



Turun yliopisto
University of Turku

DIGITAALISET VALTADYNAMIIKAT

**Miten datajättien digitaalinen valta todentuu käyttäjäso-
pimuksissa?**

Taloussosiologian pro gradu -tutkielma
Master's Thesis
in Economic Sociology

Laatija/Author:
Salla Kalliorinne

Ohjaajat/Supervisors:
VTT Pekka Räsänen
VTT Erica Åberg

28.6.2024
Turku

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.



<input type="checkbox"/>	Kandidaatintutkielma
<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	28.6.2024
Tekijä	Salla Kalliorinne	Sivumäärä	58
Otsikko	Digitaaliset valtdynamiikat – Miten datajättien digitaalinen valta todentuu käyttäjäsopimuksissa?		
Ohjaajat	VTT Pekka Räsänen & VTT Erica Åberg		

Tiivistelmä

Maailman arvokkain resurssi ei ole enää öljy, vaan data. Digitaalisessa maailmassa ihmisistä kerätty tieto eli data on paitsi luonnonvara, myös rahaan verrattava kaupankäynnin väline ja suurten teknologiayhtiöiden menestyksen salaisuus. Datan avulla luodut tarkat käyttäjäprofiilit mahdollistavat kohdennetun mainonnan ja räätälöityjen palveluiden tarjoamisen, mikä tekee datasta merkittävän kilpailuedun ja taloudellisen vallan lähteen. Datatalous on uudistanut talouden maisemaa nostamalla esiin uudenlaisia liiketoimintamalleja ja keskittäen valtaa suurille teknologisisille toimijoille. Tämä kehitys edellyttää jatkuvaa arviointia ja sääntelytoimia varmistaa, että taloudelliset hyödyt jakautuvat oikeudenmukaisesti ja että digitaalinen muutos palvelee kaikkia yhteiskunnan jäseniä tasapuolisesti.

Datatalous on mullistanut kuluttajien aseman antamalla heille mahdollisuuden osallistua aktiivisesti datan tuottamiseen ja siten vaikuttaa taloudellisen arvon syntymiseen. Perinteisen passiivisen kuluttajan sijaan kuluttajien rooli kehittyi ensin aktiiviseksi valintojen tekijöiksi ja lopulta yhteistuottajiksi, markkinatoimijoiksi, sisällöntuottajiksi ja taloudelliseksi voimavaroiksi. Muutos on tehnyt kuluttajista keskeisiä toimijoita digitaalisessa taloudessa. Samalla se on herättänyt tärkeää yhteiskunnallista keskustelua käyttäjien oikeuksista ja datamassoja hallinnoivien teknologiayhtiöiden vastuusta.

Suosituimmat digitaaliset alustat ja toimijat ovat saavuttaneet aseman välttämättömänä osana yhteiskunnan digitaalista infrastruktuuria, ja niiden valta kasvaa jatkuvasti digitalisaation mukana. Käyttäjiin ja näiden tietoihin pääsyn hallitseminen vahvistaa alustojen valta-asemaa ja lisää mahdollisuuksia väärinkäyttää tätä valtaa. Vallan ja tiedon epätasainen jakautuminen datajättien ja kuluttajien välillä näyttöä ja laillistuu käyttäjäsopimuksissa, kuten käyttöehdoissa ja tietosuojakäytännöissä. Niissä heijastuvat useat digitaaliset valtamuodot ja -taktiikat, digitaalisen yhteiskunnan valta-asetelma ja suurimpien yhtiöiden markkinavoima.

Yhtiöiden valta-asema heijastuu paitsi sopimusten sisällössä myös siinä, miten ja millaisiksi sopimukset on kirjoitettu, miten ne ovat saatavilla kuluttajille ja miten paljon niiden lukemiseen kannustetaan. Datataloudessa korostuu erityisesti datan omistajuuden ja keräämisen merkitys vallan ja taloudellisen hyödyn kerryttämisessä sekä valta-aseman vakiinnuttamisessa. Tämä näkyy erityisen hyvin myös käyttäjäsopimuksissa. Data on selkeästi näkyvin sopimuksissa esiintyvistä digitaalisen vallan muodoista, ja sopimusten sisältö keskittyykin ensisijaisesti kuvailemaan yhtiön asemaa ja oikeuksia käyttäjädataan. Sopimuksissa oli muulloinkin havaittavissa yhtiöiden asema sopimusehtojen asettajana ja sanelijana. Siinä missä käyttäjien velvollisuudet oli lueteltu suoraan, heidän oikeutensa ja yhtiön vastuut eivät nousseet sopimuksissa yhtä keskeiseen osaan.

Sopimusten yksipuolinen ja puolueellinen tapa kuvailla digitaalisen vallan ulottuvuuksia ja seurauksia heijastaa välinpitämättömyyttä käyttäjiä kohtaan, eikä kokonaisvaltaista informaatiota tai todellista valinnanvapautta tarjoa. Käyttäjäsopimuksia käytetään pikemminkin kontrolloinnin ja ohjailun kuin käyttäjien suojaamisen välineinä.

Asiasanat	datatalous, alustatalous, digitaalinen valta, datavalta
Muita tietoja	

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO.....	5
2	VALTA JA ERIARVOISUUS DIGITAALISESSA YHTEISKUNNASSA	9
	2.1 Digitalisaatio ja yhteiskunnallisen valtarakenteen muutos	11
	2.2 Algoritmit ja data vallankäytön välineinä	14
3	KULUTTAJAN ASEMA DIGITAALISILLA ALUSTOILLA	21
	3.1 Käyttäjäsopimukset	22
	3.2 Tietoturva ja yksityisyydensuoja Euroopassa	24
4	TUTKIMUSASETELMA	28
	4.1 Tutkimuskysymykset	28
	4.2 Aineisto ja menetelmät.....	30
5	ANALYYSI.....	33
	5.1 Digitaalinen valta käyttäjäsopimuksissa	33
	5.2 Käyttäjäsopimusten valtastrategiat.....	38
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	45
7	POHDINTA.....	51
	LÄHDELUETTELO.....	54

Kuviot

Kuvio 1. Teoriakirjallisuuden pohjalta luotu teemoittelu	33
--	----

Taulukot

Taulukko 1. Aineisto.....	31
Taulukko 2. Teemojen muodostuminen.....	39

1 JOHDANTO

Maailman arvokkain resurssi ei ole enää öljy, vaan data. Digitaalisessa maailmassa ihmisistä kerätty tieto eli data on paitsi luonnonvara, myös rahaan verrattavissa oleva kaupan käynnin väline ja suurien teknologiayhtiöiden menestyksen salaisuus. Datan avulla luodut tarkat käyttäjäprofiilit mahdollistavat kohdennetun mainonnan ja räätälöityjen palveluiden tarjoamisen, mikä tekee datasta taloudellisen vallan lähteen ja antaa se hallitsijoille merkittävää kilpailuetua. (The Economist 2017.) Datan kerääminen ja analysoiminen reaaliajassa lisäävät sen arvoa ja mahdollistavat nopean reagoinnin markkinoiden ja kuluttajakäyttäytymisen muutoksiin. Tämä on erityisen tärkeää nykypäivän nopeatempoisessa liiketoimintaympäristössä, jossa yritysten on pysyttävä kilpailijoiden edellä jatkuvasti muuttuvilla markkinoilla. (Martens 2021.)

Datatalouden historia juontaa juurensa digitaalisen muutoksen alkuvaiheisiin, jolloin teknologisten edistysaskelten myötä internetistä alkoi kehittyä globaali markkinapaikka. 1980- ja 1990-lukujen digitalisaation aikana tietotekniikan ja internetin yleistymisen loivat perustan nykyiselle datavetoiselle taloudelle. Tällöin yritykset alkoivat kerätä ja analysoida tietoa optimoidakseen liiketoimintaprosessejaan ja parantaakseen päätöksentekoaan. Tietokoneiden yleistymisen ja internetin leviäminen mullistivat tiedonkeruun ja -käsittelyn mahdollisuudet, mikä loi pohjan myöhemmälle kehitykselle. 2000-luvulla Google nousi teknologia-alan merkittäväksi toimijaksi uudistamalla tapaa, jolla yritykset käyttivät käyttäjien tietoja liiketoimintamalleissaan. Googlen innovaatio oli hyödyntää kerättyä käyttäjädataa ennustamaan käyttäytymistä ja tehostamaan mainosten kohdentamista. Toimintamalli on sittemmin levinnyt verkon muiden alustojen ja markkinapaikkojen lisäksi jopa internetin ulkopuolelle sijoittuvaan liiketoimintaan. (Lehtiniemi 2020.)

2010-luvulla käyttäjädatan massakerääminen vakiinnutti asemansa alustojen hallitsevana liiketoimintamallina. Suuret teknologiayritykset, kuten Google ja Facebook, keräsivät valtavia määriä käyttäjätietoa ja hyödynsivät sitä kaupallisiin tarkoituksiin. Suositut ja laajalle levinneet alustat menestyivät datan keräämisen lisäksi verkostovaikutuksien ja mittakaavaetujen avulla. Verkostovaikutuksilla tarkoitetaan alustojen arvon nousemista käyttäjämäärän kasvaessa, ja mittakaavaeduilla viitataan toiminnan tehostumiseen ja kustannusten alentumiseen suurempien käyttäjämäärien myötä. Suuret käyttäjämäärät siis helpottavat datan keräämistä, ja dataa keräämällä alustat pystyvät tarjoamaan entistä parempia yksilölle kohdennettuja palveluita ja mainoksia. Samalla se houkuttelee uusia käyttäjiä ja edelleen vahvistaa alustojen asemaa markkinoilla. (Nuccio & Guerzoni 2019.)

Datavetoisen liiketoiminnan vakiintumisen rinnalla myös datan väärinkäytökset sekä yleinen huoli datankeruusta, yksityisyydestä ja tietosuojasta alkoi nousta yhä enemmän julkiseen keskusteluun. Vuonna 2013 Edward Snowden paljasti Yhdysvaltojen kansallisen turvallisuusviraston NSA:n ja sen liittolaisten laajamittaisen valvonnan, jossa kerättiin massiivisia määriä henkilökohtaista dataa kansalaisista ympäri maailmaa. Snowdenin vuotamat asiakirjat osoittivat, että NSA seurasi laajasti muun muassa puhelinkeskusteluja, sähköposteja, internet-selailua sekä toimintaa monilla suosituimmilla digitaalisilla alustoilla. Teknologiset järjestelmät, joiden oli uskottu olevan turvallisia ja yksityisiä, olivat altistuneet laajalle valvonnalle ilman tietämystä tai suostumusta. (Greenwald & MacAskill 2013.) Muutamaa vuotta myöhemmin vuonna 2018 uutisoitiin jälleen Facebook-käyttäjien tietojen päätyneen ulkopuolisten käsiin, mutta tällä kertaa yhtiön suostumuksella. Facebook oli joitakin vuosia aikaisemmin luovuttanut 87 miljoonan käyttäjän tiedot brittiläiselle poliittiseen kampanjointiin erikoistuneelle konsulttifirma Cambridge Analyticalle, joka hyödynsi niitä Donald Trumpin silloisessa presidentinvaalikampanjassa. Kumpikin tapaus alleviivaa datataloudesta ja alustayrityksistä kumpuavan hyödyllisyyden ja innovaation kääntöpuolta: ne aiheuttavat merkittäviä eettisiä, poliittisia ja yksityisyyteen liittyviä haasteita. Tapaukset havainnollistavat nykyaikaisen teknologian ja datan saavuttamaa vaikutusvaltaa yhteiskuntiin ja poliittisiin järjestelmiin, sekä tarvetta tarkastella huolellisesti teknologia-alan sääntelyä ja eettisiä standardeja. (Di Salvo 2019, 255–256.)

Yksi merkittävimmistä eettisistä keskusteluista liittyy kansalaisten muuttuneeseen asemaan. Datatalouden myötä kuluttajista on tullut myös tuottajia, mikä yhdistää yksityishenkilöt ja yritykset uusilla tavoilla. Tämä kehitys on mahdollistanut uudenlaista taloudellista vuorovaikutusta ja innovaatioita, mutta myös monimutkaistanut kuluttajien valintojen seurausten ymmärtämistä ja ennustamista. Datatalous on mullistanut kuluttajien aseman osallistamalla heitä aktiivisesti datan, ja siten myös taloudellisen arvon, tuottamiseen. Perinteisen passiivisen kuluttajan rooli kehittyi ensin aktiiviseksi valintojen tekijäksi ja lopulta yhteistuottajaksi, markkinatoimijaksi, sisällöntuottajaksi ja taloudelliseksi voimavaraksi. Muutos on tehnyt kuluttajista keskeisiä toimijoita digitaalisessa taloudessa, mutta samalla se on herättänyt tärkeitä kysymyksiä demokratiasta, yksityisyydestä ja kansalaisyhteiskunnan tulevaisuudesta. (Lammi & Pantzar 2019.)

Nykyään datatalous ja sen keskeiset toimijat ovat paitsi vakiinnuttaneet asemansa informaatiotuotteiden markkinoilla, myös muokanneet koko markkinoiden rakennetta ja toimintatapoja (Barwise & Watkins 2018; Nuccio & Guerzoni 2019). Datan ja alustojen

keskeinen rooli yhteiskuntien rakenteessa heijastuu myös sosiaalisiin prosesseihin, jotka ovat yhä enemmän datavetoisia. Tämä kehitys luo epätasapainoisia valtasuhteita datan tuottajien ja sen omistavien, hallitsevien sekä kauppaavien yhtiöiden välille. (Ferrer-Conill ym. 2023.) Alustayhtiöt keräävät ja hallinnoivat edelleen kasvavia määriä dataa, mutta EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen (Euroopan unioni 2016) tultua voimaan vuonna 2018 niiden on ilmoitettava datan keräämisen prosessit ja tarkoitukset sekä pyydettyä käyttäjien suostumus datan luovuttamiseen. Yhtiön ehtoihin suostuminen on käyttäjille kuitenkin käytännöllisesti katsoen pakollista, ja tutkimusten mukaan vain muutama prosentti käyttäjistä lukee ehdot ennen hyväksymistä (Yerby & Vaughn 2022).

Käyttäjäsopimuksista on tullut keskeinen osa alustojen digitaalisen vallan ja valtdynamiikkojen tarkastelua (Rakova ym. 2023). Vaikka käyttäjien suostumuksen pyytämisestä on tullut pakollista, yhtiöt saavat edelleen vapaasti sanella ehtojen sisällön. Käyttäjän vaihtoehtoiksi jää tällöin joko suostua ehtoihin sellaisenaan tai luopua yhtiön palveluiden käytöstä kokonaan. Heiltä ei myöskään millään tavalla varmisteta ovatko he oikeasti lukeneet ja ymmärtäneet ehtoja, jolloin suostumuksen painoarvo jää varsin vähäiseksi. (Yerby & Vaughn 2022, 138–139.)

Internetin alkuperäiset ihanteet loivat odotuksia avoimesta ja hajautetusta taloudesta, jossa toimijat ja yksittäiset kuluttajat voisivat hyötyä suorasta yhteydestä toisiinsa. 1990-luvun alun visioissa välikäsien poistaminen kaupankäynnistä tulisi laskemaan hintoja ja tekisi markkinoista reilumpia kaikille osapuolille. Kuitenkin jo varhaisessa vaiheessa huomattiin, että internetin käyttöasteen massiivista kehitystä seurasi markkinoiden ja digitaalisen vallan keskittyminen. (Nuccio & Guerzoni 2019.) Keskittymisen myötä yksittäisten ihmisten kyky hallita omaa dataansa ja ymmärtää sen käyttöä on vähentynyt. Tämä ei haasta ainoastaan yksityisyydensuojaa vaan myös demokraattisten prosessien perusteita, kun suuret teknologiayhtiöt pystyvät manipuloimaan ja hallitsemaan tietoa, joka muokkaa ihmisten mielipiteitä ja päätöksentekoa. (Härkönen ym. 2022.)

Dataan liittyvä eettinen tarkastelu on välttämätöntä, koska teknologiat ja tietojärjestelmät heijastavat ja vahvistavat olemassa olevia sosiaalisia ja kulttuurisia valtarakenteita. Eettisen tarkastelun avulla voidaan suojella yksityisyyttä, varmistaa oikeudenmukaisuus, edistää vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä sekä tunnistaa ja tasapainottaa valtdynamiikkaa. Teknologiat ovat myös kulttuurisia tuotteita, joiden eettinen käyttö varmistaa positiivisten arvojen ja inhimillisen hyvinvoinnin edistämisen. Sovelletulla dataetiikalla voidaan suunnitella käytäntöjä, jotka sisällyttävät inhimillisiä arvoja suuriin tietomääriin ja

tekoälyjärjestelmiin edistään oikeudenmukaista ja tasa-arvoista yhteiskuntaa. (Hasselbalch 2021, 3–4.)

Yhteiskunnallisesti kestävä datatalouden rakentaminen edellyttää tasapainoa yritysten innovaatiokyvyn ja yksilöiden oikeuksien välillä. On tärkeää kehittää sääntelykehyksiä, jotka turvaavat yksityisyyttä, edistävät avoimuutta datan käytössä ja varmistavat, että taloudelliset voitot jakautuvat oikeudenmukaisesti. Lisäksi tarvitaan laajaa yhteiskunnallista keskustelua ja tietoisuuden lisäämistä datatalouden vaikutuksista, jotta voimme varmistaa, että digitalisaatio palvelee kaikkia yhteiskunnan jäseniä tasapuolisesti ja kestävästi. (Härkönen ym. 2022.)

Tämä tutkielma analysoi dataperustaisen vallan dynamiikkaa, sen vaikutuksia yksilöihin ja yhteiskuntaan, sekä pohtii tarvittavia eettisiä ja sääntelyllisiä toimenpiteitä oikeudenmukaisen datan hallinnan varmistamiseksi. Tarkastelun kohteena ovat erityisesti digitaalisen vallan jakautuminen teknologiajättien ja kuluttajien välillä. Koska nykyisessä datatalousmallissa valtdynamiikat ja vallan epätasaisuus ilmentyvät käyttäjäsopimusten kautta (Rakova ym. 2023), tutkielma pyrkii näitä sopimuksia analysoimalla rakentamaan kuvaa yhtiöiden asemasta, vallasta ja asenteista käyttäjiä kohtaan. Tutkielman tavoitteena on myös laajentaa ymmärrystä datan ja sitä hallinnoivien alustayhtiöiden yhteiskunnallisesta merkityksestä ja tarjota suosituksia vastuullisemman ja eettisemmän datatalouden luomiseksi.

Tutkielma rakentuu seitsemästä luvusta. Luvut 2 ja 3 muodostavat tutkielman teoreettisen viitekehyksen. Luku 2 keskittyy tarkastelemaan vallan teoriaa, rakenteita ja ilmenemistä digitaalisessa yhteiskunnassa. Luku alkaa perinteisten valtateorioiden tarkastelulla ja etenee digitaalisen vallan erityispiirteisiin. Luvussa 3 käsitellään kuluttajan asemaa digitalisoituneessa yhteiskunnassa sekä havainnoidaan käyttäjien asemaa käyttäjäsopimusten kautta. Lisäksi tarkastellaan julkishallinnon ja viranomaisten merkitystä kuluttajien oikeuksien, tietoturvan ja yksityisyyden suojaamisessa. Neljännessä luvussa esitellään tutkielman tutkimuskysymykset ja käytetyt tutkimusmenetelmät, sekä perehdytään tutkielman aineistoon ja siihen johtaneisiin valintoihin. Luvussa 5 esitetään aineiston analyysiprosessi ja sen tuloksena saadut havainnot. Kuudennessa luvussa puretaan analyysin löydöksiä ja vedetään yhteen niistä syntyneet johtopäätökset. Luvussa 7 laajennetaan analyysitulosten pohdintaa yhteiskunnalliseen kontekstiin ja jatkotutkimukseen sekä pohditaan tämän tutkielman luotettavuutta, onnistumisia ja haasteita.

2 VALTA JA ERIARVOISUUS DIGITAALISESSA YHTEISKUNNASSA

Tässä luvussa tarkastellaan vallan, ja sen kääntöpuolena myös eriarvoisuuden, rakenteita ja ilmenemistä digitaalisessa yhteiskunnassa. Aluksi vallan merkitystä tarkastellaan pelkästään yhteiskunnallisessa kontekstissa esimerkiksi Alasuutarin (2010; 2018) ja Weberin (2019) määritelmien mukaan. Digitaalisen yhteiskunnan valtarakenteiden hahmottamisessa hyödynnetään erityisesti Winnerin (1980) teoriaa teknologisen kehityksen vaikutuksesta yhteiskunnallisen vallan jakautumiseen ja valtarakenteiden uudistamiseen. Teoriaa sovelletaan nykyaikaiseen yhteiskuntaan erityisesti alusta- ja datatalouksien kontekstissa. Lopuksi tarkastellaan datan ja algoritmien omistamista ja hallitsemista nykyaikaisen digitaalisen vallan ilmenemismuotona.

Valta on yksi keskeisimmistä yhteiskuntaa ja sen rakenteita säätelevistä voimista. Se on niin ikään yhteiskunnallisen tutkimuksen kannalta keskeisimpiä ja toisaalta myös haastavimpia käsitteitä, jota on vaikeaa määrittellä täsmällisesti ja perinpohjaisesti. Yhteiskuntatieteissä valtaa tarkastellaan usein voimana, joka muokkaa kulttuuristen käytäntöjen ja yhteiskunnallisen järjestäytymisen välisiä suhteita. Se on monimutkainen ja laaja-alainen ilmiö, joka on kietoutunut kaikkiin yhteiskunnan osa-alueisiin ja rakenteisiin. (Alasuutari 2010, 403.)

