

Yazmine Rautavaara

Digitaalinen kuolema Facebookissa

Digitaalisen jäämistön nykytila ja tulevaisuus

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

2.11.2013

<p>Tekijä(t) Otsikko</p> <p>Sivumäärä Aika</p>	<p>Yazmine Rautavaara Digitaalinen kuolema Facebookissa: Digitaalisen jäämistön nykytila ja tulevaisuus 30 sivua 2.11.2013</p>
<p>Tutkinto</p>	<p>Medianomi</p>
<p>Koulutusohjelma</p>	<p>Viestinnän koulutusohjelma</p>
<p>Suuntautumisvaihtoehto</p>	<p>Digitaalinen viestintä</p>
<p>Ohjaaja(t)</p>	<p>lehtori Raisa Omaheimo</p>
<p>Opinnäytetyössäni tutkin, mitä kaikelle digitaaliselle jäämistölle tapahtuu, kun siihen oikeudet omaava käyttäjä kuolee. Tarkastelen työssäni digitaalista kuolemaa pääasiassa maailman suurimman yhteisöpalvelun, Facebookin, kautta. Käyn läpi Facebookin käyttöehtoja, yksityisydensuojaa, palvelun suhtautumista ja varautumista käyttäjiensä kuolemaan sekä millaisia tulevaisuuden näkymiä tälle kaikelle on ennustettavissa.</p> <p>Tutkin työssäni myös digitaalisen murroksen luomia fyysisen ja koskemattomissa olevien omaisuuksien välisiä eroja lain ja palveluiden käyttöehtojen puitteissa. Lisäksi tuon esiin internetin mahdollistamia uudenlaisia surun käsittelytapoja, joiden uskon pitkälti viitoittavan koko aihealueen tietä tulevaisuudessa.</p> <p>Olen soveltanut opinnäytetyöhön keräämääni tietoa käytännön tarkoitusta varten. Työni kiteyttää parhaan mahdollisen mukaan kaiken tähän asti tiedossa olevan informaation digitaaliseen kuolemaan ja Facebookiin liittyvistä asioista. Työn selkeänä tavoitteena on ollut saada ihmiset havahtumaan ja varautumaan omaan kuolevaisuuteensa sekä huomioidaan digitaalisen omaisuutensa arvon ja merkityksen.</p> <p>Työni koostuu digitaalista kuolemaa käsittelevästä pätevästä tiedosta, jota ei mielestäni tähän aikaan ja paikkaan nähden ole tarpeeksi helposti saatavilla eikä siitä ole olemassa riittävän informatiivista tietopakkausta. Tutkimukseni kimmokkeena toimi hyvin pitkälti oman ystäväpiirini, ja oletettavasti myös suuren osan virtuaalimaailmassa paljon aikaansa viettävien ihmisten, täydellinen tietämättömyys valitsemastani aiheesta.</p> <p>Olen lähestynyt digitaalista kuolemaa tutkimuksellisesta näkökulmasta. Olen määritellyt opinnäytetyöni ja siinä ilmenevät tutkimustulokseni toimimaan käytännön asiantuntijoina digitaaliseen kuolemaan ja Facebookiin liittyvissä asioissa. Sitä voidaan käyttää oppaana käyttäjän kuolemaan liittyvissä tilanteissa sekä informaationlähteenä digitaaliseen kuolemaan varauduttaessa.</p>	
<p>Avainsanat</p>	<p>Facebook, digitaalinen kuolema, muistoprofiili, yksityisyys</p>

Author(s) Title Number of Pages Date	Yazmine Rautavaara Digital Death in Facebook: The current situation and future of digital heritage 30 pages 2 November 2013
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor(s)	Raisa Omaheimo, Senior Lecturer
<p>The objective of the Thesis was to examine and shed light on what will happen to the digital heritage after the user who owns all the rights, passes away. I examine digital death mainly via the world's biggest social network, Facebook. I present the reader with Facebook's terms of use, privacy policy, how Facebook has reacted and prepared for its users' mortality and what kind of future can be foreseen to all of this.</p> <p>Digital death was approached from a research point of view and taken as an assignment that must be solved. The differences between the physical and untouchable property were researched from the legal angle and social media's terms of use. Also the new ways of mourning that the Internet has provided for us were highlighted, as I believe this is the matter that will set the future path for this subject.</p> <p>I collected information and applied it to practice so that the Thesis would comply the best possible summary of every piece of information available at this time about digital death and Facebook. The main aim of this Thesis was to make people realize that they are mortal and prepare for it from the digital point of view.</p> <p>My aim was to produce adequate information about a subject from which, in my opinion, there is not enough, nor sufficiently informative knowledge, considering the current time and place. My friends, and probably most of the people who are spending a lot of time online, have been the stimulus of my research all along as I was shaken by their total unawareness of the subject of my Thesis.</p> <p>The Thesis and its research results have specialized in digital death and Facebook so that this Thesis can be used as a guide in real life situations and as an information source when preparing for digital death.</p>	
Keywords	Facebook, digital death, memorial profile, privacy

SISÄLLYS

1	Johdanto	1
2	Digitaalinen kuolema	3
2.1	Käsitteitä	3
3	Esittelyssä Facebook	5
3.1	Facebook ja käyttöehdot	7
3.2	Facebook vs. EU	9
4	Facebook kuoleman jälkeen	12
4.1	Testamentti	12
4.2	Facebook-tilin kohtalo	12
4.2.1	Muistoprofiili	13
4.2.2	Muistoryhmä	16
4.2.3	Tilin poistaminen	16
4.2.4	Sovellukset	18
4.2.5	Identiteettivarkaudet	19
5	Kuolemaan suhtautuminen Facebookissa	20
5.1	Tutkimuksen alustus	20
5.2	Kysely ja sen toteuttaminen	21
5.3	Kyselyn tulokset	22
5.4	Tulosten analysointi	23
6	Digitaalisen kuoleman murros	23
6.1	Digitaalisen kuoleman tulevaisuus	25
7	Loppupäätelmät	26
	Lähteet	

1 JOHDANTO

Helmikuussa 2012 ilmestyneessä Image-lehdessä oli puhutteleva artikkeli suomalaisen äidin projektista poistaa aivoverenvuotoon kuolleen 21-vuotiaan poikansa Facebook-tili. Artikkelin käsitteli asiaa, jota monet meistä eivät ole varmasti koskaan miettineet saati osanneet ennakoida; Mitä tapahtuu kaikille niille sähköposteille, blogeille ja ennen kaikkea yhteisöpalveluihin perustetuille tileille, kuten Facebookille, kun aika meistä jättää?

Valtaosa internetiä aktiivisesti käyttävistä ihmisistä tallettaa elämänsä sosiaalisiin medioihin, pilvipalveluihin ja muihin internetissä toimiviin palveluihin valokuvien, viestien ja kirjoitusten muodossa. Materiaalin merkitys ei ole varsinaisesti vähentynyt, mutta tässä ajankuvassa immateriaalinen omaisuus on näkemykseni mukaan kohoamassa kovaa vauhtia aineellisen omaisuuden rinnalle. Kun käyttäjä kuolee, pilvipalveluun ladatut valokuvat eivät kuitenkaan periydy lähiomaisille samalla tavalla kuin kotona albumeissa säilytetyt fyysiset valokuvat. Sama pätee kaikkeen sosiaalisiin medioihin ladattuun sisältöön.

Digitaalisen vallankumouksen myötä kuolemantapauksiin liittyvistä käytännön asioista on tullut paljon monimutkaisempia. Ihmiset ovat yhä enemmän tietoisia omasta internetikäyttämistään, mutta kaikki meitä kohtaavaan kuolemaan ei silti osata varautua virtuaalimaailmassa. Suurin osa verkkopalveluidenkin tarjoajista tuntuu unohtaneen täysin tämän väistämättömimmän osan ihmiselämää. Ennenaikaisesti sairauksiin tai yhtäkkiä tapaturmaisesti kuolevat Facebook-käyttäjät vain harvoin ovat kaksikymppisissänsä laatineet testamenttinsa tai luottaneet salasanansa jonkun ystävänsä tai perheenjäsenensä haltuun. Harva meistä osaa katsoa niin kauas tulevaisuuteen, varsinkin kun tulevaisuus ei näissä tapauksissa ole se kirkkain mahdollinen. Kuka nyt haluaisi ajatella olevansa kuolevainen? Facebookissa edesmennyt henkilö voi jäädä elämään uutta elämää identiteettivarkauksien myötä tai vain jäädä vaille käyttäjää Facebookin satojen miljoonien profiilien joukkoon, ellei joku osaa ottaa asiaa hoidettavakseen.

Käsittelen tässä opinnäytetyössä käyttäjän kuolemaa erityisesti Facebookin kannalta, sillä se on aktiivisiin käyttäjämääriin perustuvan laskelman mukaan selvästi maailman suurin sosiaalinen media, ja sitä se on myös Suomen mittakaavassa (Visual.ly 2013).

Käyn läpi luvussa neljä Facebookin entisiä ja nykyisiä käyttäjäehtoja ja yksityisyyden suojaa, joista molemmat ovat avainasemassa kuolleen käyttäjän digitaalisesta omaisuudesta puhuttaessa. Koska Suomi noudattaa EU:n lainsäädäntöä, olen käsitellyt asiaa koko Euroopan Unionin näkökulmasta ottaen tietenkin huomioon, että Facebook toimii yhdysvaltalaisien lakien mukaan.

Käyn lopputyöni viidennessä luvussa läpi omaisille ja ystäville muodostuvia vaihtoehtoja kuolleen ihmisen Facebook-tilin suhteen ja kerron, miten eri tilanteissa tulisi toimia ja mitä dokumentteja Facebook mahdollisesti vaatii todistukseksi kuolemasta. Osviittaa on luvussa myös surunkäsittelyyn sekä pohdintaa siihen, onko omalla (kuolemaan valmistautuminen) tai omaisen (kuoleman jälkeiset toimenpiteet) kohdalla oikea vaihtoehto muistoprofiilin pystyttäminen vai koko Facebook-tilin poistaminen. Kuudennessa luvussa esittelemäni kysely pyörii myös näiden samaisten kysymysten ympärillä.

Tutkimukseeni liittyy myös internetin ja erityisesti Facebookin asema nykyisissä kuolemaan liittyvissä rituaaleissa. Länsimaalaisten suhtautumisessa kuolemaan ja hautauskulttuuriin on jo nyt huomattavissa valtavia muutoksia, joista puhun lisää seitsemännessä luvussa.

