

TARTU ÜLIKOOL
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Rein Olesk

**Korrektne isikuandmete kaitse ja töötlemine avalik-õigusliku ülikooli turundus-
ja kommunikatsioonitöös**

Magistritöö

Juhendajad:
Ragne Kõuts-Klemm, PhD
Marten Juurik, PhD

Tartu 2022

SISUKORD

SISSEJUHATUS	5
1. KONTEKST	8
2. PÕHIKONTSEPTSIOONID	10
2.1. Isikuandmed, nende kaitse ja töötlemine	10
2.2. Isikuandmete töötlemise põhimõtted	11
2.3. Isikuandmete töötlemise õiguslikud alused	12
2.3.1. Andmetöötlus nõusoleku alusel	13
2.3.2. Mittenõusolek ehk andmetöötlus teistel õiguslikel alustel.....	15
2.4. Andmete elutsükkel	16
2.5. Infoühiskonna teenus	18
2.6. Reklaam	18
2.7. Avalik ruum	19
3. ÜLIKOOLIDE TURUNDUS- JA KOMMUNIKATSIOONITÖÖTAJATE TÖÖ UURING.....	20
3.1. Valim	20
3.2. Andmekogumismeetod	22
3.3. Andmeanalüüsi meetod.....	24
3.4. Käsiraamatu sisupeatükkide loomine.....	26
3.5 Meetodi kriitika.....	28
4. KÄSIRAAMATU SISUPEATÜKID	30
4.1. Kontaktlistide loomine tähendab isikuandmete töötlemist	30
4.1.2. Õiguslikul alusel on praktiline väärtus.....	31
4.2. Mida tuleb ülikoolil kontakte kogudes isikutele selgitada?	31
4.2.1. Nõusoleku vormi loomine – mida meeles pidada?	33
4.3. Kas Sinu kontaktid teavad, mis andmeid sa nende kohta omad?.....	33
4.3.1. Kuidas olukorda lahendada?	34
4.4. Kas Sinu kontaktid teavad, kui kaua nad Sinu kontaktid on?	34
4.4.1. Kuidas olukorrale läheneda?	35
4.5. Üliõpilastele suunatud kommunikatsioon.....	36
4.5.1. Teave õppeaasta alguse kohta	38
4.5.2. Ka tudengid märkavad vildakat andmekaitset	38
4.5.3. Kavalate seas levib teisiigi praktikaid.....	39
4.5.4. Kommunikatsioon tudengitega – mida meeles pidada?.....	39
4.6. Töötajatele suunatud kommunikatsioon	40
4.6.1. Teisiti tuleb läheneda käsunduslepingute puhul	42
4.6.2. Kommunikatsioon töötajatega – mida meeles pidada?	42

4.7. Vilistlastele suunatud kommunikatsioon	42
4.7.1. Aga kui nõusolekute küsimine on liiga tülikas?	43
4.7.2. Vilistlaste kontaktide hoiustamine	44
4.7.3. Kommunikatsioon vilistlastega – mida meeles pidada?	44
4.8. Potentsiaalsetele sisseastujatele suunatud kommunikatsioon	45
4.8.1. Potentsiaalsete sisseastujate kontaktide hoiustamine	45
4.8.2. Kommunikatsioon potentsiaalsete sisseastujatega – mida meeles pidada?.....	46
4.9. Sünnipäevade avaldamine sisekommunikatsioonis	47
4.9.1. Kuidas oleks isikuandmete kaitse mõttes korrektne toimida?	47
4.9.2. Sünnipäevade avaldamine sisekommunikatsioonis – mida meeles pidada?.....	49
4.10. Vilistlaste nimekirja avaldamine.....	49
4.10.1. Mida teha, kui ülikoolile esitatakse päring mõne vilistlaslennu nimekirja avaldamiseks?	50
4.10.2. Vilistlaste nimekirja avaldamine – mida meeles pidada?	51
4.11. Pildi- ja videomaterjali loomine ja selle kasutamine	51
4.11.1. Pildistamine ja filmimine avalikel üritustel	51
4.11.2. Pildistamine ja filmimine mitteavalikel üritustel	53
4.11.3. Häid praktikaid on teisigi	54
4.11.4. Pildistamine ja filmimine kampaaniate jaoks	54
4.11.5. Intervjuude ja reportaažide filmimised sisekommunikatsioonis	56
4.11.6. Filmimine ja pildistamine loenguruumis	56
4.11.7. Töötajate piltide avaldamine või edastamine ajakirjandusele	57
4.11.8. Foto- ja videomaterjali autoriõigus ja nendele viitamine.....	58
4.11.9. Veel üks lahendus – tasuta pildipangad	59
4.11.10. Pildi- ja videomaterjali loomine ja kasutamine – mida meeles pidada?	59
4.12. Töötajate mobiilinumbrate jagamine ajakirjandusele.....	60
4.12.1. Töötajate mobiilinumbrate jagamine – mida meeles pidada?.....	61
4.13. Mida tuleb teada surnu isikuandmete töötlemisest?.....	62
4.13.1. Surnu isikuandmete töötlemine – mida meeles pidada?	62
4.14. Euroopa Liidu väliste riikide kodanike isikuandmete töötlemine.....	62
4.14.1. Euroopa Liidu väliste riikide kodanike isikuandmete töötlemine – mida meeles pidada?63	
4.15. Isikuandmete jagamine ülikooli üksuste ja töötajate vahel.....	63
4.15.1. Isikuandmete jagamine ülikoolisiselt – mida meeles pidada?	64
4.16. Kes vastutab, kui toimub rikkumine?	65
4.16.1. Isikuandmete töötlemise või kaitsmisega seotud rikkumine – mida meeles pidada?	65
4.17. Andmekaitsekoolitus.....	66
5. JÄRELDUSED	67

6. DISKUSSIOON	71
KOKKUVÕTE	73
SUMMARY	75
KASUTATUD KIRJANDUS:	77
LISAD	84
Lisa 1. Intervjuu kava: turundus- ja kommunikatsioonitöötajad.....	84
Lisa 2. Intervjuu kava: andmekaitsespetsialist.....	92
Lisa 3. Visuaalne skeem avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö seosest magistritöö põhikontseptsioonidega	94
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	95

SISSEJUHATUS

Kui ma 2019. aasta kevadel ühes Tallinna Ülikooli instituudis kommunikatsioonispetsialistina tööle asusin, siis mõistsin üsna kiiresti, et minu töö on tihedalt seotud andmekaitse ja 2018. aastal jõustunud Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärusega (edaspidi: „üldmäärus“ või „IKÜM“). Näiteks kuulusid minu valdusesse ühtäkki tuhandete e-posti aadressidega listid, minu roll oli lisada kodulehele uudiseid ja fotosid, koostada uudiskirju, korraldada instituudi sisekommunikatsiooni ja meediasuhtlust. Et erialast haridust mul toona polnud ning teadlikku isikuandmete kaitsmise kogemust samuti mitte, tegin tagantjärele vaadates neid ülesandeid täites enesele teadmata hulganisti vigu.

Ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöö ning korrektse isikuandmete kaitsega seotud segadust ja murekohti koorus minu jaoks ajapikku üha juurde. Niisiis kasvas ka vajadus mõne juhendmaterjali järele, mis turundus- ja kommunikatsioonitööd korrektse isikuandmete kaitse valguses selgitaks. Sellist materjali aga ei olnud.

Tõsi, 2019. aastal avaldas Eesti Andmekaitse Inspektsioon küll isikuandmete töötleja üldjuhendi, kuid ka selle sissejuhatuses selgitab juhendi toimetaja Viljar Peep (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019), et tegemist on üldise selgituste kogumikuga, mis ei käsitle spetsiifilisemalt erinevate tegevusvaldkondade probleeme. Nii kutsuski ta ettevõtlus-, kutse- ja erialaliitude esindajaid ise koostama oma valdkonna hea tava toimimisjuhendeid, meelespäid või muid abimaterjale. „Keegi ei tunne neid [konkreetseid tegevusvaldkondi – R. O.] paremini ega oska paremaid lahendusi pakkuda kui te ise,“ kirjutas Peep (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019: 4).

Niisiis võtsingi ette eesmärgi luua ise käsiraamat Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele, mis selgitab, millised turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesanded on isikuandmete töötlemise ja kaitsega seotud ning kuidas neid korrektselt lahendada. Siinse praktilise magistritöö eesmärk on luua alus selle käsiraamatu koostamiseks.

Praktilises magistritöös on 17 käsiraamatu sisupeatükki, mille teemad tulenevad magistritöö jaoks tehtud 14 intervjuust Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega. Peatükkides peegelduvad peamised tööülesanded ja teemad,

millega ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad intervjuude kohaselt oma töös kokku puutuvad ning mis kätkevad endas isikuandmete kaitset ja töötlemist. Igas peatükis esitan soovitusel ja mõtted, millele tasub iga teema juures tähelepanu pöörata, et ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö puhul oleks isikuandmete töötlemine korrektselt korraldatud ja isikuandmed oleksid seejuures kaitstud.

Soovituste koostamisel tuginen valdkonnaga seotud seadustele, määrustele ning Andmekaitse Inspektsiooni loodud juhendmaterjalidele. Samuti toetun igas peatükis soovitusel andmisel Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakasega tehtud intervjuule, kes aitas juriidilisi tekste tõlgendada ja mõista nende kohaldumist ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitööle.

Praktilise magistr töö sisu ning soovitusel kirjeldavad üldprintsiipe selle kohta, kuidas avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö seostub korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemisega. Kirjeldatud soovitusel rakendamine võib aga organisatsioonides olla erinev – see sõltub sellest, millised on asutuses kehtestatud regulatsioonid ning näiteks andmetöötlustingimused. Seega soovitan töö autorina enne siinsete soovitusel rakendamist pidada nõu enda asutuse andmekaitse spetsialisti või muu töötajaga, kes vastutab andmekaitse eest. Samuti soovitan tutvuda organisatsioonis kehtestatud regulatsioonidega, mis on seotud andmetöötlustingimustega.

Praktilise magistr töö esimeses kolmes peatükis saab lugeda uurimuse praktilise töö konteksti ning töö aluseks olevate andmekaitsega seotud põhikontseptsioonide kohta. Samuti kirjeldan valimit ja meetodit, kus püstitan ka uurimistö eesmärgi ja uurimisküsimused. Neljas peatükk koosneb käsiraamatu sisupeatükkidest. Viiendas ja kuuendas peatükis esitan diskussiooni ja järeldused ning lõpus on kokkuvõte.

Täna kõiki intervjuudes osalenud turundus- ja kommunikatsioonitöötajaid. Olen tänulik ka Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialist Grete Pihlakasele, kes aitas tõlgendada ja mõista minu jaoks keerulisi juriidilisi tekste. Olen tänulik retsensent Kristjan Kikerpillile, kelle mõtted ja soovitusel aitasid tööd pärast eelkaitsmist edasi arendada ning tänulik olen ka juhendajatele Ragne Kõuts-Klemmle ja Marten Juurikule, kes aitasid minu toorest mõtet praktiliseks magistr tööks kujundada. Veel olen tänulik enda elukaaslasele, kes oli töö kirjutamise ajal

mulle vankumatu tugi ning jälgis, et mu veeklaas tühjaks ei saaks ning viimaks olen tänulik Liisi Mariale ja Kairile, kes minuga magistritöö üheksatunnises lõpuspurdis kaasa tegid. Aitäh!

1. KONTEKST

2018. aastal tegi auditiettevõtte Deloitte isikuandmete kaitse üldmääruse võrdlusuuringu, mille tulemustest selgus, et üks peamisi üldmäärusega seotud murekohti on määruse ebaselge tekst ja puudulik selgitav riiklik teavitustöö (Deloitte võrdlusuuring, 2018). Samal aastal Euroopas läbiviidud isikuandmete kaitse üldmäärusega seotud uuringust selgus, et näiteks Ühendkuningriigis on 57% ettevõtete juhtide hinnangul üldmäärus kliendi jaoks küll kasulik, ent organisatsiooni tasandil on selle järgimine keeruline (Tarcza jt, 2019).

Ehkki isikuandmete kaitse üldmääruse rakendumisega loodi kogu maailmas umbes 75 000 uut töökohta isikuandmete kaitsmiseks (Heimes ja Pfeifle, 2016) ning ka ülikoolides töötavad andmekaitse spetsialistid, siis alati sellest üksi ei piisa. Teinekord puudub kommunikatsiooni- või turundustöötajal arusaam sellest, millised tema tööülesannetest nõuavad kooskõla isikuandmete kaitse üldmäärusega. Seetõttu ei pruugi ta üldse teada, millal tarvitseb andmekaitse spetsialistilt nõu küsida.

Üldmäärusega seotud selguse loomine ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajate seas pole vajalik aga vaid spetsialistide endi jaoks. IKÜM-it peab järgima iga Euroopa Liidu ja selle kodanike andmeid töötlev organisatsioon (Mangini jt, 2020), sealhulgas ülikoolid. Üldmääruse järgimine on muu hulgas oluline ka majanduslikel põhjustel – andmelekked trahvid võivad ulatuda 20 miljoni euroni või 4%-ni organisatsiooni aasta eelarvest, sõltuvalt, kumb summa on suurem (Mangini jt, 2020).

Lisaks on vaja ülikoolidel isikuandmete kaitsega tähelepanelikult tegeleda, sest haridusasutused on pahatahtlike häkkerite seas populaarne sihtrühm. Nimelt selgus 2017. aastal avalikustatud turvaettevõtte Gemalto (nüüd Thales Group) globaalsest andmelekkede indeksi raportist (Data Breach Index Report), et kui võrrelda kõiki sektoreid, siis on haridus andmelekkete hulga poolest neljas (Dinu, 2018: 30). 2021. aasta jaanuari keskpaigas aset leidnud globaalse haardega andmelekked puudutas 460 000 Eesti domeeni e-posti aadressi, millest 3000 kuulusid just haridusasutuste töötajatele (Ottender, 2021).

Eesti ülikoolides tegelevad e-posti aadresside listide haldamisega tihti just turundus- ja kommunikatsioonitöötajad. Selleks, et ülikoolid saaksid isikuandmeid kaitsta ja hoiustada

kooskõlas isikuandmete kaitse üldmäärusega, tuleb Mihai-Stefan Dinu (2018: 30) sõnul ülikoolidel esimese sammuna kriitiliselt hinnata kogu asutuse isikuandmete ökosüsteemi. See tähendab selget arusaama sellest, kelle andmeid hoiustatakse ja töödeldakse ning mis on nende eesmärk. Samuti tuleb tema sõnul asutusel selgelt mõista, millistel teemadel kellegagi suheldakse.

Eestis 2019. aastal tehtud üldmäärusega seotud küsitlusest selgus, et ehkki IKÜM puudutab sisuliselt asutuste kõiki osakondi, mõjutab see enim just turundusvaldkonda, sest andmed on oluline osa turundusstrateegiast (Roste, 2019: 5).

Seega on ülikoolide turundus- ja kommunikatsiooniosakonnas isikuandmete korrektsel töötlemisel mitmeid praktilisi põhjuseid: et vältida trahve ning kaitsta isikuandmeid häkkerite eest. Vahest olulisim on aga see, et korrektne andmetöötlus ja isikuandmete töötlemise reeglid annavad inimestele kindlustunde, et nende kohta käivat teavet kogutakse ja kasutatakse ausalt, õigesti ja turvaliselt (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019).

2. PÕHIKONTSEPTSIOONID

Põhikontseptsioonide peatükis kirjeldan peamisi kontseptuaalseid raamistikke, millele toetun käsiraamatu sisupeatükkide koostamisel. Nende raamistike abil analüüsin avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega tehtud intervjuudes tõstatunud teemasid ja küsimusi korrektse isikuandmete kaitsmise ja töötlemise kontekstis. Samuti pakun põhikontseptsioonidele toetudes käsiraamatu sisupeatükkides soovitusi, kuidas ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitööd isikuandmete töötlemise ja kaitsmise mõttes korrektselt korraldada.

2.1. Isikuandmed, nende kaitse ja töötlemine

Andmekaitse Inspeksioon kirjeldab enda kodulehel (2019a), et isikuandmed on kõik andmed, mis võimaldavad füüsilist isikut tuvastada või millegagi kasvõi kaudselt seostada. Nende alla kuuluvad näiteks nimi ja perekonnanimi, isikukood, kodune aadress, e-posti aadress, telefoninumber või IP-aadress (Andmekaitse Inspeksiooni koduleht, 2019a).

Kui isikuandmed on muudetud anonüümseks ja neid ei ole võimalik enam isikuga seostada, siis ei ole enam tegemist isikuandmetega (Andmekaitse Inspeksiooni koduleht, 2019b). Samuti tuleb arvestada sellega, et isikuandmed on ainult füüsilisel, mitte juriidilisel isikul (Andmekaitse Inspeksiooni koduleht, 2019a).

Andmekaitse Inspeksioon (2019a) selgitab kodulehel, et isikuandmed jagunevad tavalisteks, tundlikeks ja eriliiki isikuandmeteks. Tavalised isikuandmed on selline teave inimese kohta, mille kaudu on võimalik teda otse või kaudselt tuvastada (näiteks nimi, isikukood, asukohateave). Tavaliste isikuandmete sekka kuuluvad ka füüsilised, geneetilised, majanduslikud, kultuurilised ja mistahes muud tunnused, mis võimaldavad isikut tuvastada.

Tundlikud isikuandmed on andmed, mille avaldamisega võib kaasneda oht inimese tervisele ja elule, identiteedivargusele ning mis võib viia varalise või mainekahjuni. Näiteks puudutavad need teavet sotsiaalabi saamise ning kriminaal- või väärteomenetluse kohta, samuti makseteenustega seotud andmeid pankades (Andmekaitse Inspeksiooni koduleht, 2019a).

Eriiliiki isikuandmed on andmed, mida nimetati varasemalt delikaatseteks isikuandmeteks, näiteks rassiline või etniline päritolu, poliitilised vaated ja filosoofilised veendumused, biomeetrilised andmed või teave seksuaalse sättumuse kohta (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019a).

Eestis reguleerib isikuandmete kaitset üleeuroopaline isikuandmete kaitse üldmäärus, mis on liikmesriikidele otsekohalduv – see tähendab, et siseriiklik isikuandmete kaitse seadus ja teised õigusaktid peavad olema kooskõlas üldmäärusega (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d). Üldmääruses kirjeldatud täpsustab ja täiendab Eestis isikuandmete kaitse seadus (edaspidi ka IKS) (isikuandmete kaitse seadus, 2019: § 1).

Andmekaitse Inspektsioon (2019d) selgitab kodulehel, et isikuandmete kaitse on põhiseaduslik õigus, millega seistakse selle eest, et ilma loata ei riivataks inimese eraelu puutumatus ja vabadust. Samuti peab isikuandmeid kaitstes säilima inimesel ligipääs iseenda kohta kogutud isikuandmetele ning infole, millises ulatuses, mis eesmärgil ja millisel õiguslikul alusel tema isikuandmeid töödeldakse.

Isikuandmete töötleja üldjuhendis (2019) on selgitatud, et isikuandmete töötlemine tähendab mistahes toimingut andmetega, alustades andmete lugemise ja kogumisega ning lõpetades säilitamise, kasutamise, korrastamise, muutmise või näiteks kustutamise.

2.2. Isikuandmete töötlemise põhimõtted

Isikuandmete töötleja üldjuhendis (2019: 7) on selgitatud, et isikuandmete kaitse üldmääruses on isikuandmete töötlemise aluspõhimõtted järgmised:

- 1) seaduslikkus, mis tähendab, et isikuandmete töötlemiseks peab olema õiguslik alus;
- 2) eesmärgipärasus, mis tähendab, et andmete töötlemiseks peab olema määratletud nende kasutamise eesmärk;
- 3) minimaalsus, mis tuleneb eesmärgist ja tähendab, et andmeid tuleb koguda vaid nii palju, kui neid eesmärgi täitmiseks tarvis on;
- 4) õigsus ehk andmekvaliteet, mis tuleneb eesmärgist ja tähendab, et andmed olgu eesmärgi saavutamiseks asja- ja ajakohased;

- 5) säilitamistähtaeg, mis tuleneb eesmärgist ja tähendab, et andmeid tohib kasutada senikaua, kuni neid eesmärgi täitmiseks tarvis on;
- 6) turvalisus, mis tähendab, et andmeid tuleb töödelda ja hoida turvaliselt;
- 7) vastutus ja läbipaistvus, mis tähendab, et andmetöötaja vastutab nende põhimõtete järgimise eest ning peab olema andmetega tegelemisel andmesubjekti ehk isiku jaoks seejuures läbipaistev. See tähendab andmetöötaja peab anda teavet ning võimaldama andmesubjektil saada lisainfot ja esitada nõudeid.

2.3. Isikuandmete töötlemise õiguslikud alused

Isikuandmete töötlemise esimene aluspõhimõte on seaduslikkus, mis tähendab, et töötlemiseks on vaja õiguslikku alust (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019: 7). Õigusliku aluse valimisel tuleb esmalt teha vahet, kas töödeldakse tavalisi isikuandmeid või kuuluvad andmed eriliigiliste isikuandmete või süüteoandmete kategooriasse (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d).

Kuna sinne praktiline magistr töö ei ole seotud eriliigiliste isikuandmetega, siis selgitan vaid tavaliste isikuandmete töötlemise õiguslikke aluseid. Nendeks on:

- 1) isiku nõusolek;
- 2) lepingust tulenev õigus;
- 3) seadusejärgne kohustus;
- 4) eluliste huvide kaitse;
- 5) avaliku võimu teostamine või avaliku ülesande täitmine;
- 6) õigustatud huvi (isikuandmete kaitse üldmäärus: 2016 artikkel 6).

Ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös on peamine õiguslik alus isikuandmete töötlemiseks isiku nõusolek ning sellele põhikontseptsioonile toetun ka mitmes magistr töö käsiraamatu sisupeatükis. Näiteks liituvad nõusoleku alusel keskkoolinoored ülikooli sisseastujale suunatud uudiskirja e-posti aadresside listiga. Samuti kasutab kirjaliku nõusoleku alusel ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöötaja näiteks tudengeid kampaaniate visuaalsetes materjalides. Mõnel muul õiguslikul alusel toimub ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös isikuandmete töötlemine üksikutel juhtudel. Seetõttu jaotan õiguslikke aluseid selgitava peatüki kaheks alampeatükiks: nõusolek ja mittenõusolek.

2.3.1. Andmetöötlus nõusoleku alusel

Andmekaitse Inspektsiooni isikuandmete töötaja üldjuhend (2019) selgitab, et nõusolek on vabatahtlik tahteavaldus, millega isik annab teadlikult loa enda isikuandmete töötlemiseks.

Euroopa Komisjon selgitab kodulehel (europa.eu koduleht, i.a b), et nõusoleku alusel isikuandmeid kogudes tuleb asutusel, mis kavatseb isikuandmeid töötlemise hakata, anda isikutele järgnevat teavet:

- 1) andmeid töötleva asutuse nimi;
- 2) eesmärk, miks andmeid töödeldakse;
- 3) töödeldavate andmete liik;
- 4) andmete säilitamise periood;
- 5) selgitus, kuidas saab andmesubjekt nõusoleku tagasi võtta;
- 6) juhul kui andmeid edastatakse kolmandatele osapooltele või väljapoole Euroopa Liitu, siis selgitus, kes on kolmandad osapooled ning millistele riikidele väljapoole Euroopa Liitu andmed edastatakse;
- 7) juhul kui kogutud isikuandmed avaldatakse, siis kirjeldus, kus andmed avaldatakse.

Nõusoleku puhul on oluline, et isikul oleks võimalus igal ajal nõusolek tagasi võtta. Selline võimalus on tekitanud aga teadlastes, õigusvaldkonna esindajates ja äriorganisatsioonides omajagu vaidlust, sest nõusoleku tagasi võtmine teeb keeruliseks näiteks suurandmetega tegelemise või selle ülekandmise nutistu ehk asjade interneti süsteemi (Politou jt, 2018: 2).

Sisult peab nõusoleku kirjeldus olema selgesõnaline ning selles ei tohi isikute jaoks olla vaikimisi eeltäidetud lahtreid (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019: 40).

Stephen Breeni jt (2020) sõnul on nõusoleku vormi selgesõnalisuse ja täpsete eesmärkide puudumine probleem paljudele organisatsioonid üle maailma. Näiteks on arvukalt juhtumeid, kus asutus ei kirjelda täpselt seda, kuidas ta nõusoleku alusel kogutud isikuandmeid töötleb, mistõttu ei ole isiku antud nõusolek asutusele ka vastavuses isikuandmete töötaja üldmäärusega.

Nii levib ebatäpse nõusoleku küsimise tulemusena turunduse valdkonnas praktikaid, kus isik annab asutusele nõusoleku töödelda enda e-posti aadressi ühel kindlal eesmärgil, ent asutus kasutab seda e-posti aadressi ka teiste turunduseesmärkide täitmiseks (Kubicek jt, 2022). Näiteks hakkavad asutused isikutele regulaarselt saatma soovimatud turunduslikke e-kirjasid ja uudiskirjasid (*ibid*).