Weber (2019) määritteli vallan kyvyksi saada haluamansa tahto toteutumaan muiden vastustuksesta huolimatta. Tärkeä osa hänen näkemystään vallasta on sen monimuotoisuus ja sen ilmeneminen erilaisissa yhteiskunnallisissa konteksteissa. Valta ei ole aina näkyvää tai selkeää, vaan se voi olla epämuodollista, piilotettua ja ilmentyä erilaisina rakenteina. Weber korostaa valtakäsitteen epämääräisyyttä: kuka tahansa voi päästä tietyissä olosuhteissa ja hetkissä määräämään oman tahtonsa mukaisesti, mutta se ei riitä tarkoittamaan ihmisellä olevan oikeasti valtaa. Yhteiskunnallisen vallan mittareiksi määrittyvät haluttujen ryhmien hallinta ja kuri. Hallinnalla viitataan siihen, että annetut käskyt tulevat noudatetuiksi, ja kuri puolestaan viittaa käskyjen sisäistämiseen sekä noudattamiseen automaattisesti ja kaavamaisesti. (Weber & Tribe 2019, 134–135.) Toisin sanoen käskijän valta-aseman vakiintuessa käskyjen antaminen käy tarpeettomaksi, koska niiden tottelemisesta tulee rutiininomainen suoritus (Courpasson ym. 2012, 9).

Yhteiskunnallinen valta-asema mahdollistaa muiden päätöksiin vaikuttamisen niin, että ne suosivat valtaa käyttävien tahojen intressejä ja arvoja. Vallassa olevat tahot muovaavat yhteiskunnan säännöt ja rakenteet omien tavoitteidensa pohjalta. Heidän luomansa hallinnolliset järjestelmät ja organisaatiot vaikuttavat siihen, millaisia asioita yhteisössä

pidetään tärkeinä ja arvokkaina, ja toisaalta mitä sivuutetaan ja kohdellaan merkityksettöminä. Vallan jakautumisessa ja valtasuhteissa heijastuvat yhteiskunnan rakenteet ja normit sekä niiden synnyttämä vuorovaikutus, jossa vallan käyttäjät samanaikaisesti pyrkivät vahvistamaan omaa asemaansa sekä kohtaavat vastustusta. Vastarinnan pyrkimykset muuttaa vallitsevaa vallanjakoa tasapainoisemmaksi ja oikeudenmukaisemmaksi tavoittelevat yhteiskunnan rakenteiden uudistamista niiden toistamisen sijasta. Vaikka yhteiskunnallinen valta liittyy vahvasti instituutioihin ja valtioon, se vaikuttaa myös laajemmin ihmisten toimintaan ja yhteiskuntaan, kuten talouteen, mediaan, kulttuuriin ja terveydenhuoltoon. (Castells 2016, 2.)

Nykyaikaiset valta- ja hallintajärjestelmät ovat laajempia ja monimutkaisempia kuin yksittäiset kahdenväliset valtasuhteet. Valta ilmenee suorien käskyjen ja niiden tottelemisen lisäksi erilaisina vuorovaikutuksen muotoina ja vallan ylläpitämisen strategioina. (Alasuutari 2018; Courpasson ym. 2012.) Valta-aseman säilyttäminen vaatii erilaisia taktiikoita, kuten sosiaalisia taitoja, verkostoja, taloudellisia ja tiedollisia resursseja sekä taitoa nähdä ja muokata rakenteita, sääntöjä ja politiikkaa (Courpasson ym. 2012).

Alasuutari (2018) korostaa vallan kerryttämisen ja ilmentämisen mekanismeja vähintään yhtä merkityksellisinä kuin itse valta-asemaa. Hän yhdistää teoriassaan historiallisten sosiologien, luonnontieteilijöiden, politiikan tutkijoiden sekä kulttuurintutkimuksen näkemyksiä ja painotuksia vallan luonteesta ja sen jakautumisesta. Teoria keskittyy perinteisten valtahierarkioiden sijasta analysoimaan niitä strategioita, joilla valtaa kerrytetään. Yksi näistä strategioista on auktoriteetti, eli tiettyjen toimijoiden tai periaatteiden universaali tunnustaminen merkittäviksi ja huomionarvoisiksi. Tämä tarkoittaa, ettei kukaan voi yksipuolisesti väittää omistavansa auktoriteettia. Mitä enemmän toimijaa tai periaatetta pidetään auktoriteettina, sitä tärkeämmäksi se muodostuu. Auktoriteetin käyttäminen lisää sen merkitystä, kun taas sen käytön loppuminen vähentää sitä. Auktoriteettisen vallan perustuminen universaaleihin uskomuksiin ja luottamukseen on erityisen ajankohtaista nykykehityksen, kuten globalisaation ja digitaalisen median murroksen, myötä. Uudet informaatio- ja viestintätekniikat sekä sosiaalinen media ovat muuttaneet jo olemassa olevia tapoja sekä synnyttäneet kokonaan uusia keinoja vaikuttaa poliittiseen mielipiteenmuodostukseen, liikehdintään ja vaikuttamiseen. (Alasuutari 2018, 184.)

Vaikka perinteinen telekommunikaatio ja moderni tietoliikenneverkko käsitetään usein toisistaan erillisinä, niiden käytännön erottelu on vaikeutunut teknologisen kehityksen myötä. Järjestelmien väliset erot ovat kaventuneet, ja ne ovat tulleet toisistaan riippuvaisiksi, mikä luo uudenlaiset olosuhteet ja raamit vallan jakautumiselle ja toteutumiselle

digitaalisissa yhteiskunnissa. Sulautuminen aiheuttaa muutoksia, jotka mutkistavat valtion, yritysten ja yksilöiden välisiä valtasuhteita pitäen ne jatkuvassa muutostilassa. Tiedon jatkuva liikkuminen valtioiden rajojen yli haastaa perinteistä valtiollista valtaa, kun niiden kyky valvoa ja hallita tietovirtaa heikkenee. Valtioiden aseman heikkeneminen vapauttaa yhteiskunnallista valtaa, joka sitten kertyy tieto- ja viestintätekniiikan alan suur-yrityksille niiden ohjaillessa enenevässä määrin tietoliikennettä, datan kulkua sekä internetin palveluita. Yksilöiden asema puolestaan muuttuu pelkästä tiedonhakijasta sisällöntuottajaksi, kun viestintämuotojen sulautuminen korostaa yksilöä tiedon ja datan lähteenä. Vaikka sisällön tuottaminen ja tiedon jakaminen voi kasvattaa yksilöiden vaikutusvaltaa, se myös houkuttelee valtioita ja yrityksiä kilpailemaan datan omistajuudesta ja hallinnasta. (Franklin 2013, 44–45.)

2.1 Digitalisaatio ja yhteiskunnallisen valtarakenteen muutos

Yhtenä digitaalisen yhteiskunnan keskeisimpinä toimijoina ovat erilaiset digitaaliset alustat. Ne ovat muuttaneet perinteisiä käsityksiä yritysten roolista. Ne toimivat markkinajärjestäjinä, jotka voivat koordinoida eri toimijoita tehokkaasti ja tarjota palveluita, jotka olivat aiemmin hajallaan eri toimijoiden välillä. Tämä uusi liiketoimintamalli haastaa perinteiset valtarakenteet ja luo tilaa innovaatioille, mutta samalla herättää kysymyksiä liittyen kilpailun rajoituksiin ja tietosuojaan. Alustat hyödyntävät tehokkaasti käyttäjiensä tuottamaa dataa. Ne keräävät ja analysoivat laajoja tietomääriä käyttäjien käyttäytymisestä, mieltymyksistä ja vuorovaikutuksesta. Tämä data on keskeinen osa niiden liiketoimintamallia ja auttaa luomaan personoituja palveluita, parantamaan käyttäjäkokemusta ja kohdentamaan mainoksia tehokkaasti. (Martens 2021, 9–10.) Suurimmat alustayritykset pystyvät vahvistamaan kerätyn datan arvoa entisestään syöttämällä sen algoritmeille eli komentojoukoille, jotka suorittavat niille määrättyjä tehtäviä. Algoritmien suorituskyky ja tarkkuus paranevat sitä mukaan, mitä enemmän ja monipuolisempaa dataa ne keräävät. Paremmat algoritmit puolestaan houkuttelevat alustalle lisää käyttäjiä, jolloin ne kerryttävät entistä enemmän dataa, joka edelleen parantaa algoritmien toimintaa. (Martens 2021, 11.)

Havainto teknologian yhteiskunnallisesta vaikutusvallasta ei ole uusi. Jo yli 40 vuotta sitten Winner (1980) kuvaili teknologisia innovaatioita neutraalien työkalujen sijasta yhteiskuntarakenteina, jotka sisältävät sosiaalisia ja poliittisia merkityksiä. Vaikka hän perustaa näkemyksensä oman aikakautensa teknologialle, esimerkiksi televisiolle ja

teollisuuskoneille, hänen teoriansa voidaan ulottaa myös moderniin digitaaliseen maailmaan (esim. Dill 2022). Winnerin teoriassa korostuu teknologian ja yhteiskunnan välinen vuorovaikutussuhde. Vallitseva yhteiskunta luo puitteet teknologiselle kehitykselle, joka sitten muokkaa yhteiskunnan tapoja ja normeja. Mitä tavallisemmaksi ja välttämättömämmäksi tietyn teknologian käyttäminen tulee, sitä suuremmaksi sen yhteiskunnallinen vaikutusvalta kasvaa ja sitä vähemmän sen tarvitsee neuvotella säännöistään ja toimintatavoistaan. Uuden teknologian ilmestymishetkellä tehtävillä päätöksillä on siis kauaskantoiset seuraukset, sillä sääntelyn ja ehtojen asettaminen vaikeutuu sitä mukaan, kun teknologian asema vakiintuu. (Winner 1980, 127–128.) Suosituimmat digitaaliset alustat ovat jo saavuttaneet aseman välttämättömänä osana yhteiskunnan infrastruktuuria, ja niiden valta kasvaa jatkuvasti digitalisaation mukana (Härkönen ym. 2022, 31). Niiden auktoriteetti ja valta-asema perustuvat enimmäkseen teknologisen arkkitehtuurin hallintaan ja keskeiseen asemaan digitaalisessa ekosysteemissä, jossa ne yhdistävät useat eri toimijat toisiinsa (Kretschmer ym. 2022, 408).

Datan ja algoritmien omistamisen ja hallitsemisen ympärille rakentuvia valtamekanismeja voidaan nimittää digitaalisiksi infrastruktuureiksi. Digitaalinen infrastruktuuri viittaa kokonaisuuteen teknologisia järjestelmiä, laitteistoja, ohjelmistoja ja verkkoja, jotka mahdollistavat tiedon käsittelyn, tallentamisen, siirtämisen ja jakamisen digitaalisessa muodossa. Se toimii perustana erilaisten digitaalisten palveluiden, sovellusten ja järjestelmien toiminnalle. Datafikaation ja alustakeskeisen kehityksen myötä nämä infrastruktuurit ovat siirtyneet julkisesta ja avoimesta internetistä yksityisten toimijoiden piiriin. Muutos on kasvattanut vallan keskittymistä dataa tuottavien toimijoiden eli kuluttajien sijaan datan kerääville instituutioille, jotka omistavat, kauppaavat ja kontrolloivat sitä. Tämä tapahtuu monimutkaisen vuorovaikutuksen kautta, jonka taustalla ovat datan taloudellistuminen sekä sen johdonmukaisempi kokoaminen ja automatisoiminen. Nämä tekijät neuvottelevat ja tekevät vaihtokauppaa enenevässä määrin markkinoiden ja sosiaalisten toimijoiden välillä vaikuttaen siten hallintajärjestelmiin, instituutioihin sekä julkiseen keskusteluun. (Ferrer-Conill ym. 2023, 292.)

Digitaalinen infrastruktuuri on osa laajempaa sosioteknistä infrastruktuuria, joka sisältää teknologian lisäksi sosiaalisen ja inhimillisen pääoman vuorovaikutuksen. Sosiotekniset infrastruktuurit tarkastelevat siis vielä laajemmin teknologian ja yhteiskunnan vuorovaikutusta. Nämä infrastruktuurit eivät ole pelkästään teknologisia järjestelmiä, vaan ne yhdistävät monenlaisia elementtejä, kuten tietotekniikkaa, tietoverkkoja, analytiikkaa, sosiaalisia ja organisaatioon liittyviä elementtejä. Suurten data-aineistojen keräämiselle,

tallentamiselle, prosessoinnille ja analysoinnille pohjautuvat järjestelmät (*Big Data Socio-Technical Infrastructures*) ovat yksi sosioteknisten infrastruktuurien muoto. (Hasselbalch 2021, 14.)

Hasselbalch (2021) keskittyy kirjassaan havainnollistamaan suuriin data-aineistoihin perustuvien sosioteknisten infrastruktuurien valtasuhteita ja vallan epätasaista jakautumista. Hän tarkastelee liiketoimintaan, politiikkaan, sosiaaliin ja kulttuuriin prosesseihin liittyviä näkökohtia, jotka tukevat ihmiskeskeistä vallan jakautumista. Digitaalisen vallan epätasaisuus toisintaa globaalia ja historiallista epätasa-arvoa. Sen vaikutukset heijastuvat sekä eri yhteiskuntaryhmien välillä että yksilötasolla. Kehittyvät valtiot ovat jääneet digitalisaatiokehityksessä jälkeen, mikä altistaa ne ja niiden asukkaat länsimaisten teknologiayritysten vallalle. Yksilötasolla esimerkiksi naissukupuoli ja ei-valkoinen ihonväri lisäävät altistumista niin sanotulle dataväkivallalle. Nämä dataperustaiset valtasuhteet ja -prosessit eivät vain käsittele valtaa, vaan ne ovat itsessään vallan muoto. Ne voivat esimerkiksi esittää kysymyksiä ja määritellä ongelmia sekä myös ehdottaa ja luoda niihin ratkaisuja. Ratkaisuja pohdittaessa kuullaan kuitenkin vain harvoin digitaalisten valtarakenteiden huonoimmassa asemassa olevien ihmisten ääntä. (Hasselbalch 2021, 1 & 32–34.)

Alustojen rooli digitaalisissa infrastruktuureissa on monimutkainen verkosto taloudellisia, institutionaalisia ja yhteiskunnallisia vuorovaikutuksia. Niiden tehtävänä on helpottaa tiedon, palveluiden, sisällön sekä pääoman liikkumista toimijoiden välillä digitaalisessa ympäristössä. Data on keskeinen resurssi digitaalisissa ympäristöissä, ja alustojen infrastruktuurinen valta näkyy niiden kyvyssä hallita digitaalisten datavirtojen rakenteita ja kulkua. Tämä valta ei rajoitu pelkästään taloudellisiin vaikutuksiin, vaan sillä on laajemmat yhteiskunnalliset seuraukset. Alustojen päätökset ja käytännöt voivat muokata ihmisten vuorovaikutusta, tiedonkulun tapoja ja osallistumista digitaaliseen talouteen. (Flensburg & Lai 2023, 320–321.)

Alustan rooli on koordinoita toimintaa ekosysteemissä ja kannustaa yhteistyöhön, mutta samalla sillä on valta kontrolloida osallistujia, osallistumisen ehtoja ja tuottojen jakautumista. Tämä antaa alustalle valmiudet ja halun hallita sillä tapahtuvaa kaupankäyntiä ja yhteistyötä. Alusta muokkaa säännöt siten, että käyttäjien ja pienempien toimijoiden kannaltaärkevin ja voitokkain ratkaisu on toimia yhdessä alustan kanssa itsenäisen työskentelyn tai kahdenkeskisen yhteistyön sijaan. Esimerkiksi mobiilialustalla toimivat sovelluskehittäjät sitoutuvat käyttöehtoihin ja maksavat alustamaksuja sekä komissioita, jotta pääsevät käsiksi käyttäjäkantaaan ja kehitystyökaluihin sekä saavat tuloja ja

palautetta käyttäjäyhteisöltä. Käyttäjiin ja näiden tietoihin pääsyn hallitseminen vahvistaa alustan valta-asemaa ja mahdollisuuksiin väärinkäyttää tätä valtaa. (Kretschmer ym. 2022, 408–409; Lynskey 2018, 176–177; Nielsen & Ganter 2022, 157.)

Digitaalisten alustojen vallan ydin on niiden kyvyssä houkuttaa ihmisiä, luoda verkostoja, muotoilla käytäntöjä ja hyödyntää teknologioita kannustaakseen miljardeja käyttäjiä ja miljoonia yhteistyökumppaneita osallistumaan alustoihin. Käyttäjiltä ja kolmasosilta osapuolilta kerätyn datan avulla alustat automatisoivat ja kehittävät mekanismejaan hankkiakseen yhä enemmän käyttäjiä, vuorovaikutusta ja dataa. Laajojen ja monipuolisten datamassojen kerääminen ja analysoiminen sekä vanhan ja uuden datan yhdistäminen vahvistavat ja keskittävät alustojen valta-asemaa. Tehokkaalla analyysillä datasta on mahdollista saada tarkkoja ennusteita tulevasta, mikä mahdollistaa sekä alustojen oman toiminnan että ympäristön ja olosuhteiden muokkaamisen menestyksen kannalta ihanteelliseksi. Digitaalisten alustojen valta ulottuu siis pelkästään alustalla toimivista käyttäjistä ja yhteistyökumppaneista koko yhteiskunnan toimintaan, normeihin ja rakenteisiin. (Härkönen ym. 2022, 31; Nielsen & Ganter 2022, 157–158.)

2.2 Algoritmit ja data vallankäytön välineinä

Datan ja sen perusteella luotujen algoritmien ominaispiirteisiin kuuluu yhteiskunnallisten valtarakenteiden ja eriarvoisuuden toistaminen. Niissä näkyvät sosiaaliset hierarkiat, esimerkiksi luokkarakenteet, rasismi ja seksismi. Data ja algoritmit eivät siis toimi kaikkialla ja palvele kaikkia käyttäjiä samalla tavalla, vaan niiden tuottamat suositukset ja ehdotukset sisältävät yhteiskunnassa vallalla olevia käsityksiä ja merkityksiä. Yleensä vinoutuneiden ja syrjiviä algoritmien syynä on data, jossa painottuu valkoinen, miespuolinen ja heteronormatiivinen maailmankuva. (Dill 2022; Quadflieg ym. 2022.) Esimerkiksi kasvojentunnistusohjelmat tunnistavat huonommin ei-valkoisten ihmisten, erityisesti naisten, kasvoja (Mellentin & Schmidt 2022, 57). Niiden luomat eriarvoistavat asetelmat eivät rajoitu vain yksittäisiin käyttäjiin, vaan niiden vaikutukset ulottuvat laajemmalle luoden epätasa-arvoa yhteisöjen, kulttuurien ja valtioiden välillä (Graham & Dittus 2023).

Yhteiskunnallisten eriarvoisuuksien ylläpitäminen ja toistaminen johtavat algoritmien tuottamiin syrjiviin ja vinoutuneisiin tuloksiin. Esimerkiksi hakukoneiden tulokset heijastavat muun muassa yhteiskunnan rasistisia kauneusihanteita, sukupuolistereotypioita ja ikäsyrjintää. (Dill 2022.) Toisena esimerkkinä automaattinen kasvojentunnistus on

suunniteltu paitsi tunnistamaan ihmisiä, joissakin tapauksissa myös havaitsemaan tunteita, kuten vihaa ja aggressiota. Tällainen teknologia on kuitenkin osoittautunut hyvin virhealttiiksi: ensinnäkin tunteiden ilmaisu ja tulkinta eroavat kulttuureittain, ja toisaalta tunteisiin liitetään yhä stereotyyppisiä ja sukupuolittuneita merkityksiä. Tällaiset inhimilliset käsitykset ja eroavaisuudet vaikeuttavat todellisten tunneilmaisutapojen syöttämistä algoritmille. (Mellentin & Schmidt 2022, 57.)

Kulttuurierot selittyvät osittain sillä, että digitaalisille alustoille osallistuvat käyttäjät ja sisällöntuottajat eivät edusta tasaisesti koko maailman väestöä. Pääsy digitaalisille alustoille ja tietosisällön tuottaminen painottuu läntisiin teollisuusmaihin, jolloin myös näiden valtioiden ja kulttuurien arvomaailmat ja normit korostuvat alustojen toiminoissa. Painotus mukailee taloudellisia, poliittisia ja sosiaalisia rakenteita, joissa länsimailla on keskeinen valta-asema. Alustojen sisältö ei siis ole neutraali ja todenmukainen kuvaus maailmasta, vaan ennemminkin länsimaalaisten käyttäjien ja sisällöntuottajien näkemys siitä, mitkä asiat ovat arvokkaita ja ansaitsevat näkyvyyttä. (Graham & Dittus 2023.)

Digitaalisesta alkuperästäan huolimatta algoritmit eivät ole immuuneja ihmisten luomalle vallan jakautumiselle. Vastavuoroisesti myöskään ihmiset eivät ole immuuneja algoritmeille, vaan ne muokkaavat käyttäjiensä maailmaa sekä yksilöllisellä että yhteiskunnallisella tasolla. Digitalisoituneissa yhteiskunnissa algoritmit ja ihmiset ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa keskenään vaikuttaen toinen toisiinsa. Digitaalisissa ympäristöissä ne määrittävät minkälaista sisältöä kohtaamme ja kulutamme, ja toisaalta emme kohtaa emmekä kuluta. Ne vaikuttavat konkreettisesti siihen, millaisia valintoja teemme ja miten elämme. (Quadflieg ym. 2022, 11.) Erityisesti sosiaalisen median alustojen algoritmit on suunniteltu vahvistamaan ja ohjailemaan ihmisten tunteita. Esimerkiksi somealustojen tavoitteena on palkita erityisesti negatiivisia tunteita, kuten pelkoa, närkästystä ja kauhua, koska ne koukuttavat käyttäjiä tehokkaasti ja pitävät heidät alustalla pidempään. Algoritmit pyrkivät vaikuttamaan ihmisten tunteisiin ja käyttäytymiseen mainonnan tehokkuuden maksimoimiseksi. Esimerkiksi pelon tai närkästyksen herättäminen saa käyttäjät pysymään alustalla ja tekee heistä alttiimpia mainoksille, jotka resonoivat heidän pelkoihinsa ja huolenaiheisiinsa. (Pfeffer 2022, 300–302.)

