

Saisko olla tilkka sääntelyä?

Datatalouden ABC – Verkkoalustojen reilut säännöt



Koulutus koostuu viidestä osiosta. Niiden tekeminen vaatii yhteensä noin 90 minuuttia. Käytä koulutukseen kuitenkin juuri sen verran aikaa kuin tarvitset. Meistä jokainen oppii omalla tyylillään ja omaan tahtiinsa, joten voit tarvittaessa keskeyttää osion, palata taaksepäin ja liikkua osioiden välillä vapaasti.

Kun olet suorittanut kaikki osiot, pääset antamaan palautetta ja tilaamaan todistuksen.

☰ 1. Tervetuloa datatalouteen

☰ 2. Digipalveluiden moninainen joukko

☰ 3. Digipalveluiden uudet säännöt

☰ 4. Digijätteihin kohdistuvat rajoitukset

☰ 5. Yhteenveto

☰ Palaute ja todistus

1. Tervetuloa datatalouteen

Datatalouden uudet säännöt avaavat merkittäviä uusia mahdollisuuksia niin ihmisille kuin yrityksille EU:ssa. Niihin kannattaa tarttua jo tänään.

Käynnissä on historiallinen siirtymä kohti reilua datataloutta. Sitä vauhdittaa EU:ssa uusi lainsäädäntö, joka pyrkii tekemään käyttämistämme digitaalisista palveluista reilumpia ja läpinäkyvämpiä.

Mitä ovat digipalvelut? Kuten tulet huomaamaan, digipalveluista käytetään näissä materiaaleissa myös määritelmää *välityspalvelu*. Näitä palveluita ovat muun muassa hakukoneet, sosiaalisen median palvelut, pilvipalvelut, kännyköiden sovelluskaupat ja kauppapaikat. Opit tunnistamaan koulutuksen aikana nämä palvelut ja niitä koskevat muutokset.

Koulutuksen tavoitteena on auttaa sinua hahmottamaan, mitä velvoitteita, oikeuksia, ja mahdollisuuksia uudet EU-säännöt tarkoittavat juuri sinulle yksilönä, pienyrittäjänä tai keskiuurena yrityksenä.

Lainsäädännön vauhdittama muutos kohti reilumpaa datataloutta hyödyttää kaikkia meitä, jotka käytämme digipalveluita arjessamme tai osana liiketoimintaamme.

Uudet EU-säännöt on suunniteltu myös hyödyttämään digipalveluita tarjoavia pieniä ja keskiuuria yrityksiä. Pienille yrityksille tilanne on helppo: niiden ei tarvitse noudattaa merkittävää osaa säännöistä. Keskiuuret yritykset hyötyvät, kun ne voivat uusien sääntöjen myötä päästä markkinoille tasavertaisemmin suurempien yritysten kanssa.



Jatka eteenpäin

Data, talouden menestystekijä

Mikä ihmeen datatalous? Datatalous on talouden osa-alue, jossa datan kerääminen ja hyödyntäminen on keskeistä.

Reilussa datataloudessa luodaan ihmisten arkea parantavia palveluja ja tuotteita eettisesti datan avulla. Kaikenkokoiset yritykset saavat kasvua innovaatioista ja uudet ratkaisut lisäävät yhteiskunnan ja ympäristön hyvinvointia. Reiluus tarkoittaa sitä, että yksilöiden oikeuksia suojellaan ja kaikkien osapuolten tarpeet otetaan huomioon.

Datatalous on tärkeää, koska datan avulla voidaan kehittää parempia palveluita, kohentaa elämänlaatua ja tehostaa yritysten ja julkisen sektorin toimintaa.

Parhaimmillaan datatalous hyödyttää kaikkia osapuolia tasapuolisesti: ihmisiä, yrityksiä ja yhteiskuntaa.

Datatalous ei kuitenkaan ole vielä reilu. Meistä kerätyn datan arvo ja taloudellinen hyöty ovat keskittyneet digipalveluja tarjoavien muutaman jättimäisen yrityksen käsiin.

Haastattelu: Kristo Lehtonen, mitä on reilu datatalous?

Kristo Lehtonen johtaa Sitran Reilun datatalouden teemaa. Hän avaa videolla datatalouden mahdollisuuksia yrityksille. Miten data voi parantaa yrityksen toimintaa?

Miksi datan kertyminen digijäteille on ongelma? Entä miltä reilumpi datatalous näyttää?

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

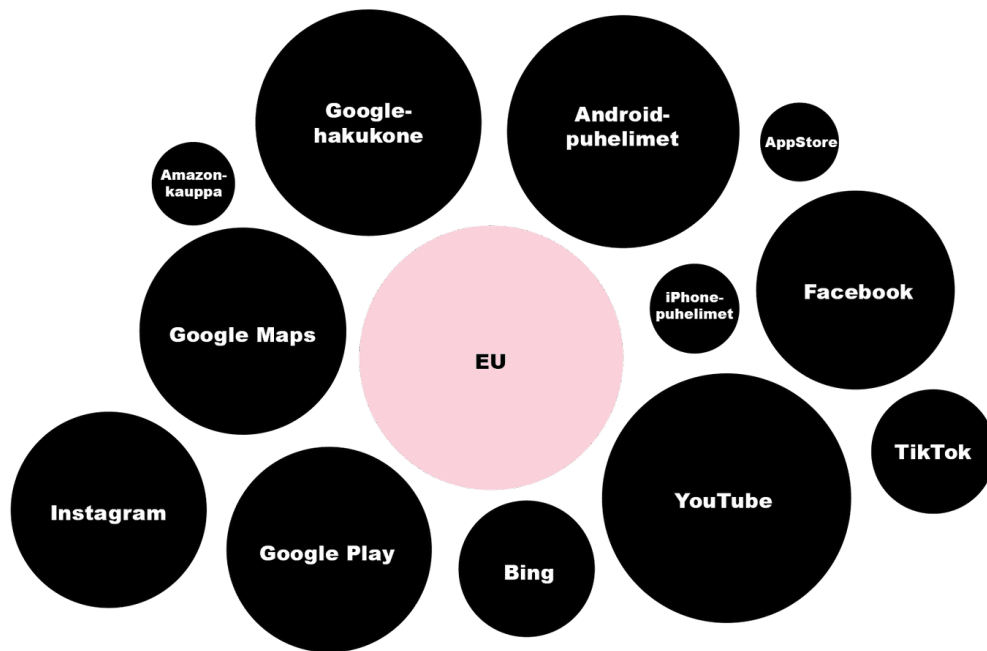
Mitä piirteitä reilussa datataloudessa haastattelun mukaan on?