Halusin opinnäytetyössäni selvittää, mitä kaikelle digitaaliselle jäämistölle todella tapahtuu, miten siihen voi itse ennalta vaikuttaa ja onko jälkikäteen tehtävissä enää mitään kuolleen käyttäjän digitaaliseen omaisuuteen käsiksi pääsemiseksi ja mitkä asiat näihin kaikkeen vaikuttavat. Yksikään ystäväni, jolle mainitsin lopputyöni aiheesta, ei tiennyt siitä entuudestaan yhtikäs mitään, mutta jokainen halusi kuulla lisää. Tällöin tiesin, että haluan tehdä opinnäytetyöstäni ennen kaikkea informatiivisen tietopaketin, josta hyötyisivät mahdollisimman monet, sillä aihehan koskettaa lähes meitä kaikkia internetin käyttäjiä.

Koska digitaalinen kuolema on käsitteenä vielä hyvin tuntematon ja sen lisäksi se elää keskellä mielenkiintoista murrosta, jonka tulevaisuuden suuntaa voi tutkimukseni avulla arvuutella, mutta siitä ei voi olla täysin varma. Uskon, että opinnäytetyölleni tulee siis lähitulevaisuudessa olemaan paljon kysyntää sekä jatkotutkimusmahdollisuuksia. Jatkotutkimuksen kannalta kiinnostavinta on, mihin suuntaan Facebook ja muut sosiaaliset mediat tulevat viemään käyttöehtojaan ja millaisia uusia kuoleman käsittelyyn liittyviä toimintoja markkinoille lanseerataan. Digitaalinen kuolema on tikittävä aikapommi, jonka mysteeri alkaa toivottavasti ratketa jo lähivuosina eikä vasta sitten, kun ensim-

mäinen digisukupolvi alkaa tulla tiensä päähän. Käyttäjät vanhenevat, mutta tämä aihe ei.

2 DIGITAALINEN KUOLEMA

Kuolema on aina ollut osa elämän luonnollista kiertokulkua. Digitalisoitumisen ja uuden teknologian myötä myös kaikkia kohtaava kuolema on saanut uusia ulottuvuuksia; biologinen kuolema ja elintoimintojen lakkaaminen tapahtuvat yhä luonnonlakien mukaan, mutta nyt yhä useammalla meistä kulkee maallisen minämme mukana digitaalinen versio, johon kuolema ei vaikutakaan samalla tavalla. Siinä missä perintö on ennen tullut maallisen omaisuuden muodossa, se saattaa nyt muodostua biteistä. Ihmiset arkistoiivat yhä enemmän tietoa elämästään internetin loputtomaan avaruuteen. Sähköpostitilit ja sosiaaliset mediat, kuten blogit ja yhteisöpalvelut, ovat osa jokapäiväistä elämäämme.

Eri sukupolvien välinen teknologiaosaaminen nousee tärkeään rooliin nykypäivän kuolemassa. Digitaaliseen kuolemaan ei ole osattu valmistautua siitäkään faktasta huolimatta, että mikään tässä maailmassa ei ole varmempaa kuin kuolema, koska siihen ei ole ollut tarvetta. Ne ikäluokat, joiden luonnollinen elinikä saavuttaa nyt tiensä päin, eivät ole koskaan joutuneet internetin syövereihin. Mutta asiat ovat muuttumaan päin. Kukaan ei elä ikuisesti ja myös ensimmäinen internet-sukupolvi vanhenee päivä päivältä. Tämä on asia, jonka äärellä EU:n neuvoston päättäjät ja sähköisten palveluiden asiantuntijat nyt vaivaavat päätään; heidän käyttäjänsä ovat kuolevaisia, miten siihen tulisi reagoida? (Palmén 2012.16.)

2.1 Käsitteitä

Olen listannut tähän lukuun käyttämiäni keskeisimpiä käsitteitä ja niille omin sanoin kirjoittamiani määritelmiä, joiden tarkoituksena on selkeyttää tutkimukseni sisältöä. Nämä käsitteet tarkoittavat aina alla määriteltyä, kontekstista ja näkökulmasta riippumatta.

Digitaalinen identiteetti

Digitaalisessa ympäristössä käyttäjän tunnistautuminen tapahtuu yleensä palveluun luodun käyttäjätunnuksen ja salasanan avulla. Tällöin palvelun on mahdollista yhdistää henkilö tämän digitaaliseen identiteettiinsä.

EU

Euroopan unioni eli EU on 28 eurooppalaisen jäsenvaltion muodostama liitto, jonka jäsenmaat noudattavat heille asetettuja samoja lainsäädäntöjä.

Immateriaalinen

Käsin koskemattomissa oleva aineeton asia, kuten esimerkiksi kaikki digitaalisessa muodossa olevat tiedot ja aineistot.

Käyttäjäehto

Sopimus palvelun käyttöön liittyvistä ehdoista, jotka käyttäjän tulee hyväksyä ennen palvelun käytön aloittamista. Käyttäjähdoissa käsitellään esimerkiksi kenelle palveluun ladattujen tietojen oikeudet kuuluvat.

Postuumi

Kuoleman jälkeen julkaistu materiaali.

Sosiaalinen media

Verkkopalvelu, jossa yhdistyy käyttäjien yhteisöllisyys, kommunikaatio sekä itsensä ilmaisemisen mahdollisuus.

Sovellus

Sovellukset ovat ohjelmia, jotka mahdollistavat erilaisten toiminnallisuuksien muodostumisen.

Sähköinen jäämistö

Sähköiseen jäämistöön kuuluu edesmenneen ihmisen digitaalisessa muodossa oleva omaisuus, kuten esimerkiksi digitaaliset valokuvat, sähköpostiviestit ja blogikirjoitukset.

Tekijänoikeus

Jonkin asian käyttöön liittyvä oikeus, joka vaihtelee maittain. Euroopassa tekijänoikeus sallii ainoastaan yksityiskäytön.

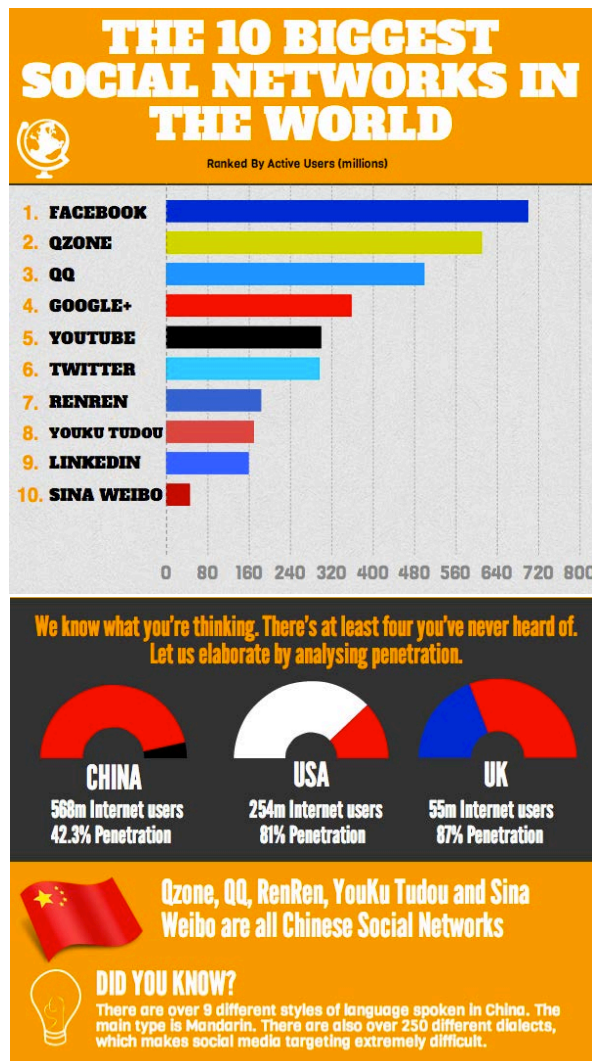
Yksityisyydensuoja

Yhtiöiden ja palveluiden hallussa olevien henkilötietojen suojaaminen lain ja käyttöehtojen puitteissa.

3 ESITTELYSSÄ FACEBOOK

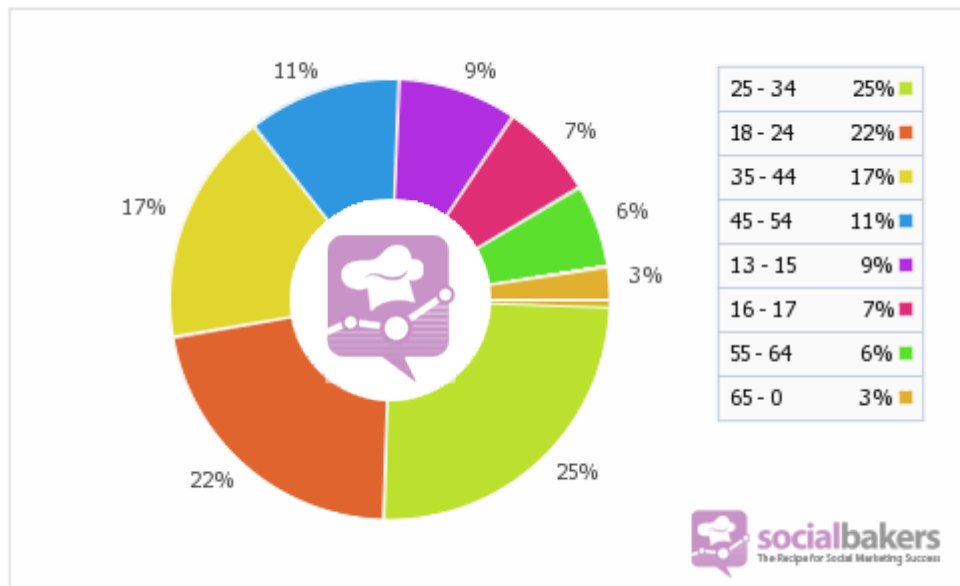
Tämän hetken ylivoimaisesti suosituin sosiaalinen media Facebook ei paljon esittelyjä kaipaa, mutta käyn silti perusasiat läpi. Facebook on aktiivisten käyttäjien määrää mitattaessa maailman käytetyin yhteisöpalvelu (Kuva 1), johon viitataan Suomessa aina väistämättä, kun puhutaan sosiaalisesta mediasta.

