



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Facebookin keräämä data ja sen näkyvyys sovelluksen käyttäjille

Markus Laari



Tekijä(t) Markus Laari	
Koulutusohjelma Tietojenkäsittely	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Facebookin keräämä data ja sen näkyvyys sovelluksen käyttäjille	Sivu- ja liitesivumäärä 29 + 1
Facebookin tietojen kerääminen ja sen vaikutus sen käyttäjiin on viime vuosina ollut todella ajankohtainen aihe. Moni yllättyy siitä, kuinka paljon Facebook kerää tietoa käyttäjistä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia sitä, että mitä ja miten Facebook kerää tietoa käyttäjistään. Lisäksi sitä, että miten tämä tietojen kerääminen näkyy käyttäjille. Työssä käydään läpi tiedot, joita käyttäjistä kerätään, tiedonkeruumenetelmiä, muita hyötyjä ja haittoja liittyen tiedonkeruuseen ja miten kerättyä tietoa hyödynnetään. Lisäksi lopussa käsitellään kyselytutkimusta liittyen aiheeseen. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli vahvistaa huomioita, joita kirjallisuuskatsauksessa tuli esille. Tarkoituksena oli, että työn luettuaan jokainen tietäisi mitä tietoja Facebook kerää käyttäjistään ja miten tätä tietoa hyödynnetään. Lisäksi se, että miten tietojen kerääminen vaikuttaa käyttäjien profiileihin ja miten käyttäjät voivat rajoittaa tietojen keräämistä. Opinnäytetyöllä ei ollut ulkoista toimeksiantajaa. Opinnäytetyö alkaa perehtymällä yleisesti Facebookiin. Tässä osiossa käydään läpi Facebookin historiaa, sen yksityisyyden periaatteita ja yleisesti Facebookia palveluna. Sitten päästään itse aiheen pariin. Käsitellään, että mitä tietoja Facebook kerää käyttäjistään ja miten se käyttää kerättyä tietoa hyväkseen. Tämän jälkeen perehdytään muihin hyötyihin ja haittoihin, joita tietojen keräämisestä aiheutuu. Sitten vuorossa on opinnäytetyön empiirinen osa. Tässä osiossa käsitellään opinnäytetyön kohdetta, tavoitetta, ongelmia ja kehittämistehtävää. Käydään läpi menetelmävalinnat, joita olivat kirjallisuuskatsaus ja tämän tueksi tehty kyselytutkimus liittyen aiheeseen. Lisäksi kuvataan työtapoja ja käytettyä aineistoa. Lopuksi käydään läpi tutkimuksen tulokset ja yhteenveto niistä. Opinnäytetyön lopettaa pohdinta liittyen tutkimuksen tuloksiin ja niiden luotettavuuteen. Pohditaan omaa oppimista prosessin aikana sekä kehittämis- ja jatkotutkimusehdotuksia. Opinnäytetyön voidaan todeta onnistuneen, koska asetettuihin tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Aihe osoittautui erittäin laajaksi ja varmasti tutkimuksen aiheisiin olisi voitu perehtyä syvällisemmin vielä. Kokonaisuudessaan työhön saatiin tuotua mielestäni pääasiat, jotka liittyvät tietojen keräämiseen ja sen vaikutukseen käyttäjille. Tämän työn luettuaan jokaisella on laajempi käsitys tietojen keräämisestä ja siitä, kuinka sitä voidaan esimerkiksi rajoittaa omilla toimilla. Jatkotutkimuksena olisi mielenkiintoista laajentaa tutkimusta niin, että ottaisi useampia sosiaalisen median alustoja mukaan tutkimukseen ja vertailisi niiden tietojenkeruumenetelmien yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Lisäksi kyselytutkimuksen otantaa olisi hyvä saada laajemmaksi, jolloin tulosten luotettavuus paranisi.	
Asiasanat Facebook, Tietokäytäntö, Käyttäjäkokemus	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yleistä Facebookista	2
2.1	Facebookin historia	2
2.2	Facebookin yksityisyyden periaatteet	4
2.3	Facebook palveluna	5
2.4	Meta	6
3	Facebookin tiedonkeräys	7
3.1	Käyttäjien tarjoama tieto	7
3.2	Verkostot ja maksutapahtumat	7
3.3	Muiden käyttäjien jakama informaatio	8
3.4	Laitteista kerättävä tieto	8
3.5	Kumppaneilta saatava tieto	9
4	Kerättyjen tietojen käyttö	10
4.1	Yleistä tietojen käytöstä	10
4.2	Sijainti ja Facebook tuotteiden välillä jaetun tiedon hyödyntäminen	10
4.3	Kasvojen tunnistus- ja tutkimustiedon käyttö	11
4.4	Mainostajien ja yhteistyökumppaneiden auttaminen	11
4.5	Evästeiden käyttö	12
5	Tietojen keräyksen muita hyötyjä ja haittoja	15
5.1	Facebookin tietojen keräyksen hyötyjä	15
5.2	Facebookin tietojen keräyksen haittoja	16
6	Empiirinen osa	18
6.1	Opinnäytetyön kohde, tavoitteet, ongelmat ja kehittämistehtävä	18
6.2	Opinnäytetyön menetelmävalinnat	18
6.3	Opinnäytetyön työtapojen ja aineiston kuvaus	18
6.4	Tulokset	19
6.5	Yhteenveto tutkimuksen tuloksista	25
7	Pohdinta	28
	Lähteet	30
	Liitteet	32
	Liite 1. Kyselytutkimus	32

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on Facebookin keräämä data ja datan keräämisen näkyvyys sovelluksen käyttäjille. Opinnäytetyön on tarkoitus tutkia Facebookin datankeräysmenetelmiä, erityisesti mitä dataa sovellus kerää käyttäjistään ja miten dataa kerätään. Tämän lisäksi opinnäytetyö tutkii sitä, että miten datan kerääminen näkyy käyttäjän jokapäiväisessä sovelluksen käytössä. Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Facebookin käyttäjät. Tutkimusmenetelmänäni toimii kirjallisuuskatsaus ja pienimuotoinen kyselytutkimus. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on vahvistaa kirjallisuuskatsauksessa esille tulevia seikkoja liittyen siihen, miten Facebook kerää dataa käyttäjistään ja erityisesti, miten se näkyy käyttäjille. Opinnäytetyön kohderyhmää ei yksilöidä sukupuolen tai kavereiden määrällä.

Facebook on yksi maailman käytetyimmistä sosiaalisen median alustoista. Sillä on nimitäin yli 2,5 miljardia aktiivista kuukausittaista kävijää ja käyttöliittymä on saatavilla yli 100 eri kielellä. Viime aikoina mediassa on ollut esillä paljon se, että miten eri sosiaalisen median alustat keräävät ja tallentavat käyttäjistään dataa. Tuntuu kuin käyttäjien jokaista painallusta sosiaalisen median syövereissä seurattaisi. Tämänkaltaisen huomio vaikuttaa sosiaalisen median sovellusten käyttäjiin ja herättää heissä ihmetystä. Opinnäytetyöni avulla käyttäjät oppivat tietämään minkälaista dataa heistä kerätään ja miten se toteutetaan. Tämän lisäksi myös sen, että miten kerättyä tietoa hyödynnetään ja miten se ilmenee heidän käyttäjäprofileissaan, esimerkiksi etusivulla.

Aiheeseen liittyen on tehty aikaisempia tutkimuksia ja näiden perusteella voidaan tehdä luotettavia päätelmiä siitä, että miten Facebook kerää dataa käyttäjistään. Lisäksi kyselytutkimuksen perusteella saadaan vastauksia siihen, että onko datan kerääminen ja hyödyntäminen käyttäjien mielestä hyvä vai huono asia.

2 Yleistä Facebookista

Facebook on ehdottomasti käytetyin ja vaikutusvaltaisin sosiaalisen median alustoista. Tulevassa kappaleessa käsitellään Facebookin historiaa, sen yksityisyyden periaatteita ja sitä mistä itse palvelussa on kyse.

2.1 Facebookin historia

Facebook perustettiin vuonna 2004 Mark Zuckerbergin, Eduardo Saverinin, Dustin Moskovitzin ja Chris Hughesin toimesta (Hall 2020). Yrityksen toimitusjohtajana ja hallituksen puheenjohtajana näistä toimii Mark Zuckerberg. 23-vuotias mies nimeltä Mark Zuckerberg opiskeli psykologiaa Harvardin yliopistossa. Hän otti psykologian lisäksi paljon tietojenkäsittelytieteen opintoja. Hän oli kehittänyt jo entuudestaan sosiaalisen verkoston sivustoja opiskelijakavereilleen. (Phillips 2007.) Vuonna 2003 Zuckerberg loi sivuston nimeltä Facemash, jossa verrattiin Harvardin opiskelijoiden kasvojen kuvia ja he pystyivät arvostelemaan kuvien houkuttelevuutta. Sivusto suljettiin kuitenkin nopeasti kahden päivän kuluessa sen julkaisusta, koska se loukkasi koulun sääntöjä. Zuckerberg oli hakkeroinut koulun järjestelmän, jotta saisi kuvia sivustolleen. Hän vältti koulusta erottamisen ja tästä lähti idea Facebookiin, sillä Facemash kasvatti korkean suosion sen lyhyen eliniän aikana. (Sraders 2020.)

Facebookin aikajana	
Helmikuu 2004	Facebook, silloinen "thefacebook" perustettiin Zuckerbergin, Moskovitzin, Saverin ja Hughesin toimesta
Maaliskuu 2004	Facebook leviää kolmeen muuhun kouluun, Yaleen, Columbiiaan ja Stanfordin
Kesäkuu 2004	Facebook muuttaa sen päätoimistolle Palo Altoon Californiaan
Syyskuu 2004	Sivusto lanseeraa "seinän", jonka avulla käyttäjät voivat lähettää asioita ja vastaanottaa viestejä omalla sivullaan
Joulukuu 2004	Facebook saavuttaa miljoona käyttäjää
Toukokuu 2005	Facebook laajenee yli 800 yliopisto kampukselle
Syyskuu 2005	Sivusto laajenee myös lukioverkkoihin ja sen nimeksi tulee pelkästään Facebook
Lokakuu 2005	Sivusto lisää valokuvia ja kansainvälistyy
Joulukuu 2005	Yli 6 miljoonaa käyttäjää saavutetaan
Huhtikuu 2006	Facebook siirtyy mobiililaitteisiin
Syyskuu 2006	Kuka tahansa pysty liittymään sivustolle
Joulukuu 2006	Käyttäjämäärä laajenee 12 miljoonaan

Kesäkuu 2007	Mahdollisuus videoihin lisätään
Joulukuu 2007	Käyttäjämäärä laajenee 58 miljoonaan
Heinäkuu 2008	Facebook tulee saataville Iphonelle
Helmikuu 2009	Tykkää painike otetaan käyttöön
Heinäkuu 2010	Yli 500 miljoonaa aktiivista käyttäjää
Elokuu 2020	Suunnittelukeskus avataan Seattlessa
Lokakuu 2010	Ryhmät perustetaan
Huhtikuu 2011	Datakeskus avataan Prinevilleen, Oregon
Heinäkuu 2011	Videopuhelut lisätään
Huhtikuu 2012	Instagramin hankinnasta ilmoitetaan
Toukokuu 2012	Facebook julkaisee listautumisannin, joka keräsi 16 miljardia dollaria ja täten toi yritykselle 102,4 miljardin dollarin markkina-arvon
Lokakuu 2012	Yli miljardin käyttäjän raja saavutetaan
Helmikuu 2013	Atlasin hankinta ilmoitetaan
Kesäkuu 2013	Facebook hankki Instagram-videon
Helmikuu 2014	WhatsApp sovelluksen hankinta ilmoitetaan
Maaliskuu 2014	Oculuksen hankinta ilmoitetaan
Marraskuu 2014	Group-sovellus julkaistetaan
Huhtikuu 2015	Yli 40 miljoonaa pienyritysten sivua Facebookissa
Kesäkuu 2015	Facebookin AI-tutkimus avataan Pariisissa
Helmikuu 2016	Facebookin reaktiot otetaan käyttöön
Heinäkuu 2016	Yli miljardi Messengerin käyttäjää kuukaudessa
Lokakuu 2016	Marketplace lanseerataan
Huhtikuu 2017	Facebook järjestää F8-kehittäjien konferenssin San Josessa
Maaliskuu 2018	Osakkeen omistajat haastoivat Facebookin oikeuteen osakekurssin romahtamisen jälkeen
Huhtikuu 2018	Zuckerberg todistaa kongressin edessä tietojen ja yksityisyyden loukkauksista
Syyskuu 2018	Facebookin varatoimitusjohtaja Sheryl Sandberg todistaa ennen kongressia

Taulukko 1. Facebookin aikajana (Sraders 2020)

2.2 Facebookin yksityisyyden periaatteet

Facebook on tarkoitettu tuomaan ihmisiä lähemmäs toisiaan. Sen tarkoitus on auttaa pitämään yhteyttä perheenjäseniin ja ystäviin. Lisäksi auttaa löytämään paikallisia tapahtumia ja ryhmiä, joihin käyttäjät voivat osallistua. Facebook tunnistaa, että käyttäjät käyttävät sovellusta yhteyden luomiseen, mutta tiedostavat, että sisältöä ei välttämättä haluta jakaa kaikille. Tässä kappaleessa käsitellään Facebookin yksityisyysperiaatteita, jotka ohjaavat yksityisyyttä koskevaa lähestymistapaamme Facebookissa. (Facebook 2020.)

