

Tämä on rinnakkaistallennettu versio alkuperäisestä julkaisusta.

Tämä on julkaisun final draft -versio. HUOM.! Versio voi poiketa alkuperäisestä julkaisusta sivunumeroinnin, typografian ja kuvituksen osalta.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Jalonen, H. 2019. Ihminen sinä olet data. Tietoasiantuntija. Vsk. 34, nro 1, 9 – 11.

Kaikki julkaisut Turun AMK:n rinnakkaistallennettujen julkaisujen kokoelmassa Theseuksessa ovat tekijänoikeussäännösten alaisia. Kokoelman tai sen osien käyttö on sallittu sähköisessä muodossa tai tulosteena vain henkilökohtaiseen, ei-kaupalliseen tutkimus- ja opetuskäyttöön. Muuhun käyttöön on hankittava tekijänoikeuden haltijan lupa.

This is a self-archived version of the original publication.

The self-archived version is a final draft. NB. The self-archived version may differ from the original in pagination, typographical details and illustrations.

To cite this, use the original publication:

Jalonen, H. 2019. Ihminen sinä olet data. Tietoasiantuntija. Vsk. 34, nro 1, 9 – 11.

All material supplied via TUAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.

TIETOASIAN TUNTIJA

34(1), 9—11

Harri Jalonen

Ihminen sinä olet data

Identiteetillä tarkoitetaan ihmisen käsitystä omasta itsestään. Identiteetti kertoo, mitä ihminen on ja mihin hän uskoo. Identiteetti heijastelee arvojamme, jotka ohjaavat käsityksiämme oikeasta ja väärästä. Identiteetti ohjaa sosiaalista käyttäytymistämme, sillä useimmat meistä tulevat toimeen paremmin niiden kanssa, joiden kanssa jaamme samanlaisen arvopohjan. Identiteettiä ei saada syntymässä vaan sitä muokataan ja se muokkautuu läpi elämän. Sylivauva ei ole sen enempää vegaani kuin isänmaallinenkaan, ja esimerkiksi sulkeutuneesta nuoresta voi kuoriutua vaikka mitä, jos hän altistuu elämänsä nivelvaiheissa sopiville kokemuksille.

Periaatteessa yksinkertaista - paitsi, että ei ole.

Identiteetti voi olla kauppatavaraa

Kaikkialle läpätunkeva digitalisaatio on jättänyt jälkensä myös identiteettiimme. Virkavalta varoittaa identiteettivarkauksista, joiksi kutsutaan tilanteita, joissa esiinnyttään toisen henkilöllisyydellä. Identiteettivarkaus tuskin vaikuttaa ihmisen käsitykseen itsestään, mutta voi silti olla kiusallinen kokemus. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa identiteettivaras voi levittää varkauden kohteen nimissä sisältöjä, jotka laittavat ystävyysuhteet koetukselle ja voivat viedä kohteensa käräjille. Verkkokaupassa tehdyt ostokset sotkevat arkea, mutta ne voivat johtaa myös maksuhäiriömerkintään.

Identiteettivarkaudet ovat lisääntyneet, mutta some muokkaa identiteettejämme myös huomattavasti arkisemmin. Esimerkiksi some-verkostoomme kuuluvien tuttuja ja vähän tuntemattomampienkin ihmisten postaukset arjen iloista ja suruista muodostavat eräänlaisen peilin, johon vertaamme omia kokemuksiamme. Monet kokevat ulkopuoliseksi jäämisen pelkoa (fear of missing out), kun huomaavat, etteivät ole taaskaan saaneet kutsua kaveriporukan puutarhajuhliin. Joidenkin kohdalla toisten kokemat vaikeudet puolestaan pönkittävät itsetuntoa, sillä ne voidaan tulkita todistusaineistoksi omien valintojen onnistumisesta.

Ihminen on harvoin oma itsensä – sosiaalisessa mediassa tuskin koskaan. Yhtäältä näytämme itsestämme puolia, joita haluamme ja toisaalta tekemme paljastavat tahtomattamme meistä asioita, jotka muokkaavat kanssaihmistemme käsityksiä meistä. Ihmisten sosiaalista läsnäoloa tutkinut sosiologi Erving Goffman (1922–1982) olisi saattaisi sanoa, että some on muuttanut tapojamme olla näyttämöllä ja kulisissa. Goffmania hieman yksinkertaistaen elämämme on yhtä teatteria, jossa itse toimimme samanaikaisesti sekä käsikirjoittajina ja ohjaajina että pää- ja sivuosien esittäjinä. Sosiaalinen media tarjoaa puitteet erilaisille performansseille, joissa luomme ja ylläpidämme rooleja, joiden arvelemme palvelevan tarpeitamme ja pyrkimyksiämme. Joskus some houkuttelee tekopyhyyteen, sillä siellä on helppoa kertoa olevansa hyvien ja yleistä arvostusta nauttivien asioiden puolesta ilman, että joutuu kantamaan vastuuta.