Üldmääruse rakendumine 2018. aastal tõi asutustele kui andmetöötlejatele kaasa ka vastutuse selgitada ja põhjendada isikutele andmetöötluspõhimõtteid. Enne IKÜM-it oli andmetöötlustingimustega tutvumise vastutus enamini isikul ehk andmesubjektil (Breen jt, 2020).

Lisaks andmetöötlemise selgitamisele peab organisatsioon kui vastutav töötleja nõusolekute olemasolu tõendama, mistõttu on töötlejal kohustus hoida nõusolekut alles vähemalt isikuandmete töötlemise perioodi lõpuni (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019: 40).

Isikuandmete kaitse üldmääruse (2018) artiklis 8 on sätestatud, et kui infoühiskonna teenust (peatükk 2.5) pakutakse nõusoleku alusel lapsele, siis on isikuandmete töötlemine seaduslik vaid juhul, kui laps on vähemalt 16-aastane. Nooremate puhul peab nõusoleku tagama lapsevanem või lapse eestkostja. Samasse üldmääruse artiklisse on lisatud, et liikmesriigid võivad seadusega seda vanusepiiri allapoole tuua, kuid mitte madalamale kui 13 eluaastat. Eesti on toonud selle nõusoleku alampiiri nii madalale kui võimalik ehk Eestis võib 13-aastane ja vanem isik anda nõusoleku infoühiskonna teenuste tarbimiseks ise (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019: 41).

Isikuandmete kaitse seaduse (2019) paragrahv 9 selgitab, et pärast isiku surma kehtivad tema antud nõusolekud 10 aastat, kui isik ei ole otsustanud teisiti. Alaealise surma korral kehtivad nõusolekud 20 aastat. Seaduse samas paragrahvis on selgitatud ka see, et kui surnu isikuandmete töötlemiseks on vaja nõusolekut, siis saab selle anda surnud isiku pärija.

2.3.2. Mittenõusolek ehk andmetöötlus teistel õiguslikel alustel

Lisaks nõusolekule saab isikuandmete kaitse üldmääruse (2016) artikkel 6 kohaselt töödelda tavalisi isikuandmeid veel viiel õiguslikul alusel:

- 1) lepingust tulenev õigus;
- 2) seadusejärgne kohustus;
- 3) eluliste huvide kaitse;
- 4) avaliku võimu teostamine või avaliku ülesande täitmine;
- 5) õigustatud huvi.

Lepingust tulenev õigus tähendab, et isikuandmete töötlemine on vajalik lepingu sõlmimiseks või selle täitmiseks (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019). Näiteks töötleb Tartu Ülikool lepingu alusel töötajate kontaktandmeid, et sõlmida tööleping (andmekaitsetingimused, i.a: 6.1.2).

Seadusjärgne kohustus tähendab, et isikuandmete töötlemine on vajalik seadusjärgse kohustuse täitmiseks (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d). Näiteks töötleb ülikool õppeinfosüsteemis (ÕIS-is) ja teistes õppekeskkondades üliõpilaste isikuandmeid ning see tuleneb seadusjärgsest kohustusest viia läbi õppetööd (andmekaitsetingimused Tallinna Ülikoolis, 2022: 4.2).

Eluliste huvide kaitse tähendab, et isikuandmete töötlemine on vajalik inimese eluliste huvide kaitsmiseks (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d). Näiteks haigla ei vaja raske avarii tagajärjel kannatanult nõusolekut, et leida tema isikukoodi abil ta haiguslugu (europa.eu kodulehekülg, i.a a).

Avaliku võimu teostamise või avaliku ülesande täitmise puhul on isikuandmete töötlemine lubatud avalikes huvides oleva ülesande täitmiseks või avaliku võimu teostamiseks reguleeritud siseriiklikes õigustes (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d). Näiteks on Politsei- ja Piirivalveametil reaalaja ligipääs Tartu Ülikooli Jakobi, Lossi ja Ülikooli tänavale paigaldatud välikaamerate videopildile, et täita avalikes huvides olevaid ülesandeid (andmekaitsetingimused, i.a: 7.2).

Õigustatud huvi tähendab, et isikuandmete töötlemine on vajalik asutuse kui vastutava töötleja või kolmanda isiku õigustatud huvi korral, kuid sel juhul peab see kaaluma üles inimese põhiõigused ja -vabadused (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019d). Näiteks kui Tallinna Ülikooli kandideerib isik tööle ning ta ei osutu soovitud ametikohale valituks, siis ülikool säilitab õigustatud huvi alusel üheks aastaks kandideerimisdokumendid võimalike õigusvaidluste lahendamise eesmärgil (andmekaitsetingimused Tallinna Ülikoolis, 2022: 6.5).

Isikuandmete kaitse üldmääruse (2016) artiklis 6 lõige 1 on märgitud, et avaliku sektori asutused ei saa õigustatud huvi alusel isikuandmeid töödelda. Andmekaitse Inspektsiooni õigustatud huvi juhend (2020) selgitab aga, et samas viitab IKÜM-i põhjenduspunkt 49, et avalik sektor tohib õigustatud huvi alusel töödelda isikuandmeid vaid siis, kui see ei toimu asutuse põhitegevuse raames.

2.4. Andmete elutsükkel

Kurmo Konsa (2019: 15) kirjeldab, et informatsiooni käsitlemist saab võrrelda eluslooduse elukäigu etappidega: info luuakse, info läbib kindlad eluetapid ning seejärel info sureb või see võetakse taaskasutusse uuel kujul. Seejuures on igal faasil kindlad elemendid ja igas etapis toimuvad kindlad funktsionaalsed tegevused.

Ka andmetel on elutsüklid ning akadeemilises kirjanduses leidub nende kohta erinevaid mudeleid. Kataloonia Tehnikaülikoolis (Sinaeepourfard jt, i.a) valminud uurimusest selgus, et teadustöodes levinumaid andmete elutsüklite mudeleid on 17.

Majed Alshammari ja Andrew Simpson (2018: 5) on loonud eraldi abstraktse isikuandmete elutsükli mudeli (*abstract personal data lifecycle APDL*), mis koosneb kaheksast etapist: 0) kontseptualiseerimine; 1) initsieerimine; 2) kogumine; 3) säilitamine; 4) juurdepääsu loomine; 4) ülevaatus; 5) kasutamine; 6) avaldamine ja; 8) hävitamine.

Dataworks.ie (i.a) kodulehel on avaldatud viieetapiline andmete elutsükkel, mille osad on:

1) andmete loomine; 2) andmete hoiustamine; 3) andmete kasutamine; 4) andmete arhiveerimine ja; 5) andmete hävitamine

Analoogne on ka pilveandmetöötluskeskkonnaga tegelev The Cloud Security Alliance (CSA) (i.a) teadusorganisatsiooni kuueetapiline mudel. Dataworksi omast erineb CSA mudel selle poolest, et CSA on lisanud elutsükklisse eraldi etappidena andmete kasutamise ja nende avalikustamise.

CSA mudelile sarnaneb ka Pekingi ülikoolis loodud andmete elutsükli mudel, mis koosneb viiest etapist: 1) andmete loomine; 2) andmete säilitamine; 3) andmete kasutamine ja jagamine; 4) andmete arhiveerimine; 5) andmete hävitamine (Sinaeepourfard jt, i.a).

Niisiis võib järeldada, et andmete elutsükkeid on palju seetõttu, et erinevates tegevusvaldkondades kasutatakse andmeid erinevatel eesmärkidel. Universaalset ja üldtunnustatud mudelit seega ei ole.

Samuti selgus erinevate andmete elutsükklite mudelitega tutvudes, et täpset andmete elutsükli mudeli vastet, mis kohalduks Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitööle, olemas ei ole. Ehkki Pekingi ülikoolis loodud mudel on Eesti ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöök kasutatavate andmete elutsükliga sarnane, siis neljas etapp ehk andmete arhiveerimine on miski, mida turundus- ja kommunikatsioonitöös üldjuhul ei tehta. Levinud praktika on selline, et pärast andmete aktiivset kasutust need kustutatakse.

Toetudes siseringi positsioonile (kirjutan sellest lähemalt peatükis 3.2.), enda senisele tööle ja olemasolevatele andmete elutsükklite mudelitele, pakun välja isikuandmete elutsükli mudeli, mis ühildub Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitööga:

- 1) andmete kogumine ja loomine;
- 2) andmete salvestamine andmebaasi keskkonda;
- 3) andmete kasutamine ja avaldamine;
- 4) andmete hävitamine.

Esimeses, andmete kogumise etapis koguvad turundus- ja kommunikatsioonitöötajad isikuandmeid. Näiteks uudiskirja liitumisvormi kaudu.

Teises, andmete salvestamise etapis lisatakse andmed keskkonda või platvormi, mida ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös kasutab, näiteks on selleks ülikoolides kasutusel uudiskirja platvormid, kuhu vormi teel kogutud e-posti aadresside kontaktilistid lisatakse.

Kolmandas, kasutamise ja avaldamise etapis kasutatakse kogutud andmeid turundus- ja kommunikatsioonitöök. Näiteks edastatakse kogutud e-posti aadresside listidele uudiskirju või teateid.

Neljandas, andmete hävitamise etapis kustutatakse uudiskirja platvormist kogutud e-posti aadresside list, kui nende kontaktide kogumise ja kasutamise eesmärk on täidetud.

2.5. Infoühiskonna teenus

Infoühiskonna teenuse seaduse (2021) paragrahvi 2 lõige 1 selgitab, et infoühiskonna teenus on elektrooniliste sidevahendite abil pakutav teenus, mida asutus osutab majandus- või kutsetegevuse raames teenusesaaja otsesel taotlusel ja mille puhul andmeid töödeldakse, säilitatakse ja edastatakse digitaalsel kujul. Infoühiskonna teenust osutades ei viibi osapooled üheaegselt samas kohas ning selliseks teenuseks ei loeta faksi-, telefonikõne-, televisiooni- või raadioteenust.

Ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös kuuluvad infoühiskonna teenuse sekka erinevad uudiskirjad, mida ülikool saadab isikutele nende endi taotlusel. Näiteks on infoühiskonna teenus ülikooli poolt saadetak sisseastumisinfo ja vilistlastele suunatud uudiskiri, mis edastatakse inimestele, kes on selleks soovi avaldanud nõusoleku vormi teel.

2.6. Reklaam

Reklaami mõiste, sellele kehtestatud nõuded, keelud ja piirangud ning järelevalve on Eestis sätestatud reklaamiseaduses (reklaamiseadus, 2022: § 1). Reklaamiseaduse kohaselt (2022: § 2 lg 3) on reklaam teave, mille eesmärk on teenuse osutamise või kauba müügi suurendamine, sündmuse edendamine või isiku käitumise suunamine avalikes huvides.

Reklaamiseaduse (2022) paragrahv 6 käsitleb muu hulgas isikuandmete kaitset ning selle kohaselt ei tohi reklaammaterjalid ilma isiku eelneva kirjaliku nõusolekuta temale mistahes viisil viidata või tema häält, kujutist või pildimaterjali temast kasutada.

Ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös on seotud reklaamiga näiteks koolituste või mikrokraadide turundamine, mille eesmärk on suurendada teenuse müüki. Reklaami alla käib ka see, kui inimesi kutsutakse mõnele üritusele, näiteks avatud uste päevale. Sel puhul on reklaamiseaduse kontekstis tegemist sündmuse edendamisega. Samuti kuulub reklaami alla ülikooli sisseastumiskampaania, mille puhul on eesmärk suunata isiku käitumist – tulla õppima just sellesse ülikooli.

2.7. Avalik ruum

Eestis on avalik koht defineeritud korrakaitseaduses. Seaduse (2021) paragrahv 54 selgitab, et avalik koht on määratlemata isikute ringile kasutamiseks antud või nende kasutuses olev maa-ala, ehitis, ruum või näiteks ühissõiduk.

Korrakaitseaduse (2021) paragrahvis 58 on defineeritud ka avalik üritus, mis on seaduse järgi sündmus, mis toimub avalikus kohas ja mis on avalikkusele avatud. Näiteks on avalik üritus lõbustusüritus, võistlus, etendus, kaubandusüritus või muu sarnane inimeste koosviibimine, mis ei ole koosolek. Täpsemad avaliku ürituse korraldamise nõuded kehtestab kohalik omavalitsus volikogu määrusega (korrakaitseadus, 2021: § 59 lg 1).

Isikuandmete kaitse seaduse (2019) paragrahv 11 selgitab, et kui avalikus kohas luuakse heli- või pildimaterjali ning seda avalikustatakse, siis ei ole tarvis materjalile jäänud isikutelt nõusolekuid küsida. See-eest peab aga heli- või pildimaterjali looja tagama selge teavitamise, mis võimaldab isikutel heli- või pildimaterjali jäädvustamise faktist aru saada. Nii saab isik ka soovi korral jäädvustustele jäämist vältida.

IKS-i (2019) paragrahv 11 selgitab ka seda, et teavitamiskohustus ei kehti selliste avalike ürituste puhul, kus võib jäädvustamist ja selle avalikustamist mõistlikult eeldada.

Ülikool saab seega olla samaaegselt nii avalik kui ka mitteavalik koht. Näiteks kui ülikooli aulas toimub aktus, kuhu on oodatud osalema kõik huvilised ehk sündmusel osalevate isikute ring on määratlemata, siis on tegemist avalikus kohas toimuva avaliku üritusega. Ent kui ülikooli aulas toimub teaduskonverents, kus saavad osaleda vaid ennast üritusele registreerinud inimesed, on osalejate ring määratletud ning üritus ei ole avalik.

3. ÜLIKOOUIDE TURUNDUS- JA KOMMUNIKATSIOONITÖÖTAJATE TÖÖ UURING

Praktilise magistritöö eesmärk on luua alus käsiraamatu koostamiseks, mis selgitab, millised Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesanded on töötajate hinnangul seotud isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega, ning pakkuda lahendusi, kuidas neid tööülesandeid täita nii, et need oleksid kooskõlas korrektse isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega.

Uurimisküsimused on järgmised.

1. Milliseid enda tööülesandeid peavad Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad seotuks isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega?
2. Kuidas tagavad Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad oma töös korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemise?
3. Millised on Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajate peamised probleemid, mis on seotud tööülesannete täitmise ja korrektse isikuandmete töötlemise ja kaitsega?
4. Kuidas täita intervjuudes tõstatunud avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesandeid nii, et need oleksid kooskõlas korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemisega?

3.1. Valim

Praktiliseks magistritööks tein 15 individuaalintervjuud vahemikus veebruar kuni aprill 2022. Neist 14 tein Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega ning ühe Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakasega.

Eesti avalik-õiguslikud ülikoolid on Eesti Kunstiakadeemia, Eesti Maaülikool, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinna Ülikool ja Tartu Ülikool (Haridus- ja Teadusministeeriumi koduleht, i.a).

Kasutasin sihipärast valimit, mis tähendab, et valisin ise uuritavad välja, et leida enda uurimuse kontekstis kõige sobivamad küsitletavad (Rämmer, 2014). Potentsiaalsete intervjueeritavate hulk oli ka piiratud, sest see eeldas töötamist avalik-õiguslikus ülikoolis turundus- või kommunikatsioonitöötajana. Robinsoni (2014: 32) sõnul on sihipärast valimit hea kasutada, kui uurimisteemal on piiratud arv allikaid, nagu see oli ka minu töö puhul.

Valimisse kuulus igast Eesti avalik-õiguslikust ülikoolist vähemalt üks turundus- ja kommunikatsioonitöötaja. Suuremate ülikoolide puhul, kus on turundus- ja kommunikatsioonitöö jaotatud mitme töötaja vahel, tegin intervjuu mitme töötajaga. Tehtud 14 intervjuud osutus mahult sisendi kogumiseks piisavaks. Hea indikaator selle kohta oli tõsiasi, et viimaseid intervjuusid läbi viies ei lisandunud olulist uut teavet. See viitas sellele, et olin saavutamas kvalitatiivuuringu küllastumispunkti.

Turundus- ja kommunikatsioonitöötajate jaoks oli intervjuudes osalemine konfidentsiaalne. See tähendab, et praktiline magistritöö ei avalda ühegi turundus- või kommunikatsioonitöötaja nime ega seost ühegi konkreetse ülikooliga. Seega on intervjuude tulemused üldistatud Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele.

Turundus- ja kommunikatsioonitöötajad on töös konfidentsiaalsed, et vältida olukorda, kus praktilise magistritöö tulemusena saaks ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajate pädevusi isikuandmete kaitse mõttes kuidagi võrrelda. Autorina olen seisukohal, et konfidentsiaalsus tagas intervjueeritavatele ka julguse olla aus, sest seisukohti ja arvamusi ei saa hiljem nende ega ühegi konkreetse ülikooliga seostada.

Konfidentsiaalsuse tagamiseks tähistasin intervjueeritavad töös kolme erineva tähisega: T, K või TK, ning tähistele järgnesid numbrid. T, K ja TK viitavad sellele, kas intervjueeritav tegeleb turunduse (T), kommunikatsiooni (K) või turunduse ja kommunikatsiooniga (TK). Number tähise taga viitab sellele, mitmes intervjueeritav ta oli. Näiteks T1 tähendab, et tegemist oli esimese turundustöötajast intervjueeritavaga, ning K7, et tegemist oli seitsmenda kommunikatsioonitöötajast intervjueeritavaga.

Lisaks turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele kuulus valimisse Tallinna Ülikooli andmekaitespetsialist Grete Pihlakas. Pihlakasega tegin intervjuu pärast seda, kui turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega olid intervjuud tehtud ja transkribeeritud ning kvalitatiivne sisuanalüüs läbi viidud.

3.2. Andmekogumismeetod

Valimisse kuulunud 14 turundus- ja kommunikatsioonitöötaja intervjuude puhul oli tegemist osalejaintervjuudega, mille puhul pöörasin rõhku iga intervjuueeritava arvamustele ja hoiakutele (Flick, 2006: 165). Andmekaitespetsialistiga viisin läbi ekspertintervjuu, mille puhul oli eesmärk koguda uuritava teema kohta faktiteadmisi (Kolb, 2008: 142).

Mõlemat tüüpi intervjuude tegemiseks koostas intervjuu kava (lisa 1 ja 2). Mõlemad olid poolstruktureeritud intervjuud, mis tähendab, et küsisin nii planeeritud kui ka täpsustavaid kuulamis põhiseid küsimusi (Lepik jt, 2014).

Turundus- ja kommunikatsioonitöötajate intervjuu kava luues ja intervjuusid läbi viies kasutasin siseringi positsiooni. Henning (1981), Anderson (2006) ja Labaree (2002) selgitavad, et siseringi positsioon tähendab endale lähedase grupi uurimist, mille uurijana on autoril eelteadmised või info uuritava grupi kohta. See hõlbustab omakorda tõlgendada ja mõtestada vestluse käigus saadud teadmisi ja tähelepanekuid. Siseringi positsiooni sain autorina kasutada, kuna olen praktilise magistritöö kirjutamise ajal ülikooli kommunikatsioonijuht.

Andmekaitespetsialisti Grete Pihlakase intervjuu kavandamisel (lisa 2) lähtusin turundus- ja kommunikatsioonitöötajate tehtud intervjuude tulemustest. Nimelt lõin kavandi nende teemade ja küsimuste põhjal, mida ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad intervjuudes esile tõid. Andmekaitespetsialistilt kui valdkonna eksperdilt küsisin võimalusi, kuidas intervjuudes väljatoodud töösituatsioonides andmekaitse mõttes korrektselt lahendada.

Intervjuud toimusid nii videokõne teel kui ka füüsiliselt. Enamik intervjuusid (N = 12) toimusid Zoomis, kuna see tagas intervjuude korraldamisele paindlikkuse – mõlemad osapooled said intervjuul osaleda endale sobivas asukohas. Ehkki esialgu pelgasin, et võib-olla jääb videokõne

teel vestlus pealiskaudseks, siis see kartus tõeks ei osutunud. Nimelt oli kõige pikem intervjuu just Zoomi vahendusel tehtud intervjuu.

Intervjuud kestsid keskmiselt 40 minutit (aritmeetiline keskmine). Kõige pikem intervjuu kestis 1 tund ja 12 minutit, kõige lühem 20 minutit. Intervjuude kestus sõltus nii intervjuueeritava valmidusest teemasid avada kui ka sellest, milline on tema roll turundus- või kommunikatsiooniosakonnas. Näiteks kui intervjuueeritav oli turundus- ja kommunikatsiooniosakonna juht, siis tõstatas ta erinevaid teemasid kogu osakonna vastutusvaldkonna spektrist. Samas, kui intervjuueeritav vastutas näiteks ainult pressisuhtluse eest, siis oli ka vähem teemasid millest kõneleda.

Poolstruktureeritud intervjuudes kasutasin n-ö tagavarakaartide süsteemi, mis tähendab, et mul oli tagavaraks valmis mõeldud kaheksa erinevat tööalase situatsiooni kirjeldust, mis on seotud ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöö ning isikuandmete kaitse ja töötlemisega (lisa 1). Need situatsioonid lõin enda isikliku kogemuse põhjal. Kasutasin neid tagavarakaarte juhul, kui tundus, et intervjuueeritav ei leia ise minu magistritöö ja enda tööülesannete vahel seoseid, millest intervjuu käigus rääkida. Tagavarakaartide kasutamine andis võimaluse pakkuda intervjuueeritavale võimalusi suhestumiseks ning teemapüstituse mõtestamiseks.

Näide tagavarakaardist:

„Rääkisin sissejuhatuses piltide kasutamisest, millel on äratuntavalt näha ka inimesi. Selliste piltide kasutamisega tuleb aga tähelepanelik olla selles mõttes, et kui tegemist ei ole avalikus ruumis tehtud pildiga, siis peab pildi kasutamiseks pildil olevatelt inimestel nõusolekut küsima. Täpselt sama nõue kehtib ka videomaterjali kasutamise puhul. Kas oled ka ise fotode / videote kasutamisega tööalaselt kokku puutunud? Kuidas oled sel puhul lähenenud?“

3.3. Andmeanalüüsi meetod

Pärast intervjuude läbiviimist transkribeerisin käsitsi kõik intervjuud ning tehnilisi vahendeid selleks ei kasutatud. Olen seisukohal, et kui intervjuusid käsitsi transkribeerida, siis on hiljem neid ka parem kasutada, sest nii olen tekstid ise süvitsi läbi töötanud ning oman seetõttu paremat ülevaadet, millest ühes või teises intervjuus räägiti.

Transkribeerisin intervjuud valikuliselt. See tähendab, et mõned intervjuueeritavate poolt tõstatatud teemad, mis ei olnud minu uurimisteedega seotud ega praktilise magistritöö sisu mõttes olulised, jäid transkribeerimata (Linno, i.a).

Transkriptsioonide analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset sisuanalüüsi. See tähendab, et intervjuusid analüüsid keskendusin tekstiosadele, mis omavad vastuvõtu seisukohast olulisi tähendusi (Kalmus jt, 2015). Praktilises magistritöös tähendab see, et keskendusin transkriptsioonides neile osadele, kus intervjuueeritav räägib turundus- või kommunikatsioonitööst ning selle seosest isikuandmete töötlemise või kaitsega.

Kvalitatiivse sisuanalüüsi kasuks otsustasin ka seetõttu, et see võimaldab ühtlasi pöörata tähelepanu harva esinevatele või unikaalsetele nähtustele tekstis (Kalmus jt, 2015). Ka minu töös on olulised iga intervjuueeritava enda kogemused ja probleemkohad.

Analüüsisin nii transkriptsioonide manifestset kui ka latentset sisu. See tähendab, et pöörasin tähelepanu sellele, mida intervjuueeritavad otsesõnu ütlesid, kui ka teksti võimalikule varjatud sisule (Kalmus jt, 2015).

Sisuanalüüsi puhul kodeerisin transkriptsioonid ning lõin kodeerimiskategooriad induktiivselt ja deduktiivselt kombineerituna. Induktiivne lähenemine tähendab (Linno, 2015), et lõin kodeerimiskategooriad andmete põhjal, ning deduktiivne seda, et osa kodeerimiskategooriaid lõin intervjuu kavandis tõstatatud teemapüstituste alusel eelnevalt. See tähendab, et sisuanalüüsiga alustades ei olnud valmis fikseeritud koodidega kodeerimisjuhendit, mis on Kalmuse jt (2015) sõnul kvalitatiivse sisuanalüüsi puhul tavapärane.

Näiteks lõin deduktiivselt valmis koodid „Kommunikatsioon töötajate suunal“ ja „Isikuandmed sisekommunikatsioonis“. Transkriptsioone analüüsid lisandusid andmetele tuginedes näiteks „Vastutus“ ja „Koolitus“.

Koondasin koodid kategooriasse, et märgata analüüsis ilmnenud korduvaid mustreid ja teemapüstitusi (Berg, 1989: 115), mis toetas omakorda tulemuste ehk käsiraamatu sisupeatükkide lahti kirjutamist.

Pärast seda, kui intervjuude transkriptsioonide sisuanalüüs oli tehtud, lisasin tulemused kodeerimistabelisse. See tähendab, et kui transkriptsioonis esines koodikategooriaga seotud tekstiosi, siis kandsin need tabelisse.