- ☐ Se perustuu eurooppalaiseen arvopohjaan.
- ☐ Data liikkuu ja sitä jaetaan yhteisten pelisääntöjen mukaan.
- ☐ Digijättien toiminta Euroopassa kielletään.
- ☐ Datasta saatavat hyödyt jakautuvat tasaisemmin eri osapuolille.
- ☐ Yksilöt saavat enemmän oikeuksia heistä kerättyyn dataan.

SUBMIT

Esimerkkejä suurista digipalveluista tarjoavista yrityksistä

Käyttäjämäärät suhteutettuna EU:n markkinoiden kokoon (450 miljoonaa kuluttajaa). Tiedot ovat keväältä 2023.



Pohdintatehtävä

Meistä ja käyttäytymisestäämme digiympäristössä kerätään suuria määriä dataa. Se tapahtuu usein tietämättämme eikä meillä juuri ole mahdollisuutta vaikuttaa asiaan. Miksi datasta saatavien hyötyjen keskittyminen muutamalle yritykselle on ongelmallista?

Haastattelu: Miapetra Kumpula-Natri, miten tietosi levisivät maailmalle?

Miapetra Kumpula-Natri on europarlamentaarikko, joka osallistui Sitran Digivalta-selvitykseen (2022). Selvitys tutki, minne kaikkialle mukana olleiden testihenkilöiden data levisi ja millainen kokonaiskuva heistä datan ja profiloinnin perusteella voitiin muodostaa. Testihenkilöinä oli tunnettuja poliitikkoja ja yhteiskunnallisia vaikuttajia. He saivat käyttöönsä testipuhelimet, joihin asennetaan seurantasovellus, joka jäljitti datan keräämistä ja leviämistä heidän käyttäessään digitaalisia palveluita.

Selvitys paljasti, kuinka laajasti Kumpula-Natrin henkilötietoja levisi ympäri maailman digijättien kautta hänen käytettyään erilaisia digipalveluita. Kumpula-Natri kertoo kokemuksistaan ja huolistaan yksilön suojaamisesta digitaalisessa maailmassa.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Kenen vastuulla on varmistaa, että sinun dataasi ei väärinkäytetä?

- ☐ Vain sinun itsesi
- ☐ Vain yhteiskunnan
- ☐ Sekä yhteiskunnan että yksilön on kannettava osa vastuusta

SUBMIT

Sääntely muuttaa datataloutta reilummaksi

Kahden viime vuosikymmenen aikana hakukoneiden, sosiaalisen median alustojen, älypuhelinsovelluskauppojen ja muiden digipalveluiden merkitys on kasvanut rajusti. Niiden sääntely ei kuitenkaan ole pysynyt nopean kehityksen perässä. Moni alusta on kasvanut merkittävään asemaan yhteiskuntien toiminnassa ja ihmisten arjessa. Samalla kyse on voittoa tavoittelevista, usein ulkomaisista suuryhtiöistä, joille käyttäjille ja yhteiskunnille koituvat hyödyt ja haitat niiden toiminnasta ovat toissijaisia.

Siksi Euroopan komissio ryhtyi ratkomaan pulmaa. Uutta datalainsäädäntöä on noudatettava pian kaikissa EU:n 27 jäsenvaltiossa. Suurimmat vaikutukset kohdistuvat EU:n sisämarkkinoilla toimiviin datajätteenkäsittelyihin, mutta uusi lainsäädäntö vaikuttaa myös pienempiin digipalveluihin. Sääntely tuo epäsuorasti hyötyjä meille kaikille, pienyrityksistä julkiseen sektoriin ja yksilöistä organisaatioihin.



“EU:n lainsäädäntökehityksen tavoitteena on, että kaikenkokoiset yritykset hyötyvät sisämarkkinoista. Tällöin pienemmät alustat, pk-yritykset ja start-upit voivat skaalautua unionin alueella. Datan jakamisessa tarvittava luottamus voi auttaa meitä myös suurten yhteiskunnallisten haasteiden ratkaisemisessa, kuten vihreän siirtymän kiihdyttämisessä, terveydenhoidossa ja liikenteessä.”

- Margrethe Vestager, Euroopan kilpailu- ja digikomissaari ja komission varapuheenjohtaja

Euroopan komissio pyrkii luomaan erilaisille yrityksille tasavertaiset mahdollisuudet toimia datamarkkinalla. Se rajoittaa digijättien valtaa ja pyrkii vahvistamaan eurooppalaisten yritysten kilpailukykyä maailmalla.

EU:ssa on laadittu paljon viestintä- ja informaatioteknologiaa, kilpailua ja alustataloutta koskevaa uutta sääntelyä.

Alla olevaa luetteloa ei tarvitse opetella, mutta se tarjoaa kuvaa sääntelyn kokonaisuudesta.