Sosiaalisen median asiantuntijan Harto Pöngän omien Facebookin mainoskoneeseen perustuvien laskelmien mukaan Facebookia käytti marraskuussa 2012 noin 38 % suomalaisista. Suurin osa käyttäjistä on 13-64-vuotiaita. (Pönkä 2013.) Vaikka yhä useammat tätäkin jopa huomattavasti vanhemmat suomalaiset ovat viime vuosina liittyneet Facebookiin, on turvallista sanoa, että valtaosa käyttäjistä ei ole vielä luonnollisen elinkaarensa päässä ja täten lähes jokaisen Facebook-käyttäjän kuolema tapahtuu ennenaikaisesti.



Kuva 1. 10 suurinta sosiaalista mediaa heinäkuussa 2013 (Visual.ly 2013).

Facebookilla oli kesäkuussa 2013 mitattaessa noin 699 miljoonaa päivätasolla aktiivista käyttäjää. Käyttäjät ovat perinteisen tietokoneen lisäksi löytäneet myös Facebookin mobiiliversion, jota käyttää kuukausitasolla aktiivisesti 819 miljoonaa ihmistä, eivätkä markkinoinnin osajatkaan ole jättäneet palvelun valtavaa potentiaalia hyödyntämättä. (Facebook 2013c.) Facebookin mainostulot perustuvat käyttäjien sinne lataamiin tietoihin, joita palvelu hyödyntää myymällä mainostajille näkyvyyttä tiettyjen ikä- ja kohde-ryhmien sisällä.



Kuva 2. Facebookin suomalaisten käyttäjien ikäjakauma huhtikuussa 2012 (Socialbakers 2012).

3.1 Facebook-käyttöehdot

Käyttäjä hyväksyy Facebookin ehdot rekisteröityessään palveluun, mutta kuinka moni niitä tosiasiaassa lukee? Briteissä tehtiin vuonna 2011 tutkimus, josta selvisi, että vain 7 % ihmisistä lukee käyttöehdot läpi ennen palveluun rekisteröitymistään. Tutkimukseen osallistuneet kertoivat jättävänsä internetpalveluiden käyttöehdot kokonaan lukematta niiden tylsyyden ja vaikealukuisuuden vuoksi. (Smithers 2011.) Suomalaisille käyttöehdoista entistä vaikealukuisempaa tekee vieras kieli, kuten englanti, jolla käyttöehdot on kirjoitettu. On itsestään selvää, että jos käyttöehdot ovat englantia äidinkielenään puhuville vaikealukuisia, niin meille ne ovat sitä entistäkin enemmän. Uskon myös, että suurten ja suosittujen internetpalveluiden kohdalla sosiaalinen normi voittaa; jos kaikki ystäväni ovat hyväksyneet Facebookin käyttöehdot, niin miksen minäkin hyväksyisi?

Facebookin käyttöehtoja ei ole saatavilla ruotsin kielen lailla suomeksi, joten seuraavassa on listattu ehtosivun aloitus englanninkielellä (Facebook 2011):

1. For content that is covered by intellectual property rights, like photos and videos (IP content), you specifically give us the following permission, subject to your privacy and application settings: you grant us a non-exclusive, transferable, sub-licensable, royalty-free, worldwide license to use any IP content that you post on or in connection with Facebook (IP License). This IP License ends

- when you delete your IP content or your account unless your content has been shared with others, and they have not deleted it.
2. When you delete IP content, it is deleted in a manner similar to emptying the recycle bin on a computer. However, you understand that removed content may persist in backup copies for a reasonable period of time (but will not be available to others).
 3. When you use an application, your content and information is shared with the application. We require applications to respect your privacy, and your agreement with that application will control how the application can use, store, and transfer that content and information. (To learn more about Platform, read our Privacy Policy and Platform Page.)
 4. When you publish content or information using the Public setting, it means that you are allowing everyone, including people off of Facebook, to access and use that information, and to associate it with you (i.e., your name and profile picture).
 5. We always appreciate your feedback or other suggestions about Facebook, but you understand that we may use them without any obligation to compensate you for them (just as you have no obligation to offer them).

1. ehto vie meidät 2009 alkuvuodesta nousseen Facebook-kohun juurille. Kohu aiheutui rekisteriselosteen käyttöehtoihin tehdystä muutoksesta, joka takasi Facebookille oikeuden käyttää käyttäjiensä tietoja (kaupallisiin tarkoituksiin) myös siinä tapauksessa, että käyttäjät poistavat Facebook-tilinsä. Facebook pidätti itselleen oikeuden tehdä yksipuolisia muutoksia käyttöehtoihinsa ilman ennakkovaroitusta tai erillistä ilmoitusta asiasta. Käyttäjä siis hyväksyi muuttuneet ehdot jatkamalla palvelun käyttämistä. Ensimmäisenä tämän käyttöehtoihin tehdyn muutoksen huomasi kuluttajasuoja-asioihin keskittyvä Consumerist-blogi, jonka löytö läpäisi kaikki uutiskynnykset ja sai kuluttajat myös havahtumaan asian vakavuuteen. Uusi ehto ehti olla voimassa noin 2 viikkoa, kunnes vanhat käyttöehdot palautettiin takaisin valtavan palautevirran takia. (Helsingin Sanomat 2009.) Nykyisten käyttöehtojen mukaan Facebook siis omistaa käyttäjiensä lataamat kuvat ja muut tiedot, kunnes käyttäjä päättää poistaa itsensä Facebookista. Facebook ei siis voi muuttaa tapaansa jakaa käyttäjien tietoa, ellei se ensin kysy siihen näiltä lupaa (Linnake 2011).

3. ehto käsittelee Facebook-sovellusten kautta jaettua yksityistä informaatiota. Facebook-käyttäjät asentavat joka päivä noin 20 miljoonaa sovellusta, mikä asettaa kunkin yksityisyyden alttiiksi paitsi Facebookin omille, myös kolmansien osapuolien, kuten mainostajien käytännöille, sillä kaikkien ilmaisten palvelujen taustalla on jokin tuotto-odotus. Amerikkalaislehti The Wall Street Journal raportoi vuonna 2010, että yritykset, jotka ovat suosituimpien sovellusten takana, jakavat käyttäjien tietoja mainostajien kanssa ja rikkovat näin Facebookin yksityisyydensuojaa koskevaa ohjetta. (Taloussanomien 2011.) Erikoisen tapauksesta tekee se, että kyseessä on tosiaankin ohje eikä sääntö. Käyttöön otettaessa Facebook-sovellukset hyväksyvät omat ehtonsa käyttä-

jillä. Sovellukset haalivat itselleen ainakin käyttäjän perustiedot, sähköpostiosoitteen sekä profiilitiedot, kuten syntymäajan ja kiinnostuksen kohteet. Osa sovelluksista varaa itselleen myös oikeuden lähettää käyttäjän puolesta esimerkiksi tilapäivityksiä ja valokuvia.

Vaikka Facebook täsmentää kaiken yllämainitun käyttöehdoissaan ja vaikka jotkut palvelun sadoista miljoonista käyttäjästä Facebookin rekisteriselostetta päätyisivätkin lukemaan, on käyttöehtojen ymmärtäminen silti tutkitustikin vaikeaa. Digitaalisen markkinoinnin toimiston Siegel+Galen teettämän tutkimuksen mukaan vain 39 % Facebookin rekisteriselosteen läpi lukeneista ymmärsi, mitä tietoja Facebook käyttäjästänsä tallentaa ja mihin se kyseisiä tietoja käyttää. (Kanniainen 2012.)

Myös Nottinghamin yliopiston tutkijat ovat teettäneet tutkimuksen, jossa arvioitiin eri internetpalveluiden käyttöehtojen vaikealukuisuutta. Käyttöehdoille annettiin tutkimuksessa vaikeuskerroin, joka perustuu virkkeiden pituuteen, pitkien sanojen käyttöön sekä tekstin kokonaispituuteen. Vaikeuskerrointa hyödyntämällä tutkijat pystyivät vertaamaan, minkä kirjaepoksen lukukokemusta käyttöehtojen läpikäyminen vastaa. Facebookin käyttöehdot saivat ruhtinaallisen 19,39 kertoimen, joka tarkoittaa sitä, että Niccoló Machiavellin vuonna 1513 kirjoittaman Ruhtinas-kirjan lukeminen pitäisi sujua helposti, mikäli Facebookin käyttöehdoista aikoo jotakin ymmärtää. Facebook oli tutkimuksen selkeä pistekuningas, mutta otetaan toinenkin esimerkki vertailun vuoksi. Googlen käyttöehtoja voi sen 15,48 vaikeuskertoimen perusteella verrata 700- ja 1000-luvun paikkeilla muinaisenglanniksi kirjoitetun runoepos Beowulf in sujuvaan lukemiseen. Tutkimuksessa todettiin, että Googlen käyttöehdot ovat niin hankalat, että 43 % englantilaisista ei pystyisi ymmärtäen niitä lukemaan. Facebookin kerroinhan on siis vielä suurempi. (Karkimo 2013.)

3.2 Facebook vs. EU

Facebookin käyttäjämäärät takaavat sille luonnollisesti valtavan henkilötietokannan.

Jokainen käyttäjä esiintyy palvelussa oletettavasti oikealla nimellään.

Facebook is a community where people use their real identities. We require everyone to provide their real names, so you always know who you're connecting with. This helps keep our community safe. (Facebook 2013b.)

Palveluun rekisteröidyttäessä Facebook haluaa tietää tulevan käyttäjänsä syntymäajan ja sähköpostiosoitteen varmentuakseen tämän olemassa olosta sekä osatakseen ohjata tämän omalle ikäryhmälleen suunnatun sisällön äärelle (Facebook 2011). Näiden tietojen lisäksi käyttäjä voi halutessaan täydentää yksityistietojaan lisäämällä profiiliinsa esimerkiksi asuinpaikkansa, puhelinnumeron, perheenjäsenensä sekä koulutus- ja työpaikkatietonsa. Ihmisten käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa tutkineen professori Russell W. Belkin mukaan sosiaalisten medioiden myötä omista asioista kerrotaan paljon avoimemmin kuin ennen. (Hiebert 2013.)

When we're looking at the screen we're not face-to-face with someone who can immediately respond to us, so it's easier to let it all out – it's almost like we're invisible (Hiebert 2013).

Ihmisten on siis helpompi ilmaista itseään internetissä, mutta omien tietojen vapaaehtoiseen jakamiseen liittyy muutakin. Belkin toteaa, että diginatiivit pyrkivät tietoisesti vahvistamaan identiteettiään ja rakentamaan henkilöbrändiään internetissä. (Hiebert 2013.)

We want to be interesting. We want to be memorable. We want people to follow us, but we need their attention first. And if there's one thing reality TV and advertising has taught us, it's that the lowest common denominator is both easiest and most efficient way of getting people to notice. (Hiebert 2013.)