Kokku lõin kodeerimistabelisse 17 kategooriat:

- 1) foto/video nõusolek;
- 2) isikuandmed sisekommunikatsioonis;
- 3) isikuandmete jagamine;
- 4) isikuandmete töötlemine;
- 5) potentsiaalsetele sisseastujatele suunatud kommunikatsioon;
- 6) kommunikatsioon tudengite suunal;
- 7) kommunikatsioon töötajate suunal;
- 8) kommunikatsioon vilistlaste suunal;
- 9) kontaktide haldamine;
- 10) kontaktide säilitamise periood;
- 11) koolitus;
- 12) muu;
- 13) nõusoleku küsimine;
- 14) teavitamine isikuandmete töötlemisest;
- 15) vastutus;
- 16) vilistlaslisti avaldamine kodulehel;
- 17) üritused.

Kodeerimistabel koosneb viiest veerust:

- 1) intervjuu tähis;
- 2) kategooria;
- 3) tsitaat intervjuust;
- 4) autori küsimus(ed);
- 5) märkused.

Näiteks:

Joonis 1. Näide magistritöö kodeerimistabelist

Intervjuu	Kategooria	Tsitaat intervjuust	Autori küsimus(ed)	Märkused
K2	Nõusoleku küsimine	Mäletan ka seda, et kui ma toona selle listi ise tegin SAIS-i andmete kaudu, siis ma tagantjärele kogusin tudengitelt kirjalikud nõusolekud ka.	Kas tagantjärele nõusolekute küsimine pädeb?	
K4	Koolitus	Meie ülikoolis on eraldi kohustuslik kursus andmekaitsest ja andmetega ümberkäimisest. Ma ei mäleta enam selle intervalli, aga mingi aja tagant tuleb see koolitus kõikidel uuesti läbida.		Hea soovitus – igas ülikoolis võiks olla kohustuslik andmekaitse koolitus töötajatele mingi aja tagant.

Pärast seda, kui olin viinud läbi kõikide 14 turundus- ja kommunikatsioonitöötaja intervjuu transkriptsioonile kvalitatiivse sisuanalüüsi ning kandnud tulemused kodeerimistabelisse, koosnes tabel 225 reast.

3.4. Käsiraamatu sisupeatükkide loomine

Käsiraamatu sisupeatükkide kirjutamiseks kasutasin kvalitatiivse sisuanalüüsi tulemusena valminud kodeerimistabelit. Selleks järjestasin kogu kodeerimistabeli kategooriate kaupa tähestikulisesse järjekorda. Seeläbi lõin kodeerimiskategooriate toel käsiraamatu sisupeatükid ning võtsin arvesse intervjuudest tekkinud küsimusi ja väiteid.

Näiteks kirjutades käsiraamatu sisupeatükki sellest, mida tasub silmas pidada tudengitele suunatud kommunikatsiooni korraldamise puhul, lähtusin kodeerimistabelis kategooria „Kommunikatsioon tudengite suunal“ tsitaatidest, tõstatunud küsimustest ja teemadest. Nii sain kirjutada peatüki üliõpilastega seotud kommunikatsioonist, võttes seejuures arvesse kõikidest intervjuudest sel teemal kogutud sisu.

Samuti lisasin käsiraamatu sisupeatükkidesse kodeerimistabelisse kantud intervjuueeritavate tsitaate, et erinevaid olukordi ja küsimusi turundus- ja kommunikatsioonitöötajate mõtetega näitlikustada.

Selleks, et hinnata intervjuudes tõstatunud küsimusi ja teemasid korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemise põhimõtete järgi, tuginesin valdkonnaga seotud seadustele, määrustele, isikuandmete kaitset ja töötlemist selgitavatele juhistele ning Andmekaitse Inspektsiooni materjalidele. Nende hulka kuulusid näiteks isikuandmete kaitse üldmäärus, isikuandmete kaitse seadus, isikuandmete töötleja üldjuhend, Andmekaitse Inspektsiooni koduleht ja ka teised valdkonnaga seotud materjalid.

Samuti toetusin iga peatüki puhul soovitude andmisel Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakasega tehtud intervjuule, mis aitas tõlgendada juriidilisi tekste nii, et mõista nende kohaldumist ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitööle.

Käsiraamatu sisupeatükkide kirjutamine tähendas seega õiguslike tekstide mõtestamist ja tõlgendamist viisil, et see kohalduks praktilises magistritöös tõstatunud teemapüsitustele ning aitaks selgitada, millised ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö praktikad on korrektsed ja millised mitte.

Praktilises magistritöös kogutud materjali põhjal soovin koostada ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele praktilise käsiraamatu. Soovin käsiraamatus kasutada visuaale ja vooskeeme (ingl. *flow chart*), mis kirjeldavad, kuidas ja millises järjekorras ühes või teises ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöö situatsioonis käituda, et see oleks kooskõlas korrektse isikuandmete kaitse ja töötlusega. Praktiline magistritöö ja selle käsiraamatu sisupeatükid on alus, mille põhjal soovin käsiraamatu koostada.

Soov on luua võimalikult lühike ja kompaktne käsiraamat, mis on kasutajasõbralik ning millest on turundus- ja kommunikatsioonitöötajatel ülesannete täitmisel kasu. Soovin käsiraamatu ka kujundada, küljendada ning köita.

Enne käsiraamatu avaldamist soovin selle sisu kooskõlastada Andmekaitse Inspeksiooniga, et läbida inspeksiooni kvaliteedikontrolli. See annaks ka tulevikus käsiraamatu kasutajatele kindluse, et soovitused ja sisu on asjakohased. Kooskõlastuse kokkulepet mul Andmekaitse Inspeksiooniga veel ei ole ning eraldi käsiraamatut hakkan looma pärast praktilise magistratöö kaitsmist, et toetuda ka magistratöö retsensioonile ja kaitsmisel saadud tagasisidele.

Käsiraamatu sisupeatükid koosnevad teemadest, mis tõstavad 14 avalik-õigusliku ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöötajatega tehtud intervjuudes. Põhikontseptsioonid ei ole sisupeatükkides eraldi kirjeldatud, kuid käsiraamatu edasisel koostamisel soovin need raamatusse lisada.

3.5 Meetodi kriitika

Intervjuusid tehes kasutasin siseringi positsiooni. See võib aga kaasa tuua olukorra, mil nii intervjuusid kavandades kui ka neid läbi viies olid mul eelhoiakud teemade suhtes, mis on olulised ja millele tasub rõhku panna. Seejuures ei pruugi minu teemapüstitused olla tingimata iga avalik-õigusliku ülikooli jaoks universaalsed ning rõhuasetused võivad asuda erinevate ülikoolide puhul mujal.

Kalmus jt (2015) kirjeldavad, et ka kvalitatiivne sisuanalüüs võib kaasa tuua autori mitteteadliku valikulise materjali kogumise, et leida kinnitust enda meelepärastele hüpoteesidele.

Et intervjuude sisu ei põhineks ainult minu eelhoiakutel, küsisin intervjuueeritavatel korduvalt, kas neil endil on tekkinud teisi mõtteid või ideid sellest, kuidas isikuandmete kaitse on seotud nende tööülesannetega. Samuti uurisin, et millised töösituatsioonid või ülesanded on just neile isikuandmete kaitse mõttes keerukad.

Teiseks ei varjanud ma intervjuerijana fakti, et töotan ka ise ühes Eesti avalik-õiguslikus ülikoolis kommunikatsioonijuhina. See võis aga tuua kaasa olukorra, kus teiste ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad tajusid minu kui konkureeriva ülikooli esindaja rolli, mistõttu võisid nad rääkida mulle teemadest valikuliselt.

Selle riski vältimiseks selgitasin intervjueritavatele, et intervjuu eesmärk on koguda andmeid, mille põhjal luua käsiraamat, millest võiks olla kasu kõikide Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele.

Samuti ei ole mul õigusharidust ega –töökogemust, mis tegi seaduste, määruste ja teiste õigustekstide tõlgendamise keeruliseks. Et vältida valesti tõlgendamist, intervjuerisin andmekaitse spetsialisti, kes aitas seda teha.

4. KÄSIRAAMATU SISUPEATÜKID

Käsiraamatu sisupeatükid valmisid Eesti avalik-õiguslike ülikoolide 14 turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega tehtud intervjuude tulemusena. Iga peatükk kirjeldab ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöö ning isikuandmete kaitse ja töötlemisega seotud teemasid või tööülesandeid, mis tõstasid intervjuudes. Lisaks intervjuudest kogutud sisendile lisasin igale peatükile autorina soovitusi ja ettepanekuid, kuidas kirjeldatud teemapüstitusi või küsimusi lahendada nii, et need oleksid isikuandmete kaitse ja töötlemise mõttes korrektsed.

4.1. Kontaktilistide loomine tähendab isikuandmete töötlemist

Intervjuudest selgus, et igas Eesti avalik-õiguslikus ülikoolis kasutatakse turundus- ja kommunikatsioonitöös kontaktiliste, millele edastada uudiskirju. Levinumad sihtrühmad on töötajad, tudengid, vilistlased ja keskkoolinoored.

„Kui ma mõtlen, et kes on meie põhilised sihtgrupid, siis me suhtleme töötajatega, tudengitega, potentsiaalsete tudengitega ja vilistlastega (TK2).“

Kõikide eelnimetatute puhul koosnevad kontaktilistid füüsiliste isikute e-posti aadressidest, teinekord on listidele lisatud ka isikute nimed või näiteks telefoninumbrid. Need on tavalised isikuandmed (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019a) ning kui neid enda tööülesannetes kasutada, siis tähendab see, et tegemist on isikuandmete töötlemisega (isikuandmete kaitse üldmäärus, 2016).

Isikuandmete töötlemine toimub Euroopa Liidus isikuandmete kaitse üldmääruses kirja pandud tingimustel ning isikuandmete töötlemise üldjuhendis (2016) on kirjas, et isikuandmete töötlemiseks peab olema õiguslik alus. Ka peab see toimuma eesmärgipäraselt. Isikuandmete kaitse üldmääruse (2016) artiklis 6 on selgitatud, et õiguslikke aluseid on kokku kuus:

- 1) isiku enda nõusolek;
- 2) lepingust tulenev õigus;
- 3) seadusjärgne kohustus;
- 4) avaliku huvi korral või avaliku võimu teostades;
- 5) eluliste huvide kaitse korral;

6) õigustatud huvi alusel.

Seega, kui ülikool kasutab enda turundus- või kommunikatsioonitöös kontaktiliste, siis peab kontaktide kogumise ja kasutamise alus tulenema ühest kuuest õiguslikust alusest.

4.1.2. Õiguslikul alusel on praktiline väärtus

Lisaks sellele, et isikute e-posti aadresside kontaktilistidesse lisamine peab olema üldmääruse valguses õiguspärane, on sel ka turundus- ja kommunikatsioonitöötaja vaatest praktiline väärtus. Nimelt, kui ülikool saadab näiteks uudiskirju kontaktidele, kes ei ole seda uudiskirja endale „tellinud“ ehk listiga ise liitunud, siis on suurem tõenäosus, et ta ei ava seda või märgib selle sootuks rämpspostiks. Kui uudiskiri märgitakse rämpspostiks või sellel on madal avamisprotsent, siis mõjutab see kogu ülikooli e-posti domeeni mainet, mis omakorda võib tuua kaasa selle, et ülikooli uudiskirjad satuvad üha enam ka teiste adressaatide puhul automaatselt rämpsposti (Nain, i.a). Seega mõjutab kontaktilistide kasutamise ja uudiskirjade saatmise korraldus ka turundus- ja kommunikatsioonitöö tulemuslikkust.

4.2. Mida tuleb ülikoolil kontakte kogudes isikutele selgitada?

Kogudes veebivormi kaudu või näiteks paberil isikute kontaktandmeid, et neid siis lisada omakorda e-posti aadresside listi, on tegemist nõusoleku alusel kontaktide kogumisega. See tähendab, et ülikool küsib isikutelt nõusolekut nende isikuandmete töötlemiseks.

Nõusolek peab olema selgesõnaline, selles ei tohi olla vaikimisi eeltäidetud lahtreid, see peab kirjeldama, kuidas ja mis eesmärgil asutus isikuandmeid töötleb ning kuidas on isikul võimalik nõusolekut tagasi võtta (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019).

„Milline peab olema uudiskirjade liitumise tekst (TK2)?“

„Tahaks listi laiendada, aga mida see täpselt endaga kaasa toob, ma veel hetkel ei tea. Praegu ma olen mõned inimesed mõnedest ametiasutustest ise lisanud ja keegi pole protesteerinud. Ilmselt ma seda onju ei tohiks teha (K3)?“

Euroopa Komisjon selgitab kodulehel (europa.eu koduleht, i.a b), et isikuandmeid kogudes tuleb anda isikutele järgnevat teavet.

- Andmeid töötleva asutuse nimi

Andmekaitse spetsialist Grete Pihlakas (2022) selgitas, et sel puhul tuleb märkida juriidiline isik ehk ülikooli nimi. Füüsilisi isikuid, näiteks kommunikatsioonispetsialisti nime, märkida ei ole tarvis.

- Eesmärk, miks andmeid töödeldakse

Sel puhul tuleb võimalikult lihtsalt ja arusaadavalt selgitada, milleks ülikool andmeid kogub.

- Töödeldavate andmete liik

Sel puhul tuleb selgitada, milliseid kontaktandmeid ülikool kogub. Näiteks e-posti aadress, telefoninumber ning ees- ja perekonnanimi.

- Kui kaua andmeid säilitatakse?

Sel puhul on oluline, et andmete säilitamise tähtaeg oleks kooskõlas eesmärgiga.

- Kuidas saab nõusolekut tagasi võtta?

Näiteks, kuhu tuleb saata e-kiri, kui isik soovib, et tema andmeid enam ei töödeldaks.

Lisaks:

- Juhul kui andmeid edastatakse ka kolmandatele osapooltele või väljapoole Euroopa Liitu, siis tuleb selgitada, kes on kolmandad osapooled ning millistele riikidele väljapoole Euroopa Liitu andmed edastatakse.
- Juhul kui kogutud isikuandmed kuskil avaldatakse, siis tuleb kirjeldada, kus seda tehakse.

Näiteks:

Selle vormiga kogub Tallinna Ülikool (vastutav töötaja) vilistlaste andmeid selleks, et lisada need kontaktlisti eesmärgiga edastada sellele listile kord kvartalis ülikooli vilistlastele suunatud uudiskirja. Ülikool küsib selleks vilistlaste nime ja e-posti aadressi. Ülikool säilitab isikuandmeid nii kaua, kuni isik otsustab listist eemalduda või uudiskirja saatmine lõpetatakse. Iga uudiskirja jalusesse on lisatud võimalus listist eemaldumiseks. Lisaks saab end listist eemaldada kirjutades aadressile pr@tlu.ee.

Kogutud isikuandmetele on ligipääs ülikooli turundus- ja kommunikatsiooniosakonna töötajatel ning uudiskirja platvormil Smaily, kus andmeid hoiustatakse. Kogutud andmeid ei avalikustata ilma nõusolekuta kolmandatele osapooltele ega väljapoole Euroopa Liitu.

4.2.1. Nõusoleku vormi loomine – mida meeles pidada?

Nõusoleku vormi teksti koostades tasub põhjalikult läbi mõelda, milliseid isikuandmeid ülikool kontakte kogudes kasutama hakkab ning kuidas ja mis eesmärgil seda tehakse. Need põhimõtted peavad peegelduma ka nõusoleku vormis, sest vastasel juhul ei kirjelda ülikool isikuandmete töötlemise põhimõtteid täpselt. See tähendab omakorda, et ülikooli loodud nõusolekuvorm ei ole vastavuses isikuandmete kaitse üldmäärusega.

4.3. Kas Sinu kontaktid teavad, mis andmeid sa nende kohta omad?

Tehtud intervjuudest selgus, et kõik ülikoolid kasutavad enda kommunikatsiooni- ja turundustöö ühe tööriistana e-posti turunduse ehk uudiskirja platvormi, olgu selleks siis näiteks Smaily, MailerLite või MailChimp. Sellised platvormid koguvad uudiskirja tulemuslikkuse hindamiseks ka isikustatud statistikat: näiteks seda, mis kell üks või teine adressaat uudiskirja avas ning millele ja kui palju klõpsas.

Paljud intervjuueeritavad nõustusid, et selline statistiline teave kontaktide käitumise jälgimise kohta peaks olema kirjas näiteks ülikooli andmekaitsetingimustes, ent sellegipoolest nad sellist teavet avaldanud ei ole.

„Ma ei tea, et me oleks selliseid asju [info kontaktide jälgimise kohta uudiskirja platvormis – R. O.] välja kirjutanud (T2).“

„Minule on juba töötajaid öelnud ka, et ma näen küll, mis sa uudiskirjas kirjutad, aga ma lähen meelega loen veebist, et sa ei saaks track’ida (eesti k. jälgida) seda, millele ma klõpsan ja mida loen (K5).“

Lähtudes sellest, et isikuandmete kaitse üldmääruse üks aluspõhimõtteid on läbipaistvus (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019), siis peaks selline teave olema avaldatud. Ka selgitab üldjuhend (2019), et läbipaistvus tähendab, et inimesele tuleb temalt andmeid kogudes anda teavet andmetöötamise kohta.

Kuna uudiskirja statistiline teave on isikustatud, mis tähendab, et avamiste ja klõpsamiste infot saab seostada iga isikuga eraldi, siis on teave sellise käitumise kohta osa isikuandmetest.

Andmekaitsepetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul peab uudiskirja listiga liitudes inimene aru saama, milliseid tema isikuandmeid ülikool töötlema hakkab. Vastasel juhul ei ole saadud nõusolek adekvaatne, sest isik ei tea, milleks ta täpselt nõusolekut annab.

Nõusoleku vormi luues on oluline silmas pidada ka seda, et ülikoolil kui andmetöötlejale on vastutus selgitada ja põhjendada isikutele andmetöötuspõhimõtteid – need ei tohi olla uudiskirjaga liituja jaoks raskesti leitavad või liialt keeruliselt kirjeldatud (Breen jt, 2020).

4.3.1. Kuidas olukorda lahendada?

Teave selle kohta, milliseid uudiskirja tellijate isikuandmeid ülikooli platvormi toel töötleb, peaks olema igale huvilisele leitav. Näiteks võiks selgitus selle kohta kirjeldatud ülikooli andmekaitsetingimustes.

„Jah, see [andmed, mida listi haldaja kontaktide kohta omab – R. O.] võiks kuskil privaatsuspoliitika juures kirjas olla ja viide sellele võiks olla uudiskirja lõpus (K6).“

Kui ülikool on andmekaitsetingimustes sellise teabe avaldanud, siis võiks olla link sellele lehele lisatud uudiskirja listiga liitumise vormi juurde. Samuti võiks olla hüperlingiga tekst lisatud iga saadetud uudiskirja jalusesse. Seda võiks teha selleks, et ka juba olemasolevad listi liikmed saaksid soovi korral sellise teabega tutvuda.

4.4. Kas Sinu kontaktid teavad, kui kaua nad Sinu kontaktid on?

Kontaktide haldamisel tuleb silmas pidada mitut nüanssi ning üks neist on kontaktide säilitamise tähtaeg (europa.eu koduleht, i.a). See on ka isikuandmete töötlemise üks aluspõhimõtteid ja tähendab, et andmeid ei tohi kasutada pärast seda, kui kogumise eesmärk on täidetud (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019:7).

Intervjuudest selgus, et alati ei ole turundus- ja kommunikatsioonitöötajad aga teadlikud, et isikuandmete säilitamiseks peaks olema määratud periood, pärast mida andmed kustutatakse. See tähendab, et andmete elutsükli viimasele etapile ei pöörata tähelepanu. Intervjueeritava TK2 sõnul ei ole isikuandmete säilitamise tähtaja seadmine isegi diskussiooni all olnud.

Intervjueeritav T1 tunnistas, et Eesti ülikoolid on koostöös teinud veebiseminare ning sel puhul arutlenud, kas kontakte kogudes peaks märkima ära ka selle, kui kauaks kontakte kogutakse, ent seni on otsustatud ühiselt, et seda siiski ei tehta.

Üks intervjueeritav (T3) selgitas, et kontaktide hoiustamise perioodidega pole tegeletud ning lähtutakse sellest, et küllap inimesed ise eemaldavad end listist, kui nad ei taha, et nende andmeid enam töödeldakse.

„Ma arvan, et ka siin võib talupojamõistusega läheneda, et kui sa ei käi inimestele liiga palju pinda, müü midagi või ei paku kuidagi üle oma teemadega, siis tegelikkuses ei kujune see kõrgkoolide kontekstis mureks (T3).“

Euroopa Komisjoni kodulehel (europa.eu koduleht, i.a) on selgitatud, et isikuandmete kaitse üldmääruse valguses tohib isikuandmeid säilitada võimalikult vähe aega ning kindlaks tuleb määrata tähtajad isikuandmete kustutamiseks või läbivaatamiseks. Nimelt tohib isikuandmeid töödelda senikaua, kuni täitub isikuandmete töötlemise eesmärk.

4.4.1. Kuidas olukorrale läheneda?

Isikuandmete töötlemise põhimõtete sekka kuulub see, et kontaktide koguja seab isikuandmete töötlemiseks eesmärgi ning sellest lähtuvalt on tal ka säilitamistähtaeg (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019). Selleks tuleb lisada veebivormi või füüsilisele kogumisvormile selgitus, kui kaua inimene sinna kuulub ehk millal saab tema listis olemise eesmärk täidetud.

Juhul kui listi eesmärk on saata uudiskirju näiteks vilistlastele, siis on selge, et kontakti eesmärk ei saa paari aastaga täis, sest ta on kõikide eelduste kohaselt ülikooli vilistlane elu lõpuni. Sel puhul tasub andmekaitsepetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul lisadagi selgitus, et kuna eesmärk on kontaktile saata vilistlastele suunatud uudiskirja, siis töötleb ülikool tema andmeid

ehk hoiab kontakti listis seni, kuni ta end ise sealt eemaldab või ülikool uudiskirjade saatmise lõpetab.

4.5. Üliõpilastele suunatud kommunikatsioon

Ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös on üks oluline sihtrühm üliõpilased. Intervjuudest selgus, et pea kõikides ülikoolides vahendatakse tudengitele ülikoolieluga seotud teavet uudiskirjade teel. Seejuures peavad turundus- ja kommunikatsioonitöötajad rusikareegliks seda, et ülikoolil on õigus kõikide tudengite listi ilma nõusolekut küsimata saata sellist teavet, mis on seotud otseselt õppetööga.

„Meil on tudengite list, kuhu võime saata ainult õppetööga seotud teavet. See on modereeritud ja kõik kirjad käivad meie õppeosakonna juhi range pilgu alt läbi (K6).“

Tartu Ülikooli (i.a) ja Tallinna Ülikooli (2022) andmekaitsetingimustes on kirjas, et ülikool võib üliõpilastele saata õppetööga seotud teavet ilma nõusolekuta. Sel puhul on tegemist seadusjärgse kohustuse õigusliku alusega, mis tuleneb nii kõrgharidusseadusest kui ka ülikooli seadusest.

Seda, kas ülikoolil on õigus lisaks õppetööga seotud teabele edastada üliõpilastele ka muud infot, sõltub esmalt sellest, millised andmekaitsetingimused ülikool ise kehtestanud on. Tartu Ülikool (i.a) ja Tallinna Ülikool (2022) on enda andmekaitsetingimustes selgitanud, et lisaks õppetööga seotud teabele on ülikoolil õigus saata üliõpilastele kutseid ülikooli uuringutes osalemiseks ning teavet ülikooli organisatsioonide ja ülikoolis toimuvate sündmuste kohta. Iga Eesti avalik-õiguslik ülikool enda andmekaitsetingimustes selliseid täpsustusi teinud ei ole. Sel juhul tohib ülikool kõikide tudengite listi saata vaid sellist teavet, mis on seotud õppetöö korraldamisega.

Samas selgus intervjuudest, et kõikides ülikoolides palutakse turundus- ja kommunikatsioonitöötajatel edastada tudengitele ka õppetöövälisest teavet, näiteks praktika- ja tööpakkumiste, majavälistes uuringutes osalemise, kultuuri- ja teiste sündmuste kohta. Tõsi, praktikapakkumised on tihti seotud ka õppetööga, näiteks juhul, kui praktika läbimine on kohustuslik osa õppekava läbimisest. Iga eriala puhul see aga nii ei ole.

„Paljud teiste ülikoolide tudengid saavad mulle kirju, et palun jagage minu küsitlust. Hiljuti saatis sellise palve ka Praxis. Aga jällegi, mul ei ole sellist listi, mille jaoks tudengid oleksid andnud nõusoleku, et saada selliste küsitluste kutseid (K6).“

Juhul kui sellise teabe edastamine ei ole kirja pandud ülikooli andmekaitsetingimustesse, siis tohib seda edastada üliõpilastele vaid nende endi antud nõusoleku alusel ning sellisel juhul on tegemist infoühiskonna teenusega. Sel puhul tohib ülikool uudiskirju isikutele saata nende endi taotlusel (infoühiskonna teenuse seadus, 2021: § 2 lõige 1). See tähendab, et üliõpilane peab sellise uudiskirja saamiseks avaldama soovi ning andma nõusoleku isikuandmete töötlemiseks.

Seega peab sellises olukorras olema uudiskirjaga liitumise vormis kaks eraldi lahtrit. Esimeses annab üliõpilane märku, et soovib uudiskirja tellida, ning teises annab loa enda isikuandmeid sel eesmärgil töödelda.