Algoritmit hyödyntävät käyttäjien jättämiä henkilökohtaisia tietoja ennustaakseen heidän tulevaa käyttäytymistään. Mitä enemmän henkilökohtaista dataa algoritmit käsittelevät, sitä tarkemmin ne voivat kohdistaa mainoksia ja viestejä. Näin mainonta voidaan kohdentaa niin, että se saavuttaa korkeimman mahdollisen ostotodennäköisyyden. Tämä

vaikuttaa myös poliittiseen mielipiteenmuodostukseen. Käyttäjien huomion säilyttämiseen ja tunteiden ohjailemiseen pyrkivät algoritmit vaikuttavat myös siihen, minkälaisille mielipiteille käyttäjät altistuvat ja miten he reagoivat erilaisiin näkemyksiin. (Pfeffer 2022, 302.)

Eryteisesti sosiaalisen median alustoilla algoritmeilla on merkittävä vaikutus siihen, miten tietoa ja mielipiteitä välitetään, suodatetaan ja jaetaan. Kohdentaessaan käyttäjälle tämän dataan perustuvaa sisältöä, ne usein altistavat käyttäjää vain heidän olemassa olevia näkemyksiään tukeville mielipiteille. Algoritmit suosivat erityisesti kiistanalaista ja vahvoja tunnereaktioita tuottavaa sisältöä, mikä johtaa vääristyneisiin näkemyksiin ja tunnepohjaisiin argumentteihin. Manipuloiva ja valikoiva informaatio vaikuttavat käyttäjien henkilökohtaisten mielipiteiden ja autonomian lisäksi ryhmien välisiin dynamiikkoihin. Se lisää polarisaatiota yhteiskunnallisessa keskustelussa ja kasvattaa jakolinjoja sosiaalisten ryhmien välillä. Tällöin myös ryhmien välisen yhteisymmärryksen saavuttaminen ja yhteisen arvopohjan löytyminen vaikeutuu. (Pfeffer 2022, 304–305.)

Alustoilla ja teknologiayrityksillä on keskeinen asema yhteiskunnan tiedonvälittäjinä ja esimerkiksi poliittisten mielipiteiden muokkaajana, mutta ei kuitenkaan selkeitä sääntöjä tai vastuuta välittämänsä informaation epätasapainosta ja yhteiskunnallisista seurauksista. Tasapuolinen keskustelu, moniarvoinen tiedonvälitys ja demokraattinen päätöksenteko vaarantuvat, kun algoritmeille annetaan merkittävästi valtaa tiedonkulusta ja vuorovaikutuksesta. (Pfeffer 2022, 305–306.) Algoritmien tehtäväksi on yhä enemmän annettu päätöksenteko siitä, mikä on julkaisukelpoista ja mikä ei. Tämä päätöksenteko on monimutkainen prosessi, joka vaatii tarkkaa harkintaa ja kontekstin ymmärtämistä – ominaisuuksia, jotka algoritmeilta usein puuttuvat. (Green & Le 2022, 99.)

Algoritmeilla on valta vaikuttaa paitsi kohteidensa maailmankuvaan, sosiaalisiin suhteisiin ja hyvinvointiin digitaalisissa ympäristöissä, niiden vaikutus ulottuu nykyisin myös pelkän digitaalisen maailman ulkopuolelle. Ne ovat uppoutuneet osaksi yhteiskuntaamme, eikä niitä pidä siksi käsittää enää pelkkänä teknologisenä rakenteena, vaan myös sosiaalisena ilmiönä. (Graham & Dittus 2023, luku 6; Quadflieg ym. 2022, 11.) Digitaaliset ympäristöt ja alustat tarjoavat tilaa sosiaaliselle vuorovaikutukselle ja ihmisten kollektiiviselle järjestäytymiselle. Ympäristöissä muodostuu yhteisöjä ja ryhmiä, jolloin niiden luonne on samanaikaisesti sekä avoin että suljettu: ryhmäytyminen toisaalta avaa mahdollisuuksia sosiaaliseen kanssakäymiseen ja houkuttelee osallistumaan, mutta toisaalta se luo myös sosiaalisia esteitä ja syrjintää. (Graham & Dittus 2023, luku 6.) Tehokkaimmat algoritmit eivät toimi pelkästään yksinkertaisilla sääntöpohjaisilla

komentoketjuilla, vaan oppivien järjestelmien avulla, jolloin järjestelmään syötetty data vaikuttaa suoraan järjestelmän myöhempään päätöksentekoon. Jos alkuperäisissä tietokannoissa on epätasapainoa tai syrjintää, algoritmi jatkaa niiden ylläpitämistä ja vahvistamista, mikä tuottaa ja edelleen vahvistaa epätasa-arvoa. (Mellentin & Schmidt 2022, 58.)

Yhteiskunnallisten rakenteiden toistamisen lisäksi data ja algoritmit luovat myös uusia vallan muotoja ja rakenteita. Ne sisältävät valtavasti tietoa käyttäjistään, ja mahdollistavat tämän tiedon arvioinnin, analysoinnin ja niistä johdetun kaupallisen hyödyntämisen. Vakiintuneet valtasuhteet sekä esimerkiksi marxilainen käsitys tuotantovälineistä vallan ja talouden peruspilareina ovat tämän seurauksena muuttaneet muotoaan ja täydentyneet. Datan sisältämä tieto mahdollistaa yhtiöille uudenlaisen pääsyn tarkkailemaan kuluttajien rooleja ja käyttäytymistä yksilöinä, yhteiskunnan jäsenenä ja poliittisina toimijoina, joiden pohjalta näitä on helpompi suostutella ja ohjalla toimimaan yhtiötä hyödyttävällä tavalla. (Hasselbalch 2021, 31; Quadflieg ym. 2022, 18–19.)

Datataloudessa keskeiseksi vallan tavoittelun keinoksi onkin noussut valvontakapitalismi. Valvontakapitalismissa yhtiöt keräävät tietoa yksilöistä tarkoituksenaan tuntea, hallita ja muokata käyttäytymistä sekä tuottaa uusia kaupallistamisen, rahastamisen ja kontrollin keinoja. Keskeisiä piirteitä ovat datan käsittely resurssina, käyttäjien profilointi dataperusteisen valvonnan kautta sekä datan hyödyntäminen pääomana. Näitä tietovaroja käytetään käyttäytymisen ennustamiseen ja muokkaamiseen. Monet yhtiöt tarjoavat kuluttajille maksuttomia palveluita päästäkseen käsiksi näiden dataan, jonka ne sitten kaupallistavat toimittamalla ennustepohjaisia tuotteita ja palveluita maksaville yritysasiakkaille. Tämä toimintamalli on vakiintunut lähtökohdaksi käyttäjädatan keräämisen, varastoinnin ja hyödyntämisen menetelmille. (Zuboff 2015; 2019.)

Teknologinen kehitys on merkittävästi häivyttänyt yksityisyyden rajoja. Valkoisuus- ja maskuliinisuusnormeista poikkeavat ihmiset ovat kautta aikojen olleet erityisen valvonnan kohteena, ja vaikka nykyisin teknologiset valvontakeinot ulottuvat ihonväristä ja sukupuolesta riippumatta kaikkiin yksilöihin, seuraukset ovat näistä ominaisuuksista riippuen erilaisia. Rodullistavat ja patriarkaaliset normit juontavat juurensa ei-valkoisia ihmisryhmiä ja naisia alistavaan historiaan, ja toistavat niiden ideologisia päämääriä. Normista poikkeavia ryhmiä valvotaan enemmän, eivätkä keinot aina ole oikeutettuja tai tarkoituksenmukaisia. (Hasselbalch 2021, 32; Mellentin & Schmidt 2022, 51.) Vaikka datan valta ja valvontatekniikat lisääntyvät ja monipuolistuvat, vallan dynamiikka ja syrjinnän

kokemukset eivät ole muuttuneet. Laajentunut valvonta ulottuu kaikkiin, mutta sen kokemukset ja seuraukset eroavat yhteiskuntaryhmien välillä. (Hasselbalch 2021, 34.)

Käyttäjien profiloimisen tarkoitus on tehdä yksilöt näkyviksi ja niin sanotusti luettaviksi, mikä tarkoittaa käyttäjien järjestämistä profiloijan kannalta tehokkaimmalla ja hyödyttävimmällä tavalla. Järjestys ei kuitenkaan välttämättä ole yksittäisten käyttäjien tai käyttäjäryhmien edun mukainen, vaan saattaa toistaa joitakin yhteiskunnan syrjiviä rakenteita. Tällöin myös profiloinnin perusteella tehdyt päätökset ja käytännön sovellutukset asettavat käyttäjiä eriarvoiseen asemaan esimerkiksi ihonvärin, seksuaalisuuden tai sukupuolen perusteella. (Lynskey 2018, 177–178.)

Digitaaliset alustat eivät ole ainoa taho, jotka profiloivat käyttäjiään näistä kerätyn ja analysoidun datan perusteella. Kuitenkin datan louhinnan ja profiloinnin vaikutusten on arvioitu olevan erityisen haitallisia juuri alustoilla niiden käsittelemän datan runsauden ja monipuolisuuden takia. Jatkuva datan kerääminen kasvattaa alustojen valta-asemaa samalla, kun yksilön oikeudet ja asema datankeruuprosessissa heikkenevät. Isoimmilla ja suosituimmilla alustoilla on lisäksi laajasti vaikutusvaltaa datan louhinnan käytäntöihin digitaalisessa ekosysteemissä, ja ne pystyisivät halutessaan uudistamaan datankeruumenetelmiä oikeudenmukaisemmiksi ja varmistamaan yksilöiden oikeuksien toteutumisen. Toistaiseksi ne ovat kuitenkin enimmäkseen valinneet käyttää valtaansa varmistaakseen epäoikeudenmukaisten käytäntöjen jatkuvuuden. (Lynskey 2018.)

Savolainen ja Ruckenstein (2022) käsittelevät käyttäjien suhdetta algoritmeihin ja datan keräämiseen autonomian kautta. He määrittelevät neljä ulottuvuutta autonomialle: algoritmisen osaamisen, tilannehallinnan, hengitystilan ja yhteiskehittyvän autonomian. Kaksi ensimmäistä viittaavat yksilön kykyyn paitsi tiedostaa ja ymmärtää algoritmista valtaa ja mekanismeja, myös aitoa mahdollisuutta toteuttaa päätöksiä itseensä kohdistetuista toiminnoista. Hengitystilan autonomia viittaa yksilöiden mahdollisuuteen ottaa etäisyyttä algoritmeista ja profiloinnista esimerkiksi silloin, kun tarjottu sisältö tuntuu liian henkilökohtaiselta tai herättää käyttäjässä negatiivisia tunteita. Yhteiskehittyvä autonomia puolestaan tarkoittaa henkilökohtaisten tietojen tietoista jakamista algoritmille, jotta tämä oppii personoimaan sisältöä paremmin ja ikään kuin tuntemaan käyttäjän. (Savolainen & Ruckenstein 2022.)

Autonomian ulottuvuudet kuvaavat käyttäjien itsemääräämisoikeutta ja suhdetta algoritmeihin sekä niihin kohdistuvia haasteita, tukea, vahvistusta ja horjutusta. Ne tarjoavat viitekehyksen tarkastella käyttäjien mahdollisuuksia navigoida ja hallita digitaalisia ympäristöjä, jotka ovat yhä enemmän riippuvaisia algoritmeista ja koneoppimisesta. Nämä

automatisoidut päätöksenteon välineet ovat yhdessä suurten datamäärien keräämisen kanssa hämärtäneet yksilöiden käsitystä itsestään ja vaikeuttaneet identiteetin muodostamista. Algoritmien kyvyttömyys käsittää käyttäjien yksilöllisyyttä on eettinen ja poliittinen ongelma, kun yksilöt ja yhteisöt jäävät jatkuvasti ulkopuolelle omia tietojiaan koskevasta päätöksenteosta. (Savolainen & Ruckenstein 2022, 13–15.)

Digitaalisen vallan moniulotteisuus tekee siitä hankalan sekä hahmottaa ja huomata että säädellä ja kontrolloida. Alustojen valta vaikuttaa ihmisten mieltymyksiin ja päätöksiin, mikä tekee siitä vaikeasti havaittavan perinteisten mittareiden, kuten kyselyiden, näkökulmasta. Erityisesti sosiaalisen median alustojen kyky muokata yksilöiden käyttäytymistä ja päätöksiä alleviivaa huolen digitaalisen vallan merkityksestä sekä yksittäisten toimijoiden elämässä että laajemmin yhteiskunnassa. Valtaa on vaikea tarkastella perinteisten valvonta- ja tasapainomekanismien, kuten mediavalvonnan tai rahoituksen sääntelyn, kautta. Uudenlainen dataohjattu profilointi ja kohdennettu sosiaalisen median propagandatekniikka haastavat olemassa olevia valvontakeinoja, jolloin tarvitaan uudenlaista poliittista sääntelyä. Esimerkkejä mahdollisista ratkaisukeinoista ovat kilpailu- ja kartellilainsäädännön uudistaminen, alustojen itsesääntelyn rajoitukset sekä sektorikohtainen sääntely yleisen edun tavoitteiden saavuttamiseksi. (Moore & Tambini 2018, 398–399.)

On olennaista muistaa, että algoritmit ovat vain ihmisen kehittämiä datan sisältämään tietoon ja prosesseihin perustuvia matemaattisia kuvauksia. Ne eivät itsessään käytä valtaa, vaan toimivat pelkästään välikätenä ja mahdollistavat vallankäytön ja valtarakenteiden toistamisen niiden kautta. Koska algoritmit kuitenkin toimivat ainakin näennäisen itsenäisesti, eivätkä niiden taustalla vaikuttavat mekanismit ole yleisesti tunnettuja tai läpinäkyviä, todellinen vallankäyttäjä ja hyötyjä voi piiloutua niiden taakse. Huomiota tulisi kiinnittää todellisen vallankäyttäjän lisäksi myös moraaliseen vastuuseen algoritmien toiminnasta ja niiden yhteiskunnallisista seurauksista. (Quadflieg ym. 2022, 12–13.)

Nykyisessä datataloudessa yksilöiden data ja sen hyödyt keskittyvät muutamille kansainvälisille jättiyrityksille, joilla on valtavat järjestelmät datan keräämiseksi ja hyödyntämiseksi. Ne ovat olleet mukana luomassa tällaista datajohtoista ekosysteemiä, jossa yhdistyvät fyysinen ja digitaalinen maailma, ja sitä kautta myös vakiinnuttaneet itselleen korkean aseman yhteiskunnan hierarkiassa. Näiden yritysten tarjoamien alustojen käyttäminen on muodostunut yhteiskunnassa lähes välttämättömäksi, jolloin ne ovat turvanneet myös keskeisen valta-asemansa. Samalla niistä on tullut haluttomia muuttamaan

toimintaansa ja menetelmiään läpinäkyvämmäksi, sillä ne hyötyvät nimenomaan nykyisestä datatalousmallista. (Härkönen ym. 2022, 30–31.)

Demokratiat ja niiden lainsäädäntö pyrkivät hillitsemään ja kontrolloimaan teknologiayritysten kasvavaa vaikutusvaltaa, mutta algoritmit muokkaavat kuitenkin yhä enenevässä määrin myös demokraattisten järjestelmien toimintamekanismeja. Yhteiskunnallisten ja digitaalisten valtdynamiikkojen kannalta olennaisin kiinnostuksenkohde onkin se, kuka näitä algoritmeja hallitsee. (Pfeffer 2022, 302.) Algoritmien hallinnan kysymys kytkeytyy suoraan valtaan ja vastuuseen digitaalisessa yhteiskunnassa. Vaikka lainsäädännöllä voidaan asettaa rajoja ja sääntelykehyksiä, käytännön toteutus ja valvonta jäävät usein teknologiayritysten vastuulle. Tämä herättää kysymyksen siitä, missä määrin nämä yhtiöt ovat halukkaita ja kykeneviä toimimaan julkisen edun mukaisesti, erityisesti kun niiden ensisijaisena tavoitteena on voiton maksimointi. (Green & Le 2022, 100.)

3 KULUTTAJAN ASEMA DIGITAALISILLA ALUSTOILLA

Tässä luvussa tarkastellaan alustojen käyttäjien eli kuluttajien oikeuksia ja asemaa digitaalisissa valtarakenteissa. Kuluttajien valta ja vaikuttamismahdollisuudet jakautuvat kahteen näkökulmaan: yksilön omiin resursseihin ja toisaalta julkishallinnon ja poliittisten toimielinten rooliin kuluttajien edustajana. Digitaalisen vallan rakentuessa juuri käyttäjiltä kerätyn datan ja sen pohjalta luotujen algoritmien hallitsemiselle, kuluttajien vaikutusvallan pohtiminen on looginen jatkumo digitaalisten valtarakenteiden tarkastelulle.

Yhteiskunnan digitalisaatiokehitys siirtää yhä suuremman osan arkipäivän toiminoista digitaalisiin ympäristöihin. Teknologian yleistyminen näkyy kuluttajien uudistuneessa markkinatoimijuudessa. Datatalous antaa digitaalisten alustojen käyttäjille uusia rooleja aktiivisina markkinatoimijoina, sisällöntuottajina, jakelijoina ja tärkeänä taloudellisen arvonmuodostuksen lähteenä. Samalla kuluttajien valintojen seurausten ymmärtäminen ja ennustaminen ovat kuitenkin monimutkaistuneet. (Lammi & Pantzar 2019.)

Digitaalisten palveluiden yleistyminen ja vakiintuminen osaksi päivittäisiä rutiineja kasvattaa niiden käyttäjien ja näiden jakaman tiedon määrää. Tämän kehityksen myötä käyttäjistä jäävät digitaaliset jäljet muuttuvat usein henkilökohtaisemmiksi ja jopa suoraan arkaluontoisiksi. Käyttäjillä on vain rajallisesti tai ei ollenkaan tietoa siitä, millaista dataa heistä kerätään ja mihin tarkoituksiin niitä käytetään. (Tsfay ym. 2018, 163.) Myös heidän asenteensa ja ymmärryksensä yksityisyyden merkityksestä ja datan keräämisen vaikutuksista vaihtelevat suuresti esimerkiksi medialukutaitojen ja digitaalisen osaamisen perusteella. Toisaalta käyttäjien mahdollisuudet kontrolloida oman datansa käyttöä ovat äärimmäisen rajalliset siitakin huolimatta, miten kiinnostuneita ja informoituja he itse ovat. Datan tuottaminen tekee käyttäjistä asiakkaiden sijasta työvoimaa, joka tuottaa alustayritykselle taloudellisesti mittaamattoman arvokasta raaka-ainetta minimikustannuksilla. (Härkönen ym. 2022, 36 & 37.)

Käyttäjätiedon keräämistä ja profiloimista on perusteltu väittämällä niiden olevan välttämätön osa digitaalisten palvelujen ja koko digitaalisen yhteiskunnan toimintaa. Sitran Digivalta-selvityksessä (2022) tähän näkemykseen viitataan välttämättömyyden narratiivina. Sen perustana on ajatus datajäteistä ja niiden teknologisista innovaatioista tärkeimpänä yksittäisenä markkinavoiman kasvattajana, jolloin näiden yhtiöiden toimintamekanismien ja menestyksen tukeminen merkitsee yhteiskunnallista talouskasvua ja lisääntynyttä hyvinvointia. Näiden yhtiöiden markkinavoima ei kuitenkaan perustu innovatiiviseen teknologiaan, vaan kerätyn datan määrään. Tyypillinen osa narratiivista on väite siitä,

että datan massakeräämisellä mahdollistetaan digitaalisten palveluiden maksuttomuus ja datankeruusta luopuminen merkitsisi palveluiden muuttumista maksullisiksi. Datajätit kuitenkin käyttävät markkinavoimaansa estääkseen vaihtoehtoisia liiketoimintamalleja tarjoavia kilpailijoitaan pääsemästä markkinoille, jolloin niiden on edelleen mahdollista vedota datankeruun välttämättömyyteen. (Härkönen ym. 2022, 38.)

Datankeruun vaihtoehdottomuutta perustellaan myös vetoamalla käyttäjien valinnanvapauteen. Narratiivin mukaan käyttäjät eivät koe datan luovuttamista ongelmaksi, koska he ovat hyväksyneet sen käyttäjäsovimuksissa. Kuitenkin datajättien estäessä eettisempiä kilpailijoita pääsemästä markkinoille, yksilöiden vaihtoehdot rajautuvat sopimusehtojen hyväksymiseen tai palvelusta luopumiseen. Käyttäjiä saatetaan myös suoraan harhaanjohtaa väittämällä, että kerättyä dataa käytetään vain palveluiden kehittämiseen, vaikka sen todellinen käyttötarkoitus olisikin yksilön profilointi ja mainosten kohdentaminen. Vaihtoehdottomuuden narratiivi luo käyttäjälle tunteen siitä, että vaihtoehtoja ei tosiaan ole, ja ainoa mahdollisuus on vain hyväksyä datajättien tarjoama sopimus ja luovuttaa näille dataa. Näissä olosuhteissa yritysten ja yksilöiden välinen suhde ja vaikuttamismahdollisuudet muuttuvat hyvin epätasa-arvoisiksi. (Härkönen ym. 2022, 37 & 38.)

3.1 Käyttäjäsopimukset

Vallan ja tiedon epätasainen jakautuminen datajättien ja kuluttajien välillä tulee näkyväksi ja laillistuu käyttäjäsopimuksissa, esimerkiksi käyttöehdoissa ja tietosuojakäytännöissä. Niiden tarkoitus on tiedottaa käyttäjälle ne ehdot, jotka yritys on digitaalisten palveluiden käyttämiselle asettanut ja jotka on hyväksyttävä pystyäkseen käyttämään palveluita. Ehdot eivät ole neuvoteltavissa tai käyttäjän edun mukaisia, vaan ne on laadittu maksimoimaan yrityksen hyöty. Myöskään sopimusten kieliasu ei huomioi käyttäjiä, sillä niiden kieli on yleensä vaikeaselkoista ja monimutkaista. (Rakova ym. 2023, 2; Tesfay ym. 2018, 163.) Hankalan luettavuuden lisäksi sopimukset ovat usein kohtuuttoman pitkiä, minkä vuoksi käyttäjät harvoin lukevat niitä ennen suostumista. Digitaalisten palveluntarjoajien määrän kasvaessa jatkuvasti ja tiedonjakamisen kolmansille osapuolille yleistyessä, kaikkien käyttäjäsopimusten lukeminen veisi vuositasolla satoja tunteja aikaa. (Tsfay ym. 2018, 163.)