Facebookin saamasta tiedosta vain murto-osa pysyy tavallisen käyttäjän ymmärryksen rajoissa; uskon, etteivät kaikki käyttäjät, etenkin nuoremmat, käsitä, että heitä profiloidaan markkinoinnin kohdentamiseksi. Facebook kerää ja tallentaa kaiken tiedon palvelunsa käyttäjistä, muun muassa tiedot siitä, milloin käyttäjä kirjautuu sisään ja ulos palvelusta, kaikkien lähetettyjen ja saatujen viestien sisällön ja lähetysajat, kaikki päivitukset, ystäväsuhteet, tykkäykset ja tökkäykset sekä hakuhistorian. Näiden tietojen lisäksi Facebook tallentaa myös yllättävämpiä asioita, kuten poistetut viestit, jokaisen laitteen, jolla käyttäjä on koskaan kirjautunut sisään Facebookiin sekä paljon muuta. Arvioiden mukaan Facebookilla on henkilön aktiivisuudesta riippuen noin 129-880 sivua dataa jokaista käyttäjää kohden. (Humphries 2011.)

Näin valtavan tiedon hallitseminen on nostanut Facebookin yksityisyydensuojan monesti tapetille. Kritiikkiä on tullut niin EU:lta, Yhdysvaltain lainsäätäjiltä kuin kuluttajajärjestöiltäkin. Meitä suomalaisia eniten koskettaa tietenkin EU. Vuoden 2011 lopulla Euroopan Unioni aloitti uuden lainsäädännön valmistelun, joka turvaisi eurooppalaisten sosiaalisten medioiden käyttäjien yksityisyyttä paremmin ja estäisi esimerkiksi Facebookia jakamasta eurooppalaisten käyttäjien tietoja mainostajille. Uusi turvasäädäntö pakottaisi Facebookin antamaan käyttäjilleen oikeuden poistaa aikaisemmin syöttä-

mänsä tiedot, vaikka käyttäjät ovatkin aikoinaan suostuneet tietojen julkisuuteen. Se antaisi käyttäjälle myös oikeuden päästä käsiksi kaikkeen itseään koskevaan tietoon. (Digitoday 2011.)

Facebook ei luonnollisesti ole halukas luovuttamaan yksityisyydensuojansa valvontaa EU:lle, sillä Yhdysvalloissa yritykset voivat hankkia tekijänoikeudet itselleen määrittämällä sen käyttöehtoihinsa, niin kuin Facebook tekee. Euroopan lain mukaan esimerkiksi valokuvien tekijänoikeudet eivät voi siirtyä Facebookin kaltaiselle toimijalle, vaan tekijänoikeus on luovuttamaton ja sisältöjen käyttöoikeuksista on sovittava joka kerta erikseen. (Tuormaa 2010.) Financial Times-lehden arvion mukaan uuden esityksen hyväksymiseen EU:ssa tulee kulumaan noin kaksi vuotta ja toiset kaksi ehtivät kuluu, kunnes jäsenmaat saavat muutetuksi lainsäädäntönsä direktiivin mukaiseksi (Digitoday 2011).

Facebookin laillinen pakokeino yksityisyyden suojan säleiköstä on yksinkertainen; Facebook on vapaaehtoinen palvelu, kaikki sinne ladattu tapahtuu yksilön omasta vapaasta tahdosta. Facebookin yksityisyysasetuksissa voi rajoittaa, ketkä näkevät mitään käyttäjän tietoja ja mitä profiilissaan haluaa ylipäättään jakaa. Kaiken tiedon voi halutessaan rajata näkymään pelkästään itselleen tai kavereilleen julkisen näkymän sijaan. Yksityisyyttään on siis mahdollista suojata tehokkaasti, mutta se on taktisesti jätetty täysin käyttäjän omatoimisuuden varaan. Harva käyttäjä tietää saati osaa käyttää Facebookin yksityisyydensuojasäätöjä, joissa The New York Times -lehden laskelmien mukaan on 170 erilaista vaihtoehtoa (Raivio 2010). Mikäli yksityisyydensuoja tuntuu edelleen liian heppoiselta, Facebook tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden myös oman profiilinsa poistamiseen. Uskon vakaasti, että tähän vaihtoehtoon prosentuaalisesti vain harva tarttuu.

Koska monet käyttäjät eivät osaa suojata omaa yksityisyyttään, voi Facebook laillisesti hyödyntää näiden jäsenten henkilökohtaisia tietoja ja käydä niillä kauppaa. Yrityksiä ja etenkin kaupallisia tahoja kiinnostavat Facebook-käyttäjien profiilitiedot, sillä niistä voi nähdä, mitä ihmiset harrastavat tai mitä mieltymyksiä heillä on. Yksityiset henkilötiedot ovat yrityksille arvokasta pääomaa, sillä internet-sukupolvi hoitaa suurimman osan asioistaan internetin kautta. (Tuormaa 2010.)

4 FACEBOOK KUOLEMAN JÄLKEEN

Facebook on luonut tukikeskukseensa muistoprofiili-lomakkeen, jonka täyttämällä kuka tahansa voi ilmoittaa ylläpidolle jonkun käyttäjän kuolemasta tarpeellisten todisteiden valossa. Tätä lomaketta hyödyntämällä tili muutetaan automaattisesti muistoprofiiliksi. Lisäksi on olemassa toinen lomake, jonka avulla omaiset voivat anoa tilin poistamista. Vaihtoehtona on myös yksityisen tai julkisen ryhmän luominen vainajan muistoksi. Facebook ei luovuta edesmenneen käyttäjän tilin kirjautumistietoja kenellekään turvataksien henkilön yksityisyyden kuolemankin jälkeen. Kuolleen käyttäjän tilistä on mahdollista saada ulos henkilökohtaisia tietoja, mutta prosessi on pitkä ja hankala ja siihen tarvitaan aina oikeuden määräys. (Facebook 2013a).

4.1 Testamentti

Sähköisten palveluiden salasanojen testamenttaaminen omaisille ei tietääkseni ole vielä lainkaan yleistä, mutta uskon käytännön yleistyvän digitaalisen kuoleman nous-
tessa enemmän käyttäjien tietoisuuteen.

Facebookin kirjautumistietojen testamenttaamisella halutaan varmistaa, että henkilön digitaalisen identiteetin vartioimista jatketaan eikä henkilötietojen väärinkäytölle jätetä tilaa. Uskon, että myös yhteisöpalveluun ladattuja henkilökohtaisia videoita ja valokuvia harvemmin enää teetetään fyysiseen muotoon, joten palveluun ladatut versiot halutaan jättää muistoksi perheenjäsenille. (Barnett 2011.) Testamentilla voi esittää myös toiveensa Facebook-profiilin poistamiseksi, mikä helpottaa ja nopeuttaa omaisten vastuulle jäävän anomuksen hyväksyttämistä ylläpidolla.

4.2 Facebook-tilin kohtalo

Ylläpito muuttaa luotettavaksi määrittelemänsä raportoinnin jälkeen kuolleen henkilön tilin automaattisesti muistoprofiiliksi. Mikäli tili halutaan kokonaan poistaa, sitä voivat anoa ainoastaan henkilön lähiomaiset. Vaihtoehtoina ovat myös muistoryhmän pystyt-

täminen sekä sovellukset, jotka mahdollistavat viestien lähettämisen haudan takaa. Tai sitten tili jää vaille käyttäjää ja yleistyneiden identiteettivarkauksien armoille.

4.2.1 Muistoprofiili

Vuoden 2009 lopulla lanseerattu muistoprofiili on Facebookin tapa auttaa omaisia ja ystäviä selviytymään surutyöstä. Facebook ei kuitenkaan ole ensimmäinen taho, joka on hyödyntänyt internetiä kuolleiden muistamisessa. Yhdysvalloissa yhä edelleen toiminnassa oleva Virtual Memories avasi muistosivustonsa jo vuonna 1996. (Haverinen 2011. 50.)

Kuka tahansa, jolla on todiste edesmenneen henkilön kuolemasta esimerkiksi lehdessä julkaistun kuolinilmoituksen muodossa, voi raportoida siitä Facebookille. Muistoprofiilin luomiseen on oma lomake, joka löytyy kirjoittamalla suomeksi Facebookin ohje- ja tukikeskuksen hakukenttään kysymys: Miten ilmoitan edesmenneestä käyttäjästä? (Hiltunen 2011). Suomenkieliset ohjeet löytyvät tosin ainoastaan, mikäli ilmoittaja käyttää Facebookiaan suomen kielellä. Jos asetukset ovat englannin kielellä, voi kenttään yhtä lailla kirjoittaa kysymyksen suomeksi tai englanniksi (How do I report a deceased person?), jolloin ohjeet ilmestyvät molemmissa tapauksissa asetuksiin valitun kielen mukaan.

Memorialization Request


Please use this form to request the memorialization of a deceased person's account. We extend our condolences and appreciate your patience and understanding throughout this process.
 Note: Under penalty of perjury, this form is solely for reporting a deceased person's timeline to be memorialized.

Full name of deceased person
 As it's listed on the account

Email addresses listed on the account

Please provide a link to the content you're trying to report so we can investigate. To get a link to the exact content you want to report:

1. Find the content (photo, video, comment, etc) you want to report
2. If this content is on someone's wall or in news feed, click on the date/time it was posted (next to **Comment**)
3. Copy the URL from your browser's address bar:



Web address (URL) of the timeline you'd like to report

Relationship to the deceased person

Immediate family (spouse, parent, sibling, child)

Extended family (grandparent, aunt, uncle, cousin)

Non-family (friend, co-worker, classmate)

Other

Proof of death
 Ex: a link (URL) to an obituary or news article

Requested action

Memorialize account

Send

Kuva 3. Lomake Facebookin muistoprofiilin anomiseen (Facebook 2013a).

Profiilin muuttamisen jälkeen edesmennyt henkilö ei löydy enää julkisista hakutuloksista ja kirjautuminen tämän käyttäjätillille estyy lopullisesti. Profiilista poistetaan kaikki arkaluontoiset tiedot, kuten henkilön yhteystiedot sekä statuspäivitykset. (Alderwick 2009.) Vainajan yksityisyyden tiukka suojauspolitiikka jakaa vainajaa surevat kuitenkin kahtia. Koetaan, että sen myötä surevat omaiset ja ystävät menettävät jotakin kallisarvoista, sillä edesmenneen käyttäjän verkkoaktiiviteettien mukana sivulta katoaa väkisin osa vainajan persoonaa, joka on ikuistettuna vaikkapa statuspäivityksiin.