Intervjuudest selgus, et mitmes ülikoolis on tavaks, et turundus- ja kommunikatsioonitöötajad teevad kõikide tudengite listist koopia ning edastavad siis sellele õppetööväliselt teavet. Teavet edastades lisavad nad iga kirja lõppu üliõpilastele võimaluse end listist eemaldada.

Kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja teeb õppekorraldusega seotud teabe edastamiseks kõikide tudengite listist koopia ning hakkab seda kasutama muul eesmärgil, siis läheb ülikool vastuollu vaikimisi andmekaitsepõhimõttega. Selle põhimõtte kohaselt peaks tudengite jaoks olema tagatud vaikimisi kõige privaatsussõbralikum ja väiksemate ohtudega andmetöötlus (Isikuandmete töötleva üldjuhend, 2019). See tähendab, et vaikimisi ei tohiks ülikool tudengeid nõusolekuta lisada listi, mille eesmärk ei ole saata õppekorraldusega seotud teavet. Samuti läheb selline praktika vastuollu infoühiskonna teenuse seadusega, mille kohaselt tohib infoühiskonna teenust pakkuda vaid teenusesaaja otsesel taotlusel (infoühiskonna teenuse seadus, 2021: § 2 lõige 1).

Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul on ta teadlik, et levib praktika teha kõikide tudengite listist koopia ja kasutada seda teistel eesmärkidel. Tema hinnangul on sel puhul tegemist üldmääruse riivega. Kui seda siiski tehakse, siis soovitab Pihlakas esmalt saata sellele listile õppeaasta alguses eraldi teade, mis selgitab, mis listiga on tegu ning millist teavet sellele edastatakse. Samuti tuleks selles teates luua tudengile väga selge

ja nähtav võimalus, et ennast listist eemaldada. Sellegipoolest tasub pidada meeles, et selline tegevus läheb vastuollu isikuandmete kaitse üldmäärusega, mistap tasub sellist praktikat vältida.

4.5.1. Teave õppeaasta alguse kohta

Igal sügisel saadavad ülikool instituudid uutele tudengitele e-kirja teel üldist teavet õppeaasta alguse ja esimese infotunni kohta. Intervjueeritav K2 tõi välja, et sügise eel ei õnnestu tal tudengitelt e-posti aadresside kasutamiseks nõusolekuid küsida, mistõttu on ta loonud üliõpilaste listi nõusolekuid küsimata. Samas tõi ta välja, et on neil puhkudel kogunud nõusolekud tagantjärele, kui üliõpilased on kohal ja õppeaasta on alanud.

„Lisasin e-posti aadressid listi ja saatsin info, et tulge selleks ajaks sinna. Ma tean, et ma poleks tohtinud seda teha, aga ma lihtsalt mõtlesin, et vaevalt keegi tuleb selle peale kaebama, et „Sa poleks tohtinud mu andmeid kasutada niiviisi“. /.../ kui ma toona selle listi ise tegin, siis ma tagantjärele kogusin tudengitelt kirjalikud nõusolekud ka (K2).“

Andmekaitse spetsialist Grete Pihlakas (2022) ütles, et ehkki pisut on tõlgendusruumi selles, millal ei ole teave enam otseselt õppekorraldusega seotud, siis õppeaasta algust ja infotundi puudutav on tema sõnul pigem õppetööga seotud. Seetõttu ei lähe ülikool tema hinnangul sellist teavet edastades vastuollu IKÜM-iga. Tagantjärele aga ei ole korrektne nõusolekuid küsida (Pihlakas, 2022).

4.5.2. Ka tudengid märkavad vildakat andmekaitset

Intervjueeritav TK3 märkis, et tema on kasutanud vaid õppekorraldusliku teabe edastamiseks loodud kõikide tudengite listi selleks, et vahendada tudengitele kutseid küsitlustes osalemiseks. Seepeale on ta aga saanud tudengitelt küsimusi, miks turundus- ja kommunikatsiooniosakond sellist teavet kõikidele tudengitele edastab, kui nad ei ole selleks nõusolekut andnud.

„Jah, kui andmeid pole sellisel eesmärgil kogutud, siis ei tohiks neid andmeid ka sellistel eesmärkidel kasutada (TK3).“

See näide lükkab ümber ka intervjueeritava K2 eelduse, mille kohaselt on vähe tõenäoline, et alles ülikooli õppima asuvad isikud andmekaitserieglite rikkumist märkavad või sellest teavitavad.

4.5.3. Kavalate seas levib teisigi praktikaid

Intervjueeritav T1 pakkus välja idee, mille kohaselt kasutab tema üldmääruse nõuete rikkumise vältimiseks tudengiteni jõudmiseks hoopis üliõpilasesindust ja seal töötavat kursusevanemate koordineerijat. Selline lahendus eeldab, et ülikoolis on toimiv üliõpilasesindus.

„Aga ma olen tegelenud näiteks kursusevanematega – olen nende kaudu teavet jaganud. /.../ Ma pole kindel, kuidas kursavanematega teistes ülikoolides on, aga meie ülikoolis on see kohustuslik roll nii bakas kui ka magistris. Seetõttu selline teabe vahendamise süsteem meil ka hästi toimib (T1).“

T1 selgitas, et tema ülikoolis valitakse igal õppeaastal uutele kursustel kursusevanemad, kes liituvad nõusoleku alusel kontaktilistiga, mida üliõpilasesindus saab teabe edastamiseks kasutada. Kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja palub üliõpilasesindusel teavet tudengitele edastada, siis kasutabki esindus seda kursusevanemate kontaktilisti, et nemad edastaksid omakorda info enda kursuste tudengiteni.

Intervjueeritav K6 tõi välja, et ka temale lasub väljastpoolt ülikooli suur surve jagada tudengitele erinevaid töö- ja praktikapakkumisi või kutseid uuringutes osalemiseks. Kuna selline teave ei ole üldiselt seotud õppetöoga, siis ei loonud ta IKÜM-i riive vältimiseks mitte uut kontaktilisti, vaid eraldi Facebooki grupi, kus jagada selle ülikooli tudengitele suunatud töö- ja praktikapakkumisi. Sarnaselt K6-le tõi ka TK3 välja, et õppetöövälise teabe edastamiseks kasutab ka tema üha enam sotsiaalmeedia kanaleid, et infoga tudengiteni jõuda.

4.5.4. Kommunikatsioon tudengitega – mida meeles pidada?

Andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul oleks kõige korrektsem luua selline süsteem, kus tudeng saab õppelepingut luues või Haridus- ja Noorteameti sisseastumise infosüsteemis (SAIS) õppima asumist kinnitades anda nõusoleku liituda tudengite uudiskirja listiga, mille sisu ei ole seotud ainult õppetöö, vaid ka muu tudengielu ja pakkumistega. Ja siis

saab kogutud nõusolekute põhjal luua üliõpilaste uudiskirja listi. Sel puhul ei oleks listi loomisel ka IKÜM-i riivet.

Ülejäänud tudengid, kes õppelepingut sõlmides või SAIS-is listiga liitumiseks nõusolekut ei andnud, võiksid saada listiga jooksvalt liituda kogu ülejäänud õpinguaja vältel. Näiteks võiks sellekohane liitumisvorm olla leitav ülikooli kodulehel. Seda selleks, et järsku otsustavad nõusoleku andmata jätnud tudengid õpingute ajal ümber ning soovivad siiski uudiskirja saada.

Teine soovitus kõikidele avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele on kohtuda enda ülikooli andmekaitse spetsialistiga ning vaadata koos, millised õigused tudengitega suhtlemiseks ülikool enda andmekaitsetingimustesse kirja on pannud. Juhul, kui seal ei ole sarnaselt Tartu ja Tallinna Ülikooliga punkti selle kohta, et ülikoolil on õigus edastada teavet näiteks sündmuste ja ülikooli üksuste kohta, siis võiks kaaluda selle lisamist.

Kolmandana tasub uurida, kas igal ülikooli kursusel on kursusevanem ning kas nende kontaktandmed on näiteks üliõpilasesinduses ühte listi koondatud. Kui jah, siis tasub kasutada koostöös üliõpilasesindusega seda võimalust, et viia teave tudengiteni kursusevanemate kaudu.

Juhul kui turundus- ja kommunikatsioonitöötajatel palutakse üliõpilastele saata palju teavet, mis ei ole seotud õppetöoga, siis tasub viimaks mõelda sellele, et järsku võiks sellise info edastamiseks luua eraldi Facebooki või mõne muu sotsiaalmeedia grupi.

4.6. Töötajatele suunatud kommunikatsioon

Üliõpilaste kõrval on ülikoolis kommunikatsioonitööd tehes üks olulisemaid sihtrühmi ülikooli töötajad. Levinud praktika on, et töötajate kontaktide kogumise ehk andmete elutsükli esimese etapiga tegeleb personaliosakond, kes vahendab neid omakorda turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele. Valdavalt on ülikoolides töötajatel ülikooli domeeniga e-posti aadressid (näiteks Tallinna Ülikoolis @tlu.ee, Tartu Ülikoolis @ut.ee lõpuga). See tähendab, et e-post kuulub ülikoolile kui tööandjale (Pihlakas, 2022).

Kui e-posti aadress kuulub ülikoolile, siis võib andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul ülikool nendest e-postidest luua kontaktilisti ilma töötajatelt nõusolekut küsimata. Seega,

kui näiteks sisekommunikatsiooni spetsialist saab personaliosakonnast enda käsutusse uute töötajate kontaktid, siis võib ta need üldisesse töötajate kontaktilisti lisada ja sellele listile ülikooli kui tööandja teavet edastama hakata.

Intervjueeritav TK2 märkis, et töötajatega suhtlemiseks on ülikoolil seda õiguslikult lubatud teha, sest selleks on ülikoolil õigustatud huvi, siis tegelikult tuleneb ülikooli jaoks õiguslik alus töölepingust.

„Jaa, meil on tööalase info list, kuhu võib saata ainult tööga seotud infot. /.../ Ja siis on sellest koopia, kus on kultuuriga seotud info. Ja sellest on kõigil võimalik eemaldada (K6).“

„/.../ me võime töötajatele saata seda teavet, mis on seotud tööga. Kui ma hakkan midagi muud saatma, siis peaks see olema vabatahtlik (TK1).“

Andmekaitse spetsialist Grete Pihlakas (2022) selgitas, et juhul kui ülikooli sisekommunikatsioonis on kasutusel töötajate meililist, millele edastatakse tööalast või ülikooli kui tööandjaga seotud teavet, siis ei pea olema töötajatel võimalust end sellest listist eemaldada.

Juhul kui ülikool kasutab kõikide töötajate listi selleks, et edastada teavet, mis ei ole ülikooli ega tööalase teabega seotud, siis sellise listi koostamiseks ei ole ülikoolil vaikumisi õigust. See tähendab, et kui ülikool soovib edastada töötajatele näiteks kultuuriga seotud infot, mis ei ole otseselt ülikooliga seotud, siis peaks sellise listi looma töötajate nõusolekute alusel (Pihlakas, 2022). Sellise uudiskirja saatmine on infoühiskonna teenus, mille puhul saab teavet edastada vaid teenusesaaja enda otsese taotluse tulemusena (infoühiskonna teenuse seadus, 2021: § 2 lg 1).

Sellises olukorras peab olema uudiskirjaga liitumise vormis kaks eraldi lahtrit. Esimeses annab töötaja märku, et soovib uudiskirja tellida, ning teises annab loa enda isikuandmeid sel eesmärgil töödelda.

4.6.1. Teisiti tuleb läheneda käsunduslepingute puhul

Juhul kui töötaja on ülikooliga seotud käsunduslepingu alusel, siis ei loo ülikool töötajatele üldiselt enda domeeniga e-posti aadressi. Siis tuleb koguda e-posti aadresse töötajate listi nõusoleku alusel, näiteks saades selleks töötajalt nõusoleku e-kirja teel (Pihlakas, 2022).

Andmekaitse spetsialist Grete Pihlakas (2022) lisas, et juhul kui ülikool sõlmib käsunduslepingu juriidilise isikuga, näiteks mõne teenuse sisse ostmiseks, siis ei ole tarvis listi lisamiseks nõusolekut küsida. Nimelt ei kohaldu üldmäärus juriidilistele isikutele. Seda aga tingimusel, kui juriidiline isik kasutab e-posti aadressi, mis ei ole isikuga seotud, näiteks kontakt@ettevõte.ee või sekretär@ettevõte.ee. Juhul kui juriidilise isiku e-posti aadress on isikuga seotud, näiteks eesnimi.perenimi@ettevõte.ee, siis on tarvis nõusolekut, sest sellisel juhul on tegemist isikuandmetega.

4.6.2. Kommunikatsioon töötajatega – mida meeles pidada?

Töötajalt, kellel on ülikooli domeeniga e-posti aadress, ei pea turundus- või kommunikatsioonitöötaja nõusolekut küsima, et lisada tema e-posti aadress töötajate kontaktilisti. Seda aga juhul, kui kontaktilistile edastatakse kas ülikooli kui tööandjaga või tööülesannete täitmiseks seotud teavet. Kui töötaja on ülikooliga seotud käsunduslepingu alusel ning tal ei ole ülikooli domeeniga e-posti aadressi, siis tohib tema e-posti aadressi lisada töötajate listi vaid nõusoleku alusel.

Teavet, mis ei ole seotud tööülesannete täitmise või ülikooli kui tööandjaga, tohib saata töötajate listile, millega liitumiseks on tööandjad nõusoleku andnud. Sellist teavet ei tohi saata vaikimisi kõikide töötajate listi ning sel puhul on tegemist infoühiskonna teenuse, mitte sisekommunikatsiooniga.

4.7. Vilistlastele suunatud kommunikatsioon

Lisaks tudengitele ja töötajatele on ülikooli oluline sihtrühm ülikooli vilistlased. Ka Eesti Kõrg- ja Kutsehariduse Kvaliteediagentuuri hindamisjuht Liia Lauri (i.a) selgitas aastate 2012–2017

kõrgkoolide hindamisotsuste kokkuvõtteid tehes, et ülikoolid peaksid vilistlasi süsteemsemalt tegevustesse kaasama. See tõendab vilistlaste kui sihtrühmaga suhtlemise olulisust.

Selleks, et ülikooli vilistlasi kontaktilisti koguda eesmärgiga neile uudiskirjadega ülikooli kohta teavet edastada, on mitu võimalust. Üks variant on seda teha nõusolekute alusel infoühiskonna teenusena ning selline tava ka paljudes ülikoolides levib.

Sellises olukorras peab olema uudiskirjaga liitumise vormis kaks eraldi lahtrit. Esimeses annab vilistlane märku, et soovib uudiskirja tellida, ning teises annab loa enda isikuandmeid sel eesmärgil töödelda.

Ühes ülikoolis saavad tudengid õpingute ajal anda ÕIS-is eraldi nõusoleku, kui nad soovivad pärast lõpetamist saada ülikooli vilistlastele suunatud uudiskirju. Mõni ülikool kutsub vilistlasi kontaktilistiga liituma veebivormi teel ning ühest intervjuust selgus, et vilistlaslistiga saab liituda vaid paberil esitatud avalduse teel.

„Neil [vilistlaskogu juhatus – R. O.] on oma vilistlaste list, mis on ka ülikooli serveris. Sellega liitumiseks tuleb teha avaldus. /.../ Inimene annab seal füüsilise allkirjaga need nõusolekud. Ja avaldusi võetakse tõesti vastu vaid paberil (TK3).“

„Näiteks vilistlaste listiga peab iga inimene ise liituma (K5).“

Nii ÕIS-is nõusoleku andmise, paberil avalduse esitamise kui ka veebivormi teel kogub ülikool vilistlaslisti kontakte õiguslikult nõusoleku alusel ning riivet IKÜM-ile ei ole.

4.7.1. Aga kui nõusolekute küsimine on liiga tülikas?

Lisaks nõusoleku vormi täitmisele on ülikoolil võimalik koguda vilistlaste kontakti listi veel ühel moel. Grete Pihlakase (2022) sõnul saab ülikool koostada õigustatud huvi analüüsi, et lisada ÕIS-ist tulenevad vilistlaste kontaktid vilistlaslisti ilma neilt nõusolekuid küsimata. See tähendab, et isikuandmete töötlemise õiguslikuks aluseks saab nõusoleku asemel õigustatud huvi, kui õigustatud huvi analüüs seda toetab. Sel puhul tuleb aga kindlasti jätta kõikidele vilistlastele võimalus listist eemaldumiseks, näiteks lisades iga vilistlaste uudiskirja lõppu listist lahkumise võimalus.

Õigustatud huvi analüüsi tegemine ei ole miski, mida ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöötaja peaks tegema. Analüüsi loomiseks tasub pöörduda andmekaitse spetsialisti või mõne teise ülikooli töötaja poole, kes andmekaitse eest vastutab.

4.7.2. Vilistlaste kontaktide hoiustamine

Isikuandmete töötlemine peab olema eesmärgipärane ning näiteks nõusoleku alusel kontakte kogudes tuleb märkida ka seda, millal eesmärk saavutatakse. Pärast eesmärgi saavutamist tuleb kogutud isikuandmed hävitada (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019: 7) ehk läbida andmete elutsükli viimane etapp.

„Jah, ilmselt on mõistlik panna [listiga liitumise – R. O.] opt-in'i tehes mingi tekst, et säilitame teie andmeid seniks, kuni sa ise ennast listist eemaldad, või midagi sellist (K6).“

Juhul, kui kontaktide kogumise eesmärk on saata vilistlastele uudiskirju, siis ei saa aga eesmärgi täitmist ajaliselt paika panna, sest isik on ülikooli vilistlane üldjuhul elu lõpuni. Sel puhul on korrektne märkida, et ülikool säilitab kontakte kuniks isik end ise listist eemaldab või vilistlaste uudiskirjade saatmine lõpetatakse (Pihlakas, 2022).

4.7.3. Kommunikatsioon vilistlastega – mida meeles pidada?

Vilistlaste kontakte tohib koguda nõusoleku alusel. Ilma nõusolekuta saab seda teha siis, kui ülikoolil on selleks läbi viidud õigustatud huvi analüüs. Mõlemal juhul peab aga olema vilistlastel võimalus end kontaktist eemaldada.

Nõusoleku alusel vilistlaste kontaktide kogumisel ei pea seadma tähtaega, kuniks andmeid hoiustatakse, kui eesmärk on saata vilistlastele uudiskirja. Sel puhul võib liitumisvormile lisada, et kontakte hoiustatakse kuniks vilistlane ise listist lahkub või kui uudiskirja saatmine lõpetatakse.

4.8. Potentsiaalsetele sisseastujatele suunatud kommunikatsioon

Kooliõpilaste ehk potentsiaalsete sisseastujate listide loomiseks tuleb kontakte kogudes küsida õpilastelt nõusolekuid ning uudiskirju saab saata infoühiskonna teenusena. Sellises olukorras peab olema uudiskirjaga liitumise vormis kaks eraldi lahtrit. Esimeses annab potentsiaalne sisseastuja märku, et soovib uudiskirja tellida, ning teises annab loa enda isikuandmeid sel eesmärgil töödelda.

Intervjuudest selgus, et ülikoolid koguvad õpilaste kontakte erinevatel üritustel, mis on potentsiaalsetele sisseastujatele suunatud. Näiteks kui keskkooliõpilased külastavad ülikooli, siis jagab külastuse juht õpilastele tahvelarvuti, kuhu õpilased saavad soovi korral enda kontaktandmed lisada, et saada edaspidi noortele suunatud uudiskirja.

Lisaks füüsilistele üritustele võib kutsuda noori uudiskirja listiga liituma veebis või mõnel virtuaalsel üritusel. Seejuures on oluline, et õpilane liituks listiga ise ehk annaks nõusoleku, sest muud õiguslikku alust ülikoolil koolinoorte isikuandmete töötlemiseks ei ole.

Vähemalt 13-aastased võivad anda sellise uudiskirja ehk infoühiskonna teenuse saamiseks nõusoleku ise, kuid nooremate puhul on tarvis selleks lapsevanema või seadusliku esindaja nõusolekut (isikuandmete kaitse seadus, 2019: § 8 lg 2).

4.8.1. Potentsiaalsete sisseastujate kontaktide hoiustamine

Intervjuudest selgus, et ülikoolid koguvad potentsiaalsete sisseastujate kontakte, et edastada keskkooliõpilastele uudiskirjade teel teavet ülikoolis õppimise võimaluste kohta. See tähendab aga, et kontaktide kasutamise eesmärk täitub alates sellest hetkest, kui nad enam potentsiaalsete sisseastujate sihtrühma ei kuulu. See juhtub näiteks siis, kui nad on keskkooli lõpetanud ning õpivad juba ülikoolis. Sel puhul tuleb isikuandmed kustutada ehk läbida andmete elutsükli viimane etapp.

See tähendab, et kontakte kogudes tasub selgitada, millal saab eesmärk isikuandmete töötlemiseks täidetud. Näiteks kui listiga liitub keskkooli õpilane, siis võiks tema kontakti hoiustamise periood olla neli aastat. Põhjus on selles, et tõenäoliselt on ta kolme aasta pärast

keskkooli lõpetanud, ent võib juhtuda, et ta ei asu ülikooli õppima kohe pärast keskkooli. Näiteks läheb ta kaitsevække või võtab vaheaasta.

„Tegelikult võiks olla nii, et me kasutame seda [keskkoolinoore – R. O.] kontakti nii kaua, kui ta on meie potentsiaalne sihtgrupp. Ehk siis lõpetamise aasta pluss kaks aastat? Et väike puhver oleks. Ja siis mingist hetkest see info muutub tema jaoks prügiks (TK2).“

„Gümnaasiumite listi puhul me palume lisada sünniaasta või klassi, kui inimene õpib. Et kui sel aastal käib üks kontakt 12. klassis, siis me järgmisel aastal eemaldame tema listist, sest järelikult siis ta on juba gümnaasiumi lõpetanud. Listihaldus teeb selle kohta paranduse ja uuendab igal sügisel listi (T2).“

Et kontaktide haldamine ning eesmärkide täitumise jälgimine ei muutuks liialt tülikaks, tasub uurida enda uudiskirja platvormi funktsionaalsuste kohta. On võimalik, et uudiskirja platvormi saab automatiseerida nii, et platvorm teataks kontaktile tähtaja saabudes sellest ise ning annaks talle võimaluse kas listist eemalduda või kinnitada, et ta soovib jätkuvalt listi kuuluda.

„Kindlasti on siin [kontaktide hoiustamise perioodide jälgimine – R. O.] võimalik süsteemi ka automatiseerida – võta appi kliendihaldustarkvara ja automatiseeri seal see aeg ära (T3).“

Juhul, kui platvorm sellist automatiseerimist ei võimalda, siis võiks kontakte kogudes paluda õpilasel märkida ära klass, kus ta listiga liitumise ajal õpib. Nii saab haldur igal kevadel listi üle vaadata ning eemaldada sealt need, kellel on keskkooli lõpetamisest möödunud näiteks aasta. Sellisel juhul tuleb uudiskirjaga liitumise vormis ära põhjendada ka see, miks teave klassi kohta vajalik on.

4.8.2. Kommunikatsioon potentsiaalsete sisseastujatega – mida meeles pidada?

Koolinoored saavad ülikooli kontaktilistiga liituda vaid nõusoleku alusel. Juhul kui koolinoor on noorem kui 13, siis saab nõusoleku anda vaid lapsevanem. Lisaks tasub koolinoorte kontaktilisti puhul tähelepanelikult jälgida seda, kui kaua kontakte listis hoitakse.

4.9. Sünnipäevade avaldamine sisekommunikatsioonis

On levinud tava, et ülikoolide sees jagatakse omavahel teavet selle kohta, kui mõnel töökaaslasel on sünnipäev. Tehtud intervjuudest selgus, et sünnipäevasid avaldatakse Eesti ülikoolides erineval moel.

„Kuidas sa siis sünnipäevade avaldamisega teinud oled (K3)?“

„Meil on siseveebis sünnipäevad ja kes neid sinna ei taha, on lasknud end ära võtta (K5).“

Näiteks kuvab üks ülikool siseveebis enda töötajate sünnipäevasid ainult sel juhul, kui töötajad on selleks ise siseveebis vastava linnukese teinud ehk nõusoleku andnud. Mõnel juhul on ülikooli siseveebis näha kõik kolleegid, kellel on parasjagu sünnipäev, ent vanust märgitud ei ole.

Mõnes ülikoolis luuakse töötajate sünnipäevadest plakat, mis riputatakse näiteks kööginurka. Teisel juhul õnnitletakse igal kuul sünnipäevalapsi töötajate uudiskirjas ning õnnitluste alla lisatakse selgitav tekst, et kui töötajad ei soovi enda nime uudiskirja sünnipäevalaste seas näha, siis on võimalik sellest siseveebis märku anda.

Ühes ülikoolis on kombeks õnnitleda igakuiselt ka neid töötajaid, kellel täitub tööjuubel – näiteks 20, 25 või 30 aastat ülikoolis. Selles ülikoolis on kombeks, et kommunikatsioonispetsialist kogub enne kõikidelt juubilaridelt e-kirja teel sellekohase nõusoleku.