Ensimmäinen periaate on: "Annamme sinulle yksityisyytesi hallinnan". Käyttäjällä pitää olla mahdollisuus tehdä valintoja yksityisyyteensä liittyen. Facebook haluaa, että käyttäjät tietävät mistä voi säätää yksityisyyteen liittyviä asetuksia ja miten niitä muutetaan. Asetuksia kehitetään jatkuvasti saadun palautteen perusteella. Esimerkkinä yleisönvalitsin työkalu, jonka avulla voi päättää, että kenelle jakaa jokaisen julkaisun. (Facebook 2020.)

Toisena periaatteena on: "Autamme ihmisiä ymmärtämään, miten heidän tietojansa käytetään". Facebookin tietokäytännössä on kuvattu käytännöt selkeästi ja tämän lisäksi lisätietoa on tarjolla. Tarjolla on erilaisia koulutuksia ja työkaluja. (Facebook 2020.)

Kolmantena periaatteena on: "Suunnittelemme yksityisyyden tuotteisiimme heti alussa". Facebook-tuotteiden yksityisyyttä suunnitellaan asiantuntijoiden avulla, jotka edustavat eri aloja liittyen tietoturvaan ja yksityisyydensuojaan. Yksityistiimi pyrkii luomaan eri näkökulmia tuotekehityksen jokaisessa eri vaiheessa. (Facebook 2020.)

Neljäntenä periaatteena on: "Työskentelemme erityisesti pitääksemme tietosi turvassa". Tietoturvajärjestelmät tekevät miljoonia tarkistuksia sekunnissa, jotta uhat voidaan havaita automaattisesti ja torjua ne ennen kuin ne päätyvät käyttäjälle saakka. Lisäksi Facebookilla on erilaisia tietoturvatyökaluja, kuten kaksivaiheinen todennus. (Facebook 2020.)

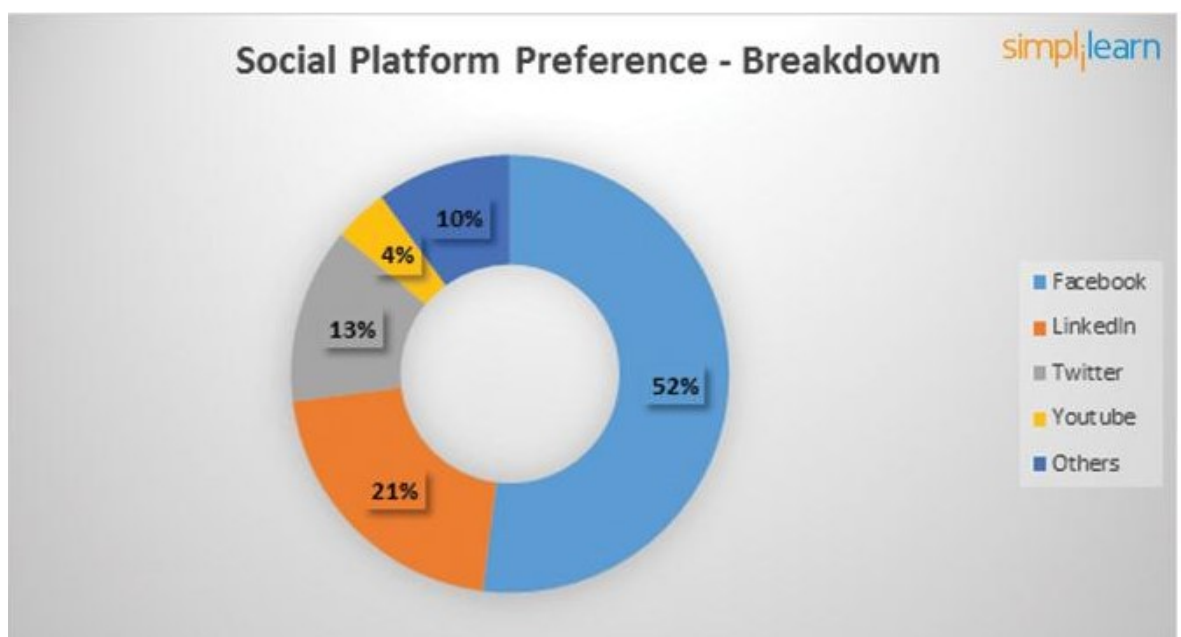
Viides periaate on: "Omistat omat tietosi ja voit poistaa niitä". Käyttäjä omistaa jakamansa tiedot. Käytössä on työkaluja, joilla voi poistaa mitä tahansa julkaisemaansa. Facebook poistaa sen käyttäjän aikajanelta ja palvelimiltaan. (Facebook 2020.)

Kuudentena periaatteena on: "Kehitys on jatkuvaa". Facebook pyrkii jatkuvasti kehittämään uusia asetuksia ja suunnittelemaan niitä, jotta ne ovat mahdollisimman selkeitä käyttäjille. Lisäksi Facebook sijoittaa tutkimuksiin ja työskentelee ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa kehityksen jatkumisen takaamiseksi. (Facebook 2020.)

Seitsemäs periaate on: "Olemme vastuussa". Yksityisyystarkastelujen lisäksi Facebook-tuotteet käyvät läpi tietoturvatestit. Tietoturvakäytännöistä saadaan tietoa tapaamalla viiranomaisia, yksityisyydensuojan asiantuntijoita ja lainsäätäjiä ympäri maailmaa. (Facebook 2020.)

2.3 Facebook palveluna

Facebook on mainosrahoitteinen yhteisöpalvelu, joka toimii Internetissä. Sivusto tarjoaa mahdollisuuden luoda kuvallisen käyttäjäprofiilin ja pitää yhteyttä ihmisiin. Sivustolla on myös mahdollisuus liittyä erilaisiin yhteisöihin ja saada informaatiota esimerkiksi tulevista tapahtumista. (Yli-Savola 2021.)



Kuva 1. Facebook käytetyin sosiaalisen median alusta (Monnappa 2021)

Facebookissa ihmiset esiintyvät pääsääntöisesti omalla nimellään. Sivuston käyttö alkaa lisäämällä itsestään kuvan (ei ole pakollista) ja lisäämällä kavereita. Kaverilista kertyy ajan mittaan niin isoksi kuin sitä haluaa vain itse laajentaa. Kavereille lähetetään ystäväpyyntö ja molempien osapuolien tulee hyväksyä pyyntö, jotta kaveri lisätään ystävälistalle. (Yli-Savola 2021.)

Jokaisella käyttäjällä on oma aikajana, johon voi kertoa omia kokemuksiaan tilapäivitysten muodossa ja lisäksi ystäväsi voivat kirjoittaa aikajanallesi. Etusivulla Facebookissa on uutisvirta, johon päivittyy uusimmat tapahtumat ja päivitykset. Lisäksi käytössä on myös chat, jossa voi keskustella ja jakaa tiedostoja reaaliajassa niin tekstin, äänen tai videon muodossa. (Yli-Savola 2021.)

Facebookissa on loppumaton tallennuskapasiteetti, jonka johdosta kuvia voi jakaa niin paljon kuin haluaa. Niitä voi jaotella eri albumeihin ja kuviin voi merkata henkilöitä, jotka esiintyvät kuvissa. Julkaisujen näkyvyyttä voi rajoittaa miten haluaa. Esimerkiksi voi valita haluaako, että julkaisu näkyy itselleen, läheisille kavereille, kaikille kavereille, kavereiden kavereille tai sitten aivan kaikille käyttäjille. Facebookissa on myös paljon erilaisia sovelluksia ja pelejä, joita voi pelata ystävien tai tuntemattomien kanssa. (Yli-Savola 2021.)

2.4 Meta

Vuoden 2021 lokakuussa järjestetyssä Connect 21-tapahtumassa Facebookin toimitusjohtaja Mark Zuckerberg kertoi, että Facebookin emoyhtiö vaihtaa nimensä Metaksi. Meta yhdistää Facebookin sovellukset ja teknologiat yhden uuden yritysbrändin alle. Sen tavoitteena on herättää metaversumi henkiin ja auttaa ihmisiä verkostoitumaan, löytämään yhteisöjä ja kasvattamaan yrityksiä. Metaversumilla tarkoitetaan virtuaalista ja lisättyä todellisuutta. Siihen Facebook tai toisin sanoen Meta aikoo tulevaisuudessa keskittyä entistä enemmän. Mark kertoi, että metaversumi tuntuu nykypäivän verkossa koettavien sosiaalisten kokemusten hybridiltä, joskus laajennettuna kolmeen ulottuvuuteen tai projisoituna fyysiseen maailmaan. Sen avulla voi jakaa mukaansatempaavia kokemuksia muiden ihmisten kanssa, vaikka ei voisi olla läsnä yhdessä. Lisäksi tehdä yhdessä asioita, joita ei voisi tehdä fyysisessä maailmassa. Se on seuraava kehitys sosiaalisten teknologioiden pitkässä sarjassa ja avaa yritykselle täysin uuden luvun. (Meta 2021.)

Yrityksen rakenne ei kuitenkaan muutu, mutta yrityksen tapa raportoida taloudellisesta tilanteesta tulee muuttumaan. Vuoden 2021 neljännestä neljänneksen tuloksista alkaen yritys raportoi kahdesta toimintasegmentistä, jotka ovat Family of Apps ja Reality Labs. Ilmoitus nimenmuutoksesta ei tule vaikuttamaan tietojen käyttöön tai jakamiseen. (Meta 2021.) Sosiaalisen median palvelun nimi eli Facebook, mikä on sovelluksen ja sivuston nimi, ei tule muuttumaan (Havula 2021).

3 Facebookin tiedonkeräys

Tässä kappaleessa käsitellään Facebookin tietokäytäntöä. Tällä tarkoitetaan, sitä että mitä tietoa käyttäjistä kerätään ja mihin kerättyä tietoa käytetään. Kappaleessa perehdytään tarkemmin tietoihin, joita käyttäjät itse tarjoavat Facebookille. Tietoihin, joita Facebook kerää käyttämistasi laitteista ja tietoihin, joita Facebookin kumppanit voivat tarjota käyttäjistä. Tämän lisäksi käsitellään, että mihin tätä kerättyä tietoa käytetään.

3.1 Käyttäjien tarjoama tieto

Facebook kerää käyttäjistään tietoa, jota käyttäjät itse tarjoavat sivustolle. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi tietoja, joita käyttäjät antavat kirjautuessaan, käyttäjien oma jakamaa sisältöä ja käyttäjien keskenään lähettämiä viestejä. Tieto, jota edellä mainituista toiminnoista kerätään, on metatiedot, joilla tarkoitetaan esimerkiksi sijainti ja tiedostojen luontipäivämääriä. Tiedostoilla tässä yhteydessä tarkoitetaan kuvia, joita käyttäjä on julkaissut sivullaan tai päivityksiä, joita käyttäjä on julkaissut. Tietoa kerätään, koska Facebook yrittää oppia käyttäjänsä toimintatapoja ja näin ollen helpottamaan sivuston käyttöä. Esimerkkinä sovelluksessa kameran käyttö. Kamera saattaa oppimansa perusteella tarjota naamioita ja suodattimia käyttäjälle tai antaa ohjeita, jotta käyttäjä saisi kaiken hyödyn irti eri kuvavaloista. (Facebook 2020.)