Facebookin muistoprofiili luotiin, jotta surevilla olisi yhteinen paikka jakaa muistoja vainajasta (Kelly 2009). Muistoprofiilin perimmäinen idea tulee hyvin esiin näissä väitöskirjan kuolemanrituaaleista virtuaaliympäristössä tehneen virtuaaliantropologi Anna Haverisen sanoissa:

On tärkeä tuntee, että muisto kuolleesta pysyy. Että mahdollisimman moni saisi tietää, miten hieno ihminen hän oli. Ennen vanhaan koottiin leikekirjoja vainajasta, nyt sama tehdään netissä. (Järvinen 2010.)

Muistoprofiilin toinen tärkeä elementti yksityisyydensuojan lisäksi on omaisten ja ystävien tukeminen. Muistoprofiili käyttää sitä samaa yksinkertaista ideaa, joka teki Facebookista aikoinaan miljardibisneksen; se tuo ihmisiä yhteen. Muistoprofiili jättää edesmenneen käyttäjän seinän aktiiviseen tilaan, jolloin kaikki jo vahvistetut Facebook-ystävät voivat jakaa muistojaan valokuvien, kirjoitusten ja vaikkapa musiikin muodossa. Facebook tarjoaa siis todellisen vertaistukiverkoston juuri niistä ihmisistä, joille edesmennyt ihminen on ollut tärkeä. Näiden lisäksi Facebook toimii luonnollisesti myös tärkeänä viestin välittäjänä, kun tieto jonkun kuolemasta alkaa kiiriä eteenpäin.

Facebookin turvallisuusjohtaja Max Kelly totesi Facebook-blogissaan vuonna 2009, hieman ennen kuin muistoprofiili-toiminto avattiin julkiseen käyttöön:

When someone leaves us, they don't leave our memories or our social network. To reflect that reality, we created the idea of "memorialized" profiles as a place where people can save and share their memories of those who've passed. (Kelly 2009.)

Kuoleman ja surutyön käsittelyyn liittyvistä psykologisista teorioista ehkä parhaiten tunnettu on Elisabeth Kübler-Rossin 1960-luvulla luoma malli, johon kuuluu viisi vaihetta (Erjanti & Paunonen-Ilmonen 2004. 17-18):

1. Kieltäminen: Ihminen ei halua tai pysty hyväksymään tapahtunutta ylitsepääsemättömältä tuntuvan surun ja kivun keskellä. Kieltäminen on puolustusmekanismi, jonka avulla sureva pakenee todellisuutta.
2. Viha: Ihminen alkaa tuntee vihaa todellisuuden iskiessä. Tunne suunnataan yleensä niitä tahoja kohden, joiden uskotaan vaikuttaneen tapahtuneeseen.
3. Kaupankäynti: Ihminen alkaa etsiä keinoja, jolla tapahtumien kulkua olisi voinut muuttaa.

4. Masennus: Ihminen ymmärtää tilanteen ja sen väistämättömyyden, muttei ole valmis kohtaamaan sitä. Ikävän, empatian, surun ja tyhjyyden tuntemisen kautta ihminen alkaa vähitellen tulla toimeen todellisuuden kanssa.
5. Hyväksyminen: Ihminen on löytänyt tavan käsitellä ja hyväksyä tapahtuneen, ja on valmis jatkamaan omaa elämäänsä ja olemaan muiden tukena.

Monille psykologisen kivun poistaminen ja näiden viiden vaiheen läpikäynti onnistuu keskittämällä ajatukset johonkin täysin muuhun (ETRA-liitto 2008). Edesmenneen henkilön jatkuva läsnäolo Facebookissa voi olla joillekin raskasta. Vainajan muistoprofiileineen voi poistaa omalta ystävälistaltaan Facebookissa, mutta silloin on syytä ottaa huomioon päätöksen lopullisuus. Facebook on myös vaihtoehtoisesti suostunut poistamaan käyttäjätilin kokonaan, mikäli joku lähiomainen niin haluaa.

4.2.2 Muistoryhmä

Muistoprofiiliin lisäksi (tai sen sijasta) vainajalle voi luoda oman Facebook-ryhmän. Ryhmän luomiseen ei tarvita kuolleen käyttäjän profiilia, vaan sen voi luoda kuka tahansa. Ryhmän sisällön voi määrittellä julkiseksi tai salaiseksi. Erilaisia julkisia sururyhmiä ja -sivuja perustetaan esimerkiksi jonkun julkisuuden henkilön kuoleman jälkeen. Näissä ryhmissä Facebookin voima on nähtävissä parhaimmillaan ja vertaistukea saadaan usein täysin tuntemattomilta ihmisiltä.

Suljettuun ryhmään pääsevät ainoastaan siihen kutsutut tai hyväksytyt ihmiset. Surutyön tekeminen vaikkapa tiiviin ystäväpiiriin kesken on usein helpompaa kuin muistojen jakaminen kuolleen käyttäjän Facebook-profiilin seinällä.

4.2.3 Tilin poistaminen

Kuolleen käyttäjän Facebook-tilin poistamista voivat anoa ainoastaan edesmenneen lähiomaiset tai perikunnan edustaja. Ilkivallan ja väärinkäsitysten välttämiseksi Facebook haluaa varmuuden, että tilin poistamista anova on todellakin edesmenneen henkilön perheenjäsen tai lähiomainen. Facebookin hyväksymiä asiakirjoja ovat esimerkiksi vainajan syntymätodistus sekä viranomaisen allekirjoittama virallinen paperi

kuolleen henkilön laillisesta edustajasta. Pyyntöjä ei käsitellä, mikäli suhdetta ei pystytä varmentamaan. (Hiltunen 2011.)

Lomake edesmenneen Facebook-tilin poistamiseen löytyy samalla tavalla kuin muisto-profiilinkin lomake, kirjoittamalla suomeksi Facebookin ohje- ja tukikeskuksen hakukenttään kysymys: Miten ilmoitan edesmenneestä käyttäjästä? (Hiltunen 2011). Ohjeet löytyvät sillä kielellä, joka ilmoittajalla on oman tilinsä asetuksissa. Lomakkeeseen tulee liittää linkki vainajan kuolintodistukseen tai kuolinilmoitukseen. Kun tili on kerran poistettu, kaikki siinä ollut sisältö häviää eikä niitä voida enää palauttaa. (Facebook 2013a.)

Special Request for Deceased Person's Account

Please use this form to request the removal of a deceased person's account or for memorialization special requests. We extend our condolences and appreciate your patience and understanding throughout this process. Unrelated inquiries received through this channel may not receive a response. To protect the privacy of people on Facebook, we cannot provide anyone with login information for accounts.

Your full name

Full name on the deceased person's account

Account email address of the deceased person
The email that may have been used to create the account

Web address (URL) of the timeline

Please note that we require verification that you are an immediate family member or executor for account removal or special requests.

Relationship to the person

Immediate family (spouse, parent, sibling, child)
 Extended family (grandparent, aunt, uncle, cousin)
 Non-family (friend, co-worker, classmate)

How can we help you?

Please memorialize this account
 Please remove this account
 I have a special request
 I have a question

When did the person pass away?

✦ Add year

Please provide verification that you're an immediate family member
You'll need to upload documentation like a death certificate, the deceased person's birth certificate, or proof of authority

Additional information
If you have a special request or question, please use this space to provide more information

Kuva 4. Lomake Facebookin-tilin poistamiseen (Facebook 2013b).

4.2.4 Sovellukset

If I Die-sovellus tarjoaa käyttäjälle mahdollisuuden lähettää statuspäivityksiä Facebook-ystävillään vielä kuolemansakin jälkeen. Sovelluksen käyttäjä valitsee eläessään kolme luotettavaa Facebook-profiilin omistavaa ystäväänsä tai perheenjäsentänsä, jotka käyttäjän kuoltua varmentavat asian If I Die-sovelluksessa. Edesmenneen käyttäjän sovellukseen lataamat päivitykset julkaistaan heti varmennuksen jälkeen tämän oman profiilin seinällä. Sovelluksen avulla voi myös lähettää läheisilleen henkilökohtaisia viestejä postuumisti. Facebook lähettää automaattisesti käyttäjän valitseman viestin, kuvan tai videon tämän seinälle valittuna päivämääränä. Esimerkiksi haudan takaa lähetetyt syntymäpäiväonnittelut ovat hyvin suosittuja. (Räsänen 2012.)

Viestejä voi lähettää tällä hetkellä ainoastaan edesmenneen käyttäjän omalle seinälle, mutta sovelluksen pyrkimyksenä on mahdollistaa yksityisviestien lähettäminen vain tietyille henkilöille koko kaveripiiriin sijaan, sekä jopa henkilöille, joilla ei ole Facebook-tiliä lainkaan. Kaikille ystäville julkisia olevat päivitykset pysyisivät tämän hetken näkemysten mukaan ilmaisina, mutta yksityisviestien lähettäminen olisi lisämaksullinen toiminta. (Hawks 2012.)

If I Die-sovelluksen ensimmäinen versio lanseerattiin vuonna 2010, mutta vasta sovelluksen siirryttyä Facebook-alustalle vuotta myöhemmin, se sai odottamansa mediajulkisuuden. Alkuvuonna 2012 sovelluksella oli noin 200 000 käyttäjää. (If I Die 2013.) Kun luin sovelluksesta ensimmäistä kertaa, ajattelin, ettei oma psyykeeni kestäisi saada keneltäkään tästä maailmasta poistuneelta viestejä. Tutkittuani Facebookin ja sovellusten roolia nykypäivän surunkäsittelyssä ymmärsin, että viesti haudan takaa voi auttaa surevaa hyväksymään tapahtuneen nopeammin, olettaen tietenkin, että viesti on positiivinen ja lohduttava. Tällä hetkellä If I Die-sovellus on ainoa laatuaan Facebookissa (If I Die 2013), mutta uskon, että lähitulevaisuudessa tämänkaltaisten viimeisten viestien jättäminen tulee yleistymään ja yksityisiäkin viestejä voi lähettää veloitusetta.



Kuva 5. If I Die-sovellus (App view 2012).

4.2.5 Identiteettivarkaudet

Kuolleen henkilön Facebook-profiili pysyy sellaisenaan internetissä niin kauan, kunnes joku ilmoittaa lomakkeen avulla kuolemasta ylläpidolle. Jos kukaan ei tee näin, profiili jatkaa olemassaoloaan vailla käyttäjää ja altistuu helposti identiteettivarkauksille.