4.9.1. Kuidas oleks isikuandmete kaitse mõttes korrektne toimida?

Kui ülikool või mõni ülikooli üksus soovib avaldada töötajate sünnipäevasid füüsilises või küberruumis, tuleb esmalt töötajalt küsida, kas ta on sellega nõus. See on nii, sest ülikooli õiguslik alus töötajate isikuandmete töötlemiseks tuleneb töölepingust. Kui lepingusse ei ole märgitud, et töötaja sünnipäeva avaldamine on osa tööülesannete täitmisest, siis ei ole ülikoolil õigust töötaja sünnipäeva sisekommunikatsioonikanalites avaldada.

Kuna lepingust tulenevat õiguslikku alust sünnipäevade avaldamiseks ei ole, siis tuleb ülikoolil tagada õigusliku alusena töötajatelt nõusolekud. Seega on isikuandmete kaitse mõttes korrektne läheneda näiteks sedasi, et isikuandmeid kuvatakse küll ülikooli töötajate siseveebis, kuid sellekohase info ilmutamiseks peab iga töötaja selleks esmalt nõusoleku andma. Selleks võib olla üks siseveebi töötaja profiili juurde lisanduv lahter, mille saab töötaja nõusolekut andes märkida.

Sel juhul on oluline, et töötajal ei oleks vaikimisi märgitud, et ta on sünnipäeva avaldamisega nõus. Vastasel juhul läheb ülikool vastuollu andmekaitsepõhimõttega, mille puhul peab olema vaikelahendus ehk lähtevalik kõige privaatsussõbralikum ja kõige väiksemate ohtudega (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019).

Sellise siseveebi eraldi lahtri eelis on ka see, et töötaja saavad enda nõusoleku soovi korral igal ajal tagasi võtta. See on ka nõusoleku alusel isikuandmete töötlemise eeldus (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019).

Võib juhtuda, et iga töötaja ei oska märgata, et siseveebis selline nõusoleku andmise võimalus on, seega tasub töötajaid sellisest võimalusest teavitada. Näiteks kui siseveebis on eraldi sünnipäevalaste rubriik, siis võiks selle juures olla tekst: „Tee ka enda sünnipäev kolleegidele nähtavaks“. Tekstile võiks olla lisatud hüperlink, mis viib töötaja profiilile, kus saab selleks nõusoleku anda. Sellist infot võib jagada ka töötajate uudiskirjas.

Juhul kui siseveebis kuvatakse sünnipäevalapsi ilma vanuseta, on siiski vaja nõusolekut küsida. Sest sünnipäev on osa isikuandmetest (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019a), mille avalik kuvamine ei puuduta lepinguga seotud tööülesandeid.

Samamoodi tuleb käituda tööjuubelite kajastamisega. See tähendab, et tööjuubelite kajastamine eeldab töötajatelt nõusoleku küsimist. Juhul kui selline tava on liiga aeganõudev, siis tasuks mõelda variantidele, kus töötaja saab siseveebis anda selleks nõusoleku.

4.9.2. Sünnipäevade avaldamine sisekommunikatsioonis – mida meeles pidada?

Töötajate sünnipäevade avaldamine sisekommunikatsioonis või näiteks kohvinurgas plakatil ei ole miski, milleks ülikoolil on vaikumisi õigus – selleks tuleb töötajalt nõusolekut küsida.

Kui ülikool soovib töötajate sünnipäevaid ühes või teises vormis avaldada, siis tasub tülkuse vähendamiseks luua näiteks siseveebi töötajatele võimalus selleks ise nõusolek anda. Nii väheneb turundus- või kommunikatsioonitöötaja halduskoormus ning ta ei pea selleks igäihe käest eraldi nõusolekut küsima. Sel viisil on ka töötajatel mugav nõusolek soovi korral tagasi võtta.

4.10. Vilistlaste nimekirja avaldamine

Intervjuudest selgus, et ülikoolides levib erinevaid tavasid ja arusaamu selle kohta, kas kodulehel tohib avaldada vilistlaste nimekirju või mitte.

„See [vilistlaste nimekirja avaldamine kodulehel – R. O.] on lubatud, iga inimene võib paluda oma nime eemaldamist. Seal ei ole midagi keelatud (T3).“

„Ma tean, et kunagi võis lõpetajate nimesid kuvada, aga tänapäeval neid sedasi ei avaldata (K1).“

„Minu teada on aga nii, et kui [vilistlaste nimekirjad – R. O.] veebi panna, siis need tohivad seal üleval olla ühe aasta ja siis peab kustutama. Et kauem ei tohi hoida (K2).“

„Ma tean, et need nimekirjad on üleval jah, ja kusjuures ma olen mõelnud, et kas need võivad olla (T4).“

Andmekaitse Inspektsiooni (2016) „Õpilaste ja vilistlaste nimekirjade avaldamise juhendist“ selgub, et vilistlaste nimekirjade avalikustamine on Eestis laialt levinud ja seda peetakse heaks tavaks. Kuna ülikooli vilistlased ei ole alaealised, siis tohivad ülikoolid AKI juhendi alusel vilistlaste nimekirju kodulehel avaldada. Küll aga on juhendis (2016) mainitud, et kui mõni

vilistlane soovib, et tema nimi kodulehelt eemaldataks, siis tuleb ülikoolil seda ilma põhjendust küsimata teha.

Intervjuueritav K2 tõi välja, et tema teadmiste kohaselt tohivad ülikooli kodulehel vilistlaste nimekirjad avaldatud olla ühe aasta. Sellist tõdemust aga inspektsiooni kodulehel avaldatud juhendist (2016) ei leia. See tähendab, et vilistlaste nimekirjade kuvamisel ei ole ajapiiri.

Andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul on mõni ülikool sätestanud ka enda andmekaitsetingimustes, et vilistlaste nimed avaldatakse ülikooli kodulehel. See tähendab, et selleks on loodud sisemine õigus. Pihlakas lisas, et juhul kui ülikool sellise punkti enda andmekaitsetingimustesse lisab, siis tema hinnangul ei ole ülikoolil õigust lisada kodulehele tagasiulatuvalt kõiki ülikooli vilistlasi. Lisada võib need, kes lõpetavad ülikooli pärast sellise punkti lisamist (Pihlakas, 2022).

4.10.1. Mida teha, kui ülikoolile esitatakse päring mõne vilistlaslennu nimekirja avaldamiseks?

Intervjuudest selgus, et turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele on saadetud päringuid vilistlastelt, kes paluvad edastada lennu- või kursusekaaslaste nimekirja, et korraldada näiteks vilistlaste kokkutulekut. Sellist olukorda on lihtne lahendada, kui ülikooli kodulehel on vilistlaste nimekirjad avaldatud, sest siis saab küsija sellele lehele suunata.

„Meile tuleb ka selliseid [lõpetanud kursuste nimekirjade – R. O.] päringuid ja siis meil on hea juhatada inimesed nendesse nimekirjadesse (T3).“

Juhul kui ülikooli kodulehel vilistlaste nimekirju avaldatud ei ole, saab turundus- või kommunikatsioonitöötaja edastada nimekirja päringu esitajale vaid siis, kui:

- a) ülikool on tuvastanud, kas päringu esitanud isik ise sel erialal õppis;
- b) kõik nimekirja kuuluvad isikud on andnud selleks nõusoleku (Pihlakas, 2022).

Ei ole realistlik, et turundus- või kommunikatsioonitöötaja otsib kõikide nimekirja kuulujate e-postid üles, küsib neilt nõusoleku ning asub seejärel tuvastama, kas küsija sel erialal õppis. Selline tegevus on aeganõudev ning tülikas. Seega ei ole vilistlaste nimede avaldamiseks head lahendust, kui nimekirjad just kodulehel avaldatud ei ole.

4.10.2. Vilistlaste nimekirja avaldamine – mida meeles pidada?

Andmekaitse Inspektsioon andis 2016. aastal välja juhendi, mille kohaselt tohib ülikool enda vilistlaste nimekirju kodulehel avaldada. Küll aga peab ülikool eemaldama ilma põhjuseid küsimata avaldatud nimekirjast isikute nimed, kes seda soovivad.

Kui ülikoolile esitatakse päring mõne vilistlaslennu nimekirja edastamiseks ning ülikooli kodulehel vilistlaste nimekirja avaldatud ei ole, siis tuleb esmalt veenduda, kas päringu esitaja on ise küsitud lennuga seotud. Seejärel peab kõikidelt nimekirja kuuluvatelt isikutelt paluma nõusolekut selle kohta, kas nende nimesid võib päringu esitajale edastada.

4.11. Pildi- ja videomaterjali loomine ja selle kasutamine

Üks enim kõneainet pakkunud teema kõikides intervjuudes oli foto- ja pildimaterjali loomine ja kasutamine turundus- ja kommunikatsioonitöös. Intervjueeritavad nõustusid, et see osa tööst läks isikuandmete kaitse üldmääruse jõustumisega keerulisemaks ning selget arusaama ei ole paljudes ülikoolides tänaseni.

„Aga kuidas üritustel tehtud piltide kasutamisega oli (K3)?“

Teema mõtestamisel tuleks alustada sellest, et kui fotol või videol on võimalik tuvastada isikut, siis on tegemist isikuandmetega (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019a). See on nii, sest isikuandmete sekka kuulub teave, mille kaudu on võimalik isikut tuvastada (Andmekaitse Inspektsiooni koduleht, 2019.a). Nagu e-posti aadresside ja nimede puhulgi, tuleb ka sellise materjali korral pöörata tähelepanu isikuandmete kaitsele.

4.11.1. Pildistamine ja filmimine avalikel üritustel

Üritustel pildi- ja videomaterjali loomise ning avalikustamise tingimused sõltuvad sellest, kas üritus on avalik või mitte. Seega on asjakohane selgitada esmalt, mida tähendab avalik üritus.

„Näiteks kui aktus toimub aulas, siis see on suletud ruum. Aga kui me teeme sisehoovis, siis see on avalik ruum. Et mis erisusi see siis andmekaitse ja näiteks ülekande mõttes kaasa toob (TK1)?“

Üritus on avalik, kui see toimub avalikus kohas või kui see on avalikkusele avatud, näiteks lõbustusüritus, võistlus, etendus või muu sellesarnane inimeste koos olemine (avaliku ürituse korraldamise ja pidamise nõuded, 2022). Andmekaitse spetsialist Grete Pihlakase (2022) sõnul võib avalikku üritust vaadata ka nii, et tegemist on sündmusega, kus ei toimu registreerimist ning kuhu on oodatud iga huviline. Haridusametuses on avalik üritus näiteks lõpuaktus. Juhul kui sündmusel saab osaleda vaid registreerimise kaudu, siis ei ole Pihlakase (2022) sõnul enam tegemist avaliku üritusega.

„See ürituste teema on natuke hell teema. Et kuidas sellega on – millal on avalik ja millal mitte (TK3)?“

Avalike üritustel võib pilte ja videoid teha ning neid hiljem ilma osalejatelt nõusolekuid küsimata avalikustada. Nimelt asendab avalikul üritusel nõusoleku see, kui korraldaja teavitab osalejaid pildistamisest ja/või filmimisest sellisel viisil, mis võimaldab sellest faktist osalejatel selgelt aru saada (Eesti isikuandmete kaitse seadus, 2019: § 11). Näiteks tuleks korraldajal lisada ürituse alale suured ja nähtavad sildid filmimise ja pildistamise kohta. Nii saavad osalejad soovi korral jäädvustustel osalemist vältida.

„Filmimise ja piltidega on nii, et kui on avalik üritus ja täiskasvanud, siis ei pea luba küsima. Kui on alaealised, siis peab küsima (K6).“

Intervjuudest jäi kõlama mõte selle kohta, et avalikel sündmustel alaealiste pildistamiseks või filmimiseks ja selle materjali avalikustamiseks tuleb esmalt tagada lapsevanematelt nõusolek. Tegelikult ei ole avalike ürituste puhul alaealiste filmimiseks ja pildistamiseks tarvis nõusolekuid koguda. Küll aga tuleb sel juhul tagada, et pildistamise ja filmimise fakt oleks osalejatele selgitatud (Levandi ja Sassian, 2019), näiteks plakatite või siltide abil. Samuti võiks olla teave selle kohta lisatud ka ürituse kodulehele või näiteks Facebooki sündmusele.

Juhul kui ülikoolis toimub avalik üritus ning seal loodud foto- või videomaterjal hiljem avalikustatakse, siis tuleb arvestada sellega, et kui keegi fotole jäänud isik soovib selle foto eemaldamist, siis tuleb seda soovi austada.

Kui foto eemaldamine nõuab ebarealistlikku jõupingutust, näiteks rahalist või muud ressursi, siis on andmekaitse spetsialist Pihlakase (2022) sõnul ülikoolil õigus sellest soovist ka keelduda. Näiteks kehtib see siis, kui pilt on avaldatud mõnes raamatus ning see on juba trükitud. Pihlakase (2022) sõnul peab ülikool sellises olukorras suutma vajadusel tõendada, et osalejaid teavitati pildistamisest või filmimisest.

Sündmust korraldades tasub ülikoolil teha pildistamise ja filmimise siltidest pilt, et nende olemasolu vajaduse korral hiljem tõendada.

4.11.2. Pildistamine ja filmimine mitteavalikel üritustel

Juhul kui filmitakse või pildistatakse üritusel, kus osalevad inimesed on ennast registreerinud, siis tuleb järgida avalikust üritusest rangemaid reegleid. Privaatsetel üritustel pildistamine ja filmimine ning selle materjali avaldamine eeldab osalevate isikute nõusolekuid (juhend kaamerate kasutamise kohta, i.a: 21).

Grete Pihlakase (2022) sõnul võib aga ka suletud üritus olla hoomamatult suur, mistõttu võib nõusolekute küsimine väga keeruliseks kujuneda. Ka sellisel juhul võib Pihlakase (2022) sõnul toimida nii, et ürituse korraldaja paneb ürituse asukohta suured ja selged sildid, mis viitavad filmimisele ja pildistamisele. Nende siltide juures võiks olla ka viide, kust osaleja leiab soovi korral lisateavet andmekaitsetingimuste kohta.

Samuti soovitas Pihlakas (2022), et sel juhul võiks teave pildistamise ja filmimise kohta olla kirjas näiteks registreerimisvormis ning seda võiks ürituse alguses selgitada korraldaja või päevajuht. Oluline on see, et vastutav andmetöötaja teeks kõik endast oleneva, et igal osalejal oleks võimalus selgelt aru saada, et tehakse pilte ja filmitakse – siis on tal võimalik soovi korral ka kaamerat vältida.

Suurte ürituste puhul on selline lähenemine mõistlik ka seetõttu, et isegi kui korraldaja kogub osalejatelt nõusolekuid ning kõik osalejad seejuures nõuolekuid ei anna, siis on turundus- ja

kommunikatsioonitöötajal hiljem keeruline tuvastada, millistel piltidel on nõusoleku andnud isikud ja millistel mitte. See eeldaks kõikide osalejate nägupidi tundmist.

Mitteavalike ürituste puhul tuleb Pihlakase (2022) sõnul samuti eemaldada avaldatud foto või videoklipp, kui sellel olev isik seda soovib. Kuid jällegi – kui pildistamise ja filmimise fakt oli inimesele teada ja juba avaldatud video või foto eemaldamine nõuab ebamõistlikke jõupingutusi, siis on ülikoolil õigus materjali eemaldamise nõudest keelduda. Aga sel juhul on oluline, et ülikool saaks võimalusel tõendada, et osalejad olid pildistamisest ja filmimisest teadlikud.

4.11.3. Häid praktikaid on teisi

Intervjueeritav K4 selgitas, et tema on palunud sündmustel fotograafil osalejatele selgitada, et millal ja millisel alal ta pilti teeb. Nii saavad kõik isikud, kes fotole ei soovi jääda, liikuda kaadrialast välja.

Intervjueeritav K6 rääkis, et kui sündmusel osalevad alaealised, siis teevad nad pilte sedasi, et isikud ei oleks äratuntavad, näiteks selja tagant või üle kukla.

Oxfordi ülikooli kodulehele (i.a) on lisatud ürituste korraldajatele soovitus luua sündmustele eraldi pildistamisvaba ala. Samuti toovad nad välja idee, kus kõikidel osalejatel võiksid olla nimesildid ning neil, kes on andnud piltidel olemiseks nõusoleku, võiks olla nimesilt üht värvi, ning neil ja ülejäänutel mõnda teist värvi. Selline lahendus annab kindluse ka turundus- ja kommunikatsioonitöötajale, et avaldatud fotodel oleksid vaid pildistamisega nõustunud isikud.

4.11.4. Pildistamine ja filmimine kampaaniate jaoks

Kui ülikool korraldab kampaaniat, mille eesmärk on suurendada mõne teenuse osutamist või müüki, edendada üritust või suunata isiku käitumist, siis on tegemist reklaamiga (reklaamiseadus, 2022: § 2).

Kui ülikool loob kampaania, et kutsuda inimest just sellesse ülikooli õppima asuma, siis on tegemist isiku käitumise suunamisega. Või kui ülikool teeb kampaaniat selleks, et kutsuda isikut omandama tasu eest mikrokraadi, siis on tegemist müügi suurendamisega. Ka siis, kui

ülikool teeb kampaaniat, et kutsuda keskkoolinoori avatud uste päevale, on tegemist ürituse edendamisega. See tähendab, et lähtuda tuleb reklaamiseadusest.

„Meil on turunduses olnud sedasi, et me oleme kampaaniates kasutanud enda tudengeid. Praegugi teen ühe välistudengiga lugu, teeme temast videot. Samas ma ei ole temaga sõlminud kirjalikku kokkulepet, aga kas ma peaks? Noh, teoreetilist ma peaks, jah (TK3).“

Reklaamiseaduse (2022) paragrahvis 6 on kirjas, et reklaamis ei tohi ilma osaleva isiku eelneva kirjaliku nõusolekuta viidata isikule mis tahes viisil, näiteks kasutada häält või pildimaterjali tema kohta (reklaamiseadus, 2022). See tähendab, et kui ülikool kasutab sellistes kampaaniates pildi- või videomaterjali, millel on isikud, siis peavad need isikud selleks eelnevalt nõusoleku andma.

„Kui me kasutame avaliku sündmuse pilte või videomaterjali järgmise aasta reklaamiks, siis sellisel juhul peavad nõusolekud olema. Kui me aga kasutame seda materjali selle sündmuse järelvideona, siis on tegemist kommunikatsiooniga ja siis on see OK. See on teabe edastamine, mitte reklaam. Kui aga paned selle video Facebooki, paned boost'i (eesti k. tasu eest võimendatud reklaam) peale ja kirjutad juurde, et näeme järgmisel aastal, siis on küll jama (TK1).“

See tähendab, et ülikoolil ei ole õigust ilma nõusolekuta kasutada avalike sündmuste pildi- või videomaterjali reklaami loomiseks.

Intervjueeritav T4, kes on korraldanud turundusliku otstarbega pildistamisi, selgitas, et siis tuleb nõusolekute kogumisel isikutele muu hulgas selgitada seda, et foto- ja videomaterjali omandi- ja kasutusõigus kuulub ülikoolile.

„Kasutusõigus kuulub omandiõiguse alla. Omandiõigus – kui inimesed annavad pildistamisel selle ära, siis pildid kuuluvad pildistamise korraldajale, näiteks ülikoolile. Kui sul aga kasutusõigust ei ole, siis sa ei tohi seda kasutada ja siis pole sul selle omandiõigusega väga midagi teha. Et ma võin panna kodulehele, kasutada turundusmaterjalides jne. Aga sel puhul tuleb lahti kirjutada, et neid fotosid kasutatakse turunduslikel eesmärkidel (T4).“

Seejuures on oluline silmas pidada, et ka pildi- ja videomaterjali jaoks nõusolekuid küsides tuleb materjali hiljem eesmärgipäraselt kasutada. Isegi kui ülikoolil on kasutus- ja omandiõigus, piirdub see õigus sellega, milleks fotol või videol olev isik nõusoleku andis. Nii tagab ülikool andmete kasutamise eesmärgipärasuse, mis on isikuandmete töötlemise üks aluspõhimõtteid isikuandmete töötleja üldjuhendis (2019: 7). See tähendab, et kui ülikool kogub pildi- või videomaterjali nõusolekuid isikutelt näiteks sisseastumiskampaania visuaalse materjali loomiseks, siis ei ole ülikoolil vaikimisi õigus loodud ka mõne muu sündmuse reklaamimiseks kasutada, kui seda eesmärki ei ole nõusolekusse kirja pandud.

4.11.5. Intervjuude ja reportaažide filmimised sisekommunikatsioonis

Lisaks ürituste või kampaaniate jaoks foto- ja videomaterjali tootmisele ülikoolides ka üha enam sisesaateid. Näiteks intervjuueeritakse ülikooli töötajaid või tudengeid või käiakse sündmustel reportaaže tegemas. Selliseid videoid jagatakse eeskätt ülikooli sisekommunikatsioonikanalites, kuid üks ülikool avaldab videod ka avalikult enda YouTube'i kanalil.

„Tead, aga [tele – R. O.] uudiste puhul ka ajakirjanik ju ei võta allkirja. Ma arvan, et ei pea küsima, sest see on ajakirjanduslikul eesmärgil. See on info edastamine (TK1).“

Andmekaitespetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul tuleks sel puhul intervjuueeritavatelt kirjalikke nõusolekuid koguda, sest intervjuud on hiljem kättesaadavad laiemale avalikkusele. Tõsi, näiteks Eesti Rahvusringhääling ei küsi „Aktuaalse kaamera“ intervjuud tehes intervjuueeritavatelt nõusolekuid. Andmekaitse Inspektsiooni kodulehel (2021) on aga selgitatud, et sel puhul kaalub ajakirjanduslik eesmärk ja avalik huvi nõusoleku küsimise üle. See-eest peab loo sisu olema kooskõlas ajakirjanduseetika põhimõtetega ega tohi kahjustada isiku õigusi ülemääraselt. Ülikooli sisesaated aga ei täida ajakirjanduslik eesmärk ja avalik huvi nõusoleku küsimise üles, mistõttu on kirjalikku nõusolekut siiski vaja.

4.11.6. Filmimine ja pildistamine loenguruumis

Loengusaal, kus toimub õppetöö, ei ole avalik ruum, kuna õppetöös osalevad inimesed on seal osalemiseks ennast kirja pannud. Avalik ruum on aga koht, mida saab kasutada määratlemata

isikute ring (korra kaitseseadus, 2021: § 54). Üldjuhul loeng avalik sündmus ei ole, sest seal saavad osaleda vaid sinna registreerunud isikud. Seega – kui turundus- ja kommunikatsioonitöötaja läheb õppetöö ajal loengusaali pildistama või filmima, siis peab ta kohalviibijatelt küsima kirjaliku nõusoleku.

„Sest kui sa lähed kaameraga loenguruumi, siis sa pead kõikidelt nõusoleku selleks küsima. Kes ei anna nõusolekut, peab videost välja astuma või tema tuleb välja udutada (TK1).“

Ka intervjueritav T4 selgitas, kuidas tema organiseeris hiljaaegu ülikoolile pildistamist ning ühe asukohana toimus pildistamine loengusaalis. Kuna kõik osalejad ei olnud sellest teadlikud ega soovinud piltidele jääda, siis läksid nad kümneks minutiks loengusaalist välja.

4.11.7. Töötajate piltide avaldamine või edastamine ajakirjandusele

Kui inimene on äratuntav fotol, siis on tegemist isikuandmetega (isikuandmete töötlemine töösuhetes, 2011). See tähendab, et kui ülikoolil on foto mõne enda töötaja kohta ning seda soovib kasutada kolmas osapool, siis peaks ülikool selleks töötajalt nõusolekut küsima.

„Ja siis tihtipeale küsib meedia fotosid ülikooli töötajatest. /.../ sellisel juhul ma küsin inimestelt üle, et kas tohin kasutada sellel või sellel eesmärgil seda pilti (TK3).“

Töötajalt ei pea foto kasutamiseks nõusolekut küsima siis, kui pilt on tehtud näiteks mõne fotosessiooni ajal ning töötaja on andnud nõusoleku, et ülikool tohib fotot vahendada ajakirjandusele. Kui sellist kokkulepet kirjalikult fikseeritud ei ole, siis ei ole ülikoolil foto edastamiseks õigust. Teisalt, isegi kui selline kokkulepe on kirjalikult fikseeritud, siis on siiski viisakas foto kasutamine ajakirjanduses isikuga eelnevalt kooskõlastada.

Intervjuudest selgus, et mõnel juhul küsivad töötajad kolleegidelt e-kirja teel nõusolekut pildi avaldamiseks uudiskirjades. Näiteks tehakse seda siis, kui ülikooli töötaja on saanud olulise preemia või tunnustuse ning seda soovitakse sisekommunikatsioonis jagada. K1 ütles, et tegelikult kasutatakse sama fotot pärast nõusoleku saamist ka ülikooli sotsiaalmeedias või kodulehel, et seda sündmust ka neis kanalites jagada. Sellistel puhkudel on korrektne küsida

foto kasutamise nõusolekut kõikide kanalite jaoks. Vastasel juhul kehtib töötaja antud nõusolek adekvaatne vaid foto jagamiseks uudiskirjas.

