige endringer til plattformen har reist spørsmål fra det irske datatilsynet, og Twitters personvernavdeling har opplevd en vesentlig nedbemanning i samme periode.⁴

2.2 LinkedIn

LinkedIn er en plattform hovedsakelig tiltenkt bruk i næringslivet og er verdens største profesjonelle nettverk på internett.⁵ LinkedIn brukes daglig eller ukentlig av 13% av befolkningen. 28% har profil. Bruken er stabil, med en noe fallende trend.⁶

LinkedIn brukes typisk til å finne jobb, koble til og styrke profesjonelle relasjoner, og lære ferdigheter for å lykkes i karrieren. Mange offentlige aktører er på LinkedIn.⁷

LinkedIn er, på samme måte som Twitter, svært populært blant offentlige instanser som kanal. Mens noen instanser, slik som Datatilsynet,⁸ ikke aktivt publiserer innhold på sin side, er andre offentlige instanser aktive med innhold av ulik type, fra videoer til stillingsannonser.⁹

Grensesnittet likner på mange måter på Facebook. Brukere ser innlegg i en strøm, og bedrifter har egne sider hvor alle innlegg, reaksjoner og kommentarer finnes. LinkedIn tilbyr dessuten funksjoner som jobbsøkerportaler. Meldingstjenesten er imidlertid begrenset til å gjelde mellom personer, slik at man ikke kan sende direkte meldinger til bedrifter.

3. Behandlingsansvar

3.1 Twitter

Twitter anser seg selv som behandlingsansvarlig alene for personopplysninger som skapes og deles på plattformen.¹⁰ Det følger av deres «controller-to-controller agreement» («CCA») at personopplysninger som legges ut på Twitter skal anses overført.

Twitter har med andre ord ikke forstått sitt behandlingsansvar slik at det er felles med bedriftsbrukere som direktoratet. I motsetning til Facebook og LinkedIn, har ikke direktoratet den samme innflytelsen over behandlingen, for eksempel ved å ha mindre mulighet til å slette eller administrere kommentartråder. Der en bruker svarer på en tweet fra direktoratet, vil det imidlertid fremgå klart at brukerens svar er tilknyttet

³ New York Times, "How Twitter Will Change as a Private Company",

<https://www.nytimes.com/2022/10/28/technology/twitter-changes.html>

⁴ Politico, "EU privacy enforcer puts Elon Musk on notice as Twitter melts down", <https://www.politico.eu/article/elon-musk-twitter-privacy-helen-dixon-eu-privacy-enforcer-puts-on-notice-as-twitter-melts-down/>

⁵ LinkedIn, «About», <https://about.linkedin.com/>

⁶ Ipsos SoMe Media Tracker, Q3 2022.

⁷ Datatilsynet (@Datatilsynet), Nærings- og fiskeridepartementet (@NFDep) og Regjeringen (@Regjeringen) er blant mange.

⁸ <https://www.linkedin.com/company/datatilsynet/>, se til sammenlikning det danske Datatilsynet, <https://www.linkedin.com/company/datatilsynetdk/posts/?feedView=all>

⁹ Nærings- og fiskeridepartementet publiserer eksempelvis begge typer innhold, <https://www.linkedin.com/company/ministry-of-trade-and-industry/posts/?feedView=all>

¹⁰ Twitter, «Privacy policy & FAQ», <https://gdpr.twitter.com/en/faq.html>

denne tweeten. Fordi grensesnittet er annerledes, og interaksjon med innlegg i større grad står på «egne ben», kan det derfor argumenteres for at Twitter er behandlingsansvarlig alene.

Formålet med direktoratets bruk av Twitter er knyttet til rapportering av kontrollvirksomheten. Den juridiske usikkerheten kan begrenses ved å legge opp til samme innholdsmodell som f.eks. Oslopolitiets operasjonssentral, @oslopolitiops. I deres Twitter-beskrivelse står det «Besvarer ikke henvendelser her», noe som også følges opp i praksis. Ved å ikke interagere direkte med brukere vil direktoratet i mindre grad generere samtaler med de registrerte, men den enkelte registrertes uoppfordrede svar vil fremdeles være tilknyttet direktoratets tweets.¹¹

Denne løsningen skaper imidlertid noe juridisk usikkerhet om hvordan behandlingsansvaret ligger an for de tilfellene der direktoratet interagerer med brukere ved å f.eks. svare på en twitter-tråd. I disse tilfellene vil behandlingen være begrenset til navn, brukernavn og et fritekstfelt begrenset til 280 tegn i selve tweeten.