Sosiaalisissa medioissa identiteettivarkauksien motiivina toimii yleensä kosto tai kiusanteko (Poliisi 2013). Facebookista on helppo ottaa talteen toisen lataamia kuvia ja käyttää niitä asiattomissa konteksteissa. Palvelut kannustavat käyttäjiään jakamaan vaarattoman tuntuista tietoa, kuten esimerkiksi syntymäaikansa, puhelinnumeron ja asuinpaikkansa.

Jos tiliä ei poisteta tai muuteta muistoprofiiliksi, on olemassa riski, että profiili hakkeroidaan. Monien ihmisten salasanat ovat ammattihakkereille helposti arvattavissa. Näin tiliin päästään murtautumaan ja sieltä saatuja henkilökohtaisia tietoja väärinkäyttämään. Kuolleiden henkilöiden nimissä on avattu muun muassa puhelin- ja pikavippi-tiliä. (White 2012.)

5 KUOLEMAAN SUHTAUTUMINEN FACEBOOKISSA

Selvityksen alla oli, miten ihmiset suhtautuvat kuolleisiin käyttäjiin ja ylipäätään kuolemaan Facebookissa. Tämän kyselytutkimuksen avulla toivoin saavani kokoon erilaisia mietteitä muistoprofiilin ja Facebook-profiilin poistamisen väliltä. Tarkoituksena oli myös selvittää, ovatko diginatiivit valmistautuneet omaan digitaaliseen kuolemaansa. Ja jos ovat, niin miten?

5.1 Tutkimuksen alustus

Omista Facebook-ystävistäni ei ole (onneksi) vielä kuollut ketään, joten suuntasin internetin keskustelupalstoille saadakseni jonkinlaista osviittaa Facebook-kuolemaan liittyvistä vallitsevista mielipiteistä. Löytämäni keskusteluketjun kommentteista oli analysoitavissa seuraavaa: suurin osa keskusteluun osallistuneista ihmisistä halusi säilyttää Facebook-ystävyyden kuolleen käyttäjän kanssa (eikä esimerkiksi poistaa tätä ystäväistä). Ketju löytyi Demi-lehden keskusteluosiosta, joka viittaisi vastanneiden olevan lehden kohderyhmää ja täten iältään noin 12-19-vuotiaita, eli suurimmaksi osaksi digisukupolveen syntyneitä. Sen vuoksi tein havaintojani mielenkiinnolla.

Paras ystäväni kuoli, mutten tule häntä Facebookista missään vaiheessa poistamaan. Facebookissa on kuitenkin niin monia hyviä juttuja meidän ystävyyskuntamme varrelta, kuten kaikkia sekopäisiä seinäkirjoituksia, joita saattaa olla ihana lukea sitten joskus. (Demi 2013.)

Keskustelussa ilmeni, kuinka vahvasti ihmiset tunsivat tarvetta pysyä kuolleen käyttäjän Facebook-ystävänä. Monet ilmaisivat, etteivät pystyisi poistamaan kuollutta käyttäjää kaverilistaltaan, sillä se tuntuisi väärältä. En voinut olla miettimättä, kuinka montaa ihmistä omaisten mahdollinen päätös poistaa edesmenneen henkilön tili koskettaa. Suru saattaa iskeä entistäkin lamauttavampana, jos profiili poistetaan yhtäkkiä eivätkä esimerkiksi ystävät tiedä omaisten aikeista poistaa sitä. Voisi tulevaisuuden kannalta olla varteenotettavaa muuttaa jokainen profiili muistoprofiiliksi ennen kuin se lopullisesti poistetaan tai että omaiset kirjoittaisivat profiiliin poistamisesta kuolleen henkilön seinälle. Ilmoitus ei varmasti tavoittaisi kaikkia, mutta ainakin ne läheisimmät ystävät, jotka voisivat jakaa viestiä eteenpäin ja käydä ottamassa kuvia ja kirjoituksia mahdollisesti itselleen talteen. Ja tietenkin jättää ne viimeiset hyvästit. Jälleen kerran eri sukupolviin

kuuluvien internetkäyttäytyminen eroaa niin radikaalisti, että valitettavasti musertavan surun keskellä vanhemmille tuskin tulee ensimmäisenä mieleen menehtyneen lapsensa ystävien surutyö, vaan jokainen yrittää selviytyä ensisijaisesti itse.

5.2 Kysely ja sen toteuttaminen

Haastattelin tutkimukseeni 50:tä ystävääni ja tuttavaani Facebookissa. Valitsin Facebookin työkalukseni ja tuttuja ihmisiä vastaajikseni, sillä uskoin, että kynnys vastata tämän luonteiseen aiheeseen on huomattavasti matalampi, jos kysyjä on joku tuttu. Lisäksi halusin varmistaa, että voin tarvittaessa tehdä jatkokysymyksiä tai pyytää lisätietoja saadakseni mahdollisimman perusteltuja vastauksia. Facebookin yksityisviestit mahdollistivat, että pystyin itse valitsemaan jokaisen haastateltavan sen sijaan, että olisin laittanut massaviestin esimerkiksi kouluystävieni kesken jaettuun ryhmään. Näihin kaikkiin seikkoihin liittyi luonnollisesti myös suuren vastausprosentin tavoittelemisen, sillä henkilökohtaisesti ystävältä ystävälle esitettyihin kysymyksiin on vaikea olla vastaamatta. Kuten arvelinkin, jokainen haastateltavaksi valitsemani ihminen vastasi kysymyksiini.

Kyselyn tavoitteena oli selvittää, mitä haastateltavat toivoisivat omalle Facebook-profiililleen tehtävän kuolemansa jälkeen, mitä ajatuksia heissä herättäisi kuolleen ystävän muistoprofiili ja onko kukaan millään tavalla valmistautunut digitaaliseen kuolemaansa. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä oli ainoa oikea tapa lähestyä aihetta, sillä haastateltavina oli kuitenkin verrattain pieni ja tarkoin valittu joukko ihmisiä, joiden vastauksia halusin analysoida tarkasti. Avoimet kysymykset taas tukivat tutkimustani, sillä hain vain laadullisia vastauksia. (Heikkilä 2008. 16.)

Haastateltavat valikoituivat tutkimukseeni sen mukaan, kuinka aktiivisesti he käyttävät Facebookia ja kuinka paljon he itsestään tallettavat kyseiseen palveluun. Puolet vastaajista oli siis aktiivikäyttäjiä ja puolet kävi Facebookissa muutaman kerran viikossa viettämättä siellä aikaansa sen kummemmin. Haastateltavista valtaosa oli iältään noin 20-25-vuotiaita naisia, mutta joukkoon mahtui myös neljä miespuolista henkilöä sekä ikähaarukkaa laajensi muutama alaikäinen ja kaksi yli 50-vuotiasta vastaajaa.

5.3 Kyselyn tulokset

Toisin kuin ajattelin, mitään johtopäätöksiä ei voinut linjata Facebook-aktiivisuuden perusteella. Olisin uskonut, että Facebook ja sinne jääneet muistot olisivat tärkeämpiä ihmisille, joille Facebook on osa jokapäiväistä arkea. Myöskään näin pienellä otannalla on mahdoton sanoa, vaikuttaisiko todellisuudessa ikä ja sukupuoli jotenkin vastauksiin. Tässä haastattelussa ei vastauksissa ilmennyt näiden välillä mitään valtavirrasta poikkeavaa. Mielenkiintoista, ja toisaalta hyvin ennalta arvattavaa oli, ettei kukaan ollut varautunut omaan digitaaliseen kuolemaansa millään tavalla. Yksi henkilö oli jakanut Facebookin ja sähköpostiansa salasana-aitinsa kanssa, tosin eri syistä kuin oman kuolemansa ennakoitua varten.

70 prosenttia vastaajista halusi oman profiilinsa poistettavan Facebookista kokonaan kuolemansa jälkeen. Moni totesi, ettei näe syytä miksi profiili pitäisi jatkaa olemassaoloaan, jos sen omistaja ei ole enää sitä itse käyttämässä. Yksi vastaajista perusteli, ettei halua Facebook-profiilistaan tehtävän konkreettista surupaikkaa. Muutama sanoi, ettei haluaisi omaa kuolemaansa kailotettavan Facebookin kaltaisessa mediassa eikä kaipaisi osanottoja ja surunvalitteluja ihmisiltä, jotka ovat olleet puolittuja oikeassa elämässä.

Haluaisin, että profiili poistetaan. Kyllä niillä ihmisillä, joille olen ollut tärkeä, on ihan tarpeeksi muistoja muutenkin. Ehkä se olisi myös vähän outoa, jos sosiaalisessa mediassa kummittelisi kuolleiden ihmisten profiileja. (Nainen, 25.)

Kun kysyin, vierailisivatko vastaajat itse kuolleen ystävänsä muistoprofiilissa ja lukisivatko he muiden sinne kirjoittamia, jokainen vastasi kyllä. Tärkeänä pidettiin kuvien katselemisen ja muistelemisen mahdollisuutta etenkin ensimmäisten viikkojen aikana. Kukaan vastaajista ei kuitenkaan itse kirjoittaisi mitään julkista muistokirjoitusta kuolleen käyttäjän seinälle.

Selvä vähemmistö toivoi Facebook-profiilinsa muutettavan muistoprofiiliksi. Perusteissa nousi esiin etenkin vastaajien halu olla poistumatta tästä maailmasta yhtäkkiä ja lopullisesti. Facebookin sanottiin olevan hyvä viimeinen asia siitä, mitä ihmisille jää jäljelle edesmenneestä henkilöstä. Eräs vastaajista sanoi haluavansa jättää muistoprofiilin myötä osan itsestään muistona tuleville sukupolville. Ystäville ja perheenjäsenille haluttiin myös jättää paikka, jossa voisi käydä katsomassa vanhoja kuvia ja jakaa yhteisiä muistoja.

Ne ketkä haluavat, voisivat kirjoittaa seinälle jonkin yhteisen muiston tai pienen tarinan. Muistot tulisivat elävämmiksi ja ne tulisi jaettua ja säilytettyä muiden kesken. (Nainen, 28.)

5.4 Tulosten analysointi

Kysymysten lähettämisen jälkeen ainakin monet vastaajista aloittivat keskustelun sanomalla jotakuinkin näin: ”Enpä ole miettinyt tällaista aiemmin.” Jatkokysymykseksi heitin pallon takaisin ja pyysin perusteluja. Ystäväni sanoivat, että omaan kuolemaan on vaikea suhtautua, koska on tavallaan vielä elämänsä alussa. Myös se, ettei kukaan vastanneista ole tehnyt toimenpiteitä oman digitaalisen kuolemansa suhteen kertoo, kuinka kaukainen asia kuolema heidän ikäisilleen todella on.