3.2 Verkostot ja maksutapahtumat

Facebook kerää tietoa yhteyksistä ja verkostoista, joita käyttäjät käyttävät sivuston kautta. Tietoa kerätään käyttäjätileistä, sivustoista, ihmisistä ja avainsanoista, joiden kanssa käyttäjä on vuorovaikutuksessa käyttäessään Facebookia. Jotta Facebook pystyy auttamaan käyttäjiä löytämään kavereita ja ihmisiä sivustolta niin se kerää tietoa käyttäjien yhteystiedoista, jos käyttäjä on esimerkiksi ladannut yhteystiedot puhelimeensa joltain toiselta laitteelta. Lisäksi tietoa kerätään siitä, että miten käyttäjä toimii muiden käyttäjien kanssa Facebookin tuotteissa, esimerkiksi eri ryhmissä tai sivustoilla. Sitä seurataan kenen kanssa käyttäjät ovat yhteydessä eniten ja missä ryhmissä he toimivat aktiivisesti. Tämä edes auttaa juuri Facebookia siinä, että he voivat tarjota ehdotuksia ihmisistä kenet käyttäjä saattaa tuntea. Ja myös vastaavasti tarjota ryhmiä, jotka liittyvät käyttäjien mielenkiinnon kohteisiin käytön perusteella. Facebook kerää tietoa myös käyttäjien maksutapahtumista. Tietoja, joita kerätään, on pankki- tai luottokortin numero, muut kortin tiedot, todennustiedot, toimitus-, laskutus- ja yhteystiedot. Edellä mainittuja tietoja kerätään, jos käyttäjät käyttävät Facebookin palveluita ostoihin tai muihin maksutapahtumiin. Tällaisia ovat esimerkiksi lahjoitukset tai ostot peleissä. (Facebook 2020.)

3.3 Muiden käyttäjien jakama informaatio

Facebook kerää tietoa myös muiden käyttäjien toimien perusteella. Sivusto analysoi viestintää, tietoa ja sisältöä, jota muut käyttäjät jakavat. Muut käyttäjät voivat antaa tietoa toisistaan, jos he esimerkiksi lähettävät toisille viestin, lataavat toisista käyttäjistä kuvan tai kommentoivat toistensa kuvia. (Facebook 2020.)

3.4 Laitteista kerättävä tieto

Facebook kerää tietoa käyttäjien laitteista, joilla he sivustoa käyttävät. Näitä ovat kaikki laitteet, jotka ovat yhteydessä verkkoon ja, joilla käytetään Facebookia ja sen tuotteita. Esimerkiksi puhelimet, tietokoneet ja televisiot, jotka ovat yhteydessä verkkoon. Facebook yhdistää kerättyä tietoa laitteiden välillä, jotta se voi räätälöidä käyttökokemuksen käyttäjille entistä yksilökohtaisemmaksi. Tästä esimerkkinä, että sivusto kerää tietoja puhelimella tapahtuneesta tuotteiden käytöstä ja kun käyttäjä seuraavan kerran käyttää Facebookia, vaikka televisiolla, sisältö on räätälöity valmiiksi sen perusteella, miten käyttäjä on käyttänyt sivustoa ja sen palveluita puhelimella. Jotta tämä olisi mahdollista Facebook kerää siis käyttäjien laitteista seuraavanlaisia tietoja, laitteen ominaisuudet kuten käyttöjärjestelmä, tallennustila, selaintyyppi, sovelluksien nimet, akun tason ja ohjelmistojen versiot. Facebook kerää tietoja laitteen toiminnasta ja siitä, miten sivustoa käytetään laitteilla, esimerkiksi voidaan seurata hiiren liikkeitä, joka auttaa tunnistamaan käyttäjän ihmiseksi. Facebook kerää tietoa myös tunnistuksista. Näitä ovat laitteiden tunnistukset, yksilöivät tunnistukset ja muut tunnistukset kuten käyttäjien tileihin yhdistetyistä Facebook-yhtiöiden tuotteista saadut tunnistukset. Edellä mainittujen lisäksi Facebook kerää tietoa myös käyttäjien laitteiden käyttämisestä yhteyksistä. Tietoa kerätään käyttäjän lähellä olevista mastoista, Wi-Fi pisteistä ja Bluetooth-signaaleista. Jotta Facebookia voi käyttää, tarvitaan toimiva Internet-yhteys. Tämä tarkoittaa sitä, että Facebook kerää tietoa myös käyttäjien verkosta. Näitä tietoja ovat esimerkiksi internet-palveluntarjoajasi nimi, matkapuhelinoperaattori, aikavyöhyke, puhelinnumero, kieli, IP-osoite ja internet-yhteyden nopeus. Facebook voi kerätä tietoa myös käyttäjän muista laitteista, jotka ovat fyysisesti lähellä käyttäjää tai samassa verkossa käytetyn laitteen kanssa. Lisäksi Facebook käyttää evästeitä. Evästeet ovat tekstinpätkiä, joiden avulla saadaan tallennettua tietoa verkkoselaimiin. Niitä käytetään tunnistamisen vastaanottamiseen ja tallentamiseen laitteissa, kuten puhelimissa ja tietokoneissa. Evästeitä käytetään, koska se tarjoaa Facebookille mahdollisuuden räätälöidä sivuston käyttö käyttäjille yksityiskohtaisesti ja se auttaa sivustoa ymmärtämään käyttäjää tarjoamalla muita Facebook-tuotteita aikaisemman käytön perusteella. (Facebook 2020.)

3.5 Kumppaneilta saatava tieto

Facebook kerää myös käyttäjistä tietoa yhtiön kumppaneilta saatavan datan perusteella. Kumppanit saavat tietoa käyttäjistä, kun he vierailevat kumppanien sivustoilla ja käyttävät heidän palveluitaan. Facebookin kumppanit saavat tietoja käyttäjistä myös kolmansilta osapuolilta, joita ovat kumppaneiden kanssa yhteistyötä tekevät yritykset. Facebook vaatii, että kumppaneilla on laillinen oikeus tietojen hyödyntämiseen ennen kuin he tarjoavat tietoja eteenpäin Facebookille. Edellä mainittuja kumppaneita ovat esimerkiksi sovellusten kehittäjät ja mainostajat. Kumppanit toimittavat tietoja Facebookille käyttäjien toiminnasta sivuston ulkopuolella. Näitä tietoja ovat laitteen tiedot, ostokset, vieraillut sivustot, mainokset ja miten käyttäjät käyttävät kumppaneiden tuotteita. Edellä mainittuja tietoja keräävät myös kolmannet osapuolet. (Facebook 2020.)

4 Kerättyjen tietojen käyttö

Tässä kappaleessa käsitellään sitä, kuinka Facebook hyödyntää kerättyä tietoa, miten tietojen keräys näkyy käyttäjien sivuston käytössä ja mitä hyötyjä/haittoja keräystä tiedosta on käyttäjille.

4.1 Yleistä tietojen käytöstä

Facebookin tietokäytännössä kerrotaan, että tietojen keräyksestä haltuun saamia tietoja käytetään palvelun sisällön ja ominaisuuksien muokkaamiseen käyttäjille henkilökohtaisemmiksi. Esimerkkinä Facebook tekee ehdotuksia käyttäjille tapahtumista ja ryhmistä, joista he saattavat olla kiinnostuneita. Tämän lisäksi se tarjoaa vaihtoehtoja seurattavista aiheista käyttäjien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Ominaisuuksilla ja sisällöllä, joita muokataan käyttäjille, tarkoitetaan Facebook stories osiota, Facebook-syötettä ja mainoksia. Jotta sivuston muokkaaminen jokaiselle ainutlaatuiseksi onnistuisi, Facebook käyttää keräämiinsä tietoihin perustuen käyttäjien kiinnostuksen kohteita, toimintaa, yhteyksiä ja asetuksia. Jotta räätälöinti onnistuu entistä tehokkaammin käyttäjät voivat antaa sivustolle suostumuksen kerätä erityissuojattua tietoa. Erityissuojattua tietoa on kaikki data siitä, kuinka käyttäjät käyttävät Facebookin tuotteita ja minkälaista heidän vuorovaikutuksensa on muiden käyttäjien kanssa itse sivustolla tai sitten sen ulkopuolella. (Facebook 2020.)

4.2 Sijainti ja Facebook tuotteiden välillä jaetun tiedon hyödyntäminen

Facebook yhdistää tietoja käyttäjien toiminnasta Facebook tuotteissa ja eri laitteiden välillä, jotta käyttökokemus olisi mahdollisimman johdonmukainen ja käyttäjäystävällinen. Esimerkiksi jos käyttäjä on rekisteröitymässä johonkin uuteen Facebook tuotteeseen, voi sivusto täyttää rekisteröitymistiedot automaattisesti valmiiksi aiemman toiminnan perusteella. Toisena esimerkkinä Facebookissa ryhmiin liittyminen. Sivusto voi ehdotella käyttäjille ryhmiä, joissa on jo valmiiksi käyttäjiä, joita he seuraavat esimerkiksi Instagramissa tai joiden kanssa he ovat olleet yhteyksissä Messengerin kautta. Facebook kerää myös käyttäjien sijaintiin liittyviä tietoja kuten asuinpaikan, sijainnin, paikat, joissa vieraillaan usein ja tiedon yrityksistä ja ihmisistä, jotka ovat lähellä. Edellä mainittuja tietoja voidaan kerätä laitteen tarkan sijainnin perusteella, jos käyttäjä on antanut siihen erikseen luvan ja tietokoneella käytettäessä laitteen IP-osoitteen perusteella. Sijaintitietoja käytetään, jotta käyttäjille voidaan kohdentaa tehokkaammin mainoksia ja esimerkiksi tapahtumia, jotka ovat lähistöllä. (Facebook 2020.)

4.3 Kasvojentunnistus- ja tutkimustiedon käyttö

Facebook käyttää palveluissaan kasvojentunnistusteknologiaa, siitä ilmoitetaan ensin, että siihen on mahdollisuus ja tämän jälkeen käyttäjä saa päättää haluaako hän sitä käytettävän hänen kohdallaan. Kasvojentunnistusteknologialla kerättävä tieto on määritelty EU:n lainsäädännössä erityssuojattavaksi tiedoksi. Teknologiaa käytetään, jotta sivusto voi tunnistaa käyttäjän valokuvissa, kameran kokemuksissa ja videoissa. (Facebook 2020.) Kasvojentunnistusta hyödyntäen sivusto voi ilmoittaa käyttäjälle, että hänestä on julkaistu kuva tai sivusto voi ehdottaa käyttäjälle esimerkiksi jonkun kaverin merkitsemisestä kuvaan. Näitä toimintoja sovelletaan käyttäjän kavereihin tai yhteisöihin, joihin hän kuuluu. Tunnistusteknologia toimii niin, että teknologia analysoi videoiden ja kuvien pikseleitä käytettävään malliin. Mallina toimii käyttäjän palveluun lataamat kuvat kuten profiilikuva tai muiden käyttäjien lataamat kuvat käyttäjästä. Uusia kuvia verrataan aikaisemmin ladattuihin kuviin. Nyt, kun joku kaveri lisää uuden kuvan, teknologia osaa verrata uutta kuvaa aikaisempiin ja näin ollen ehdottaa käyttäjän merkitsemistä, jos vastaavuus löytyy. Kasvojentunnistusteknologia toimii tietyissä maissa ja siihen vaaditaan, että käyttäjä on täysi-ikäinen. Tunnistuksen avulla voidaan ehkäistä myös haittatoimintaa. Esimerkiksi, jos joku henkilö on luonut profiilin jonkun toisen henkilön kuvalla, sivusto voi ilmoittaa tästä oikealle käyttäjälle tunnistusteknologian avulla ja näin ollen väärinkäyttö havaitaan tätä kautta. Facebookin asetuksista käyttäjä voi käydä hallinnoimassa, miten haluaa kasvojentunnistusteknologiaa käytettävän. (Uuksula & Wilhelmsson 2019, 17–18.)

Facebook suorittaa kyselyitä, tutkimuksia, testaamista ja vianmäärittäviä uusille ominaisuuksille ja tuotteille. Edellä mainittujen toimintojen avulla Facebook tuotteita pystytään kehittämään ja parantamaan tehokkaasti. Osa tästä datasta kerätään nimenomaan suoraan käyttäjiltä esimerkiksi kyselytutkimuksien muodossa. (Facebook 2020.)