Vi har under tvil vurdert det til at Twitter opptrer som behandlingsansvarlig alene, under forutsetning av at direktoratet ikke behandler opplysninger som oppstår gjennom interaksjonen. Dette gjelder både bruk av analyseverktøy og konkrete svar på andre brukeres innlegg. I den utstrekning direktoratet gjennomfører denne behandlingen, vil de også være behandlingsansvarlig alene for dette.

3.2 LinkedIn

Ansvarsregimet på LinkedIn tilsvarer i stor grad ansvarsdelingen som Facebook legger opp til. Det er likevel noen sentrale forskjeller som kan ha betydningen for behandlingsansvaret.

Slik som Facebook har LinkedIn en *Insights Controller Addendum («ICA»)*, som dekker behandlingen som vi har beskrevet som «innsiktsbehandling» i vår rapport om Facebook. LinkedIns avtale er imidlertid noe tydeligere på at behandlingen kun gjelder denne innsiktsbehandlingen. Det vi har kalt «interaksjonsbehandling», altså behandlingen som skjer gjennom f.eks. kommentarfelt og reaksjoner på innlegg som legges ut på vår direktoratets side. Vi mener det er mer usikkerhet knyttet til hvordan LinkedIn mener at ansvarsforholdet er regulert. LinkedIns *Insights Controller Addendum* avgrensner virkeområdet sitt slik:

*This Addendum applies if personal data relating to Members in the European Economic Area or Switzerland is processed **when generating Page Insights** from, and relating to, Your Page.*

LinkedIn ser i likhet med Facebook ut til å basere seg på at de er alene behandlingsansvarlige for interaksjonsbehandlingen. I dette tilfellet er det mulig LinkedIn mangler en «ordning» etter GDPR artikkel 26. Vi mener likevel det er forsvarlig, basert på funksjonsfordelingen mellom partene. Det vises i denne sammenheng til juridisk vedlegg til Fiskeridirektoratets DPIA om Facebook. I den grad det felles behandlingsansvaret rekker videre enn ICA, gir ICA likevel anvisning på hvordan ansvarsfordelingen skal forstås for hele det felles behandlingsansvaret.

4. Behandlingsgrunnlag

4.1 Hvorfor bruker direktoratet flere sosiale medier?

Direktoratet mener det er nødvendig å være tilgjengelig på flere sosiale medier for å nå sine formål. Etter observasjonserfaring av flere år med publisering i kanalene, har vi et bilde basert på respons, engasjement og aggregert innsikt plattformene tilbyr, over hvem det er vi møter på i de ulike kanalene. På denne måten er vi i stand til å vurdere hvilket innhold som hører til i hvilken kanal.

I Ipsos sine omdømmeanalyser er resultatet til Fiskeridirektoratet at vi fremstår relativt anonyme utover vår typiske målgruppe: fiskere og oppdrettere.

¹¹ Oslopolitiets operasjonssentrals side på Twitter viser dette, se f.eks. <https://twitter.com/oslopolitiops/status/1596411170113601536>

Vi har profiler i sosiale medier for å være der det snakkes om oss og vårt forvaltningsområde. Det handler om å ta del i den offentlige samtalen, som kan styrke Fiskeridirektoratet sin posisjon i samfunnet som en folkelig, troverdig og moderne etat. I tillegg erfarer vi at en stor del av befolkningen er ukjent med regelverk innenfor vårt område som de ofte selv bruker. Denne informasjonen må ut på en effektiv måte.

aa

Dette er i tråd med satsningsmålet om en åpen og tydelig forvaltning, med en forutsetning om at næringsaktørene, samarbeidspartnere og samfunnet skal ha tillit til det arbeidet vi gjør.