Euroopan komission datastrategian tavoitteet (2020):

- Eurooppa datatoisen yhteiskunnan maailmanlaajuisesti johtajaksi
- Data on saatava liikkumaan vapaasti EU:n sisällä ja eri toimialojen välillä
- Korkealaatuisia dataa on oltava saatavilla, jotta voidaan luoda uutta ja innovoida
- Eurooppalaisia sääntöjä ja arvoja on kunnioitettava

Tavoitteisiin pyritään mm. seuraavilla uusilla ja päivitetyillä sääntelykokonaisuuksilla:

- Reilua kilpailua yritysten välillä digimarkkinoilla (digimarkkinasäädös, DMA)
- Uudet velvoitteet parantavat digitaalisten palvelujen avoimuutta ja turvallisuutta (digipalvelusäädös, DSA)
- Turvallista ja eettistä tekoälyn käyttöä (tekoälyasetus, AIA)
- Älylaitedatan ja pilvipalveluiden tehokkaampaa käyttöä (datasäädös, DA)
- Julkisen sektorin datan parempaa käyttöä ja uusia yhteistyömalleja (datan hallinta-asetus, DGA)
- Parempaa kyberturvallisuutta (verkko- ja tietoturvadirektiivi, NIS2)
- Laajempaa eri datalähteiden yhteentoimivuutta julkiselle sektorille (yhteentoimiva Eurooppa -asetus)

Muita datatalouteen liittyviä sääntöjä.

Lisäksi yritysten navigointia datataloudessa ohjaa laaja joukko entuudestaan tuttuja sääntöjä, muun muassa:

- Henkilötietojen suojaaminen, digitaalinen luottamus (yleinen tietosuoja-asetus, GDPR)
- Julkisen sektorin elinten hallussa olevan datan uudelleenkäyttö (avoimen datan direktiivi)
- Datan vapaa liikkuvuus ja siirtäminen ammattikäyttäjille (asetus datan vapaasta liikkuvuudesta)

- Henkilötietojen käsittely lainvalvontatilanteissa (direktiivi lainvalvontatarkoituksessa käsiteltävien henkilötietojen suojasta)
- Asetus oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämistä verkossa toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjää varten
- Tekijänoikeuslainsäädännön harmonisointi (tietoyhteiskuntadirektiivi)
- Tietokantojen suojaaminen (tietokantadirektiivi)
- Tekijänoikeusdirektiivi
- Kuluttajien tarkempi suoja solmiesse elinkeinonharjoittajien kanssa sopimuksia digitaalisista palveluista tai sisällöstä (digitaalisia sisältöjä ja digitaalisia palveluja koskeva direktiivi)
- Liikesalaisuuksien suoja, mukaan lukien datavetoiset tuotteet (liikesalaisuusdirektiivi)
- Maksupalveluiden sektorikohtaiset säännöt datan käytölle ja käsittelylle (maksupalveluista sisämarkkinoilla annettu direktiivi, PSD2)
- Tietokoneohjelmien (mahdollisesti dataintensiivisten) oikeussuoja tekijänoikeuslain nojalla (tietokoneohjelmadirektiivi)
- Digitaalisen tunnistautumisen tarjoaminen ihmisille ja yrityksille (sähköisen tunnistautumisen asetukset, eIDAS)
- Yksityisyys sähköisessä viestinnässä (direktiivi henkilötietojen käsitteistä ja yksityisyyden suojasta sähköisen viestinnän alalla) (tarkoitus korvata asetuksella)
- Platform-to-Business -asetus

Pohdintatehtävä

Erialaista sääntelyä on todella paljon. Kuvittele vertailun vuoksi hetki, millaista päivittäinen elämä olisi, jos esimerkiksi lentoliikenteen, elintarviketurvallisuuden tai autoliikenteen sääntöjä ei olisi.

Muista ainakin nämä

1

Datalous perustuu datan keräämiseen ja hyödyntämiseen. Reilu datatalous luo datasta arvoa eettisesti ja se hyödyttää kaikkia: ihmisiä, yrityksiä ja yhteiskuntaa.

2

Datalous ei ole vielä reilu, sillä taloudellinen hyöty on keskittynyt muutaman globaalin digijätin käsiin pienempien yritysten ja ihmisten kustannuksella.

3

EU:n lainsäädäntö asettaa pitkän listan velvoitteita, jotta datatalous voisi rakentua reilummaksi. Velvoitteet kohdistuvat etenkin EU:n sisämarkkinoilla toimiviin datajätteihin. Ne tuovat muutoksia myös pienemmille yrityksille, mutta näitä yrityksiä varten sääntelyssä on huomattavia poikkeuksia.

4

Lainsäädäntö tuo digipalveluiden käyttäjille uusia oikeuksia. Lisäksi pienet ja keskiuuret yritykset hyötyvät mahdollisuudesta toimia tasavertaisemmin EU-markkinoilla digijätien rinnalla reilun datatalouden mukaisesti.

Jatka seuraavaan osioon

2. Digipalveluiden moninainen joukko

**Jotta voisit tarttua mahdollisimman helposti EU-sääntelyn
avaamiin muutoksiin arjessa ja liiketoiminnassa,
tutustumme tässä osiossa konkreettisten esimerkkien
kautta erilaisiin digipalveluihin.**

Datasääntely on monimutkainen kokonaisuus, mutta sinun ei tarvitse olla juristi tai datatalouden asiantuntija voidaksesi seurata tätä koulutusta. Koulutuksen monet
esimerkit avaavat käytännössä, miten sääntely vaikuttaa tapaasi hyödyntää digipalveluita arjessa tai liiketoiminnassa.

Tässä koulutuksessa erityisen tarkastelun kohteena ovat digimarkkinasäädös (DMA) ja digipalvelusäädös (DSA) sekä niiden vaikutukset digipalveluihin, joiden parissa
yhä suurempi osa arjestamme tapahtuu.