4.4 Mainostajien ja yhteistyökumppaneiden auttaminen

Tietoa käyttäjistä ja heidän toimistaan eri toimintojen parissa Facebookissa ja sen ulkopuolella hyödynnetään Facebookin ja heidän kumppaniensa toimesta. Esimerkiksi näiden tietojen perusteella he voivat arvioida palveluiden ja mainostensa tehokkuutta. Tiedot auttavat yrityksiä hahmottamaan sitä, että minkälainen heidän käyttäjäkuntansa on. Tiedot, joita käyttäjistä kerätään paljastavat yrityksille, kuinka usein heidän sovelluksissansa, verkkosivuilla tai muissa palveluissa vieraillaan. Käyttäjät voivat itse hallita, mitä mainoksia näkevät, vaikka edellä mainittuja tietoja käytetään kohdennettuun mainontaan. Käyttäjät voivat hallita mainontaa niin, että painavat mainoksen oikeassa yläkulmassa olevaa valikkonappia ja valitsevat sieltä haluavatko piilottaa kyseisen mainoksen vai kaikki kysei-

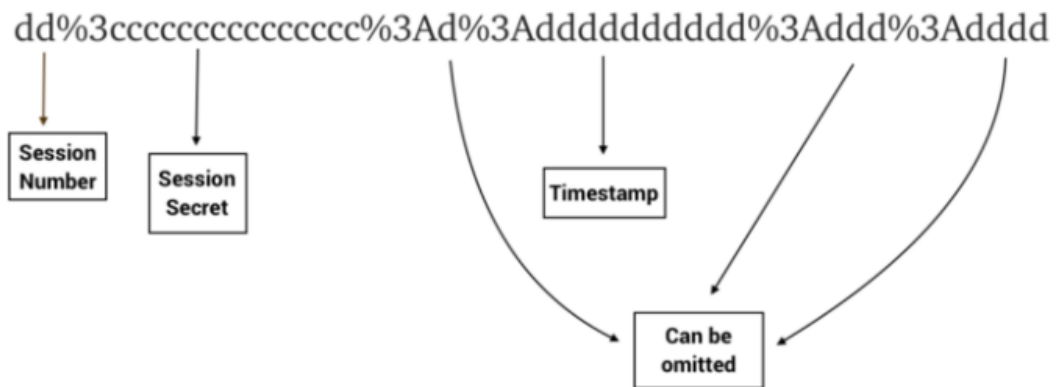
seltä mainostajalta tulevat mainokset. Tämän toiminnon kautta näkee mainostajan määrittämät kriteerit kohderyhmälle eli miksi kohdennetun mainoksen käyttäjäkunta näkee tietyn mainoksen. Mainostajille ei myydy käyttäjien henkilötietoja eli tietoja, joista käyttäjät voidaan tunnistaa ja kumppanit eivät saa nähdä käyttäjien julkaisuja. (Uuksula & Wilhelms-son 2019, 18–19.)

4.5 Evästeiden käyttö

Evästetietojen avulla Facebook pystyy parantamaan, suojamaan ja tarjoamaan Facebook-tuotteita. Niiden avulla sisältöä pystytään mukauttamaan ja räätälöimään, analysoimaan mainoksia ja tarjoamaan käyttäjille entistä turvallisempi käyttäjäkokemus. Evästeitä käytetään käyttäjän todennukseen. Niiden avulla käyttäjätili voidaan vahvistaa ja sisäänkirjautumisaika määrittämään, tämä parantaa käyttäjäkokemusta, sillä evästeiden avulla käyttäjä voidaan pitää kirjautuneena siirryttäessä Facebook-sivulta toiselle. Ne muistavat myös käyttäjän selaimen, jotta käyttäjien ei tarvitse kirjautua sivustolle koko ajan uudelleen, lisäksi Facebookin kumppaneiden sivuilta ja sovelluksista voidaan kirjautua Facebookiin helpommin evästeiden avulla. Edellä mainittuihin toimintoihin voidaan soveltaa esimerkiksi "c_user"- ja "xs"-evästeitä. Näiden evästeiden elinkaari on vuosi. Evästeitä käytetään myös parantamaan sivuston suojausta ja tuotteiden eheyttä. Evästeiden avulla voidaan tunnistaa väärinkäyttö ja ottaa tarvittaessa käyttöön lisäsuojaustoimia. Esimerkiksi sellaisessa tilanteessa, jossa jokin käyttäjä yrittää arvailla salasanoja useaan kertaan. "Sb"- ja "dbln"-evästeiden avulla voidaan palauttaa käyttäjän salasana, koska niiden avulla Facebook voi tunnistaa käytetyn selaimen turvallisesti. Evästeiden avulla voidaan myös taistella haittatoimintaa vastaan. Ne auttavat ehkäisemään tietojenkalastelu yrityksiä, koska niiden avulla voidaan tunnistaa tietokoneita, joista tulee paljon kalastelu yrityksiä. Näin olen pystytään myös tunnistamaan tietokoneita, joissa on haittaohjelmistoja ja lisävahingolta säästytään. Evästeiden avulla estetään sitä myös, että alaikäiset eivät rekisteröi käyttäjätilejä Facebookiin. (Facebook 2020.)

```
For example,  
_e_gh2c_0, _e_gh2c_1, _e_gh2c_2, etc.
```

Kuva 2. Esimerkki evästeestä (Seralahthan 2019)



Kuva 3. Esimerkki aikaleimasta, joka on liitetty xs-evästeeseen. Tämän avulla Facebook pystyy tallentamaan kirjautumisajan sekuntien tarkkuudella (Singh 2019)

Evästeillä Facebook voi ehdottaa mainostajille kohdennetun mainostamisen hyödyntämistä. Niiden avulla voidaan suositella ja näyttää tuotteita ihmisille, jotka saattaisivat olla sopivaa kohderyhmää kyseisen mainoksen tuotteelle. Evästeiden avulla käyttäjille voidaan näyttää mainoksia tuotteista, jos he ovat esimerkiksi aiemmin vierailleet kyseistä tuotetta valmistavan yrityksen kotisivuilla. "Fr" evästeen avulla voidaan rajoittaa, kuinka usein käyttäjät näkevät tietyn mainoksen, jotta sama mainos ei toistuisi useaan otteeseen käyttäjän etusivulla. Tämä parantaa käyttökokemusta. Käyttäjistä, jotka käyttävät Facebook-tuotteita voidaan antaa kävijätietoja evästeiden avulla. Esimerkiksi kumppaniyrityksille voidaan antaa kävijätietojen perusteella dataa siitä, että minkälainen heidän kävijäkuntansa on heidän kotisivuillaan tai sovelluksessa. Näin ollen yritykset pystyvät tuottamaan sopivampaa sisältöä kohderyhmällensä. Käyttäjät pystyvät myös Facebookissa esittämään evästeiden avulla sen, että heille ei tarjota kohdennettua mainontaa kolmannen osapuolen eli kumppaniyritysten sivustoilla tekemien toimien mukaan. (Facebook 2020.) Evästeillä voidaan mitata palveluiden suorituskykyä mittaamalla sitä, kuinka kauan kestää ladata Facebook-tuotteet. Käyttäjäkokemusta pystytään myös parantamaan laitetietoevästeillä, sillä niiden avulla käyttäjille pystytään tarjoamaan mittasuhteiden mukaisesti sopivan kokoinen sivusto eri laitteilla. Evästeiden avulla Facebook pystyy parantamaan tuotteita, koska yritys saa evästeiden kautta tietää, kuinka käyttäjät käyttävät Facebook-tuotteita. Näin saadaan tietää mitkä osa-alueet käyttäjät kokevat hyödyllisinä ja mielenkiintoisina. (Uuksula & Wilhelmsson 2019, 19.)

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että Facebook kerää tietoja käyttäjistään, jotta palvelun eheyttä ja turvallisuutta voidaan ylläpitää. Ylläpitoa voidaan toteuttaa, koska tietojen keräyksellä ehkäistään haitallista toimintaa, ja voidaan vahvistaa toimintoja ja Facebook-tuotteita. Edellä mainituilla toimenpiteillä voidaan havaita käyttäjien avuntarve ja tutkia epäilyttävää toimintaa, kuten käyttöehtojen rikkomiseen kohdistuvaa toimintaa. Käyttäjien

yhteystietoja, kuten puhelinnumeroa ja sähköpostia käytetään, jotta käyttäjiin voidaan olla yhteydessä liittyen esimerkiksi uusiin tuotteisiin tai voidaan ilmoittaa heille muuttuneista käyttäjäehdoista. Tämän lisäksi käyttäjät voivat olla itse myös yhteydessä sivustoon, jos heillä on jotain epäkohtia tai kysymyksiä tiedossa. (Facebook 2020.)

5 Tietojen keräyksen muita hyötyjä ja haittoja

Tietojen keräämisestä on niin hyötyjä kuin haittojakin Facebookin käyttäjille. Tässä kappaleessa käsitellään Facebookin tietojen keräyksen muita hyötyjä ja haittoja. Aiemmin tässä opinnäytetyössä on tarkkailtu hyötyjä ja haittoja siitä näkökulmasta, kuinka tietojen keräämisen avulla voidaan kehittää Facebookia ja kuinka sen avulla voidaan parantaa käyttäjien käyttökokemusta. Tässä kappaleessa syvennytään enemmän Facebookin tietojen keräyksen muihin hyötyihin ja haittoihin.

5.1 Facebookin tietojen keräyksen hyötyjä

Kun ihmiset käyttävät Facebookia niin, että heillä on sijaintipalvelut käytössä, Facebook vastaanottaa heidän leveys- ja pituusasteensa säännöllisin väliajoin. Näitä kerättyjä sijaintietoja käytetään usein eri tavoin. Esimerkiksi kadonneen lapsen löytymistä voidaan auttaa lähettämällä amber-hälytyksiä uutisvirtaan sieppauksesta käyttäjille, jotka sijaitsevat lähellä sieppauspaikkaa. (Maas, Nayak, Dow, Gros, Mason, Filiz, Diuk, Burrows, Jackman, Sharma, Lang, Malik & Patel 2017.) Amber-hälytykset ovat siis hälytyksiä, joita voidaan toimittaa käyttäjien uutissyötteisiin kohdistetuilla hakualueilla sen jälkeen, kun lapsi on siepattu ja National center on antanut hälytyksen. Hälytykset sisältävät valokuvia ja muita tietoja kadonneesta lapsesta. Hälytykset toimivat puhelimella ja tietokoneella käytettäessä Facebookia. Hälytys voidaan jakaa ystävien kanssa ja linkittää suoraan National Centerin kadonneen lapsen julisteeseen, josta löytyvät ajankohtaisimmat tiedot sieppauksen tilasta. Facebookin ja National Center for missing and exploited children keskuksen välinen yhteistyö alkoi vuonna 2015. (Vacher 2015.) Tietojen keräyksellä voidaan auttaa myös humanitäärisiä järjestöjä. Heidän on tiedettävä missä ihmiset sijaitsevat, mitä resursseja tarvitaan ja ketkä kaikki ovat turvassa. Tällaista informaatiota on todella vaikeata kerätä perinteisillä tiedonkeruumenetelmillä. Yhä useammat ihmiset pitävät yhteyttä Facebookissa ja jakavat tietoa Facebookissa, tämä edes auttaa humanitäärisiä organisaatioita. He voivat tätä kautta hyödyntää esimerkiksi käyttäjien sijaintitietoja kehittääkseen omaa toimintaansa. Edellä mainittu vaatii tietenkin sen, että käyttäjät ovat antaneet Facebookille luvan tallentaa heidän sijaintitietonsa. (Maas, Nayak, Dow, Gros, Mason, Filiz, Diuk, Burrows, Jackman, Sharma, Lang, Malik & Patel 2017.)