4.2 Twitter

Behandlingsgrunnlaget vårt ved bruk av Twitter er artikkel 6 bokstav f, berettiget interesse. For mer informasjon vises til rapporten om Facebook, pkt. 4.

Forskjellene i vår vurdering av den berettigede interessen er at det behandles færre personopplysninger på plattformen enn på Facebook, i forhold til den mengden informasjon vi formidler.

På Twitter formidler direktoratet sitt operative arbeid. Sjøtjenesten publiserer innlegg om sin hverdagsaktivitet og informerer om kontrollarbeidet de utfører. Regelverkformidling er en viktig del.

Direktoratets bruk av Twitter retter seg mot journalister, politikere, aktuelle næringer og yrkesfiskere.

4.3 LinkedIn

Behandlingsgrunnlaget vårt ved bruk av Twitter er artikkel 6 bokstav f, berettiget interesse. For mer informasjon vises til rapporten om Facebook, pkt. 4.

Forskjellen i vurderingen av den berettigede interessen er at det kan forventes en annen type innhold, og behovet for tilstedeværelse på plattformen står sterkere.

På LinkedIn formidler direktoratet sine prosjekter, møter, samarbeidspartnere og ansatte. LinkedIn brukes også til å fremheve direktoratets faglige integritet og møte likesinnede fagpersoner innenfor områdene direktoratet forvalter. Sjangeren er en profesjonell, faglig og personlig fremstilling av kunnskap og direktoratets ansatte.

Direktoratets bruk av LinkedIn retter seg hovedsakelig mot aktører i oppdrettsnæringen, samt direktoratets profesjonelle fagnettverk, herunder personer som er aktuelle ifm. rekruttering.

5. Risikovurdering

5.1 Twitter

Oppsummert er risikoen i tilsvarende som for Facebook.

Jevnt over er risikokonsekvensen noe lavere, ettersom opplysningene som behandles på Twitter vil være av mindre sensitiv karakter. Twitter-profiler inneholder en mer begrenset mengde opplysninger om de registrerte.

Risikosannsynligheten knyttet til medbestemmelse og åpenhet er noe høyere enn for Facebook. Dette er fordi avtaleverket til Twitter er mindre sannsynlig å dekke alle deler av interaksjonsbehandlingen.

5.2 LinkedIn

Oppsummert er risikoen i tilsvarende som for Facebook.



Jevnt over er risikokonsekvensen noe lavere, ettersom opplysningene som behandles på LinkedIn må antas å være av mindre privat karakter. Personopplysningene som behandles vil derfor være av mindre sensitiv karakter.

Risikosannsynligheten knyttet til medbestemmelse og åpenhet er noe høyere enn for Facebook. Dette er fordi avtaleverket til LinkedIn er mindre sannsynlig å dekke alle deler av interaksjonsbehandlingen.

Risikosannsynligheten knyttet til de andre risikopostene er imidlertid lavere, da LinkedIn har bedre verktøy for håndtering av personvern. Media har heller ikke avdekket forhold hos LinkedIn som gir grunn til å se på risikoen for at personopplysninger havner på avveie like høy som hos Facebook.

6. Rutiner

Basert på risikobildet ved bruk av Twitter og LinkedIn, vurderes det ikke slik at det er noen tiltak utover dem som er innført for bruk av Facebook som bør eller må innføres. Innholdet på de ulike kanalene vil imidlertid variere, og det pekes i denne forbindelse på gjennomgangen i pkt. 4. Det antas at forskjellen i formidling av innholdet vil ha en betydning for både risikoen og arten av behandlingen og tjene som risikodempende tiltak.

7. Særlig om tredjelandsoverføringer på Twitter

Twitters avtaler åpner for at de kan være både eksportør og importør av personopplysninger til tredjeland. Som en del av Twitters vilkår inngår EUs standard overføringsavtale («**SCC**»), som er et dokument («overføringsgrunnlag») utformet av EU for å tilrettelegge for at personopplysninger kan sendes ut av EU/EØS. Dette betyr at Twitter anser det slik at det skjer eksport av personopplysninger fra behandlingsansvarlige brukere til tredjeland ved bruk av plattformen.