Vaikealukuisuus ja monimutkainen kieli häivyttävät sopimuksen sisältöä ja sitä, mihin kuluttaja oikeastaan suostuu. Sopimuksissa esiintyy jopa suoria ristiriitaisuuksia esimerkiksi käyttäjädatan tarkoituksista. Niissä voidaan esimerkiksi sanoa, ettei käyttäjän tietoja

vuokrata tai myydä ulkopuolisille tahoille, mutta niitä kuitenkin luovutetaan nimeämättömille kolmansille osapuolille. Kuluttajan on tällöin lähes mahdoton selvittää, miten paljon ja millaista dataa heistä kerätään ja mihin sitä käytetään. (Cadogan 2011; Yerby & Vaughn 2022.) Yhtiöt voivat esimerkiksi peitellä datan keräämistäpoja ja käyttötarkoituksia perustelemalla niitä yksinomaan keinoina käyttäjien aseman vahvistumisella ja yhteiskunnallisella hyödyllisyydellä, samalla tietoisesti jättäen mainitsematta niiden ongelmallisemmat seuraukset (West 2019, 24). Teknologia-yhtiöt suunnittelevat käyttäjäsopimukset laajoiksi ja yleisiksi, maksimoiden keräämiensä ja käyttämiensä henkilötietojen määrän ja minimoiden samalla käyttäjien mahdollisuuden neuvotella tai ymmärtää suostumuksensa täydet vaikutukset. Tämä johtaa tilanteeseen, jossa yksilöiden on hyväksyttävä kaikki ehdot palvelun käyttämiseksi, mikä rajoittaa tehokkaasti heidän mahdollisuuksiaan valvoa henkilötietojaan. (Lehtiniemi & Kortensniemi 2017, 7.)

Varsinkin markkinavoiman keskittyessä muutamille isoimmille yrityksille niiden on mahdollista sopia säännöistä keskenään, jolloin kuluttajien oikeudet ja valinnan mahdollisuudet supistuvat. Pitkät ja hankalat käyttäjäsopimukset mahdollistavat yritykselle voittoa ja kuluttajalle epäedulliset ehdot ilman markkinavoimaakin, mutta vaikutus kuitenkin korostuu digitaalisia markkinoita dominoivien yritysten sopimusehdoissa. (Buiten 2021, 280–281.) Keskeinen asema digitaalisessa ekosysteemissä antaa alustoille markkinavoimaa laajemmän valta-aseman, joka on siten osittain kilpailulainsäädännön ulottumattomissa. Tämä laajennettu valta viittaa alustojen kykyyn tunnistaa käyttäjät ja linkittää näistä koottuja tietoja yhteen. Alustat eivät siis ainoastaan hallitse tiettyä markkinaa, vaan ne myös muokkaavat ja kontrolloivat tietoa, ideoita ja näkemyksiä yhteiskunnassa esimerkiksi profiloinnin ja tiedonhallinnan avulla. Tämä nostattaa kysymyksiä käyttäjien autonomiasta, ja toimijuudesta sekä alustojen vaikutusvallasta kuluttajien ja kansalaisten päätöksentekoon. (Lynskey 2018, 176–177; Moore & Tambini 2018, 398.)

Käyttäjien oikeus yksityisyyteen ja oman datansa hallintaan ei pääse toteutumaan, kun käyttöehtoihin suostutaan lukematta tai ymmärtämättä niitä. Toisaalta, koska käyttäjillä ei ole mahdollisuutta neuvotella sopimuksen sisällöstä, ehtojen hyväksymistä ei voida pitää merkinä aidosta suostumuksesta. Käyttäjän vaihtoehdot ovat joko hyväksyä sopimukset sellaisenaan tai olla käyttämättä yrityksen palveluita ollenkaan. Muutaman jätti-yrityksen hallitessa alustoja ja niiden tarjotessa käyttäjille samoja sopimusehtoja, kieltäytyminen näistä ehdoista tarkoittaisi käytännössä kieltäytymistä koko internetin käyttämisestä. Tämän vaihtoehdon mahdottomuus korostaa käyttäjän todellisen valinnanvapauden puuttumista. (Buiten 2021, 277; Richards 2022, 54–55; Salazar & Alberto 2021;

Yerby & Vaughn 2022.) Käyttäjillä ei useimmiten ole myöskään resursseja tai motivaatiota esimerkiksi haastaa alustayrityksiä oikeuteen epäoikeudenmukaisista tai harhaanjohtavista käyttöehdoista, sillä oikeudelliset prosessit ovat sekä aikaa vieviä että kalliita (Salazar & Alberto 2021, 86).

Datan hallinnan menettäminen sekä alustojen digitaaliselle vallalle ja intresseille altistuminen tarkoittavat yksilön yksityisyyden menettämistä. Yksityisyyden määritelmä on moniulotteinen, mutta digitaalisessa kontekstissa se kietoutuu erityisesti yksilön datan keräämiseen. Yksityisyyden toteutumiseksi datankeruun pitäisi tapahtua käyttäjän suostumuksella, hänen pitäisi olla tietoinen millaisia tietoja hänestä kerätään sekä pystyä halutessaan rajoittamaan niitä. Lisäksi kerätyn datan käyttötarkoituksia ja sen vaikutuksia tulisi tuoda enemmän käyttäjien tietoon. Käyttäjätaloudellinen hyödynnettävyys ja merkitys vallan kerryttämisessä tekevät oikeudesta yksityisyyteen vastavoiman datajättien vallalle. Yksityisyyden toteutuminen suojaisi yksilöitä alustojen ja algoritmien valalta ja ohjailulta heikentäen datajättien yhteiskunnallista asemaa ja vaikutusvaltaa. (Richards 2022.) Oikeus omaan dataan turvaisi paitsi yksilön autonomiaa ja päätösvaltaa, se vahvistaisi myös demokratian säilymistä yhteiskunnissa (De Gregorio 2022, 218; Härkönen ym. 2022).

3.2 Tietoturva ja yksityisyydensuoja Euroopassa

Käyttäjäsopimuksissa määritettyjen ehtojen vaikutukset yltävät alustan ja käyttäjän välisen suhteen sekä digitaalisten ympäristöjen ulkopuolelle. Sopimusehtojen ja toimintakäytäntöjensä avulla alustat voivat tavoitella itselleen sellaista valtaa ja vastuuta, joka on perinteisesti kuulunut julkiselle sektorille. Ne institutionalisoivat valta-asemaansa esimerkiksi luomalla omat oikeudelliset prosessinsa, jolloin alustat itse vahtivat, että niiden asettamia sääntöjä noudatetaan, sekä rankaisevat itse määrittelemillään tavoilla, jos niiden mukaan ei toimita. Toiminnallaan ne pyrkivät irrottautumaan julkishallinnon sääntelystä ja yksityistämään ihmisten ja perusoikeussuojan valvontaa itselleen. (De Gregorio 2022, 17–18.)

Alustojen itsesääntely mahdollistaa niiden toimien piilottelun julkiselta tarkastelulta, jolloin ne voivat seurauksetta vetäytyä omista säännöistään silloin, kun niiden noudattaminen olisi alustan edun vastaista. Siksi on välttämätöntä, että julkishallinnolla ja viranomaissääntelyllä pyritään hallinnoimaan digitaalisten alustojen valtaa ja suojaamaan kuluttajia. Niillä pystytään turvaamaan demokratiaa, perustuslaillisia oikeuksia ja

oikeusvaltion periaatteita paremmin kuin yksityisten toimijoiden itse itseensä kohdistamalla sääntelyllä. Alustojen oma, laaja harkintavalta ilman ulkopuolista valvontaa mahdollistaa niiden joustavan omista säännöistään ja periaatteistaan. Viranomaissääntely puolestaan tarjoaisi selkeän oikeudellisen kehyksen alustojen toiminnalle, jolloin se suojaisi sekä kuluttajien oikeuksia että painostaisi alustoja muuttamaan toimintatapojaan. (Green & Le 2022; Suzor & Gillett 2022, 273–274.)

Datajättien, alustojen ja algoritmien pyrkiessä uudistamaan väestönhallinnan dynamiikkoja, tarve niiden vallan rajoittamiselle ja toimien sääntelylle kasvaa. Jotta digitaalisia ympäristöjä ja toimintoja voitaisiin hallita, tarvitaan päivitettyä lainsäädäntöä ja tarkempia sääntöjä, joissa on otettu huomioon alustojen ja digitalisaation ominaisuudet. (Green & Le 2022, 89.) Niin sanotun digitaalisen perustuslain määrittäminen on yksi yhteiskunnan ja julkishallinnon keinoista sopeutua digitalisaation ja datatalouden aiheuttamiin rakennemuutoksiin, mahdollisuuksiin ja haasteisiin. Sen tavoitteena on suojella yksilöiden perusoikeuksia, rajoittaa alustayrityksille kertyvää valtaa sekä ratkaista niitä ongelmia, joita digitaalisen vallan kasautuminen tuottaa. Käytännössä katsoen se sääntelee käyttäjien ja datajättien välistä valtdynamiikkaa samalla tavalla kuin perustuslaki määrittää kansalaisten ja hallinnon suhdetta. (De Gregorio 2022.)

Eurooppalaisessa lainsäädännössä yksityisyydensuoja nähdään yksilön ihmisarvon ja ihmisoikeuksien suojelemisen jatkeena, ja sitä turvataan kahden erillisen oikeuden kautta. Ensiksi yksityisyys voidaan käsittää yksityiselämän tiloina ja ihmissuhteina, joissa ihmiset ovat vapaita julkiselta esiintymiseltä ja joita muiden ihmisten tulee kunnioittaa. Toiseksi yksityisyydellä viitataan henkilötietojen suojeluun ja niiden käyttämiseen oikeudenmukaisesti ja asiallisesti. Tätä yksityisyyden määritelmää kutsutaan tietosuojaksi. EU:n yleinen tietosuoja-asetus (GDPR) suojaa kumpaakin näistä yksityisyyden käsitteistä edistäen yksilöiden oikeuksia ja yksityisyyttä. (Richards 2022, 17–18.)

GDPR ja EU:n tietosuojalainsäädäntö ovat eurooppalaisen yhteisön keino digitaalisen perustuslaillisuuden tavoittelemiseksi (De Gregorio 2022). EU:n tietosuojalainsäädännössä painotetaan yksilöiden perusoikeuksien ja demokraattisten arvojen suojelemista myös digitaalisissa ympäristöissä ja yhteiskunnissa. GDPR korostaa edellisten oikeuksien lisäksi rekisterinpitäjän, eli dataa keräävän tahon, vastuuta lainsäädännön noudattamisesta ja tietoturvasta. Vastuu kohdistuu myös EU:n ulkopuolella toimiviin rekisterinpitäjiin ja vaatii myös näitä arvioimaan tietojenkäsittelystä koituvia mahdollisia riskejä yksilön oikeuksille ja vapauksille. GDPR nimeää yksilölle oikeuden vaatia hänestä kerätyn datan poistamista, oikeuden olla joutumatta automatisoitujen päätösten kohteeksi ja

oikeuden datan siirrettävyyteen. Näin pyritään vahvistamaan yksilön asemaa ja oikeudellista suojaa digitaalisessa ympäristössä. (De Gregorio 2022, luku 2; Euroopan unioni 2016.) Vaikka GDPR sääntelee alustojen toimintaan vain Euroopassa, sen vaikutukset ja tavoitteet ovat maailmanlaajuisesti muokanneet käsitystä tietoturvasta ja julkishallinnon mahdollisuuksista sen turvaamiseksi (Green & Le 2022, 89).

Digitaalisten valtarakenteiden purkamiseksi tarvitaan tietosuojalainsäädännön lisäksi muitakin sääntelytoimenpiteitä. Datajättien hallitessa markkinoita ja estäessä uusien toimijoiden pääsyn sinne, tulee myös kilpailulakia kehittää vastaamaan digitalisaation aiheuttamiin muutoksiin. Kilpailulaki ja tietosuojalaki sääntelevät kumpikin kuluttajan asemaa, mutta keskittyen taloudellisesti eri näkökulmiin. Tietosuojalain tasoittaessa datankeruusta johtuvaa yksityisyyden loukkaamista, kilpailulain piiriin kuuluu kuluttajien suojaaminen markkinavoiman aiheuttamilta vahingoilta. Esimerkiksi markkinoiden heikosta kilpailusta aiheutunut yksipuolistuminen palveluntarjonnassa ja epäoikeudenmukaisten käyttäjäsovimusten yleistyminen kuuluvat enemmän kilpailulain kuin tietosuojan säänneltäväksi. (Buiten 2021; Signoret 2020.)

Kilpailu- ja tietosuojalainsäädännön risteävistä vastuualueista ja yhtenevistä tavoitteista johtuen lakien välistä vuoropuhelua tulisi parantaa, ja lakeja tulisi enemmän työstää toisiaan täydentäviksi kuin toisistaan erillään. Digitaalisilla markkinoilla tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että GDPR sääntelee tiedonkeruumenetelmiä ja datan käyttötarkoituksia, kun taas kilpailulaki asettaisi ehtoja markkinaa hallitseville datajäteille. Esimerkiksi GDPR:n sallimien datankeruumenetelmien käyttö voisi olla kilpailulain mukaan kiellettyä hallitsevilta yhtiöiltä, mikä voisi tasata kilpailua ja helpottaa pienempien yritysten pääsyä markkinoille. (Buiten 2021.)

Lainsäädännöllä voi merkittävästi muuttaa valtasuhteita käyttäjien ja teknologiayritysten välillä. Vahvistamalla tietosuojaoikeuksia ja asettamalla tiukempia velvoitteita tietojen käsittelijöille, käyttäjille annetaan enemmän valtaa henkilötietoihinsa. GDPR edellyttää läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta tietojen käsittelijöiltä, pakottaen teknologiayhtiöt tiedottamaan käyttäjiä tietojen keräämisestä, käsittelystä ja käyttötavoista. Lisäksi asetus vahvistaa vaatimusta nimenomaisesta ja informoidusta suostumuksesta ennen käyttäjien tietojen käsittelyä. GDPR pyrkii myös tasoittamaan valtasuhteita tunnustamalla luonnollisen valtasuhteen yksilöiden ja yhtiöiden välillä sekä antamalla käyttäjille oikeuksia hallita tietojaan tehokkaammin. (Lehtiniemi & Korttesniemi 2017.)

Viranomaisten ja julkishallinnon vastuu käyttäjien edunvalvojana on aiheellista, koska yksittäisten käyttäjien mahdollisuudet havaita epäoikeudenmukaisia sopimusehtoja,

neuvotella niistä ja puolustautua niiltä ovat rajalliset. Vaikka näillä instituutioilla on suurempi neuvotteluvolyymi ja enemmän resursseja kuin yksityisillä käyttäjillä, myös niillä on haasteita säädellä datajättien käyttäjäsovimusten oikeudenmukaisuutta. Viranomaisilta puuttuu tarvittavaa teknologista ymmärrystä, niiden toiminta on usein hidasta eivätkä ne välttämättä pysy teknologiakehityksen perässä. (Salazar & Alberto 2021.) Puutteellisesta ymmärryksestä johtuen niiden arviot tulevaisuuden innovaatioista perustuvat usein vain arvauksille, minkä vuoksi esimerkiksi lainsäädännön tehokkuus ei välttämättä ylety uusimpaan teknologiaan (Green & Le 2022, 89).

Myös tietosuojalainsäädännössä ja tietosuojasetuksessa on vielä parantamisen varaa. Vaikka GDPR määrittelee käyttäjien oikeudet, se ei tarjoa keinoja näiden oikeuksien toteutumiselle ja vahtimiselle. (Lynskey 2018, 195–197.) Niiden pohjalta annetut rangaistukset eivät myöskään ole tarpeeksi tehokkaita, jotta datajättien olisi kannattavaa muuttaa toimintatapojaan (Härkönen ym. 2022). Julkishallinnon asema kuluttajien oikeuksien turvaajana on kuitenkin välttämätön, mutta täyttääkseen tarkoituksensa se vaatii lisää tutkimusta, kehitystyötä sekä tehokkaampia valvonta- ja sääntelykeinoja (Salazar & Alberto 2021).

4 TUTKIMUSASETELMA

Tässä luvussa esitellään tämän pro gradu -tutkielman tarkempi tutkimusaihe ja tutkimuskysymykset sekä perustellaan näihin johtaneet valinnat. Lisäksi käydään läpi tutkielman aineisto ja sen analysoimiseen valittu tutkimusmenetelmä.

4.1 Tutkimuskysymykset

Tämä pro gradu -tutkielma pyrkii selventämään datajättien ja niiden käyttäjien välillä vallitsevia digitaalisia valtarakenteita. Tutkielman tavoitteena on vastata seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisena datajättien ja kuluttajien välinen valtasuhde näyttäytyy käyttäjäsopimuksissa?
2. Millaisia valtastrategioita käyttäjäsopimuksissa esiintyy?

Molemmat tutkimuskysymykset käsittelevät samaa aihetta, datajättien ja yksilöiden välistä valtdynamiikkaa, mutta niiden lähtökohdat aiheen tarkasteluun eroavat toisistaan hienoisesti. Koska valtdynamiikat tulevat näkyviksi käyttäjäsopimusten kautta (esim. Rakova 2023 & Tesfay 2018), digitaalisen valtasuhteen hahmottaminen edellyttää juuri sopimusten tarkastelua ja analysointia.

Ensimmäisen kysymyksen tavoitteena on selventää niitä konkreettisia digitaalisen vallan muotoja, joita käyttäjäsopimukset sisältävät. Kysymys peilautuu vahvasti teoriaosuudessa esiintyneisiin valtamuotoihin, esimerkiksi datan omistajuuteen ja uudelleenjakoihin, algoritmeihin, tietosuojaan, yksityisyyteen ja valvontaan. Tarkoituksena on tuottaa yksityiskohtainen kuvaus siitä, miten ja millaisena valtdynamiikka ilmenee käyttäjäsopimuksissa ja sitä kautta myös käyttäjän ja yhtiön kahdenvälisessä vuorovaikutuksessa.

Toinen kysymys pyrkii löytämään ja kuvaamaan käyttäjäsopimuksissa ilmeneviä valtastrategioita. Kysymyksen taustalla on havainto siitä, että vaikka alustojen ja käyttäjien välillä vallitsevista säännöistä ja ehdoista puhutaan sopimuksina, ne ovat todellisuudessa datayhtiöiden yksipuolisesti sanelemissa. Niihin ei sisälly kahdenvälistä neuvottelua, joka takaisi käyttäjälle todellisen mahdollisuuden hyväksyä sopimukset ja niihin sisältyvät ehdot. Tutkimuskysymykseen vastatakseen aineistoa käydään läpi ilman ohjaavaa teoriaa,

ja aineistosta etsitään merkkejä valtastrategioista, jotka kuvastavat valta-aseman hyödyntämistä muutenkin kuin sopimusten sisällön osalta.

Tässä tutkielmassa käytetään kahta termiä, kuluttaja ja käyttäjä, kuvaamaan yksilöitä, jotka käyttävät datajättien palveluita ei-kaupallisesti ja yksityisesti. Käsitteillä ei ole varsinaista merkityseroa, vaan niitä käytetään tutkimuskirjallisuudessa ja aineistossa usein toistensa synonyymeina. Valitun kirjallisuuden mukaan yksilöitä voidaan kuvata myös muilla sanoilla, esimerkiksi rekisteröity tai datakansalainen. Tässä tutkielmassa käytetään termiä kuluttaja kuvaamaan yleisesti kaikkia niitä yksilöitä, jotka ovat osa datataloutta. Käyttäjällä puolestaan viitataan tietyllä alustalla toimivaan ja sen käyttöehdot hyväksyneeseen yksilöön. Käyttäjät ovat siis laajemmasta kuluttajajoukosta rajattu pienempi otos, mutta lukeutuvat kuitenkin väistämättä osaksi kuluttajia. Molempia termejä käytetään, jotta yhteiskunnallisen valtarakenteen ja käyttäjäsovimuksissa esiintyvien valta-asetelmien käsittely toisistaan irrallisina helpottuisi.

Tutkimuksen toinen osapuoli eli datajätit on puolestaan rajattu tässä tutkielmassa kolmeen teknologiamaailman jättiyritykseen: Appleen, Googleen ja Metaan. Nämä yritykset ovat vakiinnuttaneet paikkansa ja asemansa osana ihmisten ja yhteisöjen digitaalista arkea, mikä tekee niistä maailmanlaajuisesti erityisen vaikutusvaltaisia. Kaikki kolme yhtiötä ovat omalla markkinakentällään johtavassa asemassa ja niillä on maailmanlaajuisesti miljardeja käyttäjiä. (Barwise & Watkins 2018.)

Metalla, joka omistaa muun muassa sosiaalisen median alustoista Facebookin ja Instagramin sekä viestintäpalvelu WhatsAppin, on miljardeja käyttäjiä. Facebookia käyttää aktiivisesti yli kolme miljardia ihmistä tehden siitä suurimman sosiaalisen median alustan. Instagramilla ja WhatsAppilla puolestaan on kummallakin noin kaksi miljardia aktiivista käyttäjää. Yhteensä Metan palveluilla on lähes neljä miljardia käyttäjää eli lähes puolet koko maapallon väestöstä. (Statista 2024.) Metan nettoarvo on yli 1,1 biljoonaa euroa tehden siitä maailman kuudenneksi arvokkaimman yhtiön (Stock Analysis 2024).