Facebook hyödyntää Big Dataa toiminnassaan. Tästä esimerkkinä toimii se, että Facebook on onnistunut kannustamaan käyttäjiään poliittiseen aktiivisuuteen toiminnallaan. Facebook teki sosiaalisen kokeilun luomalla tarran, jonka avulla käyttäjät pystyivät kertomaan, että olivat äänestäneet vaaleissa. Kyseinen kokeilu suoritettiin vuoden 2010 Yhdysvaltain välivaaleissa ja vaikutti heti ensimmäisellä kerralla toimivalta. Käyttäjät, jotka huo-

masivat painikkeen, äänestivät todennäköisesti äänestyskäyttäytymisen vuoksi, koska olivat nähneet ystäviensäkin äänestävän. Kaikkiaan 61 miljoonasta käyttäjästä, 20 prosenttia, jotka näkivät ystäviensä äänestävän, napauttivat myös tarraa. Facebookin datatieteen yksikön mukaan niiden tarrojen yhdistelmä, joka motivoi 60 000 äänestäjää suoraan ja sosiaalinen tartunta, joka sai 280 000 verkkoon liittyntä käyttäjää äänestämään, toi kaiken kaikkiaan 340 000 lisä-äänestäjää kyseisissä vaaleissa. Vuoden 2016 vaaleissa Facebook laajensi osallistumistaan äänestystoimintaan ohjaamalla käyttäjiä äänestyspaikoille ja muistuttamalla heitä äänestämään. (Monnappa 2021.)

Monnappa (2021) kertoo myös artikkelissaan, että Facebook on hyödyntänyt Big dataa myös sen jälkeen, kun Yhdysvaltojen korkein oikeus päätti, että perustuslain nojalla ei ole oikeutta kieltää samaa sukupuolta olevien avioliitto-oikeutta. Facebook muuttui sateenkaarispektaakkeli vuonna 2013, jonka nimi oli "Celebrate Pride". Käyttäjät pystyivät muuttamaan profiilikuvansa sateenkaaren värisiksi. Tällä toiminnolla annettiin käyttäjille mahdollisuus osoittaa tukensa avioliiton tasa-arvolle. Muutaman ensimmäisen tunnin aikana yli miljoona käyttäjää oli vaihtanut profiilikuvansa. Näin ollen kyseisellä toiminnolla oli suuri vaikutus käyttäjille, sillä he pystyivät ottamaan aiheeseen kantaa tätä kautta. Edellä mainitun tempauksen suosio herätti myös kysymyksiä siitä, että millaista tutkimusta Facebook tekisi viitaten tähän "Celebrate Pride" tapahtumaan. Kävi ilmi, että yritys oli seurannut käyttäjiensä mielialaa ja miten se oli vaikuttanut heidän toimintaansa. Lisäksi yritys oli tarkastellut muita tekijöitä, mitkä olivat vaikuttaneet siihen, että käyttäjä oli vaihtanut profiilikuvansa.

5.2 Facebookin tietojen keräyksen haittoja

Aiemmin työssä on tullut esille, että Facebook kerää käyttäjistä erilaisia tietoja kuten käyttäjien yhteystietoja, sijaintitietoja, käytettyjen laitteiden tietoja ja käyttäjien toimintatapoja. Tietoa kerätään käyttäjistä, jotta palvelusta voidaan tehdä entistä parempi ja käyttäjäystävällisempi. Tietojen keräyksellä on valitettavasti myös toinen puoli, se altistaa käyttäjät uhkille.

Vuoden 2021 huhtikuussa kävi ilmi, että yli 500 miljoonan Facebook käyttäjän henkilötietoja vuodettiin hakkeriforumille ilmaiseksi. Vuodetut tiedot sisälsivät henkilötietoja kuten yhteystietoja, tunnuksia, käyttäjien nimiä, sijainteja, syntymäpäiviä, bios-tietoja ja sähköpostiosoitteita yli 533 miljoonasta Facebook käyttäjästä. Muun muassa tietueita oli vuodettu 32 miljoonaa Yhdysvalloista, 11 miljoonaa Isosta-Britanniasta ja 6 miljoonaa Intiasta. Tietoturvatutkijat kertoivat, että hakkerit voivat käyttää vuodettuja tietoja esiintyäkseen muina ihmisinä ja näin ollen tekemällä petoksia. Insider oli tarkastanut näytteitä vuodetuista tiedoista ja vahvistivat useita tietueita. Tietueita vahvistettiin esimerkiksi niin, että

tunnettujen Facebook käyttäjien puhelinnumeroita yhdistettiin vuodettuihin tietoihin. Facebookin tiedottajan mukaan tiedot oli saatu kaapattua haavoittuvuuden vuoksi, jonka yritys oli korjannut vuonna 2019. Vaikka vuodetut tiedot ovat muutaman vuoden ikäisiä, ne voivat osoittautua kyberrikollisille arvokkaiksi, sillä he pääsevät käyttämään käyttäjien henkilökohtaisia tietoja esiintymällä eri ihmisinä ja voivat huijata henkilötietojen avulla käyttäjiltä kirjautumistietoja. Tämä ei ollut ensimmäinen kerta, kun käyttäjien puhelinnumeroita on löytynyt verkosta. Jo mainitun vuoden 2019 haavoittuvuuden myötä käyttäjien puhelinnumeroita oli vuotanut verkkoon Facebookin palvelimilta sen käyttöehtojen vastaisesti. Tämä haavoittuvuus on korjattu elokuussa 2019. (Holmes 2021.)

Vuoden 2018 maaliskuussa paljastui, että Facebook on kerännyt vuosien ajan käyttäjien puheluhistoriatietoja, esimerkiksi puheluiden kestoja ja ajankohtia. Facebook perustelee puheluhistoriatietojen keräystä sillä, että antamalla yritykselle luvan käyttää puhelimessa olevia puhelinnumeroita käyttäjä voi löytää helpommin uusia kavereita Facebookista ja sivuston käyttökokemus paranee tämän myötä. Edellä mainittu tietojen kerääminen koskee Android-käyttöjärjestelmällä sivustoa käyttäviä. Tähän asiaan havahduttiin, kun teknologiajulkaisu Ars Technica alkoi tutkimaan asiaa sen jälkeen, kun Twitterissä oli tullut ilmi, että käyttäjät olivat löytäneet puheluhistoriatietoja Facebookin keräämästä datasta. Vaikka Facebook painottaa, että yhteystietojen luovuttaminen esimerkiksi Messengerille on vapaaehtoista, voi käyttäjien yhteystiedot päätyä Facebookin palvelimille ilman, että käyttäjä olisi antanut siihen lupaa. Tämä on mahdollista, koska Android-käyttöjärjestelmän vanhat lupakäytännöt antoivat ladatuille sovelluksille vapaan pääsyn käyttäjien puhelimien tietoihin. Tätä ominaisuutta Facebook on myös hyödyntänyt aikanaan tietyllä sovellusversiolla. Nykyään Androidin luparakenne on tiukentunut, mutta jos käyttäjät ovat antaneet aikaisemmin sovellukselle pääsyn yhteystietoihin, ei tiukennettu luparakenne automaattisesti poista pääsyä yhteystietoihin. (Hallamaa 2018.)

6 Empiirinen osa

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön tutkimuksen kohdetta, tavoitteita, ongelmia ja kehittämistehtävää. Käydään läpi myös opinnäytetyön menetelmävalinnat sekä työtapojen ja aineiston kuvaus. Luvun lopettaa yhteenveto, jossa käydään läpi tutkimuksen tuloksia.

6.1 Opinnäytetyön kohde, tavoitteet, ongelmat ja kehittämistehtävä

Opinnäytetyön tutkimuksen kohteena oli kaikki Facebookia käyttävät ihmiset. Heitä ei yksilöity esimerkiksi kavereiden määrän tai sukupuolen perusteella. Kyselytutkimuksessa heidät jaettiin ikäryhmiin, mutta kenenkään käyttäjän tarkkaa ikää ei kysytty. Tavoitteena oli tutkia Facebookin datankeräysmenetelmiä, erityisesti mitä dataa ja miten se kerää dataa käyttäjistään. Lisäksi tavoitteena oli tutkia sitä, että miten tietojen keräys näkyy Facebookin käyttäjien päivittäisessä käytössä. Tarkoituksena oli myös avartaa Facebookin käyttäjien tietoisuutta yrityksen tietojen keräyksestä ja siitä, että kuinka paljon dataa käyttäjistä oikeasti kerätään. Ongelmana opinnäytetyössä oli kyselytutkimuksen vastaajien lukumäärä, kyselytutkimukseen vastasi 31 henkilöä. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut lopputulokseen radikaalisti, sillä kyselytutkimuksen tarkoituksena oli vahvistaa kirjallisuuskatsausta.

6.2 Opinnäytetyön menetelmävalinnat

Opinnäytetyön menetelmävalintoina toimivat kirjallisuuskatsaus ja sitä täydensi Google Formsissa toteutettu kyselytutkimus. Näihin menetelmävalintoihin päädyttiin, koska pohjatyön perusteella pystyttiin toteamaan, että laadukasta aineistoa tutkimuksen aiheesta riittää. Aineistonkeruu oli siltä kantiltakin hyvä tapa lähteä suorittamaan tutkimusta, sillä se on laissakin määritelty, että sosiaalisen median alustojen on kerrottava julkisesti tietokäytännöistään. Toisena menetelmävalintana oli Google Formsissa toteutettu kyselytutkimus. Kyselytutkimuksessa oli yhteensä 8 kysymystä, joista 6 oli monivalintoja ja 2 oli tekstiruudullisia. Näihin 2 tekstiruudulliseen vastaajat saivat itse kirjoittaa pidemmän vastauksen. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli tukea kirjallisuuskatsausta ja se oli hyvä keino selvittää toista tutkimuskysymystä, miten tietojen keräys näkyy Facebookin käyttäjille?

6.3 Opinnäytetyön työtapojen ja aineiston kuvaus

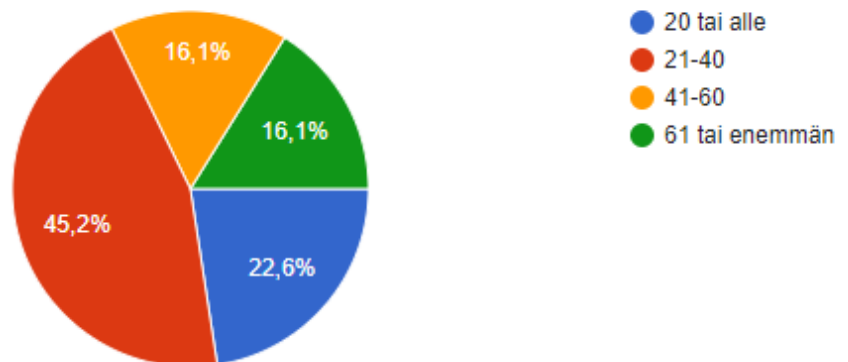
Opinnäytetyö aloitettiin keräämällä aineistoa tutkimuksen aiheesta. Opinnäytetyö suoritettiin suurimmaksi osaksi tietokoneella aineistoa etsien. Aineistoa etsittiin pääsääntöisesti Internetistä, sieltä löytyikin useita hyviä tieteellisiä artikkeleita tutkimuksen aiheesta. Aikaisempia tutkimuksia aiheeseen liittyen hain esimerkiksi Theseuksesta. Edellä mainittujen

lisäksi, tein myös kyselytutkimuksen Google Formsissa kirjallisuuskatsauksen tueksi. Kyselytutkimus tehtiin Internetissä ja vastaajat kävivät vastaamassa siihen omalla ajallaan jakamani linkin kautta. Tämä oli hyvä ja turvallinen vaihtoehto, koska maailmalla jyllää vielä Covid-19. Näin olleen saatiin taattua kaikkien vastaajien turvallisuus. Kyselytutkimuksessa oli yhteensä 8 kysymystä, 6 monivalintaa ja 2 tekstiruudullista. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli vahvistaa huomioita, joita tuli esille opinnäytetyön toisessa menetelmävälinnassa, kirjallisuuskatsauksessa. Lisäksi selvittää sitä, että miten Facebookin käyttäjät ovat huomioineet tietojen keräyksen vaikutuksen, kun he ovat käyttäneet Facebookia. Opinnäytetyön aineisto koostuu tieteellisistä artikkeleista, joista osa myös englanninkielisiä julkaisuja, luotettavista Internetlähteistä ja tutkimuksen aiheeseen liittyvistä tutkimusraporteista. Edellä mainittujen lisäksi aineistoon kuului myös päätelmät, jotka ovat tehty kyselytutkimuksen pohjalta.

6.4 Tulokset

Minkä ikäinen olet?