Seega – enne kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja küsib näiteks e-kirja teel kolleegilt nõusolekut mõne pildi kasutamiseks, siis tasub mõelda, millistes kanalites ja mis eesmärkidel oleks seda pilti veel tarvis kasutada. Suuline nõusolek foto- või videomaterjali kasutamiseks ei päde (Pihlakas, 2022).

4.11.8. Foto- ja videomaterjali autoriõigus ja nendele viitamine

Nii foto- kui ka videomaterjal kuuluvad teoste alla, millele tekivad materjali loomise hetkel autoriõigused (autoriõiguse seadus, 2022). Seaduse kohaselt (2022) kuuluvad autoriõigused teose autorile, mistõttu kuuluvad ka fotod ja videod ilma muude kirjalike kokkulepeteta foto- ja videograafidele endile või siis ettevõtetele, mille kaudu nad teenust osutavad.

Ilma autori nõusolekuta tohib fotot või videot kasutada teaduslikel, hariduslikel, informatsioonilistel ja õigusemõistmise eesmärkidel (autoriõiguse seadus, 2022). Intervjueeritav K5 tõstatas vestluse käigus küsimuse selle kohta, mil viisil tohib ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöös kasutada näiteks Google'i otsingumootorist leitud pilte. Autoriõiguse seaduse järgi ei tohi neid pilte ilma nõusolekute kasutada.

Guugeldamise teel tohib ilma autori nõusolekuta kasutada vaid *Creative Commons* litsentsiga fotosid. *Copyright Alliance* selgitab enda kodulehel (i.a), et *Creative Commons* on autori väljastatud litsents, millega ta võimaldab enda autoriõigusega kaitstud teost kindlatel tingimustel kasutada. Kokku on olemas kuus erinevat litsentsi, mis määravad tingimused, mille järgi tohib teoseid kasutada.

Selleks, et guugeldamise teel leida vaid selliseid fotosid, millele on teose autor lisanud *Creative Commons* litsentsi, tuleb guugeldamise otsingulahtri alt valida nupp „Tööriistad“, mille kaudu saab valida *Creative Commons* litsentsiga pildid.

4.11.9. Veel üks lahendus – tasuta pildipangad

Kui mõne visuaali loomiseks puuduvad ülikoolil enda fotod, siis tasub sellistel puhkudel kasutada tasuta pildipankasid, mis lubavad enda pilte tasuta kasutada. Sellised pildipangad asuvad näiteks lehtedel nagu pexels.com või freepik.com. Siiski tasub ka nende pildipankade kasutustingimustega enne fotode kasutamist tutvuda, sest mõnel juhul tuleb ka neid pilte kasutades foto autorile viidata.

4.11.10. Pildi- ja videomaterjali loomine ja kasutamine – mida meeles pidada?

Kui fotol on inimesed, siis on tegemist isikuandmetega, mille kasutamisel tuleb lähtuda tavapärasest isikuandmete töötlemisest – see tähendab, et pildi kasutamiseks peab olema õiguslik alus, näiteks nõusolek.

Kui pildistamine või filmimine toimub avalikul üritusel, siis ei pea selleks inimestelt nõusolekuid küsima. Küll aga peaks pildistamine ja filmimine olema osalejatele teada. Selleks tasub panna ürituse alale selle kohta näiteks sildid. Nii saavad osalejad soovi korral pildile ja videole jäämist vältida ning ülikool korraldajana tagada, et osalejad on pildistamisest ja filmimisest teadlikud. Avalikel üritustel tehtud pilte võib omakorda ilma nõusolekuta kommunikatsioonis kasutada, kui eesmärk ei ole luua reklaami.

Kui filmimine ja pildistamine toimub üritusel, mis ei ole avalik, siis tuleb selleks küsida osalejatelt nõusolekuid. Kui osalejate arv on hoomamatult suur, siis tuleb pildistamisest ja filmimisest teavitada osalejaid näiteks registreerimisvormil ja ürituse alal olevate siltide kaudu. Nii saavad osalejad soovi korral piltidele ja videole jäämist vältida. Et nii avalikel kui ka mitte-avalikel üritustel oleks osalejatel võimalik pildile ja videole jäämist võimalik vältida, on soovituslik luua üritusele n-ö eraldi pildistamise ja filmimise vaba ala.

Kui ülikool kasutab pildi- või videomaterjali kampaanias, mille eesmärk on suurendada mõne teenuse osutamist või müüki, edendada üritust või suunata isiku käitumist, siis on tegemist reklaamiga ja sel puhul peab olema kogutud materjalil olevatelt isikutelt nõusolekud. Nõusolekuvorme luues tasub põhjalikult läbi mõelda, millistel eesmärkidel materjali edasiselt ülikoolis kasutada soovitakse. See on oluline, sest nõusolek kehtib vaid nende eesmärkide

puhul, mis on vormile lisatud. Kui ülikool soovib hilisemalt materjale ka teistel eesmärkidel kasutada, siis tuleb küsida eraldi nõusolekut.

Kui ülikool loob sisekommunikatsioonis sisesaateid, mis on hiljem nähtavad ka mõnel ülikooli avalikul platvormil, näiteks YouTube'is, siis on tarvis küsida intervjuueeritavatelt selleks nõusolekut.

Kui ülikool vahendab töötaja fotot ajakirjandusele ning foto omandi- ja kasutusõigus ei kuulu ülikoolile, siis tuleb foto edastamiseks küsida isikult nõusolekut. Ent juhul, kui ülikoolil on omandi- ja kasutusõigus, siis on hea tava siiski töötajalt sellekohane nõusolek küsida.

Internetist leiduvaid fotosid ei tohi ülikool turunduses või kommunikatsioonis ilma autori nõusolekuta kasutada. Guugledamise tulemusena tohib kasutada ilma autori nõusolekuta vaid selliseid pilte, millele on lisatud *Creative Commons*i litsents. Samuti tohib ilma autori nõusolekuta kasutada fotosid, mis on üles laetud tasuta pildipankadesse.

Kui ülikool plaanib loenguruumis pildistamist või filmimist, siis tasub panna kirja lühike kokkuvõtte sellest, mida pildistatakse või filmitakse, millisel eesmärgil ning kus seda materjali kasutatakse. Selle kokkuvõtte võiks eelnevalt edastada õppejõule, kes saab selle omakorda edastada loenguruumis viibivatele üliõpilastele. Kohale minnes tasub kogu protsessi veel selgitada, koguda osalejatelt kirjalikud nõusolekud ning leppida kokku, kus viibivad filmimise/pildistamise ajal need üliõpilased, kes jäädvustustele jääda ei soovi.

4.12. Töötajate mobiilinumbrate jagamine ajakirjandusele

Turundus- ja kommunikatsioonitöö oluline osa on suhtlus meediaga ning tihti soovivad ajakirjanikud, et kommunikatsioonitöötaja edastaks neile ülikooli teadlaste isiklikke mobiilinumbreid. Juhul kui teadlaste mobiilinumbrid ei ole kodulehel avalikud, siis peaks turundus- või kommunikatsioonitöötaja lähtuma sellest, et mobiilinumbriga avaldamine on isikuandmete töötlemine, milleks on tarvis isiku nõusolekut.

Nõusoleku küsimiseks piisab näiteks kinnitusest e-kirja teel, milles teadlane annab numbriga edastamiseks nõusoleku.

„Ma saan aru, et määruse järgi on sedasi, et kui ma tahan kellegi isikuandmeid kolmandale osapoolale edastada, siis ma peaksin sellele isikule kui andmesubjektile ka selgitama, et kuidas ma neid andmeid kasutan ja mille jaoks ma neid kasutan. /.../ aga ma lihtsalt ei viitsi nagu sellist asja teha. See on too much time, aga mul on selle jaoks too little time. (T1).“

„Me alati küsime selleks inimestelt luba. Et kui ajakirjanik helistab ja küsib Rein Oleski telefoninumbrit, siis ma esmalt küsin Reinult, et kas tohin vahendada (K2).“

Intervjueeritav K4 tõi välja, et kui ajakirjanik küsib mõne teadlase mobiilinumbrist, siis tasub esimesena vaadata Eesti Teadusinfosüsteemi (ETIS) profiili, kuna mõnikord avaldavad teadlased enda mobiilinumbrist seal.

Intervjueeritav K7 tõi näite, et ülikoolis kus tema töötab, lepatakse igas instituudis kokku eri teadussuundade kõneisikud. Sel puhul on kõneisikud andnud ka nõusoleku, et kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja peab mobiilinumbrist küsivat ajakirjanikku või väljaannet usaldusväärseks, siis võib teadlase numbrist edastada ilma nõusolekut küsimata. Sarnane kogemus oli ka intervjueeritavalt K4.

Sellise kõneisikute nimekirja kinnitamine kogu ülikooli tasandil on hea soovitus, kuidas kommunikatsioonitööd kiiremaks muuta ning tagada korrektne isikuandmete kaitse.

4.12.1. Töötajate mobiilinumbrite jagamine – mida meeles pidada?

Kui töötaja ei ole enda isiklikku mobiilinumbrist näiteks ülikooli kodulehel või Eesti Teadusinfosüsteemis avaldanud, ei ole ka turundus- või kommunikatsioonitöötajal õigust seda ajakirjandusele ilma töötaja nõusolekuta jagada.

4.13. Mida tuleb teada surnu isikuandmete töötlemisest?

Mõnes ülikoolis on tavaks avaldada kodulehel uudis selle kohta, kui mõni töötaja siit ilmast lahkub. Ehkki isikuandmete kaitse üldmäärus ei kohaldu surnu andmetele, siis on Eestis selle kohta seatud mõningad reeglid isikuandmete kaitse seaduses (isikuandmete töötaja üldjuhend, 2019).

„Ja kui näiteks inimene on surnud – siis on ilmselt [isikuandmete kaitse mõttes – R. O.] juba hoopis teine teema (K3).“

Isiku antud nõusolek kehtib kümme aastat pärast tema surma juhul, kui isik ei ole otsustanud teisiti (isikuandmete kaitse seadus, 2019). Isikuandmete kaitse seaduses (2019) on selgitatud ka seda, et kui surnud inimese isikuandmete töötlemiseks on vaja nõusolekut, siis saab selle anda surnud isiku pärija. Juhul kui ülikool avalikustab surnud inimese nime, sugu, sünni- ja surmaaega, surmafakti ning matmise aega ja kohta, siis selleks ei ole nõusolekut vaja (IKS, 2019).

See tähendab, et kui ülikool soovib enda kodulehele lisada uudise töötaja surmast, siis sellest teatamine nõusolekut ei eelda. Juhul kui on soov lisada juurde foto lahkunust, siis seda teha vaid juhul, kui isik on andnud selleks enda eluajal nõusoleku. Kui nõusolekut ei ole, tuleb see küsida surnu pärijalt. Juhul kui ülikoolil ei ole nõusolekut lahkunu foto kasutamiseks ning selle küsimine tundub kohatu või keerukas, siis on paslik kasutada selliste uudiste juures fotot näiteks küünlast.

4.13.1. Surnu isikuandmete töötlemine – mida meeles pidada?

Pärast isiku surma saab anda surnu isikuandmete töötlemiseks loa pärija. Juhul kui ülikool soovib näiteks kolleegi surmast luua uudise või teate, siis selleks ei ole nõusolekut tarvis.

4.14. Euroopa Liidu väliste riikide kodanike isikuandmete töötlemine

Intervjuudest selgus, et turundus- ja kommunikatsioonitöötajad, kes tegelevad ka välisturundusega, ei ole veendunud, kas isikuandmete kaitse üldmäärust tuleb järgida ka siis,

kui kogutakse kontaktandmeid väljastpoolt Euroopa Liitu. Näiteks, kui ülikool soovib lisada mõnda kontaktilisti USA kodaniku e-posti aadressi, siis ei teata, kas ka tema puhul on tarvis järgida samu reegleid, mida Euroopa Liidu kodanike puhul.

„Kuna USA-s ei ole otseselt GDPR-i reglementeeritud, siis siin tekib küsimus, et kuidas ma peaksin käituma – kas meie reeglite järgi või nende reeglite järgi (T1)?“

„Ma ei ole väga palju välismaise andmetöötusega kokku puutunud. Aga ma näen, et selles võib olla küll selline kaalutluskoht – et kas sellises olukorras tuleks arvestada EL-i ja Eesti seaduseid, või tuleks ka vaadata igat juhtumit eraldi? (T4).“

Isikuandmete kaitse üldmääruse (2016) artikkel 3 selgitab, et üldmäärus kohaldub kõikidele Euroopa Liidus asuvatele isikuandmete töötajatele sõltumata sellest, millise päritoluga isikuandmeid töödeldakse. See tähendab, et kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja kogub kontaktandmeid mistahes riigist väljastpoolt Euroopa Liitu, siis tuleb siiski järgida üldmääruse nõudeid, sest ülikool kui andmete töötaja tegutseb Euroopa Liidus.

4.14.1. Euroopa Liidu väliste riikide kodanike isikuandmete töötlemine – mida meele pidada?

Olenemata sellest, millise riigi isikute andmeid turundus- või kommunikatsioonitöötaja enda töös kasutab, tuleb tal lähtuda Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärusest. See on nii, sest ülikool kui andmetöötaja asub Euroopa Liidus.

4.15. Isikuandmete jagamine ülikooli üksuste ja töötajate vahel

Intervjuudest selgus, et mitmes ülikoolis suhtutakse rangelt sellesse, kes pääsevad erinevatele isikuandmetele ülikooli sees ligi.

„Isegi majasiseselt on meil nii, et üksuste vahel ei jaga me andmeid. Et kui me õppeosakonnalt soovime mingeid tudengite andmeid, siis see on kindel ei (K5).“

Samas ütles mitu intervjuueeritavat, et on ebaselge, kas ülikooli töötajad tohivad isikuandmebaase omavahel jagada. Näiteks kui ühe turundus- või kommunikatsioonitöötaja valduses on mitme aasta vilistlaslendude andmed, siis ei teata, kas seda andmebaasi tohib ülikooli teistele üksustele jagada või mitte.

„Minus tekkis dilemma, et kas ma tohin suure faili saata kõikidele instituutidele või peaksin ma võtma sellest välja iga instituudi vilistlased ja saatma ainult selle instituutidele. /.../ Me saime sellise info andmekaitse spetsialistilt, et seda listi võib kasutada senikaua, kuni see ei satu kolmandatesse kättesse (T4).“

Andmekaitse Inspektsioon selgitab juhendis „Isikuandmete töötlemine töösuhetes“ (2011: 83), et kõik asutuse töötajad, kelle ülesannete sekka ei kuulu näiteks teise kolleegi isikuandmete töötlemine, on isikuandmete kaitse seaduse mõistes kolmandad isikud. See tähendab, et isikuandmeid tohivad tööandja kui vastutava töötlejaga võrdselt töödelda vaid need töötajad, kellel on vaja isikuandmetele ligipääsu tööülesannete täitmiseks.

Töötajatele, kelle ülesannete sekka isikuandmete töötlemine ei kuulu, tohib isikuandmeid edastada samas korras nagu näiteks asutusevälistele isikutele (isikuandmete töötlemine töösuhetes, 2011: 83).

See tähendab, et ka erinevatele turundus- ja kommunikatsioonitöökohale kogutud isikuandmete baasidele on ligipääsu õigus neil töötajatel, kellel on neid andmeid tarvis enda tööülesannete täitmiseks. Andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakase (2022) sõnul tähendab see, et andmebaasidele ligi pääsevate inimeste ring tuleb asutusesiselt kirjalikult kokku leppida.

Pihlakase (2022) soovitus on asutusesiselt isikuandmeid jagades veenduda, et töötajale, kellele andmetele ligipääs võimaldatakse, on see vajalik tööülesannete täitmiseks. Kui andmeid tööülesannete täitmiseks tarvis ei ole, siis tuleb jätta ligipääs tagamata.

4.15.1. Isikuandmete jagamine ülikoolisiselt – mida meeles pidada?

Ülikoolisiselt tohib isikuandmebaase jagada vaid nende töötajate vahel, kellel on seda ligipääsu vaja enda tööülesannete täitmiseks. Kõikidele teistele töötajatele tohib sellistele andmebaasidele ligipääsu tekitada samas korras nagu kolmandatele osapooltele.

4.16. Kes vastutab, kui toimub rikkumine?

Intervjuudest selgus, et mitmel juhul tekitab turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele muret teadmatust selle ees, kes isikuandmete töötlemise eest vastutab ning mis juhtub siis, kui töötaja ebakorrektse isikuandmete käsitlemise tulemusena tekib andmekaitse riive või näiteks andmeleke.

„Kas ma olen oma ametipostil isiklikult vastutav või vastutab ülikool, kui andmetega seoses mingi jama tekib (KI)?“

Andmekaitse Inspektsiooni kodulehel (2019c) on eraldi alamleht andmetöötaja vastutusest ja kohustustest, kus selgitatakse, et kui asutus määrab ise kindlaks, miks ja kuidas isikuandmeid töödeldakse, siis on asutus vastutav töötaja. See tähendab, et kõik töötajad, kes asutuses isikuandmeid töötlevad, teevad seda vastutava töötaja ehk asutuse ülesandel.

Ülikooli näitel tähendab see, et isikuandmete vastutav töötaja on ülikool juriidilise isikuna, sest ülikoolides on andmekaitsetingimused paika pandud. Seega ei ole ülikooli turundus- või kommunikatsioonitöötaja isiklikult enda töökohal vastutav, kui tööülesandeid täites tekib isikuandmeid puudutav andmeriive või muu rikkumine.

Siiski ei peaks turundus- või kommunikatsioonitöötaja andmetöötlusesse suhtude kergekäeliselt. Ilmselt ei ole turundus- või kommunikatsioonitöötaja ülikooli kui tööandja jaoks „heas nimekirjas“, kui tema tegevuse tulemusena satub ülikool andmekaitse mõttes pahuksisse või tuleb ülikoolil trahve maksta.

4.16.1. Isikuandmete töötlemise või kaitsmisega seotud rikkumine – mida meeles pidada?

Ülikoolis vastutab andmete töötlemise eest ülikool kui juriidiline isik ning andmete töötlemisega seotud rikkumise korral vastutab ülikool, mitte näiteks turundus- või kommunikatsioonitöötaja isiklikult.

4.17. Andmekaitsekoolitus

Kui uurisin intervjuudes seda, kas ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöötajad on osalenud ka mõnel andmekaitsega seotud koolitusel, siis selgus, et valimisse kuulus pisut rohkem neid, kes seesugustel koolitustel osalenud ei ole.

„Ma ei ole nende teemadega seotud koolitustel käinud. Mõnel koosolekul on mainitud, et see eksisteerib ja seda peaks järgima, aga kuidas täpselt või mis tasandil või kes vastutab, sellest me ei ole rääkinud (K1).“

Intervjuudest tuli välja muster, et andmekaitsekoolitustel on osalenud need töötajad, kes olid ülikoolis tööl sel ajal, kui isikuandmete kaitse üldmäärus jõustus ehk aastal 2018. Tundub, et sel ajal tehti isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega seotud koolitusi rohkem, ent pärast seda ei ole sellele enam niivõrd suurt tähelepanu pööratud.

„Kui kunagi GDPR aktuaalseks sai, siis meile tehti see koolitus, et mis see on ja mida me peaksime tähele panema. Vahepeal enam pole olnud (K5).“

See tähendab, et paljud turundus- ja kommunikatsioonitöötajad, kes asusid ülikooli tööle pärast üldmääruse rakendumist, ei ole andmekaitsega seotud koolitustel käinud. Ühe ülikooli puhul pööratakse aga andmekaitsele tähelepanu regulaarselt ning selle valdkonna koolitused toimuvad kohustuslikult kindla aja tagant.

„Meie ülikoolis on eraldi kohustuslik kursus andmekaitsest ja andmetega ümberkäimisest. Ma ei mäleta enam selle intervalli, aga mingi aja tagant tuleb see koolitus kõikidel uuesti läbida (K4).“

Selline lahendus, kus andmekaitsega seotud koolitus toimub regulaarselt mõne aasta tagant, on hea näide sellest, kuidas ülikool panustab sellesse, et töötajate teadlikkus sel teemal püsiks.

5. JÄRELDUSED

Praktilist magistritööd koostades toetusin neljale uurimisküsimusele, et selgitada välja, milliseid tööülesandeid peavad Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad seotuks isikuandmete töötlemise ja kaitsega. Samuti seda, kuidas intervjuudes osalejad tagavad neid ülesandeid täites korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemise ning millised on sellega seoses nende peamised probleemid. Neljandaks soovisin analüüsida kogutud sisu ning pakkuda soovitusi, kuidas teha avalik-õiguslikus ülikoolis intervjuudes tõstatunud turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesandeid nii, et need oleksid kooskõlas isikuandmete kaitse ja töötlemise nõuetega.

Töö eesmärk on luua alus käsiraamatu koostamiseks, mis selgitab, millised Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesanded on töötajate hinnangul seotud isikuandmete kaitse ja töötlemisega, ning pakkuda lahendusi, kuidas neid ülesandeid täita nii, et need oleksid kooskõlas korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemisega.

Intervjuudest selgus, et avalik-õigusliku ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös on peamiselt isikuandmete kaitse ja töötlemisega seotud sellised ülesanded, mis eeldavad ülikooli peamiste sihtrühmade – ülikooli töötajate, tudengite, vilistlaste ja potentsiaalsete sisseastujatega – suhtlemist. Intervjueeritavad tõid välja, et levinuim formaat sihtrühmadega suhtlemiseks on uudiskiri, mida edastatakse erinevatele e-posti aadresside listidele. Turundus- ja kommunikatsioonitöötajad tegelevad seejuures nii kontaktide kogumise kui ka listide haldamisega.

Paljud intervjueeritavad tõid välja, et isikuandmete kaitsmise ja töötlemisega on seotud ka foto- ja videomaterjali loomine ning selle avalikustamine. Ka selgus intervjuudest, et ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad puutuvad ülesannetes kokku isikuandmete avaldamise või vahendamisega nii ülikooli sise- kui ka väljapoole suunatud kanalites. Selliste ülesannete sekka kuuluvad näiteks fotode ja teiste isikuandmete avaldamine sisekommunikatsioonikanalites või kodulehel ning nende vahendamine ajakirjandusele või muudele kolmandatele osapooltele.

Intervjuudes osalenud turundus- ja kommunikatsioonitöötajate seas levis erinevaid kogemusi selle kohta, kuidas ülesannete puhul korrektselt isikuandmete töötlemisele ja kaitsele tähelepanu pööratakse. Üldiselt olid intervjueritavad kursis sellega, et isikuandmete töötlemise levinuim õiguslik alus on nõusolek ning et selle alusel tohib andmeid töödelda vaid eesmärgipäraselt. Sellegipoolest selgus, et paljud turundus- ja kommunikatsioonitöötajad kasutavad isikuandmeid nii teadlikult kui ka teadmatult nendelgi eesmärkidel, milleks ei ole isikud kui andmesubjektid nõusolekuid andnud.

Levib ka praktikaid, kus turundus- ja kommunikatsioonitöötajad soovivad panustada sellesse, et kontaktide kasutamine oleks isikuandmete kaitse ja töötlemise mõttes korrektne, ent lahendusviis jääb siiski üldmääruse mõttes poolikuks. Näiteks luuakse ühel eesmärgil kogutud kontaktistidest koopia, et kasutada seda teistel eesmärkidel.

Foto- ja videomaterjali loomise ja avaldamise teemal tõid mitu intervjueritavat välja, et erilist tähelepanu pööratakse sellele, et jäädvustustele ei jääks alaealised. Nõusolekute küsimise tava fotode ja videode loomiseks ja kasutamiseks on aga ülikooliti erinev – mõnel juhul pööratakse sellele põhjalikult tähelepanu, kogutakse nõusolekuvormi teel osalejatelt allkirju ning pannakse paika ka see, kellele kuulub fotode omandi- ja kasutusõigus. Osa intervjueritavaid tõi aga välja, et kirjalike nõusolekute küsimine on tülikas ning lähtutakse vaid suulisest nõusolekust.

Intervjuusid tehes selgus, et isikuandmete kaitsmise ja töötlemisega seotud probleeme ja küsimusi on erinevaid. Mõnel juhul ei olnud intervjueritavad teadlikud sellest, et majaväliste kontaktide listidesse lisamine eeldab isikutelt nõusolekuid. Mitme intervjueritava jaoks levis teadmatust ka selle kohta, kuidas erineb foto- ja videomaterjali loomine avalikel ja mitteavalikel üritusel, kuidas neid formaate omavahel eristada ning mis tingimusi need seavad materjali avalikustamisele. Samuti tõstati mitmes intervjuus küsimus, kuidas vastutab turundus- või kommunikatsioonitöötaja isiklikult selle eest, kui tema töö tulemusena toimub näiteks riive isikuandmete kaitse üldmäärusele või kui andmed lekivad.

Analüüsid seda, kuidas tagada intervjuudes tõstatunud teemade ja tööülesannete puhul kooskõla korrektselt isikuandmete kaitse ja töötlemisega, selgus, et avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö on seotud järgmiste põhikontseptsiooniga: avalik ruum, reklaam, infoühiskonna teenus, nõusolek ning mittenõusolek ehk ülejäänud õiguslikud alused. Täpsem intervjuudes tõstatunud teemade ja tööülesannete kaardistus ning nende seos

põhikontseptsioonidega on visualiseeritud lisas 3. Samuti defineerin kontseptsioonide peatükis seda, mis on isikuandmed, isikuandmete töötlemine ja kaitse ning kirjeldan isikuandmete töötlemise põhimõtteid. Kõik kirjeldatud põhikontseptsioonid lähtuvad seejuures Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärusest.