Alun perin hakukoneena tunnettu Google on nykyisin laajalti levittäytynyt monialustayhtiö, jonka lukuisiin palveluihin kuuluvat muun muassa videopalvelu YouTube, sähköpostipalvelu Gmail, karttasovellus Maps sekä ohjelmisto Android. Globaaleilla älypuhelinmarkkinoilla Androidin käyttöjärjestelmän markkinaosuus on 70 prosenttia, ja sillä on noin 2,3 miljardia käyttäjää maailmanlaajuisesti (Sherif 2024). YouTubella on kuukausittain noin 2,5 miljardia käyttäjää ollen toiseksi suosituin sosiaalisen median alusta (Statista 2024). Internetin hakukoneista Google on ylivoimaisesti käytetyin yli 80 prosentin markkinaosuudellaan, ja joulukuussa 2023 sillä tehtiin joka minuutti 6,3 biljoonaa

hakua (Bianchi 2023). Googlen emoyhtiö Alphabetin nettoarvo on lähes kaksi biljoonaa euroa tehden siitä maailman neljänneksi arvokkaimman yhtiön (Stock Analysis 2024).

Apple on älypuhelinien, tietokoneiden ja muiden älylaitteiden valmistamiseen erikoistunut teknologiayhtiö. Sen tavaramerkiksi on muodostunut innovatiivinen ja käyttäjäystävällinen teknologia. Apple on luonut ympärilleen vahvan ekosysteemin sekä statusarvon, mikä kannustaa käyttäjiä brändiuskollisuuteen ja keskittämään laite- ja palveluhankintansa Applen tuotteisiin. (Barwise & Watkins 2018, 33–34.) Vuonna 2023 Apple oli maailman myydyin älypuhelinmerkki yli 230 miljoonalla myydyllä puhelimella ja noin 20 prosentin markkinaosuudella (IDC 2024), ja sen käyttöjärjestelmä iOS on Androidin suurin kilpailija 29 prosentin markkinaosuudella (Statcounter 2024). Maailmanlaajuisesti Applen laitteita on aktiivisessa käytössä 2,2 miljardia kappaletta (Apple 2024). Yhtiön nettoarvo on yli 2,6 biljoonaa euroa, ja se on maailman toiseksi arvokkain yhtiö (Stock Analysis 2024).

Meta, Google ja Apple hallitsevat yhdessä suurta osaa digitaalisista markkinoista. Neljä suurinta sosiaalisen median alustaa (Facebook, YouTube, Instagram ja WhatsApp) ovat Metan ja Googlen omistuksessa (Statista 2024). Applen ja Googlen ohjelmistot puolestaan kattavat yhteensä yli 99 prosenttia kaikkien älypuhelinien käyttöjärjestelmistä (Statcounter 2024). Kaikkiaan nämä kolme yhtiötä tavoittavat miljardeja ihmisiä ja hallitsevat isoa osaa paitsi markkinoista, myös digitaalisista ympäristöistä. Niille on muodostunut valta-asema, jossa ne hallitsevat suurta osaa läntisen maailman sosiaalisesta ja taloudellisesta toiminnasta. Ne ovat sosiaalisen kehityksen ja muutoksen ydin, ja muokkaavat siitä asemasta käsin yhteiskunnan rakennetta: demokratiaa, instituutioita, liiketoimintaa ja kaupankäyntiä sekä kulttuurisia ja sosiaalisia normeja. (Green & Le 2022, 88.)

4.2 Aineisto ja menetelmät

Tämän pro gradu -tutkielman aineistoksi valittiin Googlen, Metan ja Applen käyttäjäso-
pimuksista kirjoitushetkellä uusimmat saatavilla olevat käyttöehdot ja tietosuojakäytännöt. Jokainen yhtiö on jaotellut käyttäjäso-
pimuksensa pienemmiksi kokonaisuuksiksi, joista tämän tutkielman aiheen kannalta mielekkäimpiä ovat yleiset käyttöehdot sekä käyttäjien yksityisyyteen ja tietojen keräämiseen liittyvät tietosuojakäytännöt. Yhteensä aineistona toimii siis kuusi sopimusta, joiden yhteispituus on 254 sivua.

Applen mediapalveluiden käyttöehdot ja tietosuojakäytäntö ovat yhteispituudeltaan aineiston lyhimpiä 38 sivulla. Käyttöehtosopimus on 29 sivua ja tietosuojakäytäntö 9 sivua

pitkä. Käyttöehdot on päivitetty syyskuussa 2023 ja tietosuojakäytäntö joulukuussa 2022. Googlen käyttäjäsopimusten yhteispituus on 84 sivua, joista käyttöehdot (tai Googlen sopimuksen mukaan palveluehdot) ovat 21 sivua ja tietosuojakäytäntö 63 sivua pitkä. Käyttöehdot ovat astuneet voimaan tammikuussa 2022 ja tietosuojakäytäntö marraskuussa 2023. Metan käyttäjäsopimukset ovat aineiston pisimmät 132 sivulla. Käyttöehtojen pituus on 17 sivua ja tietosuojakäytännön 115 sivua, lähes yhtä pitkä kuin Applen ja Googlen sopimukset yhteensä. Kumpikin sopimus on astunut voimaan tammikuussa 2024.

Taulukko 1. *Aineisto.*

Aineisto	Lyhenne	Pituus	Päiväys
Applen mediapalveluiden käyttöehdot	A1	29 s.	18.9.2023
Applen tietosuojakäytäntö	A2	9 s.	22.12.2022
Googlen palveluehdot	G1	21 s.	5.1.2022
Googlen tietosuojakäytäntö	G2	63 s.	15.11.2023
Metan käyttöehdot	M1	17 s.	12.1.2024
Metan tietosuojakäytäntö	M2	115 s.	12.1.2024

Sopimusten huomattavat pituuserot selittyvät osin sisällöllä, osin kielellisillä valinnoilla. Applen sopimukset ovat virallista sopimustyyliä mukailevaa asiakielistä lakitekstiä, kun taas Googlen ja Metan sopimustekstit ovat yleiskielisempiä. Niissä on mukana kuvitusta, konkreettisia esimerkkejä sopimuksissa kuvatuista ehdoista ja tilanteista sekä selitetty auki valikoitua termistöä. Kummankin tietosuojakäytännön lopussa on esitetty myös taulukkomuodossa sopimuksen sisältöä. Metan tietosuojakäytännössä on lisäksi huomattavan paljon toistoa, mikä sekin luo lisäpituutta sopimukselle.

Analyysimenetelmänä tässä tutkielmassa toimii laadullinen sisällönanalyysi. Sen perustana toimii tutkijan tekemä koodaus tai teemoittelu aineistosta esille nousevien havaintojen pohjalta. Koodaus tehdään käymällä aineistoa monta kertaa systemaattisesti ja huolellisesti läpi etsien siitä samankaltaisia sisällöllisiä elementtejä. (Vuori 2021.) Tässä tutkielmassa koodauksen kehikkona toimivat erilaiset digitaalisen vallan muodot. Tarkoituksena on löytää aineistosta erilaisia vallanjaon kuvauksia käyttäjien ja datajättien välisessä suhteessa.

Laadullinen sisällönanalyysi voi olla joko aineisto- tai teorialähtöistä. Aineistolähtöisessä analyysissä tutkija käy aineistoa läpi ilman ennakko-oletuksia tarkoituksenaan

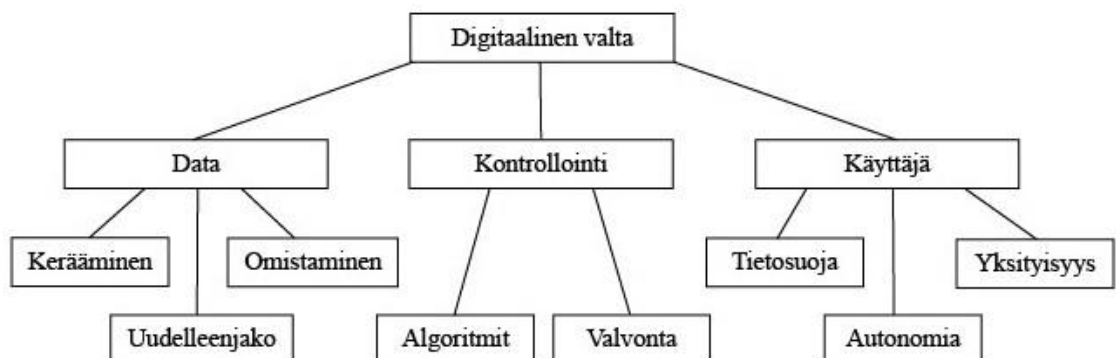
selvittää, miten tutkittava asia aineistossa esiintyy. Teorialähtöisessä analyysissä tutkija peilaa aineistoa ennalta valittuun teoreettiseen viitekehykseen. (Vuori 2021.) Tässä tutkimuksessa hyödynnetään kumpaakin lähestymistapaa. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen pyritään vastaamaan ensisijaisesti luvuissa 2 ja 3 esitetyn teorian ja sen pohjalta rakennetun analyysikehikon pohjalta. Aineistosta pyritään siis löytämään tietoa datan omistajuuteen ja uudelleenjakoihin, algoritmeihin, tietosuojaan, yksityisyyteen ja valvontaan liittyen. Toista tutkimuskysymystä puolestaan lähestytään aineistolähtöisesti koodaamalla aineistoa kiinnittäen huomiota erityisesti siihen, millaisia valtakeinoja sopimuksissa esiintyy sisällöllisen vallan lisäksi. Kumpaankin kysymykseen vastaaminen vaatii perusteellista tutustumista aineistoon ja sen huolellista läpikäyntiä.

5 ANALYYSI

Analyysiluvussa esitetään tarkempi aineiston analyysiprosessi ja sen tuloksena saadut havainnot. Analyysivaiheessa aineistoon sovellettiin kysymyksiä, jotka keskittyivät tutki- maan valtdynamiikkaa datajättiyhtiöiden ja niiden käyttäjien välillä. Tavoitteena on vas- tata tutkimuskysymyksiin perusteellisesti, minkä vuoksi aineistoa käytiin läpi useita ker- toja. Alaluvut jakautuvat tutkimuskysymysten mukaisestin. Ensimmäisessä alaluvussa hahmotetaan teoriaan pohjautuvien digitaalisten valtakeinojen esiintymistä ja sanoitta- mista aineistossa. Toisessa alaluvussa aineistoa käsitellään ilman ohjaavaa teoriaa tarkoi- tuksena löytää muunlaisia vallan ilmentymiä tai strategioita, jotka heijastelevat datajätti- yhtiöiden ja käyttäjien välistä valtasuhdetta.

5.1 Digitaalinen valta käyttäjäsopimuksissa

Teoreettisen kirjallisuuden pohjalta aineistoa käytiin läpi etsien sieltä viitteitä digitaalisen vallan muodoista ja rakenteista. Teoriakirjallisuuden mukaan digitaalinen valta pitää sisällään käyttäjätiedon keräämiseen, omistamiseen ja uudelleenjakamiseen liittyviä tee- moja, käyttäjien yksityisyyteen, valvontaan ja tietosuojaan liittyviä teemoja sekä käyttä- jien autonomian ja algoritmisen vallan teemoja. Nämä valteemat jaettiin kolmeen osaan: dataan, kontrollointiin ja käyttäjään (kuvio 1). Osa näistä teemoista, erityisesti data, oli eritelty aineistossa omien alaotsikoidensa alle, ja ne oli siten suhteellisen helppo paikantaa tekstistä. Joitakin teemoja sopimuksissa käsiteltiin puolestaan vain muutaman lauseen verran tai ei ollenkaan.



Kuvio 1. Teoriakirjallisuuden pohjalta luotu teemoittelu.

Aineistoksi valittuihin sopimukseen on kirjattu erityisesti dataan liittyviä käytäntöjä ja ehtoja. Erityisesti tietosuojakäytännöissä on osiot datan keräämisen tarkoituksille,

keinoille ja laajuudelle sekä jakamisen ja luovuttamisen ehdoille. Datan omistajuuteen liittyvät seikat on puolestaan määritelty lähtökohtaisesti yhtiöiden käyttöehdoissa. Jokainen yhtiö vaatii sopimuksissaan täydet käyttö- ja omistusoikeudet käyttäjiensä dataan, ja se on sopimusten kaikkein keskeisin sisältö. Loput sopimuksista keskittyvät tämän omistajuuden ympärille esimerkiksi tiedottamalla käyttäjiä datankeruun tarkoituksista ja yhtiön valtuuksista, mutta toisaalta myös käyttäjälle laillisesti kuuluvista oikeuksista.

”Sisältösi on edelleen sinun, eli mahdolliset sisältöäsi koskevat immateriaalioikeudet pysyvät sinulla. - - Tarvitsemme sinulta luvan, jos immateriaalioikeutesi rajoittavat mahdollisuuksiamme käyttää sisältöäsi. Myönnät luvan Googlelle tämän käyttöoikeuden kautta.” [G1]

”Paitsi lain kieltämässä laajuudessa, myönnät Applle maailmanlaajuisen, tekijänoikeudettoman, eiyksinoikeudellisen lisenssin käyttää lisäämääsi materiaalia palveluissa ja niihin liittyvässä markkinoinnissa sekä käyttää lisäämääsi materiaalia Applen sisäisiä tarkoituksia varten.” [A1]

”Omistat sisällön, jonka luot ja jaat Facebookissa sekä muissa Meta-yhtiön Tuotteissa, eivätkä nämä Käyttöehdot poista oikeuksia, jotka sinulla on omaan sisältöösi. - - Tarjotaksemme palveluitamme, tarvitsemme sinulta kuitenkin joitakin laillisia lupia tämän sisällön käyttämiseen. Tarkemmin sanoen, kun jaat, julkaiset tai lataat Tuotteissamme tai niiden yhteydessä sisältöä, joka on immateriaalioikeuksien alaista (kuten valokuvat tai videot), myönnät meille eiyksinomaisen, siirrettävän, alilisensoitavan ja maailmanlaajuisen lisenssin ylläpitää, käyttää, levittää, muokata, kopioida, kääntää ja esittää tai näyttää julkisesti sisältöäsi sekä luoda siitä johdannaisteoksia (yksityisyys- ja sovellusasetustesi mukaisesti).” [M1]

Datan omistajuudesta tiedotetaan sopimuksissa suoraan ja käyttäjälle ymmärrettävästi: käyttäjän sisällön ja datan omistaa käyttäjä itse, mutta hän antaa yhtiölle vastaavanlaiset omistajanoikeudet käyttäessään sen palveluja. Tämä herättää kysymyksen siitä, miten käyttäjän omistusoikeus eroaa yhtiön käyttöoikeuksista. Vaikka käyttäjä säilyttääkin omistusoikeuden sisältönsä ja dataansa, yhtiöille annetut laajat käyttöoikeudet kyseenalaistavat tämän omistusoikeuden käytännön merkityksen ja asettavat käyttäjän tulkinanvaraiseen asemaan. Sopimukset antavat ymmärtää, että käyttäjällä on viimeinen sana oman sisältönsä suhteen, mutta käytännössä yhtiöllä on samat oikeudet sisältöön, ja se voi aina vedota näihin oikeuksiin sopimustilanteissa.

Omistajuutta käsitellään sopimuksissa myös epäsuorasti esimerkiksi datan ja sisällön poistamista käsittelevissä kohdissa. Niissä kuvaillaan käyttäjän mahdollisuuksia poistaa omaa sisältöään itse tai pyytää sitä poistettavaksi. Kaikkea sisältöä ei kuitenkaan luvata välttämättä poistaa käyttäjän omasta toiminnasta tai poistopyynnöistä huolimatta. Joissakin kohdissa puolestaan sisältö luvataan lopulta poistaa, mutta yhtiö säilyttää sitä ensin jonkin aikaa. Aikaa ennen poistamista ei ole tarkasti määritelty, ja perusteena

pidennetylle säilytysajalle käytetään sopimuksen kohdasta riippuen joko yhtiön laillista velvoitetta tai niiden itse tarpeelliseksi katsomiaan syitä. Tämä asettaa edelleen kyseenalaiseksi käyttäjän omistusoikeuden merkityksen: vain osa tiedoista on käyttäjän itsensä poistettavissa, ja yhtiö voi sopimukseen nojaten myös kieltäytyä poistamasta dataa omilta palvelimiltaan.

”Sinulla on oikeus pyytää, että poistamme tietosi, jos poistamiselle on pätevä syy ja jos sovellettava lainsäädäntö sen sallii.” [M2]

”Voit poistaa milloin tahansa jotakin dataa - -. Muu data - - poistetaan tai anonymisoidaan automaattisesti tietyn ajanjakson jälkeen. Jotakin dataa - - säilytämme, kunnes poistat Google-tilisi. Jotakin dataa taas säilytämme kauemmin, jos oikeudetut liiketoiminnalliset tai oikeudelliset syyt niin edellyttävät.” [G2]

Yhtiöiden oikeudet datan käyttöön ja säilyttämiseen pitävät olennaisesti sisällään myös sen, että yhtiöllä on oikeus kerätä käyttäjädataa. Oikeus datan keräämiseen kattaa käyttäjien lisäämien tietojen ja materiaalin lisäksi myös toiminnan alustalla, minkä vuoksi sitä käsitellään sopimuksissa omana osionaan. Käyttäjistä kerätään toiminnallista tietoa muun muassa alustalla käytetystä ajasta, vuorovaikutuksesta muiden käyttäjien kanssa ja toiminnasta kolmansien osapuolien kanssa. Tietoja kerätään myös esimerkiksi käytössä olevasta laitteesta, sijainnista ja mobiiliverkosta. Käyttäjistä kerättävä data ei siis rajoitu pelkästään yhtiöiden omille alustoille, sovelluksiin tai sivustoille sijoittuvaan toimintaan.

”Apple saattaa saada sinua koskevia henkilökohtaisia tietoja muilta henkilöiltä, yrityksiltä tai kolmansilta osapuolilta, jotka toimivat antamiesi ohjeiden perusteella, tai kumppaneiltamme, jotka tekevät kanssamme yhteistyötä tuotteiden ja palvelujen tarjoamisessa sekä turvallisuuteen ja petosten torjuntaan liittyvissä asioissa, ja muista laillisista lähteistä.” [A2]

”- - kumppanit keräävät sinua koskevia tietoja, kun vieraillet niiden verkkosivustolla, sovelluksessa tai käytät niiden palveluita. Ne voivat saada tietoja sinusta myös muilta yrityksiltä ja organisaatioilta, joiden kanssa ne tekevät yhteistyötä.” [M2]

Tietojen kerääminen on ilmaistu sopimuksissa sillä tavoin ymmärrettävästi, että käyttäjä tietää yhtiön saavan hänestä tietoja myös sen omien alustojen ulkopuolelta. Kuitenkaan täyttä ymmärrystä siitä, miten paljon ja millaista tietoa sekä mistä kaikkialta tietoa kerätään, ei sopimustekstien pohjalta pääse muodostumaan. Erityisesti käyttäjistä kerättyjä ääni- ja kuvatietoja käsitellään vain pintapuolisesti. Sopimuksista ilmenee, että yhtiöt saavat haltuunsa kuvia ja ääntä tai ne voivat käyttää laitteen kameraa. Niiden yhteydessä ei kerrota tarkennuksia esimerkiksi siitä, onko pääsy laitteen kameraan tai kuvakirjastoon rajoitettu vain tiettyihin toimintoihin, vai onko se jatkuvaa. Äänen kerääminen kuvaillaan

sopimuksissa alkavaksi äänenaktivoitukomennosta, mutta ääntä tallennetaan itse komennon lisäksi jo muutama sekunti ennen aktivointia. Jotta aktivointikomento reagoiminen olisi mahdollista, kytketyn laitteen tarvitsee olla koko ajan valmiudessa komennon varalle, toisin sanoen kuunnella käyttäjää jatkuvasti. Sopimuksissa kamera- ja ääniominaisuuksia ei kuitenkaan avata sen enempää kuin kertomalla, että yhtiö kerää sisältöä myös niiden kautta.

”Keräämme tietoja toiminnastasi tuotteissamme ja keräämme antamiasi tietoja, kuten: Sisältö, jonka annat kameraominaisuutemme kautta tai kameran rullan asetustesi kautta tai äänikäyttöisten toimintojemme kautta.” [M2]

Sen lisäksi, että yhtiöt omistavat ja keräävät käyttäjistään valtavasti erilaista dataa, ne myös nimeävät sopimuksissa itselleen oikeuden jakaa dataa eteenpäin. Lähtökohtaisesti sopimuksissa uudelleenjakamista korostetaan välttämättömänä osana tiettyjen toimintojen käyttämiseksi tai palveluiden kehittämiseksi. Dataa jaetaan erilaisille toimijoille, esimerkiksi alustalla toimiville yhteistyökumppaneille tai tahoille, jotka ostavat tai tarjoavat yhtiölle esimerkiksi markkinointi- tai analyysipalveluita. Toisinaan dataa voidaan jakaa myös tutkimustarkoituksessa tai oikeudellisista syistä kolmansille osapuolille.

Jaetun datan määrä ja luonto vaihtelevat sen mukaan, mikä taho sitä vastaanottaa. Sopimuksissa ei kuitenkaan ole selkeää erittelyä jaettavasta datasta, vaan jakamiseen liittyvissä sopimusehdoissa keskitytään pääasiassa perustelemaan jakamisen tarpeellisuutta. Apple ja Google kuvailevat sopimuksissaan henkilökohtaisten tietojen jakamista, mutta eivät selitä ei-henkilökohtaisten tai anonymisoitujen tietojen jakamiskäytäntöjä. Meta puolestaan kuvailee yleisesti tietojen jakoja, ja erittelee henkilötietojen jakoon liittyviä kieltoja vain joissakin sopimuskohdissa. Tämä antaa viitteitä siitä, että muut kohdat sisältävät oikeuden jakaa myös henkilötietoja. Yksikään yhtiö ei sopimuksissaan tarjoa täysin ymmärrettävää ja kokonaisvaltaista kuvaa datan jakamiskäytännöistä. Henkilökohtaisten ja tunnistettavien tietojen jakamiseen liittyi monissa sopimuskohdissa lausunto siitä, että tietoja jaetaan vain käyttäjän luvalla. Epäselväksi jäi kuitenkin se, miten suostumusta kysytään ja ymmärtävätkö käyttäjät sen merkityksen.