Digimarkkinasäädös ja digipalvelusäädös vaikuttavat meihin kaikkiin, mutta eri tavoin. Pidä siis mielessäsi oma näkökulmasi, kun käyt tätä koulutusta läpi.

Jatka eteenpäin

Tunnista roolisi

Uuden EU-sääntelyn kohteena olevat digipalvelut ovat kirjava joukko erilaisia toimintoja ja toimijoita internetiyhteisistä ja sosiaalisen median palveluista
markkinapaikkoihin ja hakukoneisiin. Sääntelyn tuomat muutokset riippuvat kunkin digipalvelun tyypistä ja koosta. Kaikkein suurimmat digipalvelut ovat
ydinalustapalveluita, joilla on vahva asema EU:n markkinoilla ja kymmeniä miljoonia käyttäjiä kuukaudessa EU:n alueella. Näiden palveluiden omistajia kutsutaan
portinvartijoiksi. EU-komissio nimeää portinvartijat ja niiden ydinalustapalvelut.

Koulutuksessa rinnallasi seikkailee **viisi erilaista esimerkkihenkilöä**, jotka havainnollistavat asetusten tuomia muutoksia esimerkiksi heille itselleen koituvina uusina
mahdollisuuksina, oikeuksina, ja myös haasteina. Lisäksi mukana on **kolme kuvitteellista yritystä**, jotka navigoivat digimarkkinasäädöksen ja digipalvelusäädöksen
uusia velvoitteita uudistaessaan toimintaansa.

Kuvitteelliset esimerkkihenkilöt koulutuksessa



Vilma Vaikuttaja

Vilma Vaikuttaja

Vilma on suosittu sisällöntuottaja, jolla on lähes 150 000 seuraajaa sosiaalisen median eri palveluissa. Vilma ottaa usein tarkoituksella provosoivasti kantaa ajankohtaiskeskusteluun. Vilma on havainnut, että hänen näkyvyytensä on romahtanut ja hänen tuottamaansa sisältöä on rajattu hänen mielestään perusteetta.

→ Vilman kannattaa tutustua oikeuksiinsa sisällöntuottajana verkkoalustalla (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3).



Kalle Kampaaja

Kalle Kampaaja

Kalle pyörittää kivistä liikettä melko tasaisella menestyksellä. Kalle haaveilee asiakaskuntansa laajentamisesta, ja hän on erikoistunut ympäristöystävällisiin kampaamotuotteisiin ja toimintatapoihin. Kalle kiinnostaa kohdennetun mainonnan hyödyntäminen, jotta hän voisi levittää tietoa erikoistumisestaan.

→ Kalle kannattaa tutustua kohdennetun mainonnan sääntöihin (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3) sekä oikeuksiinsa mainostajana suurilla verkkoalustoilla (digimarkkinasäädös, tämän koulutuksen osio 4).



Kaisa Kehityspäällikkö

Kaisa Kehityspäällikkö

Kaisa työskentelee kehityspäällikkönä keskuudessa mediatalossa. Mediatalolla on julkaisu toimintaa sen omalla verkkosivustolla, mobiilisovelluksessa ja sosiaalisen median eri palveluissa. Kaisa kehittää mediatalon eri kanavia vastaamaan journalismin ja yleisön tarpeisiin.

→ Verkkosivuston ja mobiilisovelluksen ylläpitäjänä Kaisan kannattaa tutustua mediataloa koskeviin velvoitteisiin (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3) sekä mahdollisuuksiin saada parempaa dataa yleisöstä sosiaalisen median alustoilla (digimarkkinasäädös, tämän koulutuksen osio 4).



Simo Somettaja

Simo käyttää monia palveluita pitääkseen yhteyttä perheeseen, ystäviin, ja työyhteisöön. Simoa on alkanut huolestuttaa hänen käyttämiensä palveluiden eettisyys ja vaihtoehtojen puute. Etenkin Simoa huolettaa hänen alaikäisten lastensa yksityisyys sekä heidän näkemänsä sisältö digipalveluissa.

→ Simon kannattaa tutustua, millä tavoin hänen ja hänen lastensa suosimat digipalvelut joutuvat toimimaan käyttäjien kanssa vastuullisemmin (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3).



Tuire Tutkija

Tuire Tutkija

Tuire vetää korkeakoulussa verkon disinformaatiota selvittävää tutkijaryhmää. Tuire kerää tietoa suurimpien hakukoneiden, sisältöpalveluiden ja sosiaalisen median palveluiden vastuullisuudesta ja toimintaperiaatteista, mikä on osoittautunut odotettuaakin haastavammaksi.

→ Tuiren kannattaa tutustua uusiin alustojen läpinäkyvyyttä koskeviin velvoitteisiin, niiden riskianalyysiin ja muihin vaikutusarviointeihin (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3) sekä portinvartijoiden datavaroitukseen pääsyyn (digimarkkinasäädös, tämän koulutuksen osio 4).

Kuvitteelliset esimerkkiyitykset koulutuksessa



Beta

Beta on eräänlainen digijätti, joka tarjoaa erilaisia palveluita. Näitä ovat verkossa toimiva hakukone BetaSearch, sovelluskauppa BetaApps, maksupalvelu BetaPay, ja sosiaalisen median palvelu MyBeta. Betan johtoa mietityttää, mitkä EU-säännöt tulevat rajoittamaan sen toimintaa ja missä määrin sen on sovitettava omaa toimintaansa niihin.

→ Betan kannattaa tutustua sen tuleviin velvoitteisiin siltä varalta, että se mahdollisesti luokitellaan portinvartijayritykseksi (digimarkkinasäädös, tämän koulutuksen osio 4) tai erittäin suureksi verkkoalustaksi tai hakukoneeksi (digipalvelusäädös, tämän koulutuksen osio 3).