Analüüsi tulemusena selgus, et kõige rohkem puutuvad ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöötajad kokku nõusoleku alusel info edastamise ja isikuandmete töötlemisega. Näiteks on tarvis nõusolekut selleks, et saata uudiskirju potentsiaalsetele sisseastujatele, vilistlastele (kui ei ole loodud õigustatud huvi analüüsi), käsunduslepinguga töötajatele ning tudengitele (kui uudiskirja sisu ei ole seotud otseselt õppetöö korraldamisega). Nõusolekut eeldab ka see, kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja edastab töötajatele uudiskirju, mille sisu ei ole seotud tööülesannete või ülikooli kui tööandjaga. Samuti puutuvad ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöötajad kokku nõusoleku kui õigusliku alusega, kui on vaja töödelda Euroopa Liidu väliste kodanike isikuandmeid, avaldada sisekommunikatsioonikanalites kolleegide sünnipäevasid või jagada ajakirjandusele ülikooli töötajate isiklikke mobiilinumbruid. Nõusolekut on tarvis ka siis, kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja soovib vahendada meediale töötajatest fotosid või avaldada neid mõnes muus kanalis, luua foto- ja videomaterjali loenguruumis õppetegevuse ajal või mõnel muul mitteavalikul üritusel. Samuti eeldab nõusolekut see, kui erinevate kampaaniate loomise jaoks kasutatakse näiteks pildi- või videomaterjali, millel on isikud.

Mittenõusoleku ehk ülejäänud õiguslike alustega puutuvad ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad kokku siis, kui nad saavad töötajatele uudiskirju, mis on seotud töö ja ülikooli kui tööandjaga. Samuti ei eelda nõusolekut see, kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja edastab tudengitele uudiskirju, mille sisu on seotud õppetööga. Vilistlastele suunatud uudiskirju saab ülikool edastada ilma nõusolekuta siis, kui selleks on tehtud õigustatud huvi analüüs. Samuti ei eelda nõusolekut vilistlaste nimekirjade kodulehel avaldamine. Nõusolekut ei ole vaja ka sellisel juhul, kui turundus- või kommunikatsioonitöötaja loob pildi- või videomaterjali avalikel üritustel.

Töö eesmärgi saavutamiseks seotud uurimisküsimused toetasid eesmärgi täitmist ning intervjuudes tõstatunud teemade tulemusena valmisid 17 käsiraamatu sisupeatükki, mis peegeldavad minu kui ülikooli kommunikatsioonitöötaja hinnangul „töölaua“ mõttes laiapõhjaliselt ja ülesannete puhul piisava täpsusastmega seda, kuidas ülikooli turundus- ja

kommunikatsioonitöötajad isikuandmete töötlemise ja kaitsega enda tööülesannetes kokku puutuvad.

6. DISKUSSIOON

Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega intervjuusid tehes selgus, töötajatel on erinev arusaam sellest, millised nende tööülesanded on seotud isikuandmete kaitse ja töötlemisega. Erinev on ka teadlikkus, kuidas korrektset isikuandmete töötlust ja kaitset tagada. Kui mõned töötajad selgitasid üsna täpselt, kuidas erinevate kontaktiistide loomiseks kasutatakse nõusolekuvorme, siis oli ka näiteid, kus sellele ei ole üldse mõeldud.

Juhul kui turundus- või kommunikatsioonitöötajal puudub arusaam sellest, millised tema tööülesanded on isikuandmete kaitse ja töötlemisega seotud, et tea ta ka seda, millal andmekaitse spetsialistilt nõu küsida. Kui andmekaitse spetsialist ei tea omakorda piisavalt detailselt seda, millised on turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesanded, siis ei oska ka tema enda initsiatiivil täpselt nõu anda, kuidas korrektne isikuandmete töötlemine ja kaitse tagada. Niisiis on tulemuseks olukord, kus ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös tehakse isikuandmete kaitse ja töötlemise mõttes vigu ning seda sageli tahtmatult.

Valminud praktiline magistr töö on nii-öelda keskpõrand, kuhu on mõlemad valdkonnad – turundus- ja kommunikatsioonitöö ning korrektne isikuandmete kaitse ja töötlemine – kokku toodud. Seetõttu usun, et kui siinsest praktilisest magistr tööst valmib eraldi käsiraamat, siis võiks sellega tutvumine ülikoolidele kasu tuua, et kahe valdkonna vahel edaspidi senisest teadlikumat ja sisulisemat koostööd teha.

Intervjuudest selgus ka see, et Eesti avalik-õiguslikes ülikoolides tehti turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele andmekaitsega seotud koolitusi 2018. aasta paiku, mil isikuandmete kaitse üldmäärus jõustus, kuid hilisemalt on sellele üha vähem tähelepanu pööratud. Pärast 14 intervjuu tegemist ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega julgen aga soovitada, et andmekaitsega seotud koolitusi peaks korraldama regulaarselt. Usun, et valminud praktiline magistr töö ning selle järel valmiv käsiraamat annavad ka hea võimaluse, et töötada ülikoolides välja põhjalik koolitusprogramm, mis keskendub isikuandmete kaitsele ja töötlemisele ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöö kontekstis.

Käsiraamatu sisupeatükke luues selgus minu jaoks ka see, et isikuandmete kaitsmise või töötlemisega seotud universaalsete soovitude andmine on keeruline. See on nii, sest igal ülikoolil on erinevad sisemised regulatsioonid, andmetöötlustingimused või muud kirjalikud kokkulepped, mis andmekaitsetingimusi ja –töötuse korda sätestavad. Need sisemised kokkulepped mõjutavad omakorda seda, mida tuleb turundus- või kommunikatsioonitöötajal isikuandmeid töödeldes silmas pidada. Ka see tähendab, et turundus- ja kommunikatsioonitöötajate ja andmekaitse spetsialisti vahel peab olema sisuline koostöö, et neid sisemisi kokkuleppeid teada ja mõista.

Mina plaanin valminud praktilise magistritöö alusel luua eraldi käsiraamatu, kuid lisaks tasub edaspidi mõelda ka sellele, kuidas veel edendada ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajate ja ka teiste kõrghariduse tugistruktuuride töötajate seas teadlikkust isikuandmete kaitsest ja töötlemisest. Näiteks võiksid ülikoolid mõelda veebipõhise valikvastustega testi loomisele, milles on kirjeldatud erinevad tüüpjuhtumid, kus ülikooli tugitöötaja puutub enda töös kokku isikuandmetega. Igale juhtumile võiks lisada valikvastused, mille seast peab testi sooritaja valima selle, mis on isikuandmete kaitse ja töötlemise mõttes kõige korrektsem. Sellise testi rahuldavale tulemusele sooritamine võiks olla soovituslik kõikidele kõrghariduse valdkonnas töötavatele tugitöötajatele, kes puutuvad enda töös kokku isikuandmete töötlemisega. Selliseid töötajaid on ülikoolides palju. Ka sellise veebipõhise testi küsimuste ja juhtumite loomisel saaks toetuda valminud praktilisele magistritööle.

Lisaks kõrghariduse valdkonnale soovitan edasiselt luua turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele juhendmaterjale ka teistes valdkondades ja asutustes, et toetada korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemise tagamist. Seda soovitab ka isikuandmete töötleja üldjuhendi toimetaja Viljar Peep (isikuandmete töötleja üldjuhend, 2019: 4).

Kuna olen lõpetamas Tartu Ülikooli ajakirjandus- ja kommunikatsiooni magistriõppekava, siis soovitan ühiskonnateaduste instituudil pöörata tulevikus isikuandmete kaitsele ja töötlemisele erinevates ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppeainetes veelgi põhjalikumat tähelepanu. Minu hinnangul on tegemist õppeaineteülese teemaga, mis võiks olla õppekavasse senisest veelgi sisulisemalt integreeritud. Nii infoõigust kui ka isikuandmete kaitset õpetades võiks senisest rohkem pöörata tähelepanu sellele, kuidas kontseptsioone selgitada nii, et tudeng oskaks neid senisest veelgi paremini tõlgendada ja luua elulisi paralleele enda tööülesannetega.

KOKKUVÕTE

Praktilise magistritöö „Korrektne isikuandmete kaitse ja töötlemine avalik-õigusliku ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös“ eesmärk on luua alus käsiraamatu koostamiseks, mis selgitab, millised Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö ülesanded on töötajate hinnangul seotud isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega, ning pakkuda lahendusi, kuidas neid tööülesandeid täita nii, et need oleksid kooskõlas korrektse isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega.

Praktilist magistritööd ajendas mind tegema isiklik kogemus – olen magistritöö esitamise ajal töötanud rohkem kui kolm aastat ühes avalik-õiguslikus ülikoolis kommunikatsioonitöötajana ning täheldanud, et ebaselgust isikuandmete kaitse ja töötlemise kohta levib ülikooli kontekstis turundus- ja kommunikatsioonitöös palju.

Praktilise magistritöö koostamiseks tegin 14 poolstruktureeritud individuaalintervjuud Eesti avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega. Igast ülikoolist kuulus valimisse vähemalt üks töötaja. Intervjuudes uurisin, milliseid enda tööülesandeid peavad turundus- ja kommunikatsioonitöötaja seotuks isikuandmete kaitse ja töötlemisega ning kuidas tagavad nad seejuures korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemise. Samuti küsisin seda, millised on turundus- ja kommunikatsioonitöötajate jaoks neil teemadel peamised probleemid.

Pärast 14 intervjuu transkribeerimist, nende kvalitatiivset sisuanalüüsi ning tulemuste kandmist kodeerimistabelisse tegin poolstruktureeritud individuaalintervjuu Tallinna Ülikooli andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakasega. Pihlakas aitas tõlgendada ja mõtestada juriidilisi tekste, et anda nende põhjal soovitusi, kuidas turundus- ja kommunikatsioonitöötajate intervjuudes tõstatunud teemasid ja tööülesandeid täita nii, et need oleksid kooskõlas korrektse isikuandmete töötlemise ja kaitse nõuetega.

Tehtud 15 intervjuu tulemusena koostas 17 käsiraamatu sisupeatükki, mille põhjal soovin luua edasiselt eraldi käsiraamatu. Peatükid peegeldavad turundus- ja kommunikatsioonitöötajatega tehtud intervjuudes tõstatunud teemasid ja tööülesandeid, mis on isikuandmete kaitse ja töötlemisega seotud. Intervjuudest selgus, et peamiselt puutuvad ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajad isikuandmete kaitse ja töötlemisega kokku

e-posti aadresside kontaktiliste luues ja hallates, uudiskirju saates, isikuandmeid avaldades ja edastades ning pildi- ja videomaterjali luues ning avaldades. Praktiline magistr töö kirjeldab neid teemasid täpsemalt erinevaid sihtgruppe ja eesmärke arvestades.

Iga peatükk sisaldab soovitusi, kuidas teha tööülesandeid nii, et need oleksid korrektse isikuandmete kaitse ja töötlemisega kooskõlas. Soovituste kirjeldamisel toetusin andmekaitse spetsialisti Grete Pihlakasega tehtud intervjuu sisule, valdkonnaga seotud seadustele, määrustele ja Andmekaitse Inspektsiooni juhendmaterjalidele ning järgmistele põhikontseptsioonidele: isikuandmed, nende kaitse ja töötlemine; isikuandmete töötlemise põhimõtted; isikuandmete töötlemise õiguslikud alused; andmete elutsüklid; infoühiskonna teenus; reklaam; avalik ruum.

Praktilise magistr töö 14 turundus- ja kommunikatsioonitöötajaga tehtud intervjuude tulemused andsid mõista, et ebaselgus isikuandmete töötlemise ja kaitsmise kohta levib kõikides Eesti avalik-õiguslikes ülikoolides. Ka annab praktiline magistr töö mõista, et avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö on isikuandmete töötlemise ja kaitsmisega tihedalt seotud. Seetõttu on ülikoolidel oluline panustada töötajate põhjalikku koolitamisega ja teadlikkuse suurendamisega, mida võiks toetada ka senisest tihedam koostöö turundus- ja kommunikatsioonitöötajate ja andmekaitse spetsialisti vahel.

SUMMARY

The aim of the practical master's thesis "Guide to Proper Processing and Protecting of Personal Data in the Field of Communications and Marketing at Public Universities" is to create a basis for compiling a handbook, to explain which marketing and communication tasks at Estonian public universities are related to the processing and protection of personal data, and to provide suggestions how to perform these tasks in a way that is compatible with the proper processing and protection of personal data.

Creating this practical master's thesis was inspired by my personal experience - I have worked as a communication employee at a public university for more than three years at the time of submitting this thesis. Throughout this period, I have noticed that there is a lot of uncertainty and misunderstandings regarding processing and protection of personal data in marketing and communication work in the public university context.

In order to compile this thesis, I conducted 14 semi-structured individual interviews with marketing and communication staff of Estonian public universities. At least one employee from each university was included in the sample. In the interviews, I asked what tasks marketing and communication employees consider to be related to the protection and processing of personal data, and how they ensure the correct protection and processing of personal data when performing these tasks. I also asked what are the main problems for marketing and communication staff related to protection and processing of personal data in their work.

After transcribing 14 interviews, conducting a qualitative content analysis and entering the results in the coding table, I conducted a semi-structured individual interview with Grete Pihlakas, a data protection specialist at Tallinn University. Pihlakas helped to understand and interpret the legal texts in order to make recommendations and suggestions on how to fulfill the tasks raised in the interviews by marketing and communication staff in a way that is consistent with the proper processing and protection of personal data.

As a result of 15 interviews, I created 17 chapters, on the basis of which I plan to create a separate handbook in the future. The chapters reflect the issues and tasks related to the protection and processing of personal data raised in interviews by marketing and

communication staff. The interviews revealed that university marketing and communication staff are mainly involved in the protection and processing of personal data when creating and managing e-mail contact lists, sending newsletters, publishing and transmitting personal data, and creating and publishing images and videos. The practical master's thesis describes these topics in more detail, taking into account different target groups and goals.

Each chapter contains recommendations on how to perform tasks in a way that is consistent with the proper protection and processing of personal data. In describing the recommendations, I relied on the interview with data protection specialist Grete Pihlakas, related laws, regulations and the Estonian Data Protection Inspectorate's guidance materials, and on the following key concepts: personal data, protection and processing of personal data; principles of personal data processing; legal bases for the processing of personal data; data lifecycle; information society service; advertising and; public space. All concepts are based on the General Data Protection Regulation of the European Union.

The results of interviews with 14 marketing and communication staff of the practical master's thesis suggested that the ambiguity regarding the processing and protection of personal data is an issue that marketing and communication staff from all Estonian public universities relate to. The practical master's thesis also confirms that the marketing and communication work of public universities is closely related to the processing and protection of personal data and in various tasks. It is therefore important for universities to contribute to the in-depth training and awareness-raising of staff, which could also be supported by thorough cooperation between marketing and communication staff and the data protection specialist.

KASUTATUD KIRJANDUS

Alshammari, M., Simpson, A. (2018). Personal Data Management: An Abstract Personal Data Lifecycle Model. In: Teniente, E., Weidlich, M. (eds) Business Process Management Workshops. BPM 2017. Lecture Notes in Business Information Processing, vol 308. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74030-0_55

Anderson, L. (2006). Analytic Autoethnography. Journal of Contemporary Ethnography, 35(4), 373–395. <https://doi.org/10.1177/0891241605280449>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2019). Isikuandmed ja töötlemine. Kasutatud 18.04.2022. <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/isikuandmed-ja-tootlemine>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2019a). Isikuandmete liigitus. Kasutatud 04.04.2022. <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/isikuandmed-ja-tootlemine/isikuandmete-liigitus>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2019b). Isikuandmed. Kasutatud 01.05.2022. <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/isikuandmed>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2019c). Andmetöötaja vastutus ja kohustused. Kasutatud 26.04.2022. <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/andmetootleja-vastutus-ja-kohustused>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2019d). Töötlemise õiguslikud alused. Kasutatud 27.05.2022. <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/tootlemise-oiguslikud-alused>

Andmekaitse Inspektsiooni koduleht. (2021). Küsimus-vastus. Kasutatud 03.05.2022 <https://www.aki.ee/et/eraelu-kaitse/kusimus-vastus>

Andmekaitsetingimused Tallinna Ülikoolis. (2022). Tallinna Ülikool. Kasutatud 24.02.2022. https://www.tlu.ee/sites/default/files/TUKO/veeb/KK_13_LISA_andmekaitsetingimused.pdf

Andmekaitsetingimused. (i.a). Tartu Ülikool. Kasutatud 24.04.2022.
<https://ut.ee/et/sisu/andmekaitsetingimused>

Andrew, J., ja Baker, M. (2021). The General Data Protection Regulation in the Age of Surveillance Capitalism. *Journal of Business Ethics*, 168(3), 565–578. <https://doi.org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1007/s10551-019-04239-z>

Autoriõiguse seadus (2022). Riigi teataja. Kasutatud 25.04.2022.
<https://www.riigiteataja.ee/akt/128122011005?leiaKehtiv>

Avaliku ürituse korraldamise ja pidamise nõuded (2022). Riigi teataja. Kasutatud 22.04.2022.
<https://www.riigiteataja.ee/akt/423052018004?leiaKehtiv>

Berg, B.L. (1989). *Qualitative research methods for the social sciences*. Boston, Massachusetts: Allyn and Bacon, Inc.

Breen, S., Ouazzane, K., ja Patel, P. (2020). GDPR: Is your consent valid? *Business Information Review*, 37(1), 19–24. <https://doi.org/10.1177/0266382120903254>

Copyright Alliance koduleht (i.a). What Is a Creative Commons License? Kasutatud 29.05.2022. <https://copyrightalliance.org/faqs/what-is-creative-commons-license/>

CSA koduleht. (2019). The 6 Phases of Data Security. Kasutatud 17.05.2022.
<https://cloudsecurityalliance.org/blog/2021/10/14/the-6-phases-of-data-security/>

Dataworks.ie koduleht. (i.a). Integrity in the Data LifeCycle. Kasutatud 16.05.2022.
<https://www.dataworks.ie/5-stages-in-the-data-management-lifecycle-process/>

Deloitte võrdlusuuring (2018). The Deloitte General Data Protection Regulation Benchmarking Survey. Deloitte. Kasutatud 24.05.2022.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/risk/ch-en-deloitte-GDPR-benchmark-Survey-Report.pdf>

Dinu, M.-S. (2018). New Data Protection Regulations and Their Impact on Universities. The 14th International Scientific Conference eLearning and software for Education Bucharest, April 19-20, 2018

Europa.eu kodulehekül. (i.a a). Millal me tohime isikuandmeid töödelda? Kasutatud 09.04.2022. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/legal-grounds-processing-data/grounds-processing/when-can-personal-data-be-processed_et

Europa.eu kodulehekül. (i.a b). When is consent valid? Kasutatud 29.05.2022. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/legal-grounds-processing-data/grounds-processing/when-consent-valid_et

Europa.eu kodulehekül. (i.a). Kui kaua me tohime andmeid hoida ja kas me peame neid ajakohastama? Kasutatud 05.04.2022. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/principles-gdpr/how-long-can-data-be-kept-and-it-necessary-update-it_et

Flick, U. (2006). An introduction to qualitative research (3rd ed.). Los Angeles etc.: SAGE Publications.

Haridus- ja Teadusministeeriumi koduleht. (i.a). Kõrgharidus. Kasutatud 01.05.2022. <https://www.hm.ee/et/tegevused/korgharidus>

Heimes, R., Pfeifle, S. (2016). “Study: GDPR’s global reach to require at least 75,000 DPOs worldwide”. IAPP. Kasutatud 24.04.2022. <https://iapp.org/news/a/study-gdprs-global-reach-to-require-at-least-75000-dpos-worldwide/>

Hennigh, L. (1981). The anthropologist as key informant. D. A. Messerschmidt (toim.). Anthropologists at Home in North America: Methods and Issues in the Study of One's Own Society. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 121–32.

Isikuandmete kaitse seadus (2019). Riigi teataja. Kasutatud 21.04.2022. <https://www.riigiteataja.ee/akt/104012019011>

Isikuandmete kaitse üldmäärus (2016). Euroopa Liidu Teataja. Kasutatud 03.05.2022.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679#d1e40-1-1>

Isikuandmete töötaja üldjuhend. (2019). Andmekaitse Inspeksioon. Kasutatud 04.04.2022.
https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumendid/isikuandmete_tootaja_uldjuhend.pdf

Isikuandmete töötlemine töösuhetes. (2011). Andmekaitse Inspeksioon. Kasutatud 17.04.2022.
https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumendid/isikuandmed_toosuhetes_juhendmaterjal26_05_2014_1.pdf

Juhend kaamerate kasutamise kohta. (i.a). Andmekaitse Inspeksioon. Kasutatud 21.04.2022.
https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumendid/kaamerate_juhend_10.11.2021.pdf

Kalmus, V., Masso, A ja Linno, M. (2015). Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Kvalitatiivne sisuanalüüs. Tartu Ülikool. Kasutatud 03.05.2022.
<https://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kolb, B. (2008). Marketing research: A practical approach. London, etc.: SAGE Publications.
Konsa, K. (2019). Digitaalne mälu. Hariduse Infotehnoloogia Sihtasutus. Kasutatud 16.05.2022.
https://sisu.ut.ee/sites/default/files/digihum/files/digitaalne_malu_kurmo_konsa.pdf

Kubicek, K., Merane, J., Cotrini, C., Stremitzer, A., Bechtold, S. ja Basin, D. (2022). Checking Websites' GDPR Consent Compliance for Marketing Emails. Proceedings on Privacy Enhancing Technologies, 2022(2), 282–303. <https://doi.org/10.3929/ethz-b-000525814>

Labaree, R. V. (2002). The risk of 'going observationalist': negotiating the hidden dilemmas of being an insider participant observer. Qualitative Research, 2(1), 97–122.
<https://doi.org/10.1177/1468794102002001641>

Lauri, L. (i.a). Kõrghariduse deeber ja krediid. Hindamistulemuste inventuur. Kasutatud 18.04.2022. https://ekka.edu.ee/wp-content/uploads/Korghariduse_deebet_kreedid.pdf

Lepik, K., Harro-Loit, H., Kello, K., Linno, M., Selg, M. ja Strömpl, J. (2014). Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Intervjuu. Tartu Ülikool. Kasutatud 01.05.2022. <https://samm.ut.ee/intervjuu>

Levandi, K. ja Sassian, R. (2019). MIDA JÄRGIDA LASTEASUTUSTES PILDISTAMISEL. Ajakiri Märka Last. Kasutatud 03.05.2022. <https://ajakiri.lastekaitseliit.ee/2019/05/13/mida-jargida-lasteasutustes-pildistamisel/>

Linno, M. (i.a). Kvalitatiivsed uurimismeetodid sotsiaalteadustes. Transkribeerimine. Kasutatud 19.04.2022. <https://sisu.ut.ee/kvalitatiivne/transkribeerimine>

Majandus- ja kommunikatsiooniministeeriumi koduleht. (2020). Veebipõhised vahendusteenused peavad ärikasutajatele tagama selgemad kasutustingimused. Kasutatud 20.05.2022. <https://www.mkm.ee/uudised/veebipohised-vahendusteenused-peavad-arikasutajatele-tagama-selgemad-kasutustingimused>

Mangini, V., Tal, I., Moldovan, A.-N., (2020). An Empirical Study on the Impact of GDPR and Right to be Forgotten - Organisations and Users Perspective. ARES '20: Proceedings of the 15th International Conference on Availability, Reliability and Security. Iirimaa, august 2020.

Ottender, S. (2021). Ulatuslik andmeleke puudutab 460 000 Eesti domeeniga meiliaadressi. Eesti Rahvusringhääling. Kasutatud 24.04.2022. <https://www.err.ee/905705/ulatuslik-andmeleke-puudutab-460-000-eesti-domeeniga-meiliaadressi>

Oxfordi ülikooli koduleht. (i.a) University guidance on GDPR and photography. University of Oxford. Kasutatud 25.04.2022. <https://compliance.admin.ox.ac.uk/university-guidance-on-gdpr-and-photography#collapse1863951>

Pihlakas, G. (2022). *Autori intervjuu*. Tallinn, 12. aprill.

Politou, E., Efthimios Alepis, E. ja Patsakis, C. (2018) Forgetting personal data and revoking consent under the GDPR: Challenges and proposed solutions, Journal of Cybersecurity, Volume 4, Issue 1, <https://doi.org/10.1093/cybsec/tyy001>

Pulk, M. (2022). Vene internetitrollid pommitasid sotsiaalmeedias Tartu Ülikooli. Postimees. Kasutatud 01.05.2022. <https://leht.postimees.ee/7474088/vene-internetitrollid-pommitasid-sotsiaalmeedias-tartu-ulikooli>

Reklaamiseadus (2022). Riigi teataja. Kasutatud 22.04.2022. <https://www.riigiteataja.ee/akt/127022022005?leiaKehtiv>

Robinson, O. C. (2014). Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide. Qualitative Research in Psychology, 11, 25–41.

