

FOLIOHATTU KIRISTYY

Matemaatikon Clive Humbyn sanoin “data on uusi öljy” (Arthur, 2013). Humbyn osuva vertaus on sinällään mielenkiintoinen, että voimme tarkastella vertauskuvan öljyä sekä sen positiivisten sekä negatiivisten attribuuttien valossa. Kuten öljy on mahdollistanut moottoriajoneuvot sekä muoviesineiden valmistamisen, käyttäjädatan kerääminen massoittain sekä sen analysointi mahdollistaa myös paljon uusia liiketoiminnallisesti merkittäviä toimia. Ilmansaasteiden seassa unohtuu usein myös varjopuoli, ahneet yritykset, jotka haluavat lypsää datasta kaiken irti mahdollisimman kustannustehokkaasti. Yleensä loppukäyttäjän yksityisyyden tuhoutumisen uhalla.

Henkilötietojen kerääminen digitaalisissa palveluissa on siis yhä alati kasvava ilmiö. Suorimpia tapoja, jolla datakeräämisen yleistymisen sekä kaupallisen menestyksen voi havainnoida, on meidän loppukäyttäjien uudesta ahneesta lähtöoletuksesta. Digipalveluiden hinnoittelussa kuluttajalle suunnatut palvelut ovat lähtökohtaisesti ilmaisia.

Facebook, Twitter, Youtube ja Gmail ovat vain muutamia esimerkkejä palveluista, joissa on sadoista miljoonista miljardeihin käyttäjiin ja joka käyttäjästä on tallennettuna gigatavukaupalla sekä heidän datansa että heidän metadataansa. Listan poikkeavana palveluna on Youtube, jossa käyttäjät voivat halutessaan maksaa kuukausimaksua lisäominaisuuksia vastaan, mutta tätä lukuun ottamatta, edellä mainituista palveluista ei tavallinen kuluttaja voi edes halutessaan maksaa. Me, tavalliset käyttäjät, olemme yritysten tuote. Meidän internet-historiamme, yhdistettynä tapaamme kanssakäydä sosiaalisen median kanssa, kertoo yrityksille sekä mahdollisesti erinäisille hallinnollisille tahoille, kuinka meitä voi yksilötasolla johdatella kuin porsaita teuraalle.

Artikkelissaan Kshetri sekä DeFranco (Kshetri & DeFranco, 2020) esittelevät useita räikeitä tapauksia, missä henkilötietojen keruulla ja vastuuttomalla hyödyntämisellä sekä säilömisellä on loukattu yksityiskäyttäjien oikeuksia. He kuvailevat artikkelissaan erinäisiä yksilöitä erottavia tietotyypppejä, sekä miten niitä ollaan (väärin)käytetty. Käyttäjien nimet, sähköpostinumerot sekä puhelinnumerot ovat esimerkkejä näistä tietotyypeistä.

Mikäli näiden kolmen edellä mainitun poisjättäminen digipalveluita käyttäessä korjaisi meidän yksityisyyden ongelmia, en olisi huolissani. Valitettavasti laitteemme tarjoavat digipalveluille paljon muutakin tietoa, kuten IP-osoitteemme, näyttömme kuvasuhteet sekä pikselitiheyden, käyttämämme selaimen ikkunan koko, evästeet muilta verkkosivuilta tai puhelimemme akun varaus, vain muutama mainitakseen. Seuraamalla saatavilla olevia muuttujia, yritykset voivat tunnistaa saman käyttäjän eri palveluissa, sillä identifioivia tietotyypppejä on niin runsaasti, että niiden kombinaatioista saadaan hyvin luotettavasti eroteltua eri ihmiset.