United Games

United Games (UG) on pelialan kasvuyritys, jonka peli PuluPeli on huippusuosittu. Peliä voi pelata sovellusversiona ja UG:n verkkosivuilla. Pelin pelaaminen ja pelissä tarvittavat vapaaehtoiset lisäostot ovat edullisempia yrityksen omien verkkosivujen kautta hankittuina. Sovellusversiota käytettäessä maksuista menee siivu sovelluskauppaa pyörittävälle Betalle heidän maksupalvelunsa BetaPayn kautta.

-> UG:n kannattaa tutustua oikeuksiinsa portinvartijan ydinalustapalveluiden (BetaApps, BetaPay) yrityskäyttäjänä (digimarkkinasäädös, tämän koulutuksen osio 4).



4REELZ

4REELZ on keskiuuri yritys, joka tarjoaa sosiaalisen median palvelua 4REELZ, jossa jaellaan lyhytvideoita.

-> 4REELZ:n kannattaa tutustua verkkoalustan tarjoajia koskeviin velvoitteisiin (digipalvelusääädös, tämän koulutuksen osio 3).

Pohdintatehtävä

Mihin hahmoista koet voivasi samaistua? Mitä digipalveluita itse käytät? Voit tehdä luettelon ja palata siihen koulutuksen edetessä.

Tunnista erilaiset digipalvelut

Portinvartija, ydinalustapalvelu, välityspalvelu, verkkoalusta, pilvipalvelu... Näissä materiaaleissa vilisee monenlaisia termejä digipalveluille, jotka saattavat kuulostaa vierailta. Epäilyn iskessä suuntaa osioon 5, josta löydät digipalvelujen perheen tarkemmin kuvattuna. Osioon on myös koottu usein kysyttyjä kysymyksiä vastauksineen.

Yritystarina

Mikä ihmeen portinvartija?

Digipalvelun koko ja tyyppi ovat keskeisiä tekijöitä digimarkkinasäädöksessä.





Beta on fiktiivinen erilaisia verkkopalveluja tarjoava yritys, joka arvelee kuuluvansa digimarkkinasäädöksen piiriin palvelujensa tyypin ja kokonsa vuoksi. Osallistumme yrityksen johtajien ja ulkopuolisen juristi Atte Torneyn kokoukseen aiheesta.

BETA 1/2

Toimitusjohtaja aloitti kokouksen: ”Tänään käymme läpi digimarkkinasäädöksen vaatimuksia. Meidän on selvitettävä, voiko Beta kuulua niin kutsuttuihin portinvartijoihin. Jos näin on, meidän on ryhdyttävä muutoksiin, jotta varmistamme, että noudatamme säädöksiä.”

Atte Torney meni suoraan asiaan: ”Autan teitä arvioimaan portinvartijan määritelmän juridisia kriteerejä. Jos vaikuttaa siltä, että Beta täyttää ne, meidän tulee ilmoittaa siitä Euroopan komissiolle. Meidän on myös toimitettava asianmukaiset tiedot.”

”Mitä nämä kriteerit ovat?” yksi johtajista kysyi.

Atte: ”Niitä on kolme, ja ne löytyvät digimarkkinasäädöksestä. Joka kriteerillä on raja-arvoja, joiden on ylityttävä, mutta sitten on erilaisia poikkeuksia suuntaan ja toiseen, eli tässä kannattaa olla tarkkana. Mutta jos raja-arvot ylittyvät, luultavasti olette portinvartijan asemassa.”

”Ahaa, tämä selventää hieman”, toimitusjohtaja tuumaili.

Atte: ”Katsotaanpa nyt, miten sijoitutte portinvartijamäärittelyssä! Ensimmäinen kriteeri on, että yrityksellä on oltava merkittävä vaikutus EU:n sisämarkkinoihin.”

Toimitusjohtaja: ”Mistä me voimme sen päätellä?”

Atte katsoi yrityksen asiakirjoja ja sanoi: ”Betan liikevaihto kolmelta edelliseltä tilikaudelta oli 125 miljardia euroa. Se siis ylittää selvästi asetetun vähintään 7,5 miljardin euron raja-arvon. Niinpä meidän ei tarvitse miettiä enempää markkina-arvolle asetettua raja-arvoa, joka on 75 miljardia euroa.”

Testaa tietosi

Mitkä ovat portinvarijan liiketoiminnan raja-arvot?

- ☐ Liikevaihto vähintään 7,5 mrd euroa
- ☐ Markkina-arvo vähintään 7,5 mrd euroa
- ☐ Liikevaihto vähintään 75 mrd euroa
- ☐ Markkina-arvo vähintään 75 mrd euroa
- ☐ Riittää, kun liikevaihto tai markkina-arvo ylittää rajan
- ☐ Sekä liikevaihdon että markkina-arvon on ylitettävä raja

SUBMIT

BETA 2/2

Toimitusjohtaja nyökkäsi, ja Atte jatkoi: ”Toinen kriteeri on, että Betan alustallaan tarjoamien palvelujen pitää toimia tärkeänä väylänä, jotta sen yrityskäyttäjät tavoittaisivat loppukäyttäjää. Tällöin se tarjoaa niin sanottuja ”ydinalustapalveluja.”

”Ydin-mitä?”

Atte vastasi: ”Jotta yritys voidaan luokitella portinvarijaksi, pitää sen tarjota tiettyjä alustapalveluja. Käytännössä ne ovat yrityskäyttäjien ja loppukäyttäjien välityspalveluja.”

“Mutta”, Atte jatkoi, “palataan vielä toiseen kriteeriin. Palveluväylän tärkeys viittaa sekä palvelun tyyppiin että palvelun käyttäjien määrään, jonka perusteella arvioidaan kuinka tärkeä palvelu on.