Ihmisten haluttomuus kirjoittaa ystävänsä muistoprofiiliin seinälle kertoo siitä, että Suomessa suru on edelleenkin hyvin yksityinen asia eikä surutyöstä haluta tehdä julkista. Mielenkiintoista olisi selvittää, kuinka 5-10 vuotta nuoremmat vastaisivat samaiseen kyselyyn. Uskon, että heille Facebook-seinälle kirjoittaminen ei olisi läheskään niin suuri asia kuin yli 20-vuotiaille.

Kyselystä ilmeni, että ihmiset kaipaavat Facebookin mahdollistamaa helppoa surupaikkaa, jossa voi muistella edesmennyttä henkilö omassa rauhassaan. Ihmisten tarve ja halu lukea muiden kirjoittamia muistokirjoituksia kertovat, kuinka tärkeää on, että tukiverkosto on olemassa, vaikka itse haluaisikin pysyä vain näkymättömänä osana sitä.

6 DIGITAALISEN KUOLEMAN MURROS

Facebookin muistoprofiilit toimivat käytännössä siis virtuaalisina hautausmaina. Profiilissa vierailaan muistelemassa ja kunnioittamassa edesmennyttä ihmistä. Ystäväni kertoi, että muistoprofiilit muuttuvat hautausmaiden lailla eloisiksi pyhain- ja merkkipäivinä. Kuolleen Facebook-seinä täyttyy syntymäpäivönnitteluista ja kuoleman vuosipäivänä ihmisten muisteluista. Haudoilte kannettavat kukat ja kynttilät voidaan korvata virtuaalisilla versioilla netissä.

Vaikka Suomessa muistoprofiileja ei ainakaan vielä rinnasteta oikeisiin hautapaikkoihin, miljoonametropoli Hongkongissa niistä on tullut yhtä pyhiä paikkoja kuin hautausmaillakin olevista. Hongkong on yksi maailman tiheimmin asutuista kaupungeista ja sen vuoksi hauta- ja uurnalehtopaikkoja joutuu jonottamaan vuosikautia ja monet niistä

maksavat enemmän kuin loistoasunnot. Facebookin muistoprofiili helpottaa huutavaa hautapaikkapulaa ja sen toiminnot mahdollistavat kiinalaisten hautajaisrituaalien, kuten uhrilahjojen ja vainajan muistoksi esitettyjen laulujen, toimittamisen. (STT 2009.)

Siinä missä Facebookin muistoprofiili paikkaa Hongkongissa maallisten hautapaikkojen huutavaa pulaa, ollaan länsimaissa aivan erilaisen murroksen partaalla internetin kuolemankulttuurin kanssa.

Virtuaaliantropologi Anna Haverinen on todennut seuraavaa:

Vainajan muistaminen on vanhempaa perua kuin kristinusko. Se on juurtunut syvälle, se on identiteetin perusta. Muisto ei saa kadota. (Järvinen 2010.)

Haverinen tarkoittaa siis sitä, että perinteisille tai kirkollisille hautajaismenoille ei länsimaissa tulla olemaan enää tulevaisuudessa niin uskollisia. Tärkeintä on vainajan muistaminen. Digitalisoituminen mahdollistaa vainajan muistamisen suhteen asioita, joihin nykymaailmassa tarvitaan aikaa ja rahaa. Yhdysvalloissa suurimmilla muistomerkkisivustoilla ja virtuaalisilla hautausmailla on satojatuhansia muistoprofiileita, joiden valtteja ovat niiden helppous ja nopeus. Verkkosivu on aina lähellä ja helposti saavutettavissa, kun taas jonkun lähiomaisen fyysinen hauta voi pahimmillaan olla toisessa kaupungissa tai jopa eri maassa. Ja vaikka hautapaikka olisi aivan lähellä, vaikuttaa omiin silmiini siltä, että niillä vieraileminen on selkeästi jäänyt vanhemman sukupolven hoidettavaksi.

Samalla tavalla pikseleistä koostuvat muistolaatat, patsaat ja kynttilät ovat vain klikkauksen ja ehkä pienen rahallisen korvauksen päässä. Hautajaisten ja muistotilaisuuksien järjestäminen virtuaalimaailmassa ei ole enää sen vähäpätöisempää kuin todellistenkaan. Kynnys on myös madaltunut, sillä vietämmehän muutenkin suurimman osan arjestamme bittimaailmassa. Ja itse asiassa internetin tarjoamien rajattomien mahdollisuuksien ansiosta hautajaiset voivat olla mitä tahansa maan ja taivaan väliltä. Vainani harvalla olisi todellisuudessa mahdollisuus toivoa tykin laukauksia tai hävittäjäsaattuetta omiin hautajaisiinsa. Painotan kuitenkin, että Suomessa virtuaaliset hautajaiset ovat vielä vieras ja kaukainen asia, mutta ennustusteni mukaan pysyvä osa tulevaisuutta.

Facebook on ollut (ja tulee olemaan) omiaan muuttamaan surutyön käsittelytapaa ja ikivanhoja kuolemaperinteitä yhdessä digisukupolven kanssa. Facebookista löytyvät niin vertaistuki kuin mahdollisuus purkaa tunteitaan kuvin ja statuspäivityksin. Tämän vuoksi nuorten on yhä helpompi tehdä surutyöstään julkista ja se ajaa samalla

digitaalisen kuoleman murroksen asiaa; enää sureminen ei ole oman perheen sisäinen ja yksityinen asia (Järvinen 2010.)

6.1 Digitaalisen kuoleman tulevaisuus

Sosiaaliset suhteet keskittyvät yhä enemmän ja tiiviimmin internetiin, jonka ympärillä myös ihmisten arki pyörii. Kuolema on pikku hiljaa kivunnut näkyväksi osaksi sosiaalista mediaa, mutta palveluntarjoajat ovat silti edelleen hyvin vaitonaisia sen suhteen.

Virtuaaliantropologi Anna Haverinen ennusti vuonna 2010, että kolmen seuraavan vuoden aikana Facebookiin tulee "Mitä tehdään, jos kuolet"-painike. Ennustuksesta on kulunut nyt lähes neljä vuotta, se on yhä ajankohtaisempi kuin koskaan, mutta mitään ei ole tapahtunut sillä saralla. Facebook nojaa edelleen vuonna 2009 kehittämäänsä muistoprofiili-toimintoon, johon käyttäjä ei voi itse etukäteen vaikuttaa mahdollisen kuoleman varalta. Uskon vakaasti, että salasanan luovuttaminen tai testamentin kirjoittaminen nuorelle digitaalisen ajan kasvatille tuntuu ideana hyvin kaukaiselta, ja tämä totuushan paljastui luvun kuusi haastattelututkimuksessani. Oma ennusteeni on, että tulevaisuudessa Facebookin on pakko ottaa käyttöön lomake, jonka kaikki profiiliaan aktiivisesti käyttävät joutuvat täyttämään. Näin säästyttäisiin monelta murheelta ja vaivalta. Ja kaikkihan haluavat kunnioittaa vainajan viimeistä toivetta.

Huhtikuussa 2013 kuulin ilouutisia, kun uutisoitiin, että Google aloittaa nettitestamentin täytön mahdollisuuden käyttäjilleen, joka koskee siis ainoastaan Googlen omia palveluita. Gmail-tunnukset omaava käyttäjä voi ennalta määritellä itselleen luottohenkilön, jolla on pääsy käyttäjän kaikkiin tietoihin kuoleman sattuessa. Myös kaikkien käyttäjätietojen hävittäminen kuoleman jälkeen on mahdollista. Systeemiin voi syöttää aikarajan. Mikäli tunnusta ei käytetä määritellyn aikarajan sisällä, Google pyyhkii kaikki tiedot pois, varmistettuaan ensin, ettei tilin omistajaa saa tavoitettua sähköpostitse eikä tekstiviestitse. Näin ollen on helppoa testamentata tilinsä tiedot eteenpäin tai vaihtoehtoisesti hävittää kaikki loputtomasta bittiavaruudesta ja näin pois sulkea tietojen väärinkäytön mahdollisuus. (Koistinen 2013.)

7 LOPPUPÄÄTELMÄT

Monille Facebookin käyttäjille yksityisyyden menettäminen on pieni hinta palvelun käyttämisestä. Harva ymmärtää, mitä kaikkea palvelun käyttöehtojen takana piilee ja mihin informaatiotamme todellisuudessa käytetään. Vaikka Facebookin henkilötietojen väärinkäytöstä varoitetaan ja kohistaan vähän väliä, nuorempi sukupolvi pitää tietojen luovuttamista luonnollisena hintana siitä, että saavat käyttää internetin palveluita. Facebookin perustaja Mark Zuckerberg totesikin haastattelussaan vuonna 2010:

People have really gotten comfortable not only sharing more information and different kinds, but more openly and with more people –and that social norm is just something that has evolved over time. (Johnson 2010.)

Yksityisyys ei siis Zuckerbergin mukaan enää ole sosiaalinen normi, eikä asiasta voi olla oikeastaan eri mieltä. Ihmiset ovat kiinnostuneita omasta yksityisyydestään, mutta käsitteet ovat muuttuneet ja yksityisen ja julkisen välinen raja hämärtyy koko ajan.

Digitaalisessa kuolemassa yksityisyys nousee tärkeämpään rooliin kuin koskaan ennen. Internetsukupolven kuuluvat Facebook-käyttäjät ovat yhtäläillä kuolevaisia, eikä siihen ole osattu varautua palvelun eikä käyttäjien puolesta. Yhä useampi edesmenneen henkilön profiili jää palveluun vaille käyttäjää ihmisten tietämättömyyden vuoksi.

Opinnäytetyöni tavoite toteutui, sillä sain selville tutkimukseni puitteissa, että Facebook-tilin kohtalo on ylläpidon ja johdon toimesta jätetty täysin käyttäjien omatoimisuuden varaan. Jos käyttäjä ei ole eläessään testamentannut tai luottanut salasanaansa kenellekään, on jonkun omaisen tai ystävän vastuulla muuttaa profiili muistotilaan tai anoa sen poistoa. Tie muistoprofiilin pystyttämiseen on helppo, sillä sen voivat ottaa hoitaakseen myös kuolleen käyttäjän ystävät. Mutta kuinka monen nuoren vanhemmilla, joilla ei ole omaa Facebook-tiliä, olisi osaamista edes löytää palvelun sekavasta ohje- ja tukikeskuksesta se lomake, jonka vain lähiomainen voi täyttää tilin poistoa varten?