”Emme jaa henkilötietojasi yrityksille, organisaatioille tai Googlen ulkopuolisille henkilöille, paitsi seuraavissa tapauksissa: - - Tietoja käsitellään Googlen ulkopuolisissa palveluissa.” [G2]

”Saatat esimerkiksi pyytää lisätietoja jostakin yrityksestä klikkaamalla sen mainosta Facebook-syötteesi ja lähettämällä lomakkeen, jossa on nimesi ja yhteystietosi. Silloin mainostaja vastaanottaa antamasi tiedot.” [M2]

Dataan liittyvien käytäntöjen lisäksi aineistosta etsittiin käyttäjän oikeuksia kuvaavia lukuja esimerkiksi tietosuojan ja yksityisyyden kautta. Kumpikin aihealue kuului sopimuksissa tietosuojakäytäntöjen piiriin. Käyttäjille annettu tieto oman yksityisyyden ja tietojensa suojaamisesta jää kuitenkin huomattavan vähäiseksi ja pinnalliseksi. Esimerkiksi Applen tietosuojakäytännössä sana yksityisyys esiintyy vain kahdesti, vaikka käyttöehtojen Yksityisyys-luku ohjaa käyttäjän nimenomaan tietosuojakäytäntöön. Googlen ja Metan tietosuojakäytännöissä yksityisyys mainitaan useammin (12 kertaa kummassakin), mutta osa maininnoista tulee saman lauseen sijoittamisesta useampaan kohtaan sopimuksessa.

Tietosuojakäytäntöjen keskeinen sisältö ja viesti käyttäjille on, että yhtiö huolehtii yksityisyydestä näiden puolesta ja pitää näiden henkilötiedot turvassa kolmansilta osapuolilta. Yksityisyyttä käsiteltiin sopimuksissa yksinomaan siitä lähtökohdasta, jossa yhtiö toimii käyttäjien suojelijana ja edunvalvojana muita tahoja vastaan. Käyttäjien mahdollisuus suojata tietojaan yhtiöltä itseltään ilmaistaan epämääräisemmin, pääasiassa vain kertomalla, että käyttäjillä on olemassa mahdollisuus suojella yksityisyyttään. Esimerkiksi yksityisyysasetusten tarkistamiseen saatetaan kannustaa, mutta asiaa ei konkretisoida sen tarkemmin. Jos yksityisyysasetuksiin tarjottiin tarkempia ohjeistuksia, ne liittyivät useimmiten yksityisyyden suojaamiseen kolmansilta osapuolilta, ei yhtiöltä itseltään.

”Käytämme hallinnollisia, teknisiä ja fyysisiä turvatoimia henkilökohtaisten tietojesi suojaamiseen. Otamme huomioon henkilökohtaisten tietojen ja käsittelyn luonteen sekä olemassa olevat uhat. Kehitämme näitä turvatoimia jatkuvasti pitääksemme henkilökohtaiset tietosi turvassa.” [A2]

”Tapa, jolla käytät Googlen palveluita, ja yksityisyysasetuksesi määrittävät, mitä dataa käsitellään, mihin tarkoituksiin dataa käsitellään ja oikeudelliset perusteet datan käsittelylle.” [G2]

”Voit vastustaa sitä, että käsittelemme tietojasi, kun käsittelymme perustuu oikeutettuihin etuihin tai suoritamme yleisen edun mukaista tehtävää. Otamme huomioon useita tekijöitä, kun arvioimme vastustamista, mukaan lukien - - muut saatavilla olevat keinot, joilla voidaan saavuttaa sama tarkoitus, jotka voivat olla vähemmän yksityisyyteen tunkeutuvia, ja joiden toteutus ei vaadi kohtuutonta vaivaa.” [M2]

Käyttäjiin kohdistuvaa valvontaa tai algoritmista vallankäyttöä sekä niiden kääntöpuolena käyttäjien autonomiaa ei käsitellä aineistossa suoraan juuri lainkaan. Algoritmit mainitaan sopimuksissa korkeintaan kaksi kertaa, joissakin sopimuksissa vain kerran tai ei ollenkaan. Meta ja Google käsittelevät algoritmeja vain teknologisenä apuvälineenä sisällön suodattamiseksi ja ohjelmien parantamiseksi. Applen tietosuojakäytännön

maininta algoritmeista on ainoa, joka tunnustaa algoritmien mahdollisen roolin käyttäjiin vaikuttavana tekijänä.

”Apple ei tee algoritmien tai profiloinnin avulla mitään päätöstä, mikä vaikuttaisi sinuun merkittävästi, ilman mahdollisuutta ihmisen tekemään tarkistukseen.” [A2]

Valvonnan ja autonomian käsittely tapahtuu käytännössä pelkästään rivien välissä. Esimerkiksi yhtiöiden välttely kuva- ja äänitiedostojen hankkimisen sekä kameraoikeuksien kuvailusta eivät anna tarkkaa tietoa siitä millä keinoilla käyttäjien toimintaa voidaan laajimmillaan seurata näiden tietämättä. Näiden keinojen ja oikeuksien mainitseminen vain ohimennen vahvistavat, että sopimuksista jää puuttumaan käyttäjän autonomian ja yksityisyyden kannalta olennaisia tietoja. Selväksi kuitenkin tulee, että esimerkiksi äänikomennon tarvitsee toimiakseen kuunnella ympäristöään jatkuvasti. Sopimuksissa asiaa ei kuitenkaan ilmaista suoraan, jolloin käyttäjät eivät välttämättä tule tietoisiksi jatkuvasta kuuntelusta. Myös yksityisyyteen liittyvien käytäntöjen ja ohjeistuksen vältteleminen ja pois jättäminen sopimuksista kielivät siitä, että käyttäjien autonomiaan ei yhtiön puolesta kannusteta.

5.2 Käyttäjäsopimusten valtastrategiat

Sopimuksissa kuvaillun sisällöllisen digitaalisen vallan lisäksi aineistosta etsittiin kuvauksia myös muunlaisista vallankäytön strategioista. Sopimukset ja niiden ehdot ovat suoraan yhtiöiden sanelemia, jolloin niillä on sopimusten suhteen merkittävä valta-asema suhteessa kuluttajaan. Valtastrategioiden etsiminen aloitettiin käymällä aineistoa huolellisesti läpi, ja sen jälkeen teemoittelemalla siitä syntyneitä havaintoja. Teemat ovat tutkijan löytämistä havainnoista syntyneitä aihekokonaisuuksia. Kaikkiaan teemoittelun pohjalta syntyi yhdeksän erilaista teemaa, jotka yhdistettiin kolmeksi pääteemaksi (taulukko 2). Teemat ovat osittain päällekkäisiä, ja tietyt havainnot sopivat useampaankin kuin vain yhteen kategoriaan.

Ensimmäinen teema, tiedon piilottaminen, esiintyi aineistossa monella eri tavalla. Kaikille havainnoille yhteistä oli se, että ne estivät lukijaa saamasta kaikkea tietoa yhdestä paikasta. Toisinaan toisiaan täydentäviä tietoja löytyi sopimuksen eri kohdista, toisinaan taas tiedot saadaksean sopimus ohjasi lukijan joko toiseen sopimukseen tai esimerkiksi yhtiön nettisivuille. Joissakin tapauksissa sopimuksissa ei ollut lainkaan viitettä siihen, mistä tiedot voi löytää tai ovatko ne edes julkisia. Samoin joissakin tilanteissa sopimus

Taulukko 2. Teemojen muodostuminen.

Tiedon piilottaminen	Tiedon pilkkominen
	Harhaanjohtava tieto
	Epämääräisyys
Vastuun ulkoistaminen	Kuluttajan vastuu
	Yhteiskuntajärjestykseen tai lakiin vetoaminen
	Yhtiön roolin häivyttäminen
Tunteisiin vetoaminen	Käyttäjän kokemukseen ja -turvallisuuteen vetoaminen
	Yhtiön rooli hyväntekijänä
	Yhteiskunnallinen hyöty ja turvallisuus

ohjasi lukijan lukemaan aiheesta lisää nettisivulta, jolla ei kuitenkaan ollut mitään täydentävää tietoa, ja joka edelleen ohjasi lukemaan lisää alkuperäisestä sopimuksesta. Tällöin halutun informaation löytäminen on siis ennen kaikkea lukijan omasta viitseliäisyydestä ja tiedonhakutaidoista riippuvaista.

Kaikki tieto ei kuitenkaan ole saatavilla, vaikka niitä yrittäisikin selvittää. Käyttäjäsopimukset on lähtökohtaisesti kirjoitettu tiedottamaan käyttäjää niistä ehdoista, joihin hänen on suostuttava käyttääkseen yhtiön palveluja. Yhtiön aktiivista roolia ja niitä tarkoituksia, joilla sopimus palvelee yhtiötä, ei siis ole erityisemmin kerrottu. Esimerkiksi datan keräämisen ja käsittelyn syiksi annetut esimerkit eivät anna kokonaiskuvaa siitä, mihin kaikkeen yhtiöt näitä tietoja käyttävät.

”Apple käyttää henkilökohtaisia tietoja palvelujen tarjoamiseen, maksutapahtumien käsittelyyn, viestintään kanssasi, turvallisuuteen ja petosten torjuntaan liittyviin tarkoituksiin sekä lain noudattamiseen.” [A2]

”- - myönnät meille eiyksinomaisen, siirrettävän, alilisensoitavan ja maailmanlaajuisen lisenssin ylläpitää, käyttää, levittää, muokata, kopioida, kääntää ja esittää tai näyttää julkisesti sisältöäsi sekä luoda siitä johdannaisteoksia (yksityisyys- ja sovellusasetustesi mukaisesti). Tätä lisenssiä käytetään vain mahdollistamaan sinulle Tuotteidemme saatavuus.” [M1]

Sopimuksissa käytettäviä termejä ei myöskään välttämättä määritellä, mikä on paikoin harhaanjohtavaa. Esimerkiksi Applen ja Metan tietosuojakäytännöissä mainitaan, ettei yhtiö myy käyttäjistä kerättyä dataa, vaikka koko käytännöt perustuvat yhtiöiden oikeuksille käyttää ja jakaa kerättyjä tietoja. Käytännössä sopimuksissa sanotaan, ettei yhtiö myy käyttäjätietoja, mutta voi jakaa niitä joko ostaakseen tai tarjotakseen taloudellisesti

hyödyttäviä ja rahassa mitattavia palveluita. Sopimustermit voivat siis olla ristiriidassa arkikielen ilmaisujen kanssa, mikä voi johtaa harhaan ja estää lukijaa ymmärtämästä kaikkia sopimuksen kohtia. Applen tietosuojakäytäntö tosin käsittelee vain henkilökohtaisiksi määriteltyjä tietoja, jolloin esimerkiksi evästeillä hankittuja ei-henkilökohtaisia tietoja on mahdollista myydä, vaikka sitä ei sopimuksessa sanoitetaakaan.

”Emme myy emmekä tule koskaan myymään mitään tietojasi kenellekään. - - Yritykset käyttävät analytiikkapalveluitamme saadakseen paremman käsityksen siitä, miten ihmiset käyttävät niiden sisältöjä, ominaisuuksia, tuotteita ja palveluita. Käytämme sinusta keräämiämme tietoja tarjotaksemme nämä palvelut.” [M2]

”Yleisesti ottaen annamme sinulle luvan käyttää palveluitamme, jos suostut noudattamaan näitä ehtoja, jotka ovat sidoksissa Googlen liiketoimintoihin ja tapoihin ansaita tuloja. [G1]

Sopimuksissa ehtoja määritellään muulloinkin niin sanotusti negaation kautta. Tällöin tietoa tarjotaan lähtökohtaisesti niistä toimintamalleista- ja tavoista, joita ei käytetä. Samanaikaisesti ei kuitenkaan tarjota yhtä tarkkaa tai välttämättä mitään tietoa niistä toiminnoista, joita käytetään. Esimerkiksi tietojen myyminen on sopimuksissa kielletty hyvin selkeästi, vaikka tietojen jakamisen oikeuksia käsitellään sopimuksissa hyvin laajasti. Myös esimerkiksi Googlen tietosuojakäytännön personoitua mainontaa käsittelevässä osiossa kerrotaan ainoastaan, millaisten tietojen pohjalta personoitua mainontaa ei tehdä. Kohdassa sanotaan muun muassa ”emme jaa mainostajille tietoja, joiden perusteella sinut voidaan tunnistaa, esim. nimeä tai sähköpostiosoitetta, ellet pyydä meitä tekemään niin”. Vasta sopimuksen myöhemmillä sivuilla Tietosuojahallinto-luvussa selviää, että käyttäjän mainosten räätälöintiin voidaan käyttää henkilötietoja, ellei käyttäjä kiellä sitä. Pyytämisen tai suostumuksen merkitykset sopimuskontekstissa eivät siis välttämättä vastaa niitä mielikuvia, joita sanat käyttäjissä herättävät. Luvan pyytämisen tapoja ei myöskään ole erityisemmin eritelty, mutta Metan sopimuksesta selviää, että esimerkiksi mainoksen klikkaaminen voidaan lukea suostumukseksi laajempaan tietojen jakoon.

Sopimuksissa käytetään muutenkin paikoittain hyvin epämääräisiä ilmauksia. Sopimuskohdissa saatetaan esimerkiksi esitellä *joitakin* käyttötarkoituksia kaikkien sijasta, tai sallia tietojen luovuttaminen *tietyille* yhteistyökumppaneille ilman tarkempaa listausta tai määrittelyä. Toisaalta varsinkin yhteistyökumppanit ja muut kolmannet osapuolet vaihtelevat ajasta ja paikasta riippuen, eivätkä niiden sopimukset alustayhtiöiden kanssa ole julkista tietoa. Tällöin niiden listaaminen ei välttämättä ole edes mahdollista tai kannattavaa. Kuitenkaan tämä toimintamalli ei tue käyttäjän vastuuta ja huolehtimista yksityisyydestään, kun kaikki tietoja vastaanottavat tahot eivät ole tiedossa.

”Sallimme myös tiettyjen kumppaneiden kerätä tietoja selaimestasi tai laitteestasi omilla evästeillään tai vastaavilla tekniikoilla mainontaa ja mittauksia varten.” [G2]

”Käytämme tietojasi laitteiden välillä muun muassa siksi, jotta voimme antaa sinulle entistä personoidumman kokemuksen.” [M2]

Toinen teema, vastuun ulkoistaminen, esiintyi aineistossa erityisesti keinoina vältellä yhtiön roolia ja velvollisuuksia. Kun päävastuu haluttiin siirtää pois yhtiöltä itseltään, se sälytettiin useimmiten käyttäjän itsensä vastuulle. Sopimuksissa korostettiin käyttäjän vastuuta itsestään, sopimukseen ja käyttöehtoihin perehtymisestä sekä asetuksistaan. Tämä havainto on hyvin lähellä ensimmäisen teeman havaintoa siitä, että asioiden selvittäminen jätettiin ennen kaikkea yksilön vastuulle. Käyttäjän vastuuttaminen näkyy sopimuksissa tyypillisesti kehotuksina selvittää ja tarkistaa asioita itse, mutta toisaalta myös perustelemalla sopimusehtojen oikeudenmukaisuutta niiden hyväksymisellä. Yhtiöiden mukaan käyttäjä on valinnut palvelun ehtoineen vapaaehtoisesti, ja yhtiö vain yksinkertaisesti täyttää käyttäjän pyynnön. Sopimuksissa ei huomioida yhtiöiden asemaa markkinoilla tai yhteiskunnassa, mikä käytännössä estää vaihtoehtoisten palveluiden käyttämisen tai sopimusehdoista neuvottelemisen.

”Kehotamme sinua käymään sovellusten ja verkkosivustojen asetuksissa, jotta voit tarkistaa ajoittain, millä sovelluksilla ja verkkosivustoilla on yhä pääsy tietoihisi Facebook-sisäänkirjautumisen tai Instagramin kautta.” [M2]

”Käsitlemme dataasi tarjotaksemme sopimuksella pyytämäsi palvelua.” [G2]

”Tilisi on arvokas, ja olet vastuussa sen luottamuksellisuuden ja turvallisuuden ylläpitämisestä. Apple ei ole vastuussa mistään menetyksistä, jotka aiheutuvat tilisi luvattomasta käytöstä.” [A1]

Tietosuojakäytännöistä ilmenee myös, ettei aina edes käyttäjän omien yksityisyysasetusten ja toiminnan tarkastaminen riitä tietojen suojaamiseen. Tietoja käyttäjistä ja myös henkilöistä, jotka eivät itse käytä sen palveluita, kerätään esimerkiksi julkisista lähteistä tai muiden käyttäjien kautta. Myös yritykset ja nettisivut, jotka käyttävät yhtiöiden analyysi- tai markkinointipalveluita, jakavat tietoa kävijöistään yhtiöille analysoitavaksi. Käyttäjällä voi olla mahdollisuus estää tietojen keräämistä sivustojen evästeasetusten kautta, mutta tietojen jakamiseen käyttäjällä ei välttämättä ole mitään vaikutusvaltaa. Esimerkiksi Googlen analyysipalvelua käyttävät asiakkaat määrittelevät sen, saako Google yhdistää kerättyjä tietoja muilta sivustoilta tai sovelluksista kerättyjen tietojen kanssa. Yhtiöillä saattaa siis olla runsaasta tietoja myös sellaisista kuluttajista, jotka eivät ole suoraan käyttäneet niiden alustoja tai palveluja.

Sopimuksissa jätetään pääsääntöisesti tunnistamatta yhtiön asema sopimuksen ja sen ehdot laatineena tahona. Tällöin sopimuksissa käytettiin retoriikkaa, jonka mukaan yhtiöiden on pakko toimia tietyllä tavalla riippumatta sen omasta tahdosta. Joissakin tapauksissa sopimuksen kohtia perusteltiin yhtiöstä riippumattomilla tahoilla, esimerkiksi lainsäädännöllä tai muilla yhteiskunnallisilla vaatimuksilla, mutta toisinaan ehdoista vastuussa olevaa tahoja ei nimetty ollenkaan. Tällöin sopimuksissa vedottiin vain yleiseen pakeroon tai velvollisuuteen jonkin tietyn ehdon asettamisessa, aivan kuin yhtiöllä ei olisi minkäänlaista sananvaltaa omiin sääntöihinsä. Välillä myös ulkopuolisiin tahoihin vetoaminen oli hyvin epämääräistä, ja teksteissä saatetaan vedota esimerkiksi lakeihin, jotka saattavat velvoittaa yhtiötä. Ulkopuolista tahoja ei siis nimetä tarkasti eikä sen olemassaolosta anneta takeita, mutta se kuitenkin esitetään syyksi toimia tietyllä tavalla.

”Jos olemassa laki, jonka mukaan meidän on säilytettävä tietojasi jostakin syystä, meidän on noudatettava sitä. Säilytämme siis tiedot noudattaaksemme kyseistä lakia.” [M2]

Yhtiön vastuiden ja toimintamallien häivyttäminen näkyy aineistossa myös niin sanottuina takaportteina, joita sopimukseen on jätetty. Sopimuksissa yleisesti vältellään tarkkojen toimintatapojen tai aikaraamien antamista, jolloin yhtiölle jää väljemmin tilaa toimia ja vedota sopimuksessa mainittuihin epämääräisyyksiin. Tällaista välttelyä havaittiin erityisesti sopimusosioissa, joissa käsiteltiin käyttäjien oikeuksia ja pääsyä omaan dataansa. Metan tietosuojakäytännössä todettiin suoraan, että käyttäjästä kerättyjen tietojen säilyttämisaika päätetään tapauskohtaisesti ja tietoja voidaan säilyttää myös poistamispyyntöistä huolimatta, mikäli Meta katsoo olevansa velvoitettu toimimaan niin. Vaikka tietojen keräämistä alun perin perustellaan lainsäädännöllisellä velvollisuudella, lopulta valta tietojen säilyttämisestä nimetään kuitenkin yhtiölle itselleen.

”Tietosuojapyyntösi voidaan hylätä - -, jos sen täyttäminen olisi erittäin vaivalloista.” [A2]

”Saatamme myös paljastaa tietoja sinusta, jos koemme sen tarpeelliseksi tai asianmukaiseksi kansallisen turvallisuuden, lainvalvonnan tai muiden yleisesti tärkeiden syiden vuoksi. Saatamme paljastaa henkilökohtaisia tietoja sinusta myös silloin, jos paljastamiselle on olemassa laillinen peruste ja jos koemme paljastamisen olevan kohtuullisessa määrin tärkeää - -.” [A2]

”Sinulla on oikeus vastustaa tai rajoittaa tietojesi käsittelyä joiltain osin.” [M2]

”Mikäli ilmenee, että jokin ehto on mitätön tai pätemätön, tämä ei millään tavalla vaikuta muihin ehtoihin tai niiden voimassaoloon.” [G1]

Myös ensimmäisessä teemassa havaitut epämääräisten tai määrittelemättömien termien käyttö näkyy vahvasti takaporttien jättämisessä. Yllä olevissa esimerkkilainauksissa näkyvät muun muassa ilmaukset *erittäin vaivalloista*, *kohtuullisessa määrin tärkeää* ja *joiltain osin*, joista yksikään ei tällöin anna tarkkaa kuvausta menettelyn perustasta, vaan jättää yhtiölle vapauden tulkita tilanteita haluamallaan tavalla.

Kolmas teema, tunteisiin vetoaminen, ilmenee kahden muun teeman tavoin aineistosta usealla eri tavalla. Keskeistä on kuitenkin vedota käyttäjään perustelemalla sopimusehdoja niiden aiheuttamilla myönteisillä seurauksilla, ja toisaalta myös kyvyllä torjua tiettyjä vahingollisia seurauksia sekä yksilö- että yhteiskuntatasolla. Edut kohdistuvat esimerkiksi suoraan käyttäjään käyttökokemuksen ja -turvallisuuden kehittämällä, yhtiön työntekijöihin ja näiden turvallisuuteen tai laajemmin koko yhteiskuntaan esimerkiksi uusien innovaatioiden muodossa. Vahingollisia seurauksia, joita yhtiöt lupaavat torjua, ovat esimerkiksi laittoman sisällön levittäminen tai tietojen poistuminen vahingossa.