Toimitusjohtaja näytti luettelon yrityksen palveluista ja kysyi: ”Okei, mitkä palveluistamme ovat ydinalustapalveluja?”

Atte päätteli nopeasti, että kaikki luetellut palvelut ovat niitä. ”Hakukoneenne BetaSearch on verkossa toimiva hakupalvelu, sosiaalisen median palvelu MyBeta on videonjakoalustapalvelu ja maksujärjestelmä BetaPay sekä sovelluskauppa BetaApps ovat verkossa toimivia välityspalveluja. Kaikki nämä voivat olla ydinalustapalveluja.”

”Entä sitten käyttäjien määrä?” toimitusjohtaja kysyi.

”Mitä kokoon tulee, palveluilla pitää olla kuukausittain yli 45 miljoonaa aktiivista käyttäjää EU:n alueella. Vuosittain tulee olla myös yli 10 000 yrityskäyttäjää EU:ssa. Lukujen perusteella näyttää siltä, että Betan kaikki ydinalustapalvelut täyttävät nämä asetetut määrät eli raja-arvot. Siten Beta täyttää myös toisen portinvartijuutta määrittävän kriteerin.

Toimitusjohtaja: ”Näen, mikä tässä taitaa olla lopputuloksena.”

Atte: ”Minullakin on sellainen kutina. Mutta meidän pitää katsoa vielä viimeistä kriteeriä. Sen mukaan yrityksellä on oltava vakiintunut ja kestävä asema markkinoilla. Toimittamistanne asiakirjoista selviää, että kaikkien Betan palvelujen käyttäjämäärä on ollut tällä tasolla kolmen viime vuoden ajan. Tällaisissa tapauksissa pidetään selvänä, että viimeinen kriteeri vakiintuneesta asemasta markkinoilla täyttyy.”

Toimitusjohtaja nyökkäsi. ”Tarkoittaako tämä siis, että meidän pitää noudattaa portinvartijoita koskevia sääntöjä?”

Atte vahvisti: ”Kyllä, mutta ensimmäiseksi on nyt ilmoitettava komissiolle ja lähetettävä heille asianmukaiset tiedot, jotta he voivat päätöksenteossaan vielä arvioida Betan portinvartijuusaseman.”

Testaa tietosi

Kuinka paljon EU-käyttäjää palvelulla tulee olla, jotta se voidaan luokitella ydinalustapalveluksi?

- ☐ Yhteensä 45 miljoonaa käyttäjää
- ☐ 45 miljoonaa aktiivista käyttäjää kuukausittain
- ☐ 45 miljoonaa aktiivista käyttäjää vuosittain
- ☐ Yhteensä 10 000 yrityskäyttäjää
- ☐ 10 000 yrityskäyttäjää kuukausittain
- ☐ 10 000 yrityskäyttäjää vuosittain

SUBMIT

Pohdintatehtävä

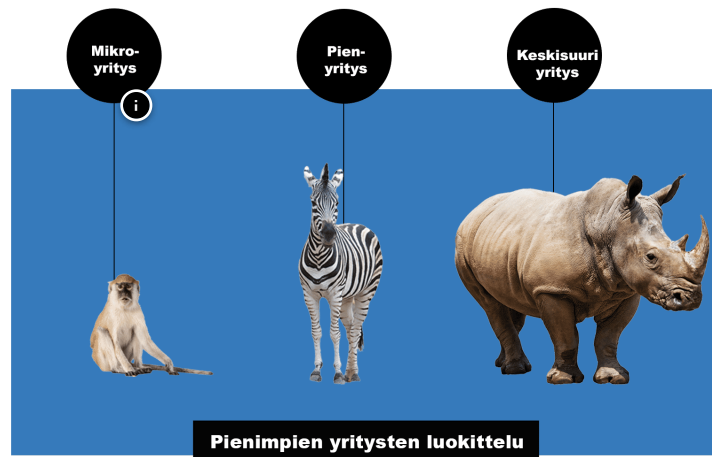
Juristi Atte Torney päätteli, että kaikki Betan luettelemat palvelut olivat digimarkkinasäädöksen kuvaamia ydinaluspalveluita. Mitä vastaavia laajasti käytettyjä yrityksiä tai palveluita itse tunnistat, jotka saattaisivat olla portinvartijoiden ydinaluspalveluita? Pohdi esimerkiksi hakukoneita, sosiaalisen median palveluita, verkon kauppapaikkoja ja tietokoneiden ja älypuhelimien sovellusmarkkinoita.

Yritystarina

Mitkä säännöt koskevat pientä alustaa?

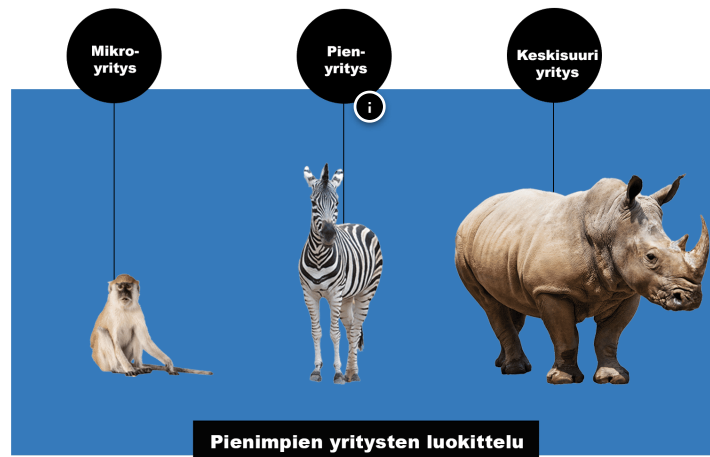
Yrityksen koko määrittää, mitä sääntöjä sen pitää noudattaa.