Käsikirjoitetut ja improvisoidut performanssit ovat identiteetin tietoista rakentamista. Mutta, entä jos identiteettimme rakentuukin meistä riippumatta?

Algoritmit näkevät lävitsemme

Sosiaalinen media, netin hakukoneet ja mobiiliapplikaatiot ovat tehneet arjestamme aiempaa läpinäkyvämpää. Yhä isompi osa päivittäisistä tekemisistämme voidaan muuttaa digitaaliseksi dataksi. Jokainen Facebook-peukutus, YouTube-video, Google-haku ja karttasovelluspaikannus muodostavat dataa, joka kertoo, mistä pidämme ja mistä emme, missä liikumme ja keiden kanssa. Sen lisäksi, että koneoppivat algoritmit osaavat kertoa, mitä olemme tehneet, ne osaavat hämmästyttävän ja pelottavan tarkasti myös ennustaa tulevia tekemisiämme. Algoritmien maailmassa tieto on valtaa ehkä enemmän kuin milloinkaan aiemmin. Esimerkiksi Yuval Harari on maalannut tuoreimmassa kirjassaan *21 oppituntia maailman tilasta* (2018) melko tummin sävyin ihmisen ja teknologian välistä suhdetta. hänen mukaansa vaarana on, että algoritmit mahdollistavat väärissä käsissä ennennäkemättömän tehokkaan ihmisten manipuloinnin.

Vaikka ei jakaisikaan kaikkia Hararin pessimistisimpiä ennusteita, algoritmien vaikutusta ei kannata aliarvioida. Mitä enemmän jätämme digitaalisia jalanjälkiä, sitä enemmän meistä tiedetään. Käyttäytymisdatamme muuttuvat Googlelle, Facebookille, YouTubeille ja muille vastaaville yrityksille kassavirraksi, kun ne analysoivat, yhdistelevät ja myyvät tietoja tuotteita ja palveluja kuluttajille kauppaaville yrityksille.

Voi olla, että oppivat algoritmit tietävät datan pohjalta jopa meitä itseämme paremmin, mitä aiomme esimerkiksi verkkokaupassa tehdä. Algoritmien hyödyntäminen ostokäyttäytymisemme muokkaamisessa on kuitenkin vielä pientä sen rinnalla, mistä algoritmien yhteiskunnallisista vaikutuksista kiinnostuneet tutkijat ovat varoittaneet. Esimerkiksi John Cheney-Lippold on arvioinut kirjassaan *We Are Data – Algorithms and the Making of Our Digital Selves* (2017), että algoritmit eivät ole pelkästään digitaalista käyttäytymistämme tukevia mekanismeja vaan koko elämistämme ja olemistamme ohjaavia hallinnan välineitä, joilla on voima muokata myös identiteettejämme. Hieman kärjistäen, data ei vain kerro, mitä teemme vaan se yhä useammin myös määrittää sitä, mitä me olemme ja mitä me voimme tehdä. Pirullisinta kehityksessä on Cheney-Lippoldin mielestä se, että kyse ei ole orwellilaisesta ”iso veli valvoo”-järjestelmästä vaan kasvottomasta, etäällä ja hienovaraisesti toimivasta sekä kaiken lisäksi enemmän tai vähemmän ihmisten ”hyväksymästä” käyttäytymisen tarkkailemisesta. Jos huonosti käy, saatamme päätyä filosofi Antoinette Rouvroy'n kuvaamaan algoritmipohjaiseen hallintoon (*algorithmic governmentality*), jossa huomaamme olevamme kehollisten yksilöiden sijaan jatkuvan kategorisoinnin kohteena olevia tilastollisia tapauksia. Ei ole yhdentekevää, millaisia leimoja algoritmit meihin lyövät. Passilla voimme jatkossakin osoittaa, ketä olemme, mutta algoritmien louhima digitaalinen jalanjälkemme paljastaa, mitä ajattelemme.

Acknowledgements

This paper was created in conjunction with the Co-creation of Service Innovation in Europe (CoSIE) project. The project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme H2020-SC6-COCREATION-2017 under grant agreement No 770492. www.cosie-project.eu

Publication date: April 4, 2019