Det er ikke sikkert at dette synet samsvarer med GDPR. Mens det er opplagt at bruk av Twitter innebærer behandling av opplysninger utenfor EU/EØS, er spørsmålet etter GDPR hvem som er ansvarlig for å sikre at dette skjer på en måte som ivaretar personvernet.

Ifølge EUs datatilsyn («**EDPB**») foreligger det en overføring når opplysninger overføres til en behandlingsansvarlig som ligger i et tredjeland eller er en internasjonal organisasjon. Selv om Twitter er en internasjonal organisasjon, åpner EDPB opp for at flere enheter i samme konsern kan være separate behandlingsansvarlige.¹² Siden det fremgår av Twitters egen policy at det er Twitter Ireland Unlimited Company som er behandlingsansvarlig for opplysninger om personer i EU/EØS, er det naturlig å forstå at dette selskapet i stor grad tjener som en «havn» for eksport av personopplysninger. Dette vil si at det er dette selskapet som vil stå for overføringen og ha forpliktelser etter GDPR kapittel V.

Det er ikke i seg selv i strid med GDPR å inngå en SCC-avtale selv om man strengt tatt ikke må det, men vi kan ikke se at Twitter kan fraskrive seg ansvaret etter GDPR kapittel V for å sikre tredjelandsoverføringene sine så lenge brukeravtalen er mellom to land i EU/EØS.

8. Avsluttende bemerkninger

Plattformene har noen fellestrekk hva gjelder deres behandling av personopplysninger. Plattformene har vurdert det slik at deres eneansvar går lenger enn det vi mener er nærliggende utfra regelverket. Denne forståelsen reflekterer etter vår vurdering behandlingen av personopplysninger på en mindre treffende måte enn ved felles behandlingsansvar. For det tilfellet at plattformene har rett i sin forståelse, oppstår en rekke problemer opp mot personvernforordningen. Vi viser i denne sammenhengen til juridisk vedlegg til

¹² EDPB Guidelines 05/2021, pkt. 2.2 mv.

Facebook-rapporten. Det nederlandske innenriksdepartementet har også drøftet denne problemstillingen i sin rapport¹³, se særlig punkter 5 og 11. På side 94 skrives:

[According to Facebook] joint controllership only applies to the creation of Insights, not to any other data processing by Facebook. This seems a rather limited interpretation of the joint controller concept in the GDPR. Every visit to a government Page generates a lot of data [in Facebook's systems].

(...)

if a government organisation cannot legitimately conclude a joint controller agreement with Facebook for the processing of all personal data related to visits to a government Page, (only for the data processing resulting in analytics), the government organisation must have a legal ground for the transfer of all other personal data to Facebook as independent third party

Deres vurderinger er ikke bindende for norske aktører, men belyser at også andre har forstått denne usikkerheten i regelverket som en risiko.

9. Konklusjon

Sett i lys av vurderingen av personvernet for Facebook, vurderer vi det slik at bruken av Twitter og LinkedIn kan opprettholdes. All bruk av sosiale medier vil etter sin karakter innebære en risiko for personvernet, ettersom formålet for tjenesteleverandørene ofte nettopp er spredning av personopplysninger. I tillegg er det knyttet usikkerhet til både hvordan brukeravtalene og loven best skal tolkes.

Slik saken står er imidlertid risikoen totalt sett på et akseptabelt nivå. Direktoratet har innført rutiner som skal begrense sannsynligheten for at personopplysninger havner på avveie. Ved å være bevisst hvilke typer interaksjoner innholdet som publiseres legger opp til, og sørge for at personopplysninger fjernes når de ikke lenger er nødvendige, vil personvernet etter vår oppfatning være tilstrekkelig ivaretatt.

¹³ BZK, «DPIA on government Facebook Pages», <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-binnenlandse-zaken-en-koninkrijksrelaties/documenten/rapporten/2022/11/16/dpia-on-government-facebook-pages>