31 vastausta

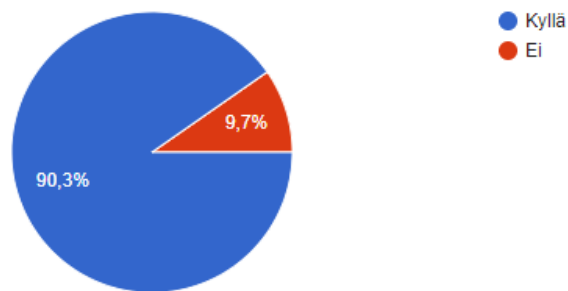


Kuvaaja kysymyksestä 1. Minkä ikäinen olet? (Kyselytutkimus 2021)

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää. Vastaajia oli yhteensä 31 kyselytutkimuksessa. Vastaukset jakaantuivat iän osalta seuraavanlaisesti: 20 tai alle vuotiaita oli 22,6 % (7), 21–40-vuotiaita oli eniten 45,2 % (14), 41–60-vuotiaita oli 16,1 % (5) ja 61 tai yli oli 16,1 % (5). Kyselytutkimuksen tuloksen kannalta oli hyvä, että tulokset jakaantuivat ikäryhmien välille suhteellisen tasaisesti. Tämä mahdollistaa sen, että tulokseen tulee näkökulmia laajasti useasta eri näkökulmasta.

Onko sinulla Facebook tiliä?

31 vastausta

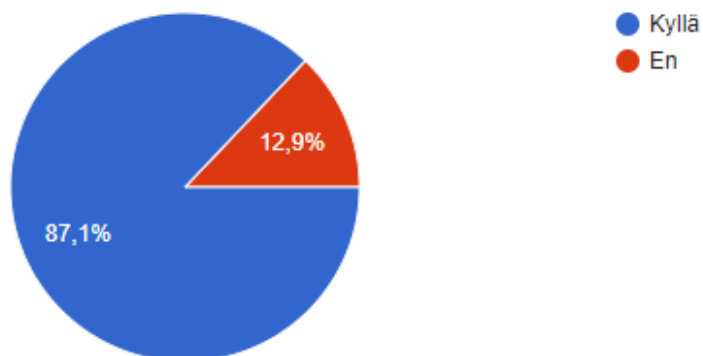


Kuvaaja kysymyksestä 2. Onko sinulla Facebook tiliä? (Kyselytutkimus 2021)

Toisessa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin, että onko heillä olemassa ylipäätään Facebook tiliä. Tähän kysymykseen vastauksia tuli 31 kappaletta. Ne jakaantuivat seuraavanlaisesti: 90,3 % vastaajista oli Facebook tili ja 9,7 % ei ollut. Tämä kysymys oli merkittävä kyselytutkimuksen tulokseen nähden, sillä vastaajilla ketkä omaavat tilin, on kokemusta siitä, että miten tietojen kerääminen on vaikuttanut heidän Facebookin käyttöönsä, mikä oli yksi seikka, jota kyselytutkimuksessa selvitettiin. Toki vastaajat kenellä ei ollut tiliä pystyivät tuomaan mielipiteensä esille tietojen keräämisestä, esimerkiksi onko se heidän mielestään hyvä juttu vai ahdistaa se heitä. Tällä ei heidän kannaltaan silti ole niin suurta merkitystä, koska tietojen kerääminen ei suoranaisesti kohdistu heihin Facebookin kautta. Toki heidän tietojansa voivat kerätä Facebookin kumppanit, jos heillä on tili heidän palveluihinsa. Mutta vastausta siihen ei tässä kyselytutkimuksessa etsitty.

Tiesitkö entuudestaan, että Facebook kerää tietoja käyttäjistään?

31 vastausta



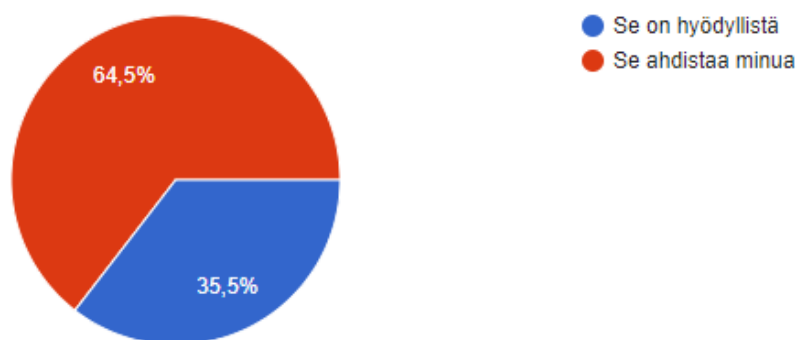
Kuvaaja kysymyksestä 3. Tiesitkö entuudestaan, että Facebook kerää tietoja käyttäjistään? (Kyselytutkimus 2021)

Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin vastaajilta, että tiesivätkö he Facebookin tietojen keräyksestä entuudestaan. Vastaajista 87,1 % (27) tiesi entuudestaan, että heistä kerätään tietoa ja 12,9 % (4) ei tiennyt tietojen keräämisestä. Kyselytutkimuksen vastaajista suurin osa tiesi tietojen keräämisestä jo ennen kyselyyn vastaamista. Tämä on hyvä asia, että vastaajat ovat kartalla siitä, että mitä tapoja yrityksillä on esimerkiksi kehittää palveluaan ja luoda käyttäjille entistä persoonallisempaa sisältöä. Se, että suurin osa tiesi tietojen keruusta entuudestaan voi selittyä myös sillä, että viime aikoina on ollut paljon mediassa uutisia yritysten tietokäytännöistä ja erilaisista tietovuodoista. Esimerkkinä tästä se, kun Holmes (2021) kertoi artikkelissaan, että yli 500 miljoonan Facebook käyttäjän tietoja oli vuodettu hakkerifoorumille. Lisäksi tietoisuutta lisää se, että yritysten on kerrottava tietokäytännöistään julkisesti käyttäjille lain mukaan.

Pieni osa kyselyyn vastanneista ei tiennyt tietojen keräämisestä etukäteen. Epätietoisuus tästä voi selittyä, sillä että heillä ei ole ollenkaan Facebook tiliä, jolloin he eivät ole ottaneet asiasta selvää. Osa vastaajista oli 61-vuotiaita tai enemmän, tämä voi selittää myös epätietoisuutta. Tämä sen takia, että silloin kun he ovat luoneet tunnuksensa Facebookiin, ei tämänkaltaisista asioista ole ollut puhetta niin paljon kuin tänä päivänä. Vastanneille, jotka eivät tieneet tietojen keräämisestä entuudestaan saattoi tästä kyselystä olla hyötyä, sillä he saivat tietää, että Facebook kerää dataa käyttäjistään ja pystyvät nyt ottamaan asiasta enemmän selvää. Esimerkiksi Internetistä lukemalla tai sitten tämän opinnäytetyön kautta.

Koetko Facebookin tietojen keruun hyödyllisenä vai ahdistaa se sinua?

31 vastausta



Kuvaaja kysymyksestä 4. Koetko Facebookin tietojen keruun hyödyllisenä vai ahdistaa se sinua? (Kyselytutkimus 2021)

Kuvaile edellistä vastaustasi. Miten tietojen keräys on hyödyllistä mielestäsi tai miten koet sen ahdistavana?

31 vastausta

Kysymys 5. Kuvaile edellistä vastaustasi. Miten tietojen keräys on hyödyllistä mielestäsi tai miten koet sen ahdistavana? (Kyselytutkimus 2021)

Neljännessä ja viidennessä kysymyksessä kysyttiin vastaajilta, että kokevatko he tietojen keräämisen hyödyllisenä vai ahdistavana ja pyydettiin heitä tarkentamaan vastaustaan. Vastaajista suurin osa koki tietojen keräämisen ahdistavana ja heidän osuutensa oli 64,5 % (20). 35,5 % (11) koki, että tietojen keräämisestä on hyötyä.

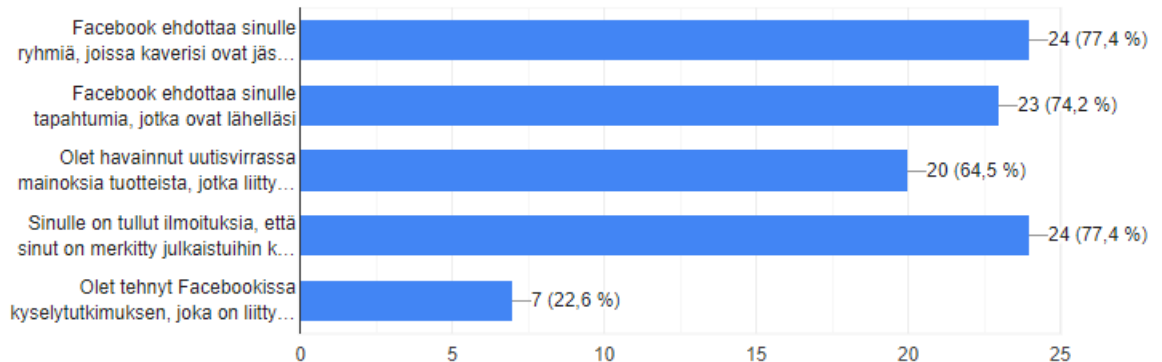
Suurin osa koki tietojen keräämisen enemmän ahdistavana kuin hyödyllisenä. Viidennessä kysymyksessä käyttäjiä pyydettiin kuvailemaan tarkemmin vastaustaan. Vastaajat kuvailivat syitä siihen, että he kokivat tietojen keräämisen ahdistavana. Vastaajien mukaan heidän henkilökohtaiset tiedot eivät kuulu muille, heitä pelottaa, että tiedot vuotavat jonnekin uutisissa olleiden tapausten vuoksi, heitä ahdistaa Facebookin kuunteleminen, sillä heidän etusivuille on noussut tuotteita joista ollut puhe kaveriporukassa, osan mielestä Facebookilla on liikaa vaikutusvaltaa globaalissa politiikassa ja taloudelliset motiivit suosivat sivustolla kyseenalaista ja vastakkain asettelevaa sisältöä ja osaa ahdisti, koska sivuston on todistettu rikkovan käyttäjiensä yksityisyyttä. Edellä mainittujen lisäksi ahdistuneisuutta loi se, että tietojen keräyksen myötä vastaajien etusivut täyttyivät ”turhilla” mainoksilla ja muulla ylimääräisellä sisällöllä. Kokonaisuudessaan vastauksista pystyi päättämään, että tietojen keruu loi turvattomuuden tunnetta vastaajien keskuudessa.

Pienempi osuus vastaajista koki tietojen keräämisen hyödyllisenä. Vastaajat pitivät tietojen keräämistä hyödyllisenä, koska Facebook tekee ehdotuksia mahdollisesti soveltuvista ryhmistä ja kavereista, koko Facebookin tarjoama sisältö on yksilöllisempää, käyttöliittymästä saadaan käyttäjäystävällisempi ja osan vastaajien mielestä se on hyödyllistä, koska he pystyvät hyödyntämään tietojen keräämistä omassa liiketoiminnassa.

Osalle vastanneista tietojen keräämisellä ei ollut väliä, koska he kokivat, että yritys ei kerää heidän mielestään heille arkaluontoista sisältöä.

Valitse alla olevista vaihtoehdoista yksi tai useampi, joka kuvaa käyttäjäkokemustasi Facebookissa.

31 vastausta



Kuvaaja kysymyksestä 6. Valitse alla olevista vaihtoehdoista yksi tai useampi, joka kuvaa käyttäjäkokemustasi Facebookissa (Kyselytutkimus 2021)

Kuudennessa kysymyksessä tarkoituksena oli selvittää, kuinka tietojen kerääminen näkyy käyttäjien profiileissa. Kysymyksessä oli 5 vaihtoehtoa ja vastaajien piti pistää rasti ruutuun, mikäli he olivat havainneet vaihtoehtojen mukaista toimintaa profiileissaan. Vaihtoehdot olivat seuraavanlaiset: Facebook ehdottaa ryhmiä, joissa kaverisi ovat jäseniä, Facebook ehdottaa tapahtumia, jotka ovat lähelläsi, olet havainnut uutisvirrassasi mainoksia tuotteista, jotka liittyvät aikaisempiin verkossa tekemiin ostoksiin, olet saanut ilmoituksia, että sinut on merkitty julkaistuihin kuviin ja olet tehnyt Facebookissa kyselytutkimuksen, joka on liittynyt käyttäjäkokemukseesi sivustolla.