”- - menetysten ja petosten ehkäiseminen, myös henkilöiden, työntekijöiden ja Applen suojeleminen kaikkien käyttäjiemme hyödyksi sekä lähetetyn sisällön tutkiminen tai tarkistaminen etukäteen sen selvittämiseksi, löytyykö siitä mahdollisesti laitonta sisältöä, kuten lapsen seksuaaliseen hyväksikäyttöön liittyvää materiaalia.” [A2]

”Käsitlemme dataasi, kun se on tarpeen sinun tai toisen henkilön elintärkeiden etujen suojaamiseksi.” [G2]

”Annamme tietoja ulkoisille tutkijoille. He suorittavat kyseisten tietojen avulla tutkimuksia, jotka edistävät tiedettä ja innovaatioita. He edistävät kyseisten tietojen avulla myös turvallisuutta ja eheyttä.” [M2]

Tunteisiin vetoavaa retoriikkaa ja sisältöä löytyy erityisesti sopimuskohdista, joissa käsitellään joko yksilöön kohdistuvaa valvontaa tai datan luovuttamista ulkoisille osapuolille. Sopimusteksteissä luodaan kuva, jossa yhtiöt tekevät kerätyn datan ansiosta väsymätöntä työtä käyttäjiensä ja koko yhteiskunnan hyväksi. Käyttäjien ei tarvitse kuin luovuttaa datansa yhtiölle, jotta kaikki tämä laaja hyväntekeväisyys mahdollistuu. Kieläytymällä luovuttamasta tietojaan käyttäjä puolestaan estää yhteiskunnallista kehitystä, teknologisia innovaatioita ja jopa rikollisten kiinnijäämisen. Olisiko käyttäjä muka niin itsekäs, että arvottaa oman datansa näin laajoja hyvinvointivaikutuksia tärkeämmäksi? Ja toisaalta, miksi piilotella jotakin, jos ei muka ole mitään salattavaa?

Erityisesti Google ja Meta vetoavat lukijaan hyvin vahvasti koko sopimusteksteillään. Ne tarjoavat käyttäjää kohtaan ymmärrystä ja tiedostavat huolet, joita käyttäjillä saattaa olla. Sopimustekstit ovat paitsi täynnä konkreettisia esimerkkejä ja yleiskielisiä selityksiä

hankalista termeistä, myös vakuutuksia siitä, että yhtiö on ennen kaikkea käyttäjiensä liittolainen ja ystävä.

”Kun käytät palveluitamme, luotat että käsittelemme tietojasi asianmukaisesti. Ymmärrämme, että tämä on suuri vastuu ja työskentelemme kovasti suojellaksemme tietojasi ja pitääksemme ne sinun hallinnassasi.” [G2]

”Me Metalla haluamme, että ymmärrät, mitä tietoja keräämme ja miten käytämme ja jaamme niitä. - - Käytännön kussakin osiossa on hyödyllisiä esimerkkejä ja niissä on käytetty yksinkertaista kieltä, jotta käytäntömme olisivat helpommin ymmärrettävät. - - Meille on tärkeää, että osaat hallinnoida yksityisyyttäsi.” [M2]

”Tehtävämme on antaa ihmisille valta rakentaa yhteisöä ja yhdistää maailmaa.” [M1]

Kaikesta näennäisestä käyttäjälähtöisyydestä ja käyttäjien suojelemispuheista huolimatta yksikään sopimusteksti ei tuo ilmi esimerkiksi niitä syitä, miksi yksityisyydestään kannattaisi olla kiinnostunut tai millaista valtaa algoritmeilla on käyttäjiin. Sen sijaan korostetaan yksinomaan yhtiön vastuullisuutta ja positiivista vaikutusta maailmaan, tai sitten käyttäjille koituvia etuja. Esimerkiksi datan keräämisen vaikutuksissa korostetaan säännönmukaisesti niitä seikkoja, jotka antavat yhtiöstä edustavimman vaikutelman sekä kuulostavat käyttäjän kannalta parhaimmilta.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, millaisena datajättyyhtiöiden ja kuluttajien välinen valtasuhde kuvastuu yhtiöiden käyttäjäsopimuksissa. Sopimuksista on selkeästi havaittavissa yhtiöiden asema digitaalisen yhteiskunnan keskeisinä instituutioina ja niiden saavuttama merkittävä valta-asema. Käyttäjäsopimusten analysointi tuotti vastauksia paitsi tutkimuskysymyksiin, se loi myös laajemman kuvan datajättien suhteesta kuluttajiin ja yhteiskuntaan.

Käyttäjäsopimuksissa heijastuu pitkälti teoriakirjallisuudessa esiin nousseita digitaalisen vallan ilmenemisen ja kerryttämisen muotoja ja taktiikoita. Eri valtamuotojen esiintuomisen ja ilmaisemisen tavoissa ja määrissä havaittiin kuitenkin merkittäviä eroja. Datataloudessa korostuu erityisesti datan omistajuuden ja keräämisen merkitys vallan ja taloudellisen hyödyn kerryttämisessä sekä valta-aseman vakiinnuttamisessa. Tämä näkyy erityisen hyvin myös käyttäjäsopimuksissa. Data on selkeästi näkyvin sopimuksissa esiintyvistä digitaalisen vallan muodoista, ja sopimusten sisältö keskittyykin ensisijaisesti kuvailemaan yhtiön asemaa ja oikeuksia käyttäjätalouteen. Dataan liittyvien ja oikeuksien painotus sopimuksissa selittyy datan pääomaisuudella ja sillä, että käyttäjätalouteen liittyvien laillisten oikeuksien hankkiminen on yhtiöiden liiketoiminnan kannalta keskeisimpiä tekijöitä (Roos 2017).

Sopimuksissa oli muulloinkin havaittavissa yhtiöiden asema sopimusehtojen yksipuolisena asettajana ja sanelijana. Siinä missä käyttäjien velvollisuudet käytiin huolellisesti läpi, heidän oikeutensa ja yhtiön vastuut eivät nousseet sopimuksissa yhtä keskeiseen osaan. Yhtiöitä koskevia vaateita ja ehtoja oli myös pehmennetty esimerkiksi jättämällä niihin veto-oikeuksia tai tulkinnanvapautta (esim. Green & Le 2022; Suzor & Gillett 2022). Vaikka sopimuksissa ei suoraan sanoitettu yhtiöiden ja käyttäjien välistä valtaasetelmaa, sen läsnäolo oli jatkuvasti havaittavissa eri muodoissaan, kuten analyysiluvussa 5.2 esitettiin.

Yhtiöiden valta-asema heijastuu paitsi sopimusten sisällössä myös siinä, miten ja millaisiksi sopimukset on kirjoitettu, miten ne ovat saatavilla kuluttajille ja miten paljon niiden lukemiseen kannustetaan. Sopimuksista on tehty pitkiä ja vaikeaselkoisia, mikä vaikeuttaa niiden ymmärtämistä ja sisäistämistä. Pituudella ja monimutkaisuudella paitsi piilotetaan sopimuksen tosiasiallisia ehtoja ja johdetaan kuluttajia harhaan, ne myös ohjailtavat käyttäjiä hyväksymään ehdot sokeasti (esim. Yerby & Vaughn 2022). Toisaalta, vaikka ehdot ymmärrettäisiin, sopimukset eivät tarjoa niihin mitään neuvotteluvaraa.

Yhtiöillä on myös jatkuva oikeus muokata sopimuksia ilman erillisiä ilmoituksia käyttäjälle, mikä osaltaan heikentää käyttäjien mahdollisuutta pysyä tietoisina omista oikeuksistaan.

Yhtiöiden päätös esittää käyttäjäsopimukset monimutkaisena lakikielenä on strateginen, sillä se kutistaa kuluttajan roolin pelkäksi asiakkaaksi ja tekee ehtojen ymmärtämisestä haastavaa (ks. Mälkiä 1998). Käyttäjäsopimukset voisi kuitenkin esittää myös selkeämmin ja käyttäjäystävällisemmin, mikä mahdollistaisi aidomman suostumuksen antamisen. Lehtiniemen ja Korttesniemen (2017) artikkelissa korostetaan, että käyttäjien kannalta informatiivisemmat ja selkeämmät toimintamallit sopimusten solmimiseen ovat mahdollisia, mutta niitä ei toistaiseksi ole saatu laajaan käyttöön. Digitaalisten alustojen käyttäminen on kuluttajan kannalta ”ota tai jätä” -tyyppinen tilanne, jossa kuluttajan on käytännössä mahdoton voittaa (Buiten 2021; Richards 2022; Salazar & Alberto 2021; Yerby & Vaughn 2022.). Tilanteen purkamiseksi olisi tarpeellista edistää kuluttajien neuvotteluasemaa datajättejä vastaan (Lehtiniemi & Korttesniemi 2017) sekä helpottaa kilpailevien ja eettisempiä teknologioita suosivien yritysten pääsyä markkinoille (Härkönen ym. 2022).

Käyttäjäsopimuksissa toistuu datajättien huomattava valta-asema suhteessa kuluttajiin, mutta myös koko yhteiskuntaan. Yhteiskunnallinen ja institutionaalinen valta-asema ilmenee esimerkiksi siinä, miten laajalle yhtiöiden vaikutusvallan, liiketoiminnan ja asiakaskunnan kuvataan sopimuksissa ulottuvan. Pelkkien digitaalisten palveluiden ja alustojen tuottamisen lisäksi tämän tutkimuksen yhtiöistä Meta ja Google hyödyntävät keräämäänsä käyttäjädataa tarjotakseen monipuolisia markkinointi- ja analyysipalveluita niiden alustoilla tai yleisesti internetissä toimiville yrityksille. Myös Applella on kaupallisia suhteita esimerkiksi erilaisiin sovelluksiin ja palveluntuottajiin, jotka toimivat sen hallinnoimilla alustoilla ja digitaalisissa ympäristöissä. Käyttäjätiedon kaupallinen hyödyntäminen mahdollistaa näiden palveluiden tarjoamisen, mikä entisestään keskittää datan kertymisen datajäteille ja siten vahvistaa niiden valta-asemaa. Data kasautuu niille, joilla siihen on jo valmiiksi monipuolisimmat ja laajimmat keinot ja oikeudet päästä käsiksi (esim. Mellentin & Schmidt 2022).

Sopimuksissa korostetaan yhtiöiden vastuuta ja vakavaa suhtautumista käyttäjien datan suojaamiseen sekä yksityisyyden ja tietosuojan kunnioittamiseen. Käyttäjä luovuttaa yhtiölle oikeudet kerätä, omistaa, käyttää ja jakaa kerättyä dataa, ja vastineeksi yhtiö lupaa huolehtia sen turvallisesta käsittelystä. Turvallisuuden tunnetta luodaan esimerkiksi sanoittamalla yhtiön tekevän yhteistyötä luotettavien kumppanien kanssa, kuitenkin

määrittelemättä ehtoja tai ominaisuuksia jonkin ulkoisen tahon luotettavuudelle. Joissakin tapauksissa yhtiöt lupaavat valvoa yhteistyötahojensa luotettavuutta esimerkiksi vaatimalla niitä sitoutumaan omiin tietojenkäsittely- ja tietosuojakäytäntöihinsä. Tämä ei kuitenkaan välttämättä tarkoita käyttäjälle mitään, kun kyseisten käytäntöjen periaatteet eivät tule sopimuksista selville. Toisaalla ilmoitetaan kolmansien osapuolien toimivan omien käytäntöjensä mukaan, ja on käyttäjän vastuulla tutustua näihin ehtoihin.

Suoran informaation sijasta sopimuksissa esitetään lupauksia, joilla todennäköisesti yritetään harhauttaa lukijaa todellisen tiedon puutteesta. Sopimuksissa toistuu muulloinkin tällainen viestintätyyli, jossa sanotaan paljon sanomatta kuitenkaan mitään. Se kuvastaa tehokkaasti datajättien välinpitämättömyyttä käyttäjien oikeuksia kohtaan ja haluttomuutta luovuttaa vähäisintäkään valtaa käyttäjille.

Tutkimuksen analyysiosiossa käytiin läpi digitaalisen vallan löydöksiä, muotoja ja viittauksia, jotka olivat löydettävissä käyttäjäsopimuksissa. Analyysissa havaittiin, että sopimuksissa käsiteltiin monia teoriapohjaisia valtamuotoja, ja lisäksi niissä esiintyi myös muunlaisia vallan käytön strategioita. Tutkimuksen kannalta kiinnostavaa on kuitenkin myös se, mitä sopimuksista jäi puuttumaan. Koska sopimukset eivät pidä sisällään kahdenvälistä neuvotteluvaraa eikä käyttäjille tarjota mahdollisuutta kyseenalaistaa sopimusehtoja, on tärkeää keskittää huomiota myös niihin asioihin, joita yhtiöt eivät halunneet sopimukseen sisällyttää.

Siinä missä yhtiön oikeuksia dataan käsiteltiin näkyvästi ja laaja-alaisesti, sopimukset jättävät käyttäjän oikeudet sekä monet muut digitaalisen vallan muodot vaille huomiota. Sopimuksissa esimerkiksi todetaan, että käyttäjä on datansa omistaja, mutta yhtiöllä on käytännössä katsoen yhtäläiset oikeudet dataan. Näiden eri asetelmien eroa ei kuitenkaan sanoiteta sopimusteksteissä. Omistajuuden ja oikeuksien rajan hämäryys ja epäselvyys on todennäköisesti yhtiöiltä tietoinen valinta, sillä eroavaisuuden korostaminen luo mielikuvan siitä, että käyttäjällä on viimeinen sana dataansa koskevissa kysymyksissä. Näin käyttäjät pysyvät tyytyväisinä, ja yhtiöt näyttäytyvät luotettavampina toimijoina. Siihen nähden, että tietosuojakäytännöt viittaavat nimensä perusteella käyttäjän tietosuojan ja oikeuksien läpikäymiseen, niiden käsittely jää sopimuksissa varsin vähäiseksi.

Vaikka esimerkiksi EU:n yleinen tietosuoja-asetus on luotu turvaamaan käyttäjien tietojen käsittelyä ja oikeuksia, aineistossa mainitaan vain harvoissa tapauksissa EU:n lainsäädännön merkitys tai vaikutus sopimuksen sisältöön. Julkishallinnon yritykset rajoittaa datajättien valtaa eivät toistaiseksi ole juurikaan vaikuttaneet yhtiöiden toimintaan, koska lainsäädännön määrittelemät vastuut on helppo kiertää. Vaikka sopimuksia onkin saatettu

muuttaa, datajättien toiminta on pysynyt ennallaan, koska yhtiöiden on kannattavampaa maksaa sakkoja kuin muuttaa toimintatapojaan (esim. Härkönen ym. 2022). Lainsäädäntöelimien riittämätön ymmärrys yhtiöiden käyttämistä teknologioista ja niihin sisältyvästä vallasta näkyy kyvyttömyytenä muotoilla lakeja vastaamaan niitä tavoitteita, joita niillä halutaan saavuttaa. Käyttäjäsopimuksissa tämä ymmärtämättömyys näkyy esimerkiksi siten, että osa teoriakirjallisuudessa esiintyneistä valtamuodoista, kuten algoritmien valta, valvonta ja kontrollointi, puuttuvat sopimuksista käytännössä kokonaan. Samoin sopimuksissa ei käsitellä yhtiölle luovutetun datan vaikutuksia käyttäjän autonomiaan.

Algoritmien valta rinnastetaan tutkimuskirjallisuudessa datan hallitsemisesta syntyvään valtaan, ja sitä käsitellään yleisesti toisena keskeisenä digitaalisen vallan muotona (ks. luku 2). Sen tunnistetusta merkityksestä datajättien ja yhtiöiden välisen valtdynamiikan välineenä, sitä ei käsitellä käyttäjäsopimuksissa. Sopimuksissa kyllä selitetään mitä algoritmit ovat ja miten ne toimivat sisällön personoimisessa, mutta niiden seurauksia ei tuoda ilmi. Myöskään käyttäjien vaikutusta häneen suunnattuihin algoritmeihin tai yhtiön tietoista roolia niiden luomisessa ei käsitellä. Algoritmit tuodaan esiin yksilotteisenä teknologisenä apuvälineenä, vaikka niiden vaikutuksen tiedetään ylettyvän alustojen ulkopuolelle (esim. Quadflieg ym. 2022).

Algoritmien heijastaessa yhteiskunnan vallitsevia arvorakenteita ja eriarvoisuutta, ne myös luovat kokonaan uusia eriarvoisuuden muotoja (Hasselbalch 2021; Quadflieg ym. 2022). Uudenlaisen eriarvoisuuden synnyttämisessä korostuu datajättien merkitys algoritmien säätelyn taustalla. Teknologisesta luonteestaan huolimatta algoritmien on mahdollista esimerkiksi tuoda esiin tai piilottaa myös haluttuja poliittisia mielipiteitä ja arvoja. Käyttäjille tätä ei kuitenkaan avata. Vaikka tutkimuksessa algoritmien vaikutus esimerkiksi poliittisten mielipiteiden polarisoitumiseen on havaittu (esim. Pfeffer 2022), yhtiöt eivät tuo ehdoissaan ilmi näitä mahdollisia vaikutuksia, saati keinoja suojautua niiltä.

Maaliskuussa 2024 Meta alkoi rajoittaa poliittisen sisällön näkyvyyttä Instagram- ja Threads-palveluissaan. Jatkossa käyttäjän tulee itse valita asetuksistaan, haluaako hän vastaanottaa poliittiseksi määriteltyä ”lakeja, vaaleja ja sosiaalisia aiheita” käsittävää sisältöä. (Rantanen 2024.) Määritelmän epätäsmällisyys ja tulkinnanvaraisuus mahdollistavat sen, että melkein mikä tahansa sisältö voidaan tästedes lukea poliittiseksi. Tällainen päätösvalta voidaan helposti valjastaa omien tarkoitusten tai päämäärien tukemiseksi, mikä tekee päättävästä tahosta äärimmäisen vaikutusvaltaisen. Tällaisen vallankäytön rajoittamisen puuttuminen lainsäädännöstä ja siten myös yhtiöiden toiminnasta merkitsee

olennaisesti käyttäjän autonomian puutteellista huomioimista. Lopulta se estää käyttäjää ymmärtämästä häneen kohdistuvaa manipulaatiota ja kontrollointia sekä lisää yksilön vastuuttamista.

Teoriakirjallisuudessa käyttäjien autonomian ja kontrolloinnin rinnalle nostettiin usein käyttäjiin kohdistuva valvonta. Toisin kuin muita kahta, valvontaa käsiteltiin sopimuksissa laaja-alaisesti, mutta suurimmaksi osaksi rivien välissä. Koska koko datatalousmalli perustuu kuluttajien ja heidän toimintansa tarkkailemiseen, valvonta on käytännössä katsoen kaiken datajättien toiminnan perusta. Se heijastuu myös sopimusten sisällössä ja päämäärässä oikeuttaa mahdollisimman moniulotteiset tavat datan keräämiseen ja käyttäjien toiminnan seuraamiseen. Valvontaa ei kuitenkaan nimitetty sopimuksissa valvonaksi, vaan se oli verhoiltu erilaisiksi yhtiön oikeuksiksi ja usein perusteltu joko alustojen turvallisuudella tai toimintakyvyllä.

Lähes kaikki datan keräämisen prosessit sisältävät olennaisesti mukanaan valvontaan ja profilointiin liittyviä elementtejä (esim. Zuboff 2019). Esimerkiksi valtuudet yksilön tuottamaan sisältöön, mahdollisuus tarkkailla näiden toimintaa myös alustan ulkopuolella sekä pääsyoikeus yksilön laitteeseen mahdollistavat jatkuvan ja myös digitaalisten ympäristöjen ulkopuolelle ulottuvan valvonnan. Sopimusten datakeskeisyys vaikuttaa olevan keino sivuuttaa niiden valvontakeskeisyyttä, vaikka käytännöllisesti niillä on lähes sama merkitys. Valvonta saattaa kuitenkin terminä olla negatiivisempi ja herättää enemmän vastustusta, kun taas data on käyttäjille vieraampi eikä niin yksityisyyteen tunkeutuva.

Tutkimuksen kannalta erityisen mielenkiintoinen havainto oli, että yksikään yritys ei paljastanut kaikkia sopimukseen liittyviä tietoja itse sopimuksissa. Sen sijaan sopimustekstit on hajautettu muihin dokumentteihin tai yrityksen verkkosivuille, joiden viitataan antavan lisätietoja tai selvennystä ja joihin ohjataan hyperlinkkien avulla. Tiedon hajauttaminen luo tilanteen, jossa käyttäjä joutuu seuraamaan lukuisia linkkejä saadakseen kokonaiskuvan sopimuksen ehdoista. Välillä nämä linkit johtavat takaisin alkuperäiseen sopimukseen tai linkkien takaa avautuu aina vain uusia linkkejä, mikä tekee täyden informaation saavuttamisen vaikeaksi tai jopa mahdottomaksi. Hyperlinkkien käyttö harhauttaa käyttäjiä uskottelemalla, että heillä on pääsy kaikkiin tarvittaviin tietoihin, vaikka todellisuudessa heitä vain ohjataan jatkuvasti eteenpäin ilman selkeää päämäärää. Hyperlinkit ja uudelleenohjaus ovat jälleen yksi osoitus datajättien palvelujen avoimuuden ja käyttäjäystävällisyyden puutteesta.

Sopimukset ovat täysin yhtiön valta-asemasta käsin saneltuja ja laadittu sen turvaamiseksi. Vaikka niiden nimellinen tarkoitus on tiedottaa käyttäjää, ne on tehty

ensisijaisesti suojaamaan yhtiön etuja. Kun sopimusten tavoitteeksi nimetään yksinomaisesti käyttäjien tiedottaminen heidän kannaltaan merkittävistä seikoista, yhtiö antaa itselleen luvan jättää mainitsematta ehtojen todelliset tarkoitusperät ja kerryttämät hyödyt. Yhtiön aktiivisen roolin häivyttäminen pois näkyvistä johtaa siihen, että sopimuksista jää puuttumaan yksi käyttäjää ja tämän dataa olennaisesti koskeva ulottuvuus. Puuttumista voidaan selittää vetoamalla yrityssalaisuuksiin ja markkinastrategioihin tai sillä, ettei se olisi käyttäjän kannalta kiinnostavaa tai oleellista. Kiistatonta on kuitenkin, että sopimukset eivät tarjoa kokonaista kuvaa yhtiöiden toiminnasta ja sen vaikutuksista käyttäjiin. Tämän seurauksena käyttäjille ei synny todenmukaista käsitystä digitaalisesta vallasta, datan tuomasta valta-asehasta, omista oikeuksistaan tai digitaalisten alustojen käytön seurauksista ja vaikutuksista.