Työn tekeminen oli verrattain hankalaa, sillä aihealue on yhä suuren murroksen keskellä ja informaatio on niin alati vaihtuvaa, ettei niitä kannata painaa kirjan kansiin. Löysin satunnaisia lehtikirjoituksia ja -leikkeitä sekä valtavaksi inspiraation lähteeksi nousseen Anna Haverisen lyhyehkön tutkielman kuolema- ja sururituaalien virtualisaatiosta inter-

netissä. Tiedän, että tästä aiheesta tullaan kohisemaan vielä paljon niin mediassa kuin käyttäjien ja päättäjienkin kesken ja juuri sen vuoksi jatkotutkimusmahdollisuudet ovat aiheelleni laajat.

Digitaalinen kuolema tullaan toivottavasti nostamaan vahvemmin esille jo muutaman seuraavan vuoden aikana, jotta ihmiset havahtuisivat omaan kuolevaisuutensa ja osaisivat ottaa huomioon myös digitaalisen jäämistönsä arvon muun maallisen mammonan lailla.

LÄHTEET

Alderwick, Sam 2009. Facebook announce memorial profiles for deceased members. Neowin [verkkodokumentti]. <<http://www.neowin.net/news/facebook-announce-memorial-profiles-for-deceased-members>> (Luettu 10.5.2012).

Barnett, Emma 2011. Britons leave internet passwords in wills. Telegraph [verkkodokumentti]. <<http://www.telegraph.co.uk/technology/news/8824216/Britons-leave-internet-passwords-in-wills.html>> (Luettu 10.5.2012).

Demi 2013. Onko teillä facebookissa kuolleita kavereita kavereina? [verkkodokumentti]. <<http://www.demi.fi/keskustelut/syv%C3%A4lliset/onko-teill%C3%A4-facebookissa-kuolleita-kavereita-kavereina#.UmPyIXC8BF8>> (Luettu 20.10.2013).

Digitoday 2011. EU luo oikeuden kadota Facebookista. Taloussanomien. [verkkodokumentti]. <<http://www.digitoday.fi/tietoturva/2011/12/05/eu-luo-oikeuden-kadota-facebookista/201118320/66>> (Luettu 15.5.2012).

Erjanti, Helena & Paunonen-Ilmonen, Marita 2004. Suru ja surevat. Vantaa: WSOY.

ETRA-liitto 2008, Terveys - Surun kohdatessa. [verkkodokumentti]. <<http://www.etra-liitto.fi/terveys/te6.htm>> (Luettu 8.5.2012).

Facebook, 2011. Legal terms. Facebook. [verkkodokumentti]. <<http://www.facebook.com/legal/terms>> (Luettu 20.4.2012).

Facebook 2013a. Help Center. [verkkodokumentti]. <<https://www.facebook.com/help/150486848354038>> (Luettu 27.10.2013).

Facebook 2013b. Help Center. [verkkodokumentti]. <<https://www.facebook.com/help/www/112146705538576>> (Luettu 26.10.2013).

Facebook, 2013c. Key facts. [verkkodokumentti]. <<http://newsroom.fb.com/Key-Facts>> (Luettu 16.10.2013).

Järvinen, Jami 2010. Pikseliseppele ystävän muistolle. Ylioppilaslehti. [verkkodokumentti]. <<http://ylioppilaslehti.fi/2010/04/pikseliseppele-ystavan-muistolle/>> (Luettu 5.10.2013).

Haverinen, Anna 2011. Bittihautakiviä ja pikselimuistomerkkejä. Elore. [verkkodokumentti]. <http://www.elore.fi/arkisto/1_11/art_haverinen.pdf> (Luettu 5.10.2013).

Hawks, Asa 2012. "If I Die" Facebook app allows you to post messages after you're dead. Starcasm. [verkkodokumentti]. <<http://starcasm.net/archives/140172>> (Luettu 10.5.2012).

Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Helsingin Sanomat, 2009. Facebookin käyttäjäehdot nostivat jälleen kohun. [verkkodokumentti].

<<http://www.hs.fi/talous/artikkeli/Facebookin+k%C3%A4ytt%C3%B6ehdot+nostivat+j%C3%A4lleen+kohun/1135243626645>> (Luettu 15.5.2012).

Hiebert, Paul 2013. The real reason why so many people overshare on Facebook. Slate. [verkkodokumentti].

<http://www.slate.com/blogs/future_tense/2013/08/19/oversharing_on_facebook_researchers_weigh_in.html> (Luettu 26.10.2013).

Hiltunen, Hertta 2011. Kuolleen henkilön Facebook-tilin voi sulkea tai muuttaa muistisivuksi. Helsingin Sanomat. [verkkodokumentti].

<<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Kuolleen+henkil%C3%B6n+Facebook-tilin+voi+sulkea+tai+muuttaa+muistisivuksi/1135266805614>> (Luettu 20.4.2012).

Humphries, Matthew 2011. Facebook stores up to 800 pages of personal data per user account. Geek. [verkkodokumentti]. <<http://www.geek.com/news/facebook-stores-up-to-800-pages-of-personal-data-per-user-account-1424807/>> (Luettu 26.10.2013).

If I Die 2013. [verkkodokumentti]. <<http://ifidie.net/>> (Luettu 27.10.2013).

Johnson, Bobby 2010. Privacy no longer a social norm, says Facebook founder. The Guardian. [verkkodokumentti].

<<http://www.guardian.co.uk/technology/2010/jan/11/facebook-privacy>> (Luettu 15.5.2012).

Kanniainen, Topi 2012. Hurja luku Facebook-käyttäjistä: Harva älyää, moni suostuu. Iltasanomat. [verkkodokumentti]. <<http://www.iltasanomat.fi/digi/hurja-luku-facebook-kayttajista-harva-alyaa-moni-suostuu/art-1288466945710.html>> (Luettu 15.5.2012).

Karkimo, Ari 2013. "Sota ja rauha" helpompi kuin Googlen käyttöehdot. Tietokone. [verkkodokumentti].

<http://www.tietokone.fi/artikkeli/blogit/tietoja_koneesta/sota_ja_rauha_helpompi_kuin_googlen_kayttoehdot> (Luettu 26.10.2013).

Kelly, Max 2009. Memories of friends departed endure on Facebook. The Facebook Blog. [verkkodokumentti]. <<https://blog.facebook.com/blog.php?post=163091042130>> (Luettu 15.5.2012).

Koistinen, Olavi 2013. Kuolema netissä. Helsingin Sanomat 13.4.2013. 11.

Linnake, Tuomas 2011. Facebook tekee radikaalin muutoksen. Taloussanomat. [verkkodokumentti]. <<http://www.digitoday.fi/tietoturva/2011/11/29/facebook-tekee-radikaalin-muutoksen/201117979/66>> (Luettu 15.5.2012).

Palmén, Joanna 2012. Elämää kuoleman jälkeen. Image 01/2012. 15–17.

Poliisi 2013. Identiteettivarkaudet. [verkkodokumentti]. <<http://www.poliisi.fi/poliisi/helsinki/home.nsf/pages/4AA4B4D403026EC2C2257A7E0034F614?opendocument>> (Luettu 27.10.2013).

Pönkä, Harto 2013. Arvio suomalaisten käyttäjien todellisesta määrästä. Wordpress. [verkkodokumentti]. <<http://harto.wordpress.com/2013/02/27/arvio-suomalaisten-facebook-kayttajien-todellisesta-maarasta-ikapyramidi/>> (Luettu 5.10.2013).

Raivio, Jarmo 2010. Miksi Facebook koettelee käyttäjiään? Suomen Kuvalehti. [verkkodokumentti]. <<http://suomenkuvalehti.fi/blogit/nurkanvaltaaja/miksi-facebook-koettelee-kayttajiaan>> (Luettu 10.5.2012).

Räsänen, Mikko 2012. Vuoden erikoisin Facebook-sovellus: Oikeita viestejä haudan takaa! The Voice. [verkkodokumentti]. <<http://www.voice.fi/uutiset/ilmiot/vuoden-erikoisin-facebook-sovellus-oikeita-viesteja-haudan-takaa/8/34129>> (Luettu 20.4.2012).

Smithers, Rebecca, 2011. Terms and conditions: not reading the small print can mean big problems. The Guardian. <<http://www.theguardian.com/money/2011/may/11/terms-conditions-small-print-big-problems>> (Luettu 26.10.2013).

STT 2009. Virtuaalihautausmaa helpottaa Hongkongin hautapaikkapulaa. Iltalehti. [verkkodokumentti]. <http://www.iltalehti.fi/digi/2009123110861962_du.shtml> (Luettu 10.5.2012).

Taloussanomat 2011. Facebookin käyttäjien hölmöys yllätti tutkijat. [verkkodokumentti]. <<http://www.taloussanomat.fi/i ihmiset/2011/07/27/facebookin-kayttajien-holmoys-yllattitutkijat/201110545/12>> (Luettu 15.5.2012).

Tuormaa, Jussi 2010. Sosiaalisen median iloilla on hintansa – yritykset haluavat käyttäjäprofiilisi. Suomen Kuvalehti. [verkkodokumentti]. <<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/ulkomaat/sosiaalisen-median-iloilla-on-hintansa-yritykset-haluavat-kayttajaprofiilisi>> (Luettu 20.4.2012).

White, Martha C 2012. Grave Robbing: 2.5 million dead people get their identities stolen every year. ime. [verkkodokumentti]. <<http://business.time.com/2012/04/24/grave-robbing-2-5-million-dead-people-get-their-identities-stolen-every-year/>> (Luettu 27.10.2013).

KUVALÄHTEET

Kuva 1. 10 suurinta sosiaalista mediaa heinäkuussa 2013. [verkkodokumentti]. Visual.ly 2013. <<http://visual.ly/10-biggest-social-networks-world>> (Luettu 26.10.2013).

Kuva 2. Facebookin suomalaisten käyttäjien ikäjakauma huhtikuussa 2012. [verkkodokumentti]. Socialbakers 2012. <<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland>> (Luettu 26.10.2013).

Kuva 3. Lomake Facebookin muistoprofiilin. [verkkodokumentti]. Facebook 2013a. <<https://www.facebook.com/help/contact/305593649477238>> (Luettu 1.11.2013).

Kuva 4. Lomake Facebook-tilin poistamiisen. [verkkodokumentti]. Facebook 2013b. <<https://www.facebook.com/help/contact/228813257197480>> (Luettu 1.11.2013).

Kuva 5. If I Die-sovellus. [verkkodokumentti]. App view. <<http://www.ifidie.net/>> (Luettu 10.5.2012)