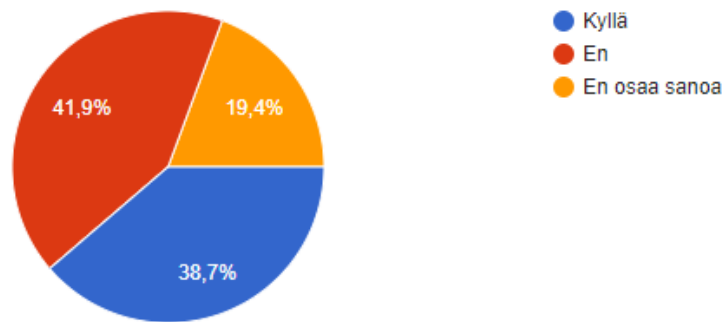
Kaikkia vaihtoehtoja oli osunut vastaajien kohdalle kuten yllä olevassa kuviossa näkyy. Eniten vastaajat olivat havainneet vaihtoehtoja, joissa Facebook ehdottaa ryhmiä käyttäjille ja lähettää ilmoituksia heille, jos heidät on merkitty julkaistuihin kuviin. Nämä molemmat vaihtoehdot olivat valittu 24 kertaa. Kuvassa olevia kolmea keskimmäistä vaihtoehtoa oli myös valittu 20 kertaa tai sen yli. Tämä johtuu siitä, että toiminnot, joita näissä vaihtoehdoissa oli, ovat melkein päivittäisiä. Esimerkiksi käyttäjien kaverit saattavat lisäillä joka päivä kuvia tai päivityksiä uutisvirtaan. Näistä Facebook lähettää käyttäjille ilmoituksia ja sen takia vaihtoehtoja valittiin tässäkin kyselyssä niin monta kertaa.

Huomattavasti vähiten oli valittu vaihtoehtoa, jossa käyttäjät olisivat tehneet kyselytutkimuksen, joka on liittynyt käyttäjäkokemukseen sivustolla. Vaihtoehtoa oli valittu vain 7 kertaa. Tämä johtunee siitä, että kyseisiä kyselyitä ei tule niin useasti sivustolla vastaan. Ainaakaan omakohtaisen kokemuksen perusteella en ole näihin törmännyt kovin useasti ja sitten, kun tällainen tulee vastaan, se jää useasti tekemättä, koska koetaan ettei ole aikaa vastata.

Kaikki kysymyksen vaihtoehtojen toiminnot Facebookissa liittyvät sen tietojen keruuseen. Kysymyksen kaikkia vaihtoehtoja oli valittu, joten tämän mukaan voidaan todeta, että tietojen keruu näkyy kaikkien vastanneiden profiileissa.

Oletko rajoittanut Facebookin tietojen keruuta määrittämällä asetuksiasi? Esimerkiksi estämällä sivustolta pääsyn yhteystietoihisi, mikrofoniiin tai kameraan.

31 vastausta



Kuvaaja kysymyksestä 7. Oletko rajoittanut Facebookin tietojen keruuta määrittämällä asetuksiasi? Esimerkiksi estämällä sivustolta pääsyn yhteystietoihisi, mikrofoniiin tai kameraan (Kyselytutkimus 2021)

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, kuvaile tekemiäsi muutoksia asetuksiin.

12 vastausta

Kysymys 8. Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, kuvaile tekemiäsi muutoksia asetuksiin (Kyselytutkimus 2021)

Seitsemännessä ja kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin, että ovatko vastaajat rajoittaneet Facebookin tietojen keruuta määrittämällä asetuksia. Tämän lisäksi pyydettiin kuvailemaan tehtyjä muutoksia, jos vastaajat olivat rajoittaneet tietojen keruuta. Kyselyyn vastanneista enemmistö ei ollut muuttanut asetuksia, heitä oli 41,9 % (13). Vastanneista 38,7 % (12) oli muuttanut asetuksia rajoittaakseen tietojen keruuta. 19,4 % (6) vastanneista ei osannut sanoa ovatko he muuttaneet asetuksia.

Jos vastaajat olivat muuttaneet asetuksiaan rajoittaakseen tietojen keruuta, heitä pyydettiin kuvailemaan tarkemmin mitä muutoksia he ovat tehneet. He olivat rajoittaneet Facebookin pääsyä kameraan, yhteystietoihin, kuviin ja mikrofoniiin. Pääsyä mikrofoniiin oli rajoitettu, koska vastaajat eivät halunneet, että Facebook kuuntelee heitä. Yhteystietoihin

pääsyä oli rajoitettu, koska vastaajat eivät kokeneet, että se loisi heille lisäarvoa Facebookin käyttöön. Kuviin pääsyä oli rajoitettu, sillä vastaajat pelkäsivät, että sovellus jostain syystä saisi pääsyn galleriaan ja täten käyttämään näitä kuvia. Samasta syystä pääsyä kameraan oli myös rajoitettu, jotta ei vahingossakaan julkaisisi vahinko kuvaa. Yli kolmas osa vastaajista oli muuttanut asetuksiaan rajoittaakseen tietojen keruuta, tämä kertoo siitä, että vastaajat tiesivät rajoittamisen mahdollisuudesta.

Vastanneista enemmistö ei ollut muuttanut asetuksia tai eivät osanneet sanoa olivatko muuttaneet niitä. Tästä voidaan päätellä, että he eivät ole tiedneet rajoittamisen mahdollisuudesta tai he eivät koe sitä tarpeelliseksi. Niille, jotka eivät tiedneet tästä mahdollisuudesta voi olla hyötyä tästä opinnäytetyöstä, sillä nyt he ovat tietoisia siitä, että he voivat rajoittaa Facebookin tietojen keruuta.

6.5 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

Opinnäytetyön tutkimuksen kohteena oli se, että kuinka Facebook kerää dataa käyttäjistään ja miten se näkyy käyttäjille. Tutkimuksen kohderyhmänä oli kaikki Facebookin käyttäjät. Tutkimus sisälsi aiheesta ensin kirjallisuuskatsauksen ja tämän jälkeen suoritettiin kyselytutkimus. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli vahvistaa olettamuksia, joita tuli esille kirjallisuuskatsauksesta. Näitä seikkoja oli juuri tavat, miten Facebook kerää dataa ja minkälaista dataa se kerää. Lisäksi erityisesti se, että miten tämä tietojenkeräys näkyy käyttäjien profiileissa.

Facebook kerää käyttäjistään useanlaista erityyppistä tietoa. Kerätty tieto voidaan saada käyttäjältä itseltään, toisilta käyttäjiltä, käyttäjien toiminnan perusteella tai sitten laitteista, joilla he käyttävät Facebookia. Käyttäjien itse tarjoamaa tietoa on esimerkiksi kirjautumistiedot, julkaistut kuvat ja tehdyt päivitykset uutisvirtaan. Näistä voidaan kerätä metatietoja, joita ovat sijaintitiedot ja tiedostojen luontipäivämäärät. Muiden käyttäjien toiminta sivustolla vaikuttaa tietoihin, joita Facebook kerää kaikista käyttäjistä. Esimerkiksi kaikki muiden käyttäjien jakamat kuvat ja lähettämät viestit antavat tietoa sivustolle, koska Facebook analysoi näitä tietoja. Tietoa kerätään myös käyttäjätileistä, avainsanoista ja ryhmistä, joiden kanssa käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa, sitä esimerkiksi, kuinka aktiivisia käyttäjät ovat ryhmissä. Jos käyttäjä tekee ostoksen jossakin pelissä, niin tästä kerätään myös maksutietoja. Facebookia voidaan käyttää esimerkiksi matkapuhelimella tai tietokoneella. Laitteista kerätään tietoa, kuten niiden käyttöjärjestelmät, tallennustila ja selaintyyppit. Laitteiden täytyy olla yhteydessä verkkoon, jotta käyttö onnistuu. Näin ollen kerätään myös verkon tietoja. Facebookin kumppanit kuten mainostajat voivat kerätä tietoa käyttäjistä. Tätä tietoa on muun muassa tehdyt ostokset mainostajien sivuilla ja klikatut mainokset.

Kerättyjä tietoja käytetään hyödyksi monella tavalla ja tässä kappaleessa käsitellään sitä, että kuinka tietoja käytetään hyödyksi. Facebookin tietojen keräyksestä saatuja tietoja käytetään, jotta voidaan parantaa käyttäjien käyttäjäkokemusta muokkaamalla sisältöä heille entistä henkilökohtaisemmaksi. Kerättyjä sijaintitietoja voidaan hyödyntää tarjoamalla käyttäjille tietoa lähistöllä olevista tapahtumista ja kohdentaa heille mainoksia tehokkaammin. Facebook voi jakaa myös tietoa eri tuotteiden välillä. Esimerkiksi, kun käyttäjä on rekisteröitymässä uuteen Facebook tuotteeseen, voidaan kirjautumistiedot syöttää automaattisesti aiemman toiminnan perusteella. Facebookilla on käytössä kasvojentunnistusteknologia, jonka avulla voidaan tunnistaa käyttäjiä kuvista ja videoista. Lisäksi tämän avulla voidaan ehkäistä käyttäjiin kohdistuvaa haittatoimintaa. Jotta teknologiaa voidaan käyttää, vaatii se käyttäjältä luvan siihen, koska kerättävä tieto on erityissuojattua. Kerätyllä tiedolla autetaan myös Facebookin kumppaneita. Esimerkiksi mainostajat saavat arvokasta dataa siitä, että minkälainen heidän käyttäjäkuntansa on ja miten he käyttäytyvät sivustoilla. Facebook käyttää evästeitä, joiden avulla sivustosta voidaan tehdä turvallisempi ja helppokäyttöisempi käyttäjille. Evästeillä käyttäjät saadaan pidettyä sisään kirjautuneina, kun he vaihtavat Facebook-sivulta toiselle ja voidaan tunnistaa tietojenkalastelu yrityksiä sellaisilta laitteilta, joista niitä tulee usein.

Tutkimukseen kuului myös osio, jossa käsitellään Facebookin tietojenkeräyksen muita hyötyjä ja haittoja. Muihin hyötyihin kuuluu esimerkiksi se, että amber-hälytysten avulla voidaan löytää kadonneita lapsia, jos käyttäjä on sallinut sijaintitietojen keräyksen. Lisäksi voidaan lisätä käyttäjien aktiivisuutta politiikassa erilaisten toiminnallisuuksien ansiolla kuten työssä esille tulleen äänestyspainikkeen avulla. Pystytään myös osoittamaan tukea suurella ihmisjoukolla. Tästä esimerkkinä ”Celebrate Pride”. Tapahtuma, jossa käyttäjät pystyivät profiilikuvaa vaihtamalla osoittamaan tukensa tasa-arvoiselle avioliitolle. Hyötyjen mukana tulee taas toisaalta haittoja. Facebookin tietojen keräyksellä on myös haitta puolensa. Tietoa keräämällä on tarkoitus tehdä Facebookista entistä parempi ja käyttäjäystävällisempi. Kun tietoa kerätään, voi tieto päätyä väärin käsiin. Tästä esimerkkinä se, kun havaittiin, että yli 500 miljoonasta käyttäjästä oli vuodettu tietoja hakkerifoorumille. Tietoihin oli päästy käsiksi Facebookin haavoittuvuuksien kautta. Lisäksi Android-käyttöjärjestelmän omaavien käyttäjien puheluhistoriatietoja on kerätty vuosien ajan. Tämän mahdollistaa vanhat lupakäytännöt, jotka ovat antaneet mahdollisuuden Facebookille päästä vapaammin puhelimen tietoihin käsiksi.