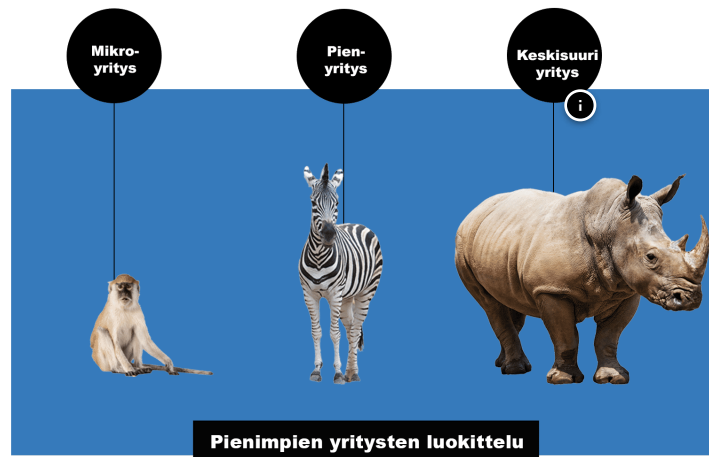
Mikro-yritys

- Alle 10 työntekijää
- Vuosiliikevaihto sekä taseen loppusumma on enintään 2 miljoonaa euroa



Pienyritys

- Alle 50 työntekijää
- Vuosiliikevaihto enintään 10 miljoonaa euroa



Keskisuuri yritys

- Alle 250 työntekijää
- Vuosiliikevaihto alle 50 miljoonaa euroa sekä taseen loppusumma on enintään 43 miljoonaa euroa



Fiktiivinen sosiaalisen median yhtiö 4REELZ selvittää omaa asemaansa digipalvelusäädöksen luokittelussa. Konsulttijuristi Atte Tourney on jälleen auttamassa.

4REELZ:n toimitusjohtaja Tanja oli tutkimassa papereita, kun Atte astui ovesta. ”Ai hei!” hän sanoi. ”Hienoa, että pääsit tulemaan. Olin juuri katsomassa näitä digipalvelusäädöksen juttuja.”

”Kiva päästä tekemään töitä kanssanne”, Atte sanoi ja istui alas. ”Hypätäänkö suoraan asiaan?”

Tanja nyökkäsi ja aloitti: ”Olemme siis sosiaalisen median yritys ja olemme erikoistuneet käyttäjien kuviin ja videoihin. Käyttäjämme lataavat lyhytvideoita profiileihinsa ”4REELZ”-palvelussamme. Heidän kontaktinsa tai toiset käyttäjät voivat nähdä ne, riippuen annetuista yksityisyysasetuksista.

Atte nyökkäsi. ”Okei, digipalvelusäädöksen mukaan olette verkkoalusta. Digipalvelusäädös koskee yrityksiä, jotka tarjoavat tietoyhteiskunnan palvelua (kuten te) ja erityisesti niitä, jotka toimivat välityspalveluna. Välityspalvelut voivat tarjota pelkkää tiedonsiirtoa, välimuistiin tallentamista ja tallennettujen tietojen säilytystä. Teidän palvelunne on tietysti säilytyspalvelu, koska säilytätte palvelunne käyttäjien toimittamia tietoja heidän pyynnöstään.”

”Ymmärrän. Säilytyspalvelun tarjoajan ja verkkoalustan välillä on kuitenkin eroja, eikö niin?”

”Juuri näin. Koska ette vain säilytä tietoa vaan myös levitätte sitä yleisölle, teidät lasketaan verkkoalustan tarjoajaksi. Digipalvelusäädöksen eri osat koskevat eri yrityksiä. Välityspalveluilla on tiettyjä velvoitteita, joiden lisäksi verkkoalustoilla on omia velvoitteitaan. Ja erittäin suurilla verkkoalustoilla on vielä enemmän sääntöjä.”

Atte jatkoi: ”Erittäin suuret verkkoalustat ovat alustoja tai hakukoneita, joilla on vähintään 45 miljoonaa aktiivista kuukausittaista käyttäjää, ja jotka Euroopan komissio on erikseen tunnistanut ja nimennyt.”

Tanja nyökkäsi. ”Meidän ei siis tarvitse kantaa huolta siitä, ainakaan vielä. Onko jotain muutakin, joka ei koske meitä?”

”Kuinka monta ihmistä täällä on töissä?” Atte kysyi.

”Seitsemän, minut mukaan lukien.”

”Entä mikä on vuotuinen liikevaihtonne?”

”Noin yhdeksän miljoonaa euroa. Kasvamme nopeasti.”

”Siinä tapauksessa teidät lasketaan edelleen pieneksi yritykseksi. Pienillä yrityksillä on alle 50 työntekijää ja vuotuinen liikevaihto on enintään 10 miljoonaa euroa. Koska teillä on alle kymmenen työntekijää, olisitte mikroyritys, jos liikevaihtonne olisi alle 2 miljoonaa euroa. Mutta henkilöstömäärän tai liikevaihdon raja-arvon ylittäminen siirtää yrityksen automaattisesti seuraavaan kokoluokkaan. Suurin osa asetuksen vaatimuksista ei koske pk-yrityksiä, mutta kun kasvatte, ne alkavat vaikuttaa 12 kuukauden kuluttua.”

”Saisimmeko saman armonajan, jos meistä tulisi erittäin suuri verkkoalusta?”

”Ette aivan. Ilmoituksen jälkeen saa neljä kuukautta aikaa noudattamiseen. On kuitenkin hyvä muistaa, että erittäin suuria verkkoalustoja koskevat kaikki verkkoalustojen ja välityspalveluiden säännöt, vaikka ne olisivat vielä mikroyrityksiä tai pieniä yrityksiä.”