Asiaa pahentaa se, että palvelut kuten Facebook keräävät mainostajiensa (mobiili, web sekä puhelinapplikaatiot) käyttäjien tietoja ja yhdistävät tunnistamansa

käyttäjät, joten käyttäjät voidaan todentaa, vaikka he vaihtaisivat päätelaitetta. Jopa luotettavina koetut valtiolliset tahot kuten Suomen Posti tai Yhdistyneiden Kuningaskuntien terveydenhoitojärjestelmä NHS myy yrityksille asiakkaiden ja potilaiden tietoja (Rigatelli, 2017). Käyttäjien terveystiedoilla on tietenkin paikkansa tutkimuksen tieteenalalla, mutta mitä tulee virallisten tahojen digitaitoihin datan anonymisoinnin suhteen, voidaan pitkälti olettaa, että kuka tahansa halukas pääsee näihin tietoihin käsiksi tavalla tai toisella (Franceschi-Bicchierai, 2019).

Olen jo pitkään ollut huolissani datan keräämisen yleistymisestä ja siitä, mitä se tarkoittaa keskivertokansalaiselle. Elämme Suomessa suhteellisen vapaata elämää, eikä meitä yritetä sensuroida valtion puolelta, mutta olemme silti alati piilovaikuttamisen uhreina (Kiviniemi, 2019). Kshetri & DeFrancon artikkelissakin mainittu Cambridge Analytica on erinomainen esimerkki, miten käyttäjäprofiloinnin avulla ollaan vaikutettu Yhdysvaltain presidentinvaalien lopputulokseen. Uskon vakaasti siihen, että mikäli yrityksiä ei reguloida tarkemmin eikä sanktioita muuteta sakoista vankeustuomioiksi, informaatiovaikuttamisen uhat realisoituvat entisestään tulevaisuudessa. Facebookin saama viiden miljardin dollarin rikesakko Yhdysvaltain kauppakomission toimesta osoittaa kuinka tehotonta rangaistukset nykymuodossaan ovat, sillä Facebookin osake nousi tuomion julkistamisen seuraksena. Yritykset tulevat rikkomaan lakeja niin kauan, kun se on taloudellisesti kannattavaa liiketoimintaa. Tähän mennessä se on aina ollut.

Tavallisena, tekniikkaa osaavana kansalaisena, osaan suojata yksityisyyttäni verkossa, mutta käytettyäni taas useamman tunnin auttaessani vanhempiani huolehtimaan tietomurtojen jälkiseurauksista, mietin vain paljonko pelkästään Suomessa tapahtuu yksityistietojen loukkauksia ihmisille. Ihmisille, keillä ei ole tarpeeksi digitaitoja tai riittävän päteviä sekä auttamishaluisia sukulaisia? Suur-yritykset kyynistävät ja murentavat luottoani parempaan huomiseen.

LÄHTEET

Arthur, C. (2013). Tech giants may be huge, but nothing matches big data. Haettu 26.09.2020 osoitteesta

<https://www.theguardian.com/technology/2013/aug/23/tech-giants-data>

Kshetri, N. & DeFranco, J. (2020) Is Privacy Dead? IT Professional 22(5), s 4-12.

Rigatelli, S. (2017). Posti paljastaa mainostajille, milloin muutat ja Trafi sen, milloin tarvitset uuden auton. Haettu 26.09.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-9905944>

Price, R. (2019). Why Facebook's stock jumped despite facing a record-breaking \$5 billion FTC penalty: 'A slap on the wrist'. Haettu 26.09.2020 osoitteesta <https://www.businessinsider.com/facebook-stock-rose-news-5-billion-ftc-settlement-why-critics-2019-7?r=US&IR=T>

Wolf, A. (2014). Thanks to Care.data, your secrets are no longer safe with your GP. Haettu 26.09.2020 osoitteesta

<https://www.wired.co.uk/article/care-data-nhs-healthcare>

Franceschi-Bicchierai, L. (2019). How a Simple Copy/Paste Revealed Explosive New Detail in Manafort's Case. Haettu 26.09.2020 osoitteesta

https://www.vice.com/en_us/article/8xpye3/paul-manafort-russia-case-redaction-fail

Kiviniemi, T., (2019). Ensimmäinen päiväsi trollitehtaalla - Ylen peli näyttää, miten isoja tunteita levitetään valeuutisilla. Haettu 26.09.2020 osoitteesta

<https://yle.fi/uutiset/3-10793558>