Kirjallisuuskatsauksen tueksi tehdyssä kyselytutkimuksessa nousi esille huomioita, jotka tukevat aineiston keruuta. Vastaajien ikäjakauma oli tasainen, joka varmistaa sen, että asioita tuli tarkasteltua useasta näkökulmasta. Suurin osa käyttäjistä tiesi entuudestaan,

että Facebook keräsi tietoa heistä. Tähän syitä ovat varmasti se, että aihe on ollut viime vuosina paljon julkisuudessa ja nykyään yritysten on kerrottava tietokäytännöistään julkisesti lain perusteellakin. Kyselyyn vastanneet kokivat tietojen keruun enemmän ahdistavana kuin hyödyllisenä. Tämä johtui muun muassa siitä, että heitä pelottavat tietovuodot, henkilökohtaiset tiedot eivät kuulu muille ja Facebookilla on liikaa valtaa globaalissa politiikassa. Tietojen kerääminen näkyy käyttäjien profiileihin. Käyttäjät ovat saaneet esimerkiksi ehdotuksia ryhmistä, ihmisistä ja lähellä olevista tapahtumista. Lisäksi ilmoituksia on tullut julkaistuihin kuvista, ja uutisvirrassa on näkynyt mainoksia tuotteista, jotka ovat liittyneet heidän aikaisempiin ostoksiinsa. Nämä ovat juuri seikkoja, joita on tullut esille myös kirjallisuuskatsauksessa. Tämä vahvistaa sitä, että tietojen keräys näkyy usealla tavalla käyttäjien profiileissa. Vastajat olivat myös rajoittaneet tietojen keruuta asetuksien avulla. He olivat esimerkiksi rajoittaneet Facebookin pääsyä yhteystietoihin, kameraan, kuviin ja mikrofooniin. Enemmistö ei kuitenkaan ollut muuttanut asetuksiaan, koska eivät välttämättä tienneet rajoittamisen mahdollisuudesta. Tästä opinnäytetyöstä on käyttäjille hyötyä, sillä työ lisää käyttäjien tietoisuutta tietojen keräyksestä. Näin ollen he voivat esimerkiksi tulevaisuudessa muuttaa asetuksiaan heille sopivammaksi.

7 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön mukaan Facebook kerää käyttäjistään tietoa monella eri tavalla. Tämän lisäksi tietojen kerääminen näkyy käyttäjien profiileissa jokapäiväisessä käytössä. Useammat yllättyvät kuullessaan, että kuinka paljon Facebook kerää tietoa heistä, joten on tärkeää tuoda ilmi tätä asiaa enemmän. On tärkeätä, että käyttäjät tietävät, että heistä kerätään dataa ja lisäksi se, että he voivat omilla toimillaan rajoittaa tietojen keruuta. On myös tärkeätä, että he ymmärtävät miten tietojen kerääminen vaikuttaa ja näkyy heidän profiileissaan.

Opinnäytetyön tuloksia tulee arvioida työn tutkimusmenetelmien kautta, eli kirjallisuuskatsauksen ja kyselytutkimuksen perusteella. Työn luotettavuutta lisää se, että kirjallisuuskatsauksessa tietoa haettiin useista eri ajankohtaisista lähteistä kuten artikkeleista ja aiheeseen liittyvistä tutkimuksista. Kyselytutkimukseen osallistuneiden määrä olisi voinut olla suurempi kuin 31, tämä olisi lisännyt luotettavuutta. Vastanneiden vähäisellä määrällä ei kuitenkaan ollut suurta vaikutusta työn lopputulokseen, sillä jo nyt saaduista vastauksista pystyttiin vahvistamaan huomioita, mitä tuli esille kirjallisuuskatsauksessa. Opinnäytetyön tulosten perusteella voidaan todeta, että tietoa kerätään käyttäjistä paljon ja usealla eri tavalla. Lisäksi tietojen kerääminen näkyy käyttäjille. Dataa käyttäjistä voidaan kerätä heidän itse jakaman tiedon perustella, Facebookin kumppaneiden jakaman tiedon, muiden käyttäjien jakaman tiedon ja laitteista saatavan tiedon perustella. Lisäksi tämä näkyy käyttäjille esimerkiksi ehdotuksina uusista ihmisistä, ryhmistä ja lähellä olevista tapahtumista. Lisäksi tarjotaan käyttäjille kohdennettua mainontaa esimerkiksi aiempien ostoksien perusteella ja parannetaan käyttökokemusta oppimalla käyttäjien tapoja käyttää sivustoa.

Oma mielipiteeni tietojen keräämisestä on se, että koen sen enemmän hyödyllisenä kuin haitallisenä. Käytän itse lähes päivittäin Facebookia ja tiesin entuudestaan, että käyttäjistä kerätään tietoa. Se kuitenkin yllätti, kuinka paljon tietoa oikeasti kerätään. Koen sen enemmän hyödyllisenä, koska näin profiilissani on asioita, jotka kiinnostavat minua ja niin sanottu ”turha” sisältö vähenee. Konkreettisenä esimerkkinä voi toimia se, että olen useamman kerran päättänyt tekemään ostoksia kohdennetun mainonnan ansiosta, ja näin koen, että siitä on hyötyä minulle.

Opinnäytetyötä tehdessäni olen oppinut paljon lisää siitä, kuinka Facebook kerää tietoa ja hyödyntää sitä. Niin kuin aiemmin mainitsin jo, kerätyn tiedon määrä yllätti itsenikin. Käytän itse lähes päivittäin Facebookia, joten opinnäytetyön tekeminen on opettanut minua tarkastelemaan tietojen keräystä uusista näkökulmista omassa Facebookin käytössä. Li-

säksi nykyään ymmärrän enemmän asioiden syy- ja seuraussuhteita sivustolla, sitä esimerkiksi mistä jokin mainos tai muu asia on profiiliini tullut. Olen myös oppinut tekemään tutkimusta eettisesti ja noudattamaan hyvää tieteellistä käytäntöä entistä paremmin. Tämän voi havaita yleisestä huolellisuudesta ja tarkkuudesta. Lisäksi siitä, että opinnäytetyössä on otettu huomioon muiden työt ja saavutukset asianmukaisilla lähdeviittauksilla. Näin ollen heidän saavutuksensa saavat arvon, jonka ne ansaitsevat. Kokonaisuudessaan opinnäytetyö vastaa tutkimuskysymyksiin, joita lähdettiin selvittämään. Tältä kantilta ajatellen opinnäytetyö on onnistunut.

Jatkotutkimusten suhteen olisi mielenkiintoista ottaa mukaan muitakin sosiaalisen median alustoja. Esimerkiksi verrata eri alustojen tietojen keräysmenetelmien yhtäläisyyksiä ja sitä, miten ne eroavat toisistaan. Kyselytutkimukseen olisi myös mielenkiintoista saada hieman isompi otanta. Näin ollen näkisi, että tulisiko sitä kautta uusia näkökulmia, kun vastaajia olisi enemmän. Silloin voisi myös verrata, että muuttuisiko jossain tietyissä kysymyksissä vastaajien enemmistön määrä. Lisäksi kyselytutkimuksessa voisi vastaajia yksilöidä vielä tarkemmin, esimerkiksi miten eri sukupuolet tai eri kaverimäärän omaavat ovat asennoituneet tietojen keräykseen. Tämä voisi tuoda lisäarvoa tutkimukselle.

Lähteet

Burrows, G., Diuk, C., Dow, A., Filiz, I. O., Gros, A., Jackman, M. C., Lang, C., Maas, P., Malik, W., Mason, W., Nayak, C., Patel, D. & Sharma, V. 2017. Facebook Disaster Maps: Methodology. Facebook Research. Luettavissa: <https://research.fb.com/facebook-disaster-maps-methodology/>. Luettu: 31.10.2021.

Facebook. 2020. Facebookin yksityisyysperiaatteet. Luettavissa: https://fi-fi.facebook.com/about/basics/privacy-principles_. Luettu: 14.4.2021.

Facebook. 2020. Tietokäytäntö. Luettavissa: <https://fi-fi.facebook.com/privacy/explanation>. Luettu: 21.4.2021.

Facebook. 2021. Evästeet ja muut tallennustekniikat. Luettavissa: <https://fi-fi.facebook.com/policies/cookies/>. Luettu: 19.10.2021.

Hall, M. 2021. Facebook-American company. Britannica. Luettavissa: <https://www.britannica.com/topic/Facebook>. Luettu: 17.3.2021.

Hallamaa, T. 2018. Facebook keräsi Android-käyttäjien puhelutietoja vuosien ajan – näin voit tarkistaa omien tietojesi kohtalon. Yle. Luettavissa: https://yle.fi/uutiset/3-10134034_. Luettu: 2.11.2021.

Havula, P. 2021. Facebook vaihtoi nimensä Metaksi. Ilta-Sanomat. Luettavissa: <https://www.is.fi/digitoday/art-2000008367189.html>. Luettu: 10.11.2021.

Holmes, A. 2021. 533 million Facebook users' phone numbers and personal data have been leaked online. Insider. Luettavissa: <https://www.businessinsider.com/stolen-data-of-533-million-facebook-users-leaked-online-2021-4?r=US&IR=T>. Luettu: 2.11.2021.

Meta. 2021. Introducing Meta: A Social Technology Company. Luettavissa: <https://about.fb.com/news/2021/10/facebook-company-is-now-meta/>. Luettu: 10.11.2021

Monnappa, A. 2021. How Facebook is Using Big Data: The Good, the Bad, and the Ugly. Simplilearn. Luettavissa: <https://www.simplilearn.com/how-facebook-is-using-big-data-article>. Luettu: 1.11.2021.

- Phillips, S. 2007. A brief history of Facebook. The Guardian. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>. Luettu: 7.3.2021.
- Seralahthan. 2019. Facebook Cookies Analysis. Medium. Luettavissa: <https://techexpertise.medium.com/facebook-cookies-analysis-e1cf6ffbfd8a>. Luettu: 20.10.2021.
- Singh, J. 2019. Adventures with Facebook's session cookie. Medium. Luettavissa: <https://medium.com/swlh/adventures-with-facebooks-session-cookie-3a6e10783070>. Luettu: 20.10.2021.
- Straders, A. 2020. History of Facebook: Facts and What's Happening. The Street. Luettavissa: <https://www.thestreet.com/technology/history-of-facebook-14740346>. Luettu: 29.3.2021.
- Uuksula, R., Wilhelmsson, L. 2019. Kyllä, hyväksyn kaikki ehdot-Mitä Facebook tietää sinusta? Theseus. Luettavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/167296/uuksula_rita_wilhelmsson_linda.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Luettu: 18.10.2021.
- Vacher, E. 2015. Introducing AMBER Alerts on Facebook. Meta. Luettavissa: <https://about.fb.com/news/2015/01/introducing-amber-alerts-on-facebook/>. Luettu 31.10.2021.
- Yli-Savola, K. 2021. Facebook - tunnetuin sosiaalisen median palvelu. Pedanet. Luettavissa: <https://peda.net/kouvola/kk/tietotekniikka/smp/fl>. Luettu: 19.4.2021.

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimus

Facebookin keräämä data

Tämä kyselytutkimus on osa opinäytetyötä, joka tutkii kuinka Facebook kerää dataa käyttäjistä ja miten tämä tietojen keruu näkyy käyttäjille. Kyselyn tarkoituksena on selvittää, kuinka he kokevat Facebookin tietojen keräyksen ja mitä havaintoja he ovat tehneet tietojen keräykseen liittyen.

Minkä ikäinen olet? *

- ☐ 20 tai alle
- ☐ 21-40
- ☐ 41-60
- ☐ 61 tai enemmän

Onko sinulla Facebook tiliä? *

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Tiesitkö etuudestaan, että Facebook kerää tietoja käyttäjistään? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En

Koetko Facebookin tietojen keruun hyödyllisenä vai ahdistaa se sinua? *

- ☐ Se on hyödyllistä
- ☐ Se ahdistaa minua

...

Kuvaile edellistä vastaustasi. Miten tietojen keräys on hyödyllistä mielestäsi tai miten koet sen ahdistavana? *

Pitkä vastausteksti

Valitse alla olevista vaihtoehtoista yksi tai useampi, joka kuvaa käyttäjäkokemustasi Facebookissa. *

- ☐ Facebook ehdottaa sinulle ryhmiä, joissa kaverisi ovat jäseniä
- ☐ Facebook ehdottaa sinulle tapahtumia, jotka ovat lähelläsi
- ☐ Olet havainnut uutisvirrassa mainoksia tuotteista, jotka liittyvät aikaisempiin verkossa tekemiin ostoksiisi
- ☐ Sinulle on tullut ilmoituksia, että sinut on merkitty julkaistuihin kuviin
- ☐ Olet tehnyt Facebookissa kyselytutkimuksen, joka on liittynyt käyttäjäkokemukseesi sivustolla

Oletko rajoittanut Facebookin tietojen keruuta määrittämällä asetuksiasi? Esimerkiksi estämällä sivustolta pääsyn yhteystietoihisi, mikrofoniin tai kameraan. *

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, kuvaile tekemiäsi muutoksia asetuksiin.

Pitkä vastausteksti