Testaa tietosi

Mitkä ovat mikroyrityksen rajat?

☐

Alle 10 työntekijää

☐

Alle 50 työntekijää

☐

Liikevaihto ja tase ovat alle 2 miljoonaa euroa

☐

Joko liikevaihto tai tase on alle 2 miljoonaa euroa

SUBMIT

Testaa tietosi

Mitkä ovat pienyrityksen rajat?

☐

Alle 10 työntekijää

☐

Alle 50 työntekijää

☐

Liikevaihto alle 2 miljoonaa euroa

☐

Liikevaihto alle 10 miljoonaa euroa

SUBMIT

Pohdintatehtävä

EU myöntää uusiin sääntöihin poikkeuksia pienille yrityksille. Minkä luulet olevan syynä? Mitä vaikutuksia tällä voi olla palvelujen käyttäjille?

Vastaus: —

Uusien sääntöjen noudattaminen vaatii yrityksiltä uusia prosesseja ja selvityksiä, eli käytännössä tuottaa lisää työtä. Jotta sääntely ei olisi kohtuutonta, sitä on kevennetty pienten yritysten kohdalla. Vasta kun yritys on suurempi, sillä odotetaan olevan kyky selvittää suuremmille yrityksille asetetuista velvoitteista.

Muista ainakin nämä

1

Digipalvelut on kattotermi, jonka kohtaat näissä materiaaleissa useissa eri yhteyksissä. Termi kattaa asiayhteydestä riippuen lähes kaikki arjestatut verkkoalustat, hakukoneet, pilvipalvelut, pelisovellukset... Eli eri palvelut, joita digipalvelusäädöksen ja digimarkkinasäädöksen velvoitteet koskevat.

2

Digipalvelusäädös selventää verkossa leviävän sisällön moderointia ja digipalveluja tarjoavien yritysten vastuuta käyttäjien turvallisuudesta. Se koskee pienyrityksistä lähtien kaikkia digipalveluja tarjoavia yrityksiä, jotka toimivat EU:n sisämarkkinoilla tai tarjoavat palveluita EU-käyttäjille. Säädös sisältää merkittäviä poikkeuksia pien- ja mikroyrityksille eikä sen raskaimpia velvoitteita kohdisteta myöskään keskisuihin yrityksiin.

3

Digimarkkinasäädös edistää reilumpaa kilpailua digijättien ja pienempien yritysten digipalveluiden välillä. Käytännössä se hyödyttää pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka kilpailevat digijättien tarjonnan rinnalla. Digimarkkinasäädöksen velvoitteet kohdistuvat ainoastaan kaikista suurimpiin yrityksiin eli portinvartijoihin ja niiden tarjoamiin palveluihin. Näiden yritysten palvelujen käyttämiseltä et voi helposti välttyä EU:n alueella.

4

Mahdollisuudet ja vaikutukset, jotka avautuvat digipalvelusäädöksestä ja digimarkkinasäädöksestä, riippuvat sinun omasta näkökulmastasi, käytitpä sitten sosiaalisen median palveluita vapaa-ajalla tai työksesi tai kehittäessäs i vaikkapa uutta sovellusta markkinoille.

Jatka seuraavaan osioon

3. Digipalveluiden uudet säännöt

Digipalvelusäädös pyrkii tekemään verkkoympäristöistä turvallisempia. Tavoitteena on varmistaa, että digipalvelut kantavat vastuuta välittämistään, tallentamistaan tai levittämistään sisällöistä. Digipalveluiden tarjoajien on noudatettava uusia sääntöjä esimerkiksi sisältöjen moderoinnissa ja niiden on lisättävä toimintansa läpinäkyvyyttä.

Uusi sääntely ohjaa hakukoneita, somepalveluja, verkkoalustoja ja muita välityspalveluja kehittämään toimintaansa niin, että niistä tulee käyttäjille nykyistä reilumpia ja turvallisempia. Digipalvelusäädös, johon tutustuit edellisessä osiossa, on tässä muutoksessa keskiössä.

Testaa tietosi

Totta vai tarua? Digipalvelusäädös velvoittaa vain suuria yrityksiä muuttamaan toimintatapojaan.

☐

Totta

☐

Tarua

SUBMIT

Digipalvelusäädöksen keskeisimmät uudistukset on ryhmitelty tässä osiossa kolmen teeman ympärille:

- 1

Reiluja sääntöjä on noudatettava käyttäjiä profiloitaessa mainonnassa
- 2

Väärinkäyttöksiin on puututtava tehokkaasti
- 3

Digipalvelujen on toimittava läpinäkyvästi ja vastuullisesti

Aihepiiriin syvennytään tutustumalla ensin nykytilanteeseen, jota digipalvelusäädös pyrkii muuttamaan reilummaksi. Esimerkkitarinoiden kautta kannustamme sinua pohtimaan, kuinka uudistukset vaikuttavat sinuun ja mitä mahdollisuuksia ne voivat tuoda tullessaan.

Digipalvelusäädös
Digital Services Act, DSA
Astui voimaan 16.11.2022
Tulee sovellettavaksi 17.2.2024
Koskee pienyrityksistä lähtien kaikkia välityspalveluja tarjoavia yrityksiä, jotka toimivat EU:n sisämarkkinoilla tai tarjoavat palveluita EU-käyttäjille
Merkittäviä poikkeuksia pienille ja mikroyrityksille
Selventää verkossa leviävän sisällön moderoinnin toimintatapoja

Haastattelu: Sam Wrigley, mistä digipalvelusäädöksessä on kyse?

Sam Wrigley on digipalvelusäädöksen erikoistunut tutkija. Hän kertoo omin sanoin, mikä digipalvelusäädös eli DSA on, keitä se