Sopimusten yksipuolinen ja puolueellinen tapa kuvailla digitaalisen vallan ulottuvuuksia ja seurauksia heijastavat välinpitämättömyyttä käyttäjiä kohtaan. Oli kyseessä minkä tahansa valtamuodon käsittelystä, yhteistä on se, että lopultakaan niiden merkitystä ja kokonaisvaikutusta käyttäjään ei tuoda sopimuksissa esille. Kokonaisvaltaista informaatiota tai todellista valinnanvapautta ei haluta tarjota. Käyttäjäsopimuksia käytetään pikemminkin kontrolloinnin ja ohjailun kuin käyttäjien suojaamisen välineinä.

7 POHDINTA

Nykyisessä datatalouden ympäristössä yksittäisellä käyttäjällä on vain hyvin rajalliset mahdollisuudet vaikuttaa institutionaalisten datajättien toimintaan. Tämä epätasapaino vaatii julkishallinnon väliintuloa, jotta käyttäjien edut ja oikeudet voidaan suojata tehokkaasti. Julkishallinnon tehtävänä on toimia kuluttajien äänenä ja edunvalvojana, joka asettaa rajoituksia ja sääntöjä datajättien toiminnalle ja siten varmistaa kuluttajien oikeuksien toteutumisen. Datataloudessa toimivien yhtiöiden ei voida olettaa oma-aloitteisesti edistävän käyttäjien oikeuksia, koska niiden pääasiallinen tarkoitus on taloudellisten etujen kerryttäminen ja turvaaminen.

Pelkän yhtiöihin kohdistuvan sääntelyn lisäksi on ensiarvoisen tärkeää lisätä kuluttajien ymmärrystä datataloudesta ja yksityisyyden merkityksestä. Tämä tiedon lisääminen auttaa käyttäjiä suojautumaan algoritmeilta ja digitaaliselta vallankäytöltä. Vaikka lainsäädäntöä kehitetään jatkuvasti, sen hiominen vastaamaan sen tavoitteita on pitkä ja hidas prosessi. Siksi on tärkeää varmistaa myös kuluttajien tietoisuutta omista oikeuksistaan ja yhtiöiden vastuista. Tässäkään tapauksessa datajättien ei voida olettaa tarjoavan käyttäjille työkaluja datan keräämisen estämiseen tai tiedottavan avoimesti tavoistaan valvoa, kontrolloida ja ohjailta käyttäjiä. Kuluttajille suunnattu koulutus datatalouden mekanismeista on siis välttämätöntä, jotta he voivat tehdä tietoisia päätöksiä ja suojella omaa yksityisyyttään.

EU:n helmikuussa 2024 voimaan astunut digipalveluasetus (DSA) vaatii yhtiöitä toimittamaan käyttäjille selkokiehdistetyn tiivistelmät käyttöehdoista sekä oikeussuojakeinoista ja muutoksenhakumenettelyistä. Se myös vaatii yhtiöiltä avoimempaa kommunikaatiota ja pyrkii vahvistamaan käyttäjien mahdollisuuksia kyseenalaistaa yhtiöiden valtaa ja päätöksiä. Erityisesti erittäin suurilla verkkoalustoilla tai hakukoneilla, joiksi myös Apple, Google ja Meta lukeutuvat, on velvollisuus noudattaa erillisiä sääntelyartikloja, joiden on tarkoitus lisätä käyttäjien suojaa. (Euroopan unioni 2022.) Digipalveluasetus on askel oikeaan suuntaan, mutta sen soveltaminen on vasta alkuvaiheessa, jolloin sen todellinen vaikutusvalta ei vielä ole selvillä ja jatkotutkimus on tarpeen. On myös tärkeää seurata, miten nämä säädökset toteutetaan käytännössä ja kuinka tehokkaasti ne parantavat käyttäjien asemaa.

Käyttäjäsopimukset eroavat perinteisistä sopimuksista paitsi siinä, että ne ovat täysin yksipuolisesti luotuja, myös yhtiöiden oikeudessa muokata niitä yksipuolisesti ja ilmoittamatta. Valta muokata ja uudistaa ehtoja ilman kunnollista vaadetta siitä, että käyttäjä

todellakin perehtyy ehtoihin, alleviivaa entisestään käyttäjien hankalaa asemaa. Käyttäjät eivät solmi sopimusta vain liittyessään ensimmäistä kertaa alustalle, vaan jatkaessaan käyttöä tulevat hyväksyneeksi päivitettyjä sopimuksia tietämättä sitä välttämättä lainkaan. Toisaalta käyttäjien heikkoa perehtyneisyyttä ja kiinnostuneisuutta sopimuksia kohtaan ei voi vierittää pelkästään yhtiöiden harteille. Vaikka sopimukset ovat hankalakielisiä ja pitkiä, ne ovat kuitenkin julkisesti saatavilla ja helposti löydettävissä kaikkien yhtiöiden sivuilla, jolloin jokaisella halukkaalla on mahdollisuus lukea ne. Halukkaita vain ei juuri ole – tutkimusten mukaan suurin osa ihmisistä joko ohittaa käyttöehdot kokonaan tai käyttää niiden lukemiseen vain joitakin kymmeniä sekunteja (esim. Yerby & Vaughn 2022, 139). Sopimusten sisällön sääntelyn lisäksi olisikin vähintään yhtä tärkeää lisätä käyttäjien tietoisuutta ehtojen lukemisen ja ymmärtämisen tärkeydestä.

Tässä tutkimuksessa digitaalista valtaa ja valtasuhteita lähdettiin hahmottamaan käyttäjänsopimusten kautta juuri siitä syystä, ettei niitä lueta, vaikka niissä ilmenee datajättien ja käyttäjien välisen vallan ja vuorovaikutuksen dynamiikka. Kuten tutkimuksen teoria- ja analyysiluvuissa ilmenee, sopimusten kieli on hyvin monimutkaista ja hankalaa, mikä osaltaan nostattaa tiettyjä kysymyksiä tulosten luotettavuudesta. Analyysi perustuu oikeustieteeseen perehtymättömän henkilön tulkintaan lakitekstistä, minkä vuoksi sopimuskohtien virheettömään ymmärtämiseen tulee suhtautua varauksellisesti. Tämä toisaalta korostaa käyttäjänsopimukseen liittyvän vallan ydintä: onko tavallisen käyttäjän ylipäätään mahdollista tai tarkoituksenmukaista tulkita sopimuksia oikein?

Tutkimuksen reliabiliteetin kannalta on myös keskeistä huomioida, että datatalouden ja digitaalisen vallan mekanismien paljastuessa kritiikki on ensisijaisesti kohdistunut datajättien toimintaan. Aikaisempi tutkimus on suurelta osin keskittynyt tarkastelemaan näiden yritysten tapaa hyödyntää dataa esimerkiksi vallan ja pääoman lähteenä tai poliittisten ja demokraattisten jännitteiden aiheuttajana. Näistä lähtökohdista on tärkeää pohtia tutkijan eettistä asemaa sekä tutkimustulosten luotettavuutta ja puolueettomuutta. On olennaista ymmärtää, että datayhtiöiden toiminta on ollut mahdollista siksi, että siihen ei ole aikaisemmin puututtu riittävästi. Jotta virheet voidaan nyt korjata, myös julkishallinnon hitautta reagoida datatalouteen tulisi tarkastella tutkimuksissa kriittisemmin ja suuremmalla painotuksella (ks. Winner 1980). Tutkimus voi tässä yhteydessä auttaa parantamaan nykyistä sääntelyä sekä tehostaa keskeisten tavoitteiden ja näihin tavoitteisiin johtavien ratkaisujen tunnistamista.

Julkishallinnon tulee aktiivisesti lisätä kuluttajien tietämystä ja ymmärrystä datatalouden prosesseista ja vaikutuksista. Datajättien ei voida odottaa tekevän tätä työtä, sillä

niillä ei ole kaupallisina yhtiöinä velvoitetta edistää yhteistä hyvää, vaikka ne usein yrittävätkin korostaa tällaista toiminnallisuutta käytännöissään ja käyttäjäsovimuksissaan. Ainoa tapa taata käyttäjien suoja on kehittää lainsäädäntöä, joka vaatii datajätettä toimimaan moraalisesti ja läpinäkyvästi. Se mahdollistaisi myös datajätteen saattamisen vastuuseen mahdollisista väärinkäytöksistä ja rikkomuksista. Sääntelyn toimimisen kannalta on kuitenkin välttämätöntä, että käyttäjät tietävät siitä ja osaavat sekä vaatia oikeanlaista kohtelua että raportoida rikkomuksista. Valtadynamiikan muokkaaminen ja kuluttajien aseman parantaminen vaatii olennaisesti käyttäjien tietoisuuden ja taitojen lisäämistä ja kouluttamista. Sääntely ja käyttäjät tarvitsevat toinen toisiaan valta-asetelmien tasoittamiseksi, jolloin käyttäjien kouluttamisen tulisi olla viranomaisten ensisijainen tehtävä sääntelyn astuttua voimaan (ks. Härkönen ym. 2022).

Datavallan läpinäkyvyyden lisääminen on olennaista, jotta käyttäjät voivat aidosti suojautua ja hallita omaa dataansa. Tämä tarkoittaa esimerkiksi selkeiden työkalujen ja tietojen antamista käyttäjille oman datansa hallintaan, mukaan lukien mahdollisuus kieltää tietojensa kerääminen ja käyttö. EU:n komission ja jäsenvaltioiden viranomaisten lisääntyvä toimivalta datajätteen suhteen tulee toivottavasti lisäämään päättävien elinten tietoisuutta ja ymmärrystä datatalouden haasteista ja keinoista puuttua niihin.

Yhteiskunnan on huolehdittava siitä, että yksilöillä on riittävä tietämys ja työkalut suojautua ja hallita omaa dataansa, jotta heidän oikeutensa ja vapautensa eivät vaarannu digitaalisen aikakauden edetessä. Tämä edellyttää paitsi lainsäädännön ja valvonnan tehostamista, myös laajaa yhteiskunnallista keskustelua ja tiedotusta. Näin kaikki osapuolet voivat ymmärtää datatalouden vaikutukset ja merkityksen yksilönvapauden ja -oikeuksien kannalta.

LÄHDELUETTELO

Alasuutari, P. (2010) The nominalist turn in theorizing power. *European Journal of Cultural Studies*, 13(4), 403–417.

Alasuutari, P. (2018) Authority as epistemic capital. *Journal of Political Power*, 11(2), 165–190.

Apple. (22.12.2022) Applen tietosuojakäytäntö. <https://www.apple.com/fi/legal/privacy/fi/> (luettu 8.12.2023).

Apple. (18.9.2023) Applen mediapalveluiden käyttöehdot. <https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/fi/terms.html> (luettu 8.12.2023).

Apple. (1.2.2024) Apple reports first quarter results. <https://www.apple.com/newsroom/2024/02/apple-reports-first-quarter-results/> (luettu 17.2.2024).

Barwise, P. & Watkins, L. The Evolution of Digital Dominance: How and Why We Got to GAFA. Teoksessa Martin Moore & Damian Tambini (toim.) *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*, 21–49. Oxford, UK: Oxford University Press.

Bianchi, T. (18.12.2023) Online search market worldwide – Statistics & Facts. Statista. <https://www.statista.com/topics/1710/search-engine-usage/#topicOverview> (luettu 15.2.2024).

Buiten, M. C. (2021) Exploitative Abuses in Digital Markets: Between Competition Law and Data Protection Law, *Journal of Antitrust Enforcement*, 9(2), 270–288.

Cadogan, R. A. (2011) An Imbalance of Power: The Readability of Internet Privacy Policies. *Journal of Business and Economic Research*, 2(3), 49–62.

Castells, M. (2016) A Sociology of Power: My Intellectual Journey. *Annual Review of Sociology*, 42, 1–19.

Courpasson, D. & Golsorkhi, D. & Sallaz, J. J. (2012) *Rethinking Power in Organizations, Institutions, and Markets*. Research in the Sociology of Organizations, Vol. 34. Bingley, UK: Emerald.

De Gregorio, G. (2022) *Digital Constitutionalism in Europe: Reframing Rights and Powers in the Algorithmic Society*. Cambridge Studies in European Law and Policy. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Di Salvo, P. (2019) From Snowden to Cambridge Analytica: An overview of whistleblowing cases as scandals. Teoksessa Howard Tumber & Silvio Waisbord (toim.) *The Routledge Companion to Media and Scandal*, 254–262. New York, NY: Routledge.

Dill, K. (2022) When Search Engines Discriminate. The Posthuman Mimesis of Gender Bias. Teoksessa Sven Quadflieg, Klaus Neuburg & Simon Nestler (toim.)

(Dis)Obedience in Digital Societies: Perspectives on the Power of Algorithms and Data, 226–249. Bielefeld, Saksa: Transcript Verlag.

Euroopan unioni. (2016) *Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) 2016/679*. Annettu Brysselissä 27.4.2016.

Euroopan unioni. (2022) *Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EU) 2022/2065*. Annettu Brysselissä 19.10.2022.

Ferrer-Conill, R. & Sjøvaag, H. & Olsen, R. K. (2023) Datafied Societies: Digital infrastructures, Data Power, and Regulations. *Media and Communications*, 11(2), 291–295.

Flensburg, S. & Lai, S. S. (2023) Follow the Data! A Strategy for Tracing Infrastructural Power. *Media and Communications*, 11(2), 319–329.

Franklin, M. I. (2013) *Digital Dilemmas: Power, Resistance, and the Internet*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Green, L. & Le, V. T. (2022) Holding the Line: Responsibility, Digital Citizenship and the Platforms. Teoksessa Terry Flew & Fiona R. Martin (toim.) *Digital Platform Regulation: Global Perspectives on Internet Governance*, 85–109. Cham, Sveitsi: Springer International Publishing AG.

Greenwald, G. & MacAskill, E. (7.6.2013) NSA Prism program taps in to user data of Apple, Google and others. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data> (luettu 26.6.2024).

Google. (5.1.2022) Googlen palveluehdot. <https://policies.google.com/terms?hl=fi> (luettu 8.12.2023).

Google. (15.11.2023) Googlen tietosuojakäytäntö. <https://policies.google.com/privacy?hl=fi> (luettu 8.12.2023).

Graham, M. & Dittus, M. (2022) *Geographies of Digital Exclusion: Data Power and Inequality*. Lontoo, UK: Pluto Press.

Hasselbalch, G. (2021) *Data Ethics of Power: A Human Approach in the Big Data and AI Era*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Härkönen, T. & Vänskä, R. & Vahti, J. & Lehtonen, K. & Heinonen, V. (2022) *Digivallan jäljillä – Miten datan avulla voidaan vaikuttaa päättäjiin ja ohjata maailmaa*. Sitran selvityksiä 208. Helsinki: Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. <https://www.sitra.fi/julkaisut/digivallan-jaljilla/> (luettu 1.1.2024).

IDC (15.1.2024) Apple Grabs the Top Spot in the Smartphone Market in 2023 along with Record High Market Share Despite the Overall Market Dropping 3.2%, According to IDC Tracker. IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker. <https://www.idc.com/get-doc.jsp?containerId=prUS51776424> (luettu 17.2.2024).

Kretschmer, T. & Leiponen, A. & Schilling, M. & Vasudeva, G. (2022) Platform Ecosystems as Meta-organizations: Implications for Platform Strategies. *Strategic management journal*, 43(3), 405–424.

Lammi, M. & Pantzar, M. (2019) The data economy: How technological change has altered the role of the citizen-consumer. *Technology in Society*, 59, 1–8.

Lehtiniemi, T. (2020) *Imagining the Data Economy*. Väitöskirja. Turku: Turun yliopisto.

Lehtiniemi, T. & Kortenesniemi, Y. (2017) Can the obstacles to privacy self-management be overcome? Exploring the consent intermediary approach. *Big Data & Society*, 4(2), 1–11.

Lynskey, O. (2018) The Power of Providence: The Role of Platforms in Leveraging the Legibility of Users to Accentuate Inequality. Teoksessa Martin Moore & Damian Tambini (toim.) *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*, 176–201. Oxford, UK: Oxford University Press.

Martens, B. (2021) *An economic perspective on data and platform market power*. JRC Digital Economy Working Paper 2020-09, JRC122896. Seville, Espanja: Euroopan komissio.

Mellentini, J. & Schmidt, F. (2022) Surveillance, Artificial Intelligence and Power. Teoksessa Sven Quadflieg, Klaus Neuburg & Simon Nestler (toim.) *(Dis)Obedience in Digital Societies: Perspectives on the Power of Algorithms and Data*, 48–68. Bielefeld, Saksa: Transcript Verlag.

Meta. (12.1.2024) Käyttöehdot. <https://www.facebook.com/legal/terms> (luettu 8.12.2023).

Meta. (12.1.2024) Tietosuojakäytäntö. <https://mbasic.facebook.com/privacy/policy/printable/> (luettu 8.12.2023).

Moore, M. & Tambini, D. (2018) Conclusion: Dominance, the Citizen Interest and the Consumer Interest. Teoksessa Martin Moore & Damian Tambini (toim.) *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple*, 396–408. Oxford, UK: Oxford University Press.

Mälkiä, M. (1998) Kieli, vuorovaikutus ja valta tietoyhteiskunnassa. *Hallinnon tutkimus*, 3, 173–191.

Nielsen, R. K. & Ganter, S. A. (2022) *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. New York, NY: Oxford University Press.

Nuccio, M. & Guerzoni, M. (2019) Big Data: Hell or Heaven? Digital Platforms and Market Power in the Data-driven Economy, *Competition & Change*, 23(3), 312–328.

Pfeffer, M. (2022) The Power of Algorithms and the Structural Transformation of the Digital Public. Teoksessa Sven Quadflieg, Klaus Neuburg & Simon Nestler (toim.) *(Dis)Obedience in Digital Societies: Perspectives on the Power of Algorithms and Data*, 294–316. Bielefeld, Saksa: Transcript Verlag.

Quadflieg, S. & Neuburg, K. & Nestler, S. (2022) (Dis)obeying Algorithms? Introductory Thoughts on the Power of Algorithms and the Possible Necessity of Resisting It. Teoksessa Sven Quadflieg, Klaus Neuburg & Simon Nestler (toim.) *(Dis)Obedience in Digital Societies: Perspectives on the Power of Algorithms and Data*, 6–23. Bielefeld, Saksa: Transcript Verlag.

Rakova, B. & Shelby, R. & Ma, M. (2023) Terms-we-serve-with: Five dimensions for anticipating and repairing algorithmic harm. *Big Data & Society*, 10(2), 1–14.

Rantanen, M. (26.3.2024) Instagram rajoittaa poliittisen sisällön näkyvyyttä. Helsingin Sanomat. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000010320507.html> (luettu 18.5.2024).

Richards, N. (2022) *Why Privacy Matters*. New York, NY: Oxford University Press.

Roos, D. (17.1.2017) The real reason website and app terms of service are so confusing. HowStuffWorks.com. <https://people.howstuffworks.com/the-real-reason-website-app-terms-service-are-confusing.htm> (luettu 18.5.2024).

Salazar, V. & Alberto, R. (2021) Unconscionability, smart contracts, and blockchain technology: Are consumers really protected against power abuses in the digital economy? *International Journal on Consumer Law and Practice*, 9, 74–94.

Savolainen, L. & Ruckenstein, M. (2022) Dimensions of autonomy in human-algorithm relations. *New Media & Society*, 1–19. [Verkköjulkaisu] <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1177/14614448221100802>.

Sherif, A. (10.1.2024) Android – statistics & facts. Statista. <https://www.statista.com/topics/876/android/#topicOverview> (luettu 15.2.2024).

Signoret, L. (2020) Code of Competitive Conduct: A New Way to Supplement EU Competition Law in Addressing Abuses of Market Power by Digital Giants, *European Competition Journal*, 16(2–3), 221–263.

Statcounter. (2024) Mobile Operating System Market Share Worldwide. <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide> (luettu 15.2.2024).

Statista. (2024) Most popular social networks worldwide as of January 2024, ranked by number of monthly active users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (luettu 15.2.2024).

Stock Analysis. (2024) Biggest Companies by Market Cap. <https://stockanalysis.com/list/biggest-companies/> (luettu 10.5.2024).

Suzor, N. & Gillett, R. (2022) Self-regulation and Discretion. Teoksessa Terry Flew & Fiona R. Martin (toim.) *Digital Platform Regulation: Global Perspectives on Internet Governance*, 259–280. Cham, Sveitsi: Springer International Publishing AG.

Tesfay, W. B. & Hofmann, P. & Nakamura, T. & Kiyomoto, S. & Serna, J. (2018) *I Read but Don't Agree: Privacy Policy Benchmarking using Machine Learning and the EU*

GDPR. WWW'18: Companion Proceedings of the Web Conference 2018. Geneve, Sveitsi: International World Wide Web Conferences Steering Committee.

The Economist. (6.5.2017) The world's most valuable resource is no longer oil, but data. *The Economist*. <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data> (luettu 15.6.2024).

Vuori, J. (2021) Laadullinen sisällönanalyysi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/> (luettu 5.4.2024).

Weber, M. & Tribe, K. (2019) *Economy and Society: A New Translation*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

West, S. M. (2019) Data Capitalism: Redefining the Logics of Surveillance and Privacy. *Business & Society*, 58(1), 20–41.

Winner, L. (1980) Do Artifacts Have Politics? *Daedalus*, 109(1), 121–136.

Yerby, J. & Vaughn, I. (2022) Deliberately confusing language in terms of service and privacy policy agreements. *Issues in Information Systems*, 23(2), 138–149.

Zuboff, S. (2015) Big Other: Surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89.

Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for the Future at the New Frontier of Power*. Lontoo, UK: Profile Books.