Roste, K. (2019). Euroopa Liidu isikuandmete kaitse üldmäärus Eesti tarbija ja andmetötleja perspektiivist. Tallinna Tehnikaülikool

Rämmer, A. (2014). Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas. Valimi moodustamine. Tartu Ülikool. Kasutatud 01.05.2022. <https://samm.ut.ee/valimid>

Tallinna Ülikooli õppeleping. i.a. Tallinna Ülikooli koduleht. Kasutatud 09.04.2022. https://www.tlu.ee/sites/default/files/%C3%95ppeosakond/Vastuv%C3%B5tt/%C3%95ppelepingute%20n%C3%A4idised%202019-2020%20%C3%B5a/NA%CC%88IDIS_o%CC%83ppeleping_eestikeelne_oppekava.pdf

Tarcza, T., Nemteanu, M. S., Popa, A., Țarcă, N. N. (2019). A Comparative Analysis on Perceptions and Attitudes towards GDPR from a Marketing Perspective. 34th IBIMA Conference. Madrid, Hispaania, november 2019.

Õigustatud huvi juhend. (2020). Andmekaitse Inspektsioon. Kasutatud 29.05.2022. https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumendid/oigustatud_huvi_juhend_15052020.pdf

Õpilaste ja vilistlaste nimekirjade avaldamise juhend. (2016). Andmekaitse Inspektsioon. Kasutatud 03.05.2022.

https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumentid/opilaste_ja_vilistlaste_nimekirjade_avaldamise_juhend_2016.pdf

LISAD

Lisa 1. Intervjuu kava: turundus- ja kommunikatsioonitöötajad

Intervjuu alguses kirjeldan enda praktilise magistritöö eesmärki ja põhjust, miks sellist tööd teen. Lisaks kirjeldan, milleks ma intervjuus kogutud andmeid kasutan, kuidas neid töötlen ning selgitan, et osalemine on vabatahtlik.

Selgitan osalejale, et osalemine on konfidentsiaalne – see tähendab, et ma ei kasuta ühegi osaleja nime ega maini ülikooli nime, kus ta töötab. Nii ei ole töö tulemusena võimalik eristada erinevate ülikoolide töötajaid, vaid töö tulemused on üldistatud kogu Eesti ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele.

Selgitan, et intervjuueeritavaid eristan tähepunktidega T, K või TK, millest:

- T viitab sellele, et vastaja tegeleb tööalaselt ennekõike turundusega;
- K viitab sellele, et vastaja tegeleb tööalaselt ennekõike kommunikatsiooniga;
- TK viitab sellele, et vastaja tegeleb tööalaselt paralleelselt nii turunduse kui ka kommunikatsiooniga.

Turunduse või kommunikatsiooni eristamine on oluline, et saaksin töö lõpptulemuses - juhendmaterjalis - esitada soovitud vastavalt töövaldkonnale.

Lisaks lisan iga osaleja tähepunkti taha numברי, mille järgi eristan intervjuueeritavaid.

Näiteks, et esimese intervjuu mille teen turundusspetsialistiga, märgin töös tähisega „T1“.

Julgustan osalejat, et juhul kui esitan mõne küsimuse, millele ta ei soovi vastata, siis ei pea ta seda tegema. Kui osaleja otsustab, et ta soovib uuringus osalemisest loobuda, siis võib ta seda teha ning sellisel juhul kustutan kõik andmed, mis mul temaga seotult on.

Selgitan ka seda, et töö ei mõõda ühegi osaleja teadlikkust ning õigeid ega valesid vastuseid ei ole olemas. Töö eesmärk on kaardistada senised praktikad ja murekohad. Olulised on kogemused!

Intervjuu sissejuhatus

2018. aastal jõustus Euroopa Liidus isikuandmete kaitse üldmäärus, mida nimetatakse tihti ka GDPR-iks (*General Data Protection Regulation*). GDPR sai oma tulekuga üsna kuulsaks, sest palju räägiti sellest, kuidas andmekaitse muutub ühtäkki keeruliseks ning trahvid rikkumiste korral suureks.

Ka turundus- ja kommunikatsioonitöö on ülikoolis üsna tihedalt seotud andmekaitse ja -töötusega. Mõelgem sellele nii: isikuandmed on kõik andmed, mis võimaldavad tuvastada isikut. Olgu selleks siis e-posti aadress, nimi, foto isikust või näiteks sünnikuupäev. Ning üldiselt on ka turundus ja kommunikatsioon just inimestega seotud või vähemalt inimesi ühel või teisel viisil endas hõlmav. Seega tasub isikuandmete kaitse üldmääruse põhimõtetega kursis olla.

1. Kui lubad, siis ma küsin su tausta kohta – milline on olnud sinu seos turundus- või kommunikatsioonitööga enne praegust ametikohta? Oled sa seda õppinud?
2. Kas oled ülikoolis töötatud aja jooksul läbinud koolitusi, kus on räägitud andmekaitsest või isikuandmete kaitse üldmäärusest? Või järsku on sellele mõnes muus formaadis tähelepanu pööratud?

Mina olen Tallinna Ülikoolis turundus- ja kommunikatsioonitööga tegelenud mõned aastad ning täheldanud selle aja jooksul, et isikuandmete kaitse üldmääruse sisu ma väga põhjalikult ei tunne. Seetõttu olen teinud enda töös andmekaitse seotud vigu, kuid mitte tahtlikult, vaid teadmatult.

Näiteks olen loonud erinevaid kontaktiliste sedasi, et lisan listi inimeste e-posti aadresse ise ning saadan siis sellele listile siis laiali mõne masskirja. Kui lähtuda aga GDPR-ist, siis pidanuks inimesel endal olema võimalus selle kontaktilistiga liituda, et selle listi masskirju enda postkasti saada. Isiku ehk andmesubjekt peab andma mingi konkreetse tegevusega nõusoleku „et jah, minu isikuandmeid võib töödelda“ ega tohi olla eelnevalt vaikimisi tema eest tehtud.

Olen lisanud kodulehele uudise ning kasutanud selle juures mõnel üritusel tehtud pilti ning jaganud uudist omakorda sotsiaalmeedias. Olen kasutanud seejuures mõnel konverentsil või

seminaril tehtud pilte, mille kasutamiseks ma pildil olevatelt isikutelt nõusolekut pole küsinud. Kui tegemist ei ole avaliku ruumiga, siis ei ole mul selliseks tegevuseks tegelikult õigust.

Olen saatnud inimesele läbi e-posti turundamise platvormi uudiskirju, kuid pole seejuures selgitanud inimestele selgelt, milliseid isikuandmeid selle platvormi kaudu isikute kohta oman. Näiteks kuvab platvorm seda, millal isikud uudiskirju avavad, millistele uudiskirjas sisalduvatele linkidele klõpsavad ja kui palju. Ka need tegevused on isikuandmed, mida ei tohiks ilma isiku nõusolekuta töödelda. Või vähemasti võiks isik olla teadlik, et mina kui andmetöötaja tema kohta neid andmeid oman. Vastasel juhul rikun isikuandmete kaitse üldmääruse läbipaistvuse põhimõtet.

3. Tegin nüüd meie intervjuule väikse sissejuhatuse ja selgitasin mõndasid proovikive, mille otsa olen ise enda tööd tehes andmekaitse ja isikuandmete kaitse üldmäärusega seotult koperdanud. Kuidas sa selle sissejuhatusega suhestusid?

4. Ma ütlesin sissejuhatuses, et isikuandmed on kõik andmed, mis võimaldavad tuvastada isikut. Näiteks nimi, e-post, sünnipäev või töökoht. Kuidas sulle tundub, kui tihti sina enda töös isikuandmetega kokku puutud?

5. Millised on need tööülesanded, mille puhul sa muu hulgas isikuandmetega tegeled?
- Milliseid täiendavad tegevusi või samme oled teinud, et tagada ülesandeid täites andmekaitse / kooskõla isikuandmete kaitse üldmäärusega?

6. Kas sulle meenub tööülesandeid või tööga seotud situatsioone, kus korrektne isikuandmete kaitse ja töötlus / GDPR-i järgimine on olnud keerukas või tülikas? Kui jah, siis kirjelda neid.

. Milliseid täiendavad tegevusi või samme oled teinud, et tagada ülesandeid täites andmekaitse / kooskõla isikuandmete kaitse üldmäärusega?

7. Millised sinu tööülesanded on sinu hinnangul kõige keerukamad või tülikamad just andmekaitse / isikuandmete kaitse üldmääruse nõuete tõttu?

8. Mis on need tingimused või n-ö muutujad, mis teevad tööülesanded andmekaitse või isikuandmete kaitse üldmääruse tõttu keerukaks?
9. Vahest oled sa märganud või kuulnud töökaaslastelt, et andmekaitse või isikuandmete kaitse üldmäärus teeb nende jaoks mõne olukorra lahendamise või ülesande täitmise tülikaks või keerukaks? Kui jah, siis milles need seisnenud on?
10. Millised ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajate tööülesanded üldiselt on sinu hinnangul andmekaitse ja isikuandmete kaitse üldmääruse tõttu kõige keerulisemad või tülikamad?
11. Minu töö eesmärk on luua abimaterjal ennekõike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöötajatele, mis aitaks neil tagada erinevaid ülesandeid täites korrektne andmekaitse. Millistest teemadest ja ülesannetest lahendamistest peaksin selles abimaterjalid sinu arvates kindlasti kirjutama?
12. Millest oleks abimaterjal sinu jaoks kõige rohkem kasu?
13. Kas sul on vestluse käigus tekkinud veel mõtteid, mis on seotud ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö ja andmekaitse või isikuandmete kaitse üldmäärusega ning millest sooviksid rääkida?

Tagavarakaardid

Tagavarakaardid ehk erinevate tööalaste situatsioonide kirjeldused, mida saan intervjuudes kasutada, kui mulle tundub, et intervjuueeritav ei saa täpselt aru, mille kohta ma küsin.

Foto- ja videomaterjali kasutamine

Rääkisin sissejuhatuses piltide kasutamisest, millel on äratuntavalt näha ka inimesi. Selliste piltide kasutamisega tuleb aga tähelepanelik olla selles mõttes, et kui tegemist ei ole avalikul üritusel tehtud pildiga, siis peab pildi kasutamiseks pildil olevatelt inimestel nõusolekut küsima. Täpselt sama nõue kehtib ka videomaterjali kasutamise puhul.

Kas oled ka ise fotode / videote kasutamisega tööalaselt kokku puutunud? Kui jah, siis

1. on sul tekkinud fotode / videote kasutamisega seoses murekohti just andmekaitse või isikuandmete kaitse üldmääruse tõttu? Või on sul tülikaid kogemusi?

2. kuidas oled taganud seda, et materjali kasutamine oleks kooskõlas andmekaitsega ehk et kõik pildil tuvastatud inimesed oleksid andnud pildi kasutamiseks nõusoleku?
3. kas oled enda praktikas küsinud ka inimestelt kirjalikku nõusolekut? Kui jah, siis
 - milline oli nõusoleku küsimise protsess?
 - milline see nõusolek oli?

kas oled korraldanud ka *photoshoote* või filmimisi? Kui jah, siis

. kuidas oled korraldanud selle, et piltidel või videotel olevad inimesed annaksid nõusoleku seda materjali kasutada?

on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud fotode või videomaterjali kasutamisega turundus- ja kommunikatsioonitöös ning nende kooskõlas GDPR-iga?

Kontaktide lisamine kontaktilistidesse

Rääkisid sissejuhatuses, et olen loonud enda töös palju kontaktiliste, et neile omakorda läbi e-posti turundamise platvormi uudiskirju või teateid saata. Olen eksinud aga sellega, et olen mitmel korral erinevaid e-poste ise listidesse lisanud, ent tegelikult peaksid inimesed ise listidega liituma.

Kas kontaktilistide loomisega oled ka ise kokku puutunud? Kui jah, siis

1. milline on olnud sinu kogemuse põhjal listide valmimise protsess?
2. milliseid täiendavaid tegevusi või samme oled teinud, et tagada kontaktiliste luues ja hallates andmekaitse ja kooskõla isikuandmete kaitse üldmäärusega?
3. isikuandmete kaitse üldmääruses on kirjeldatud, et isikuandmete kogumisel peab olema märgitud ka periood, mis ajani andmeid töödeldakse. Kuidas on sinu praktikas sellega tegeletud – kas andmete töötlemisele ja hoiustamisele seatakse n-ö tähtaeg? Mida andmetega pärast seda tähtaega tehakse?
4. on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud kontaktilistide loomisega ja neile uudiskirjade saatmisega ja selle tegevuse kooskõlaga andmekaitse või GDPR-iga?

Läbipaistvus

GDPR-i üks aluspõhimõtte on läbipaistvus, mille idee seisneb kokkuvõtvalt selles, et isik kui andmesubjekt peab olema teadlik sellest, milliseid tema andmeid töödeldakse. Näiteks, et millisel eesmärgil neid andmeid töödeldakse, mis on andmete töötlemise õiguslik alus ja

milline töötlemise periood. Ja see kõik peab olema kirjas kokkuvõtvalt ja selges keeles, et isik kui andmesubjekt saaks sellega tutvuda.

1. Kas oled ka enda töös kokku puutunud sellega, kus sul tuleb tagada läbipaistvus?
Kuidas oled seda taganud?
2. kas kasutad enda töös e-posti turundamise platvormi? Kui jah, siis:
 - kas oled mõelnud sellele, kas sinu uudiskirjade saajatel on ligipääs sellele teabele, mis selgitab, milliseid andmeid sina kui andmetöötaja nende kohta omad?
 - kuidas jagad uudiskirja saajatele teavet sele kohta, milliseid andmeid tema kohta omad?

on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud läbipaistvuse tagamisega enda tööülesannetes?

Teabe edastamine üliõpilastele

Minu jaoks on tekitanud segadust see, millist teavet võib kommunikatsioonispetsialist saata üliõpilaste postkastidesse. Minu teada on rusikareegel selline, et kommunikatsioonispetsialist võib saada teavet, mis on seotud õppetööga. Kui teave on turundusliku iseloomuga, siis peab tudeng seesuguse listiga ise liituma, et sellist teavet enda postkasti saada. Siin tekib aga minu jaoks küsimus, et kuidas eristada turunduslikku teavet õppetööga seotud teabest. Need piirid on teinekord üsna hägusad.

Kas puutud üliõpilaste suunalise kommunikatsiooniga ka ise kokku? Kui jah, siis

1. kas oled puutunud kokku murekohtadega, mis on seotud küsimusega, et millist teavet võib üliõpilaste postkasti saata ja millist mitte?
2. kas sul on tudengitele teabe jagamisega seoses tekkinud teisi küsimusi või probleeme, mis on seotud just andmekaitsega? Kui jah, siis milliseid?
3. kuidas hindad sina sellist olukorda – millist teavet võib kommunikatsioonispetsialist tudengitele saata ja millist mitte? milline on olnud sinu praktika?
4. on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud tudengitele teabe saatmisega ja andmekaitse tagamisega enda tööülesannetes?

Kommunikatsioon ja turundus vilistlaste suunal

Olen mõelnud sellele, et kuidas on kõige tulemuslikum luua uudiskirjadega kommunikatsiooni vilistlaste suunal võimalikult kerge vaevaga, ent täites samal ajal

andmekaitse nõudeid. Näiteks - kuidas luua vilistlaste e-postide list. Selleks peaksid nad ise listiga liituma, ent kuidas ma jõuan nendeni, et nad seda teeksid?

1. on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud vilistlastega suhtlemise ja andmekaitse tagamisega enda tööülesannetes?

Kommunikatsioon ja turundus potentsiaalsete sisseastujate suunal

Ülikoolidel on kombeks osaleda erinevatel messidel, mis on suunatud potentsiaalsetele ülikooli sisseastujatele. Neil messidel kogutakse tihti ka õpilaste e-posti aadresse, et neile siis hiljem uudiskirju saata, mis tutvustavad ülikoolis õppimise võimalusi ja meelitavad noori just enda juurde. Ka neid e-poste võib hoiustada vaid teatud aja ning neid ei tohi hoida enda kasutuses teadmata ajani.

Kas oled ka ise puutunud kokku sarnase turundamise või kommunikatsiooniga üliõpilaste suunal? Kui jah, siis

1. kuidas tagad õpilaste andmete kaitse?
2. Kui pikaks perioodiks hoiustad õpilaste andmeid ning mida teed nendega pärast seda, kui sa neid enam kasutada ei tohi?
3. on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud potentsiaalsete sisseastujatega suhtlemise ja andmekaitse tagamisega enda tööülesannetes?

Isikuandmed sisekommunikatsioonis

Olen mõelnud sellele, et kuidas tohib jagada sisekommunikatsioonis erinevaid isikuandmeid, näiteks töötajate sünnipäevasid. On ju hea tava neid kolleegide vahel jagada, et siis teised teaksid ka õnne soovida. Kas oled puutunud kokku sisekommunikatsioonis sarnaste isikuandmete avaldamisega? Kui jah, siis

1. kas oled taganud selle, et kõik isikud annaksid nõusoleku nende andmete avaldamiseks? Kuidas oled nõusoleku taganud?
2. on sul tekkinud enda töö või praeguse intervjuu käigus küsimusi, mõtteid või murekohti, mis on seotud isikuandmete avaldamisega sisekommunikatsioonis ja andmekaitse tagamisega enda tööülesannetes?

Isikuandmete avaldamine ajakirjandusele või kolmandatele isikutele

Minu poole on pöördunud vilistlane, kes soovib saada nimekirja endaga koos lõpetanud inimeste lennust, et organiseerida enda kursuse kokkutulek. Sellise nimekirja väljaandmine ei ole andmekaitse mõttes korrektne, ent igalt inimeselt nõusoleku küsimine tundub jabur ja äärmiselt tülikas.

Kas oled puutunud tööalaselt kokku sarnaste olukordadega, kus isikute nimekirja saatmine oleks väga lihtne, ent korrektse andmekaitse tagamiseks võib see muutuda tülikaks ja pikaks protsessiks? Kui jah, siis:

1. kirjelda neid olukordi.
2. kuidas oled neid lahendanud?

Lisa 2. Intervjuu kava: andmekaitespetsialist

Intervjuu alguses kirjeldan enda praktilise magistritöö eesmärki ja põhjust, miks sellist tööd teen. Lisaks kirjeldan, milleks ma intervjuus kogutud andmeid kasutan, kuidas neid töötlen ning selgitan, et osalemine on vabatahtlik.

1. Intervjuudes tuli juttu erinevate e-posti aadresside listide loomisest. Kui me räägime töötajate e-posti aadresside listide loomisest, siis millega tuleb sel puhul arvestada?
 - Milline erisus tuleneb sellest, kui töötajal on käsundusleping ning tal ei ole ülikooli domeeniga e-posti aadressi?

Rääkides aga kommunikatsioonist üliõpilaste suunal. Intervjuudest tuli välja seisukoht, et ülikool tohib ilma nõusolekuta saata üliõpilastele vaid sellist teavet, mis on seotud õppetööga. On see nii?

- Millega veel tasub turundus- ja kommunikatsioonitöötajal tudengite suunalise kommunikatsiooni puhul arvestada?

Lisaks tudengitele ja töötajatele on ülikooli jaoks oluline sihtrühm ka vilistlased. Kuidas koguda vilistlaste kontakte isikuandmete kaitse mõttes korrektselt?

. Millised tingimused peavad olema täidetud, et ülikool saaks avaldada vilistlaste nimekirju enda kodulehel?

- Millistel tingimustel tohib turundus- või kommunikatsioonitöötaja avaldada mõne ülikooli vilistlaslennu nimekiri sellekohase päringu esitajale?

Intervjuudest selgus, et paljudes ülikoolides ja instituutides avaldatakse sisekommunikatsioonis ka töötajate sünnipäevasid. Mida tuleb sel puhul isikuandmete kaitse mõttes arvestada?

Oluline teema on ka see, et ülikoolid kasutavad turundus- ja kommunikatsioonitöös erinevaid uudiskirjaplatvorme, mis võimaldavad ligipääsu erinevale statistilisele infole. Näiteks sellele, et kes uudiskirja saajatest uudiskirju avavad, mis kell nad seda teevad, millele klõpsavad ning

kui palju klõpsavad. Kuidas peaks see teave olema uudiskirja saajatele avaldatud?

Kui ülikool kogub kontakte, siis millised osad isikuandmete töötlemisest peavad olema selles nõusolekuvormis kirjeldatud?

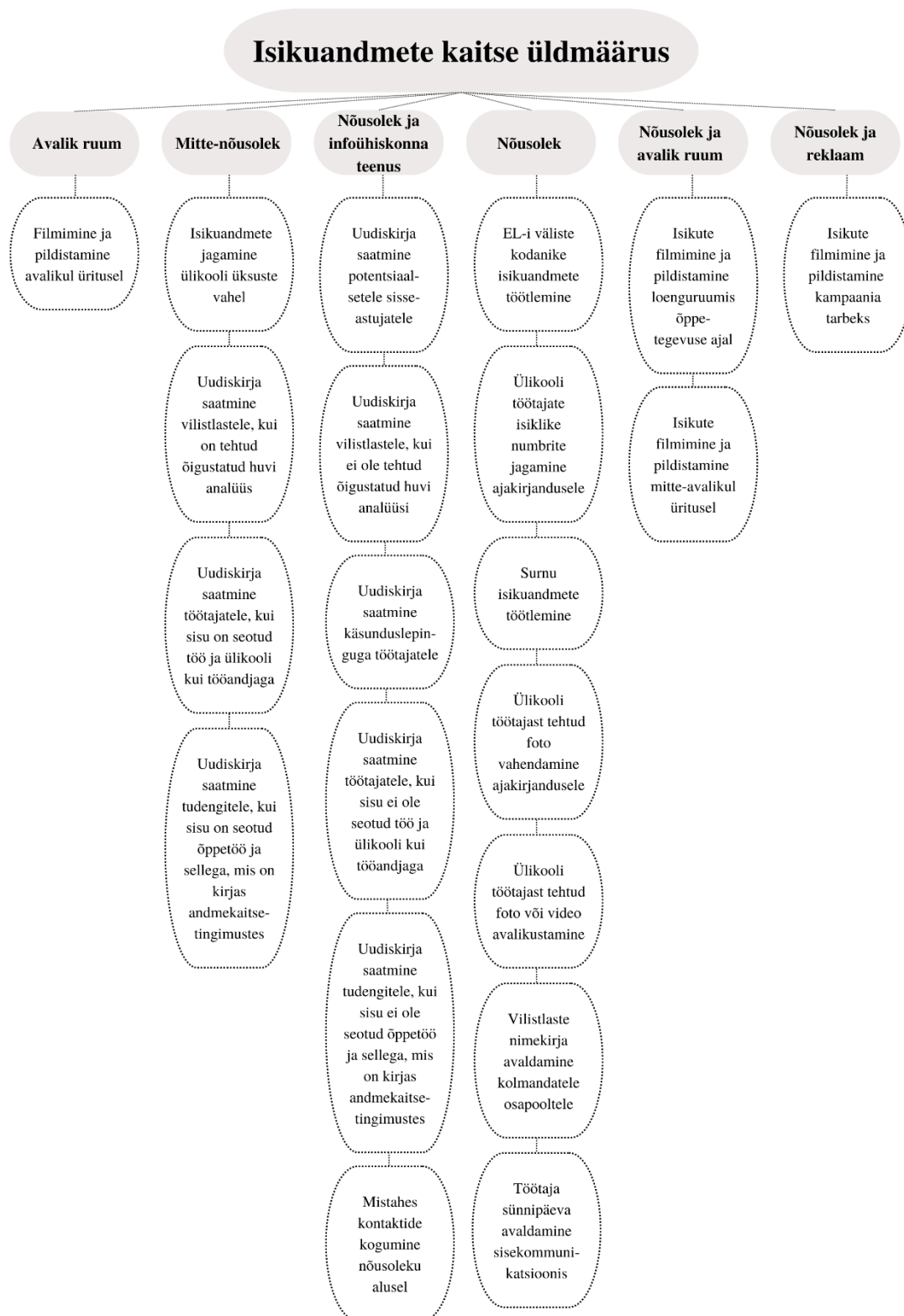
Nõusolekuid küsides peab sätestama ka selle, et kui kauaks kogutud andmeid säilitatakse. Mille alusel seda tähtaega sätestada?

- Kui eesmärk on saata uudiskirju, siis kas võib märkida ka, et isikuandmeid säilitatakse kuniks inimene ise listist eemaldub?

Eraldi teemana tõstatis intervjuudes ka fotode ja videode tegemine ja kasutamine turunduses ja kommunikatsioonis. Mida tuleb turundus- ja kommunikatsioonitöötajal silmas pidada, kui kasutatakse fotosid ja videoid, millel on peal isikud.

- Kuidas käib surnu isikuandmete töötlemine?

Lisa 3. Visuaalne skeem avalik-õiguslike ülikoolide turundus- ja kommunikatsioonitöö seosest magistritöö põhikontseptsioonidega



Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Rein Olesk

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Korrektne isikuandmete kaitse ja töötlemine avalik-õigusliku ülikooli turundus- ja kommunikatsioonitöös“,

mille juhendajad on Ragne Kõuts-Klemm ja Marten Juurik,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Rein Olesk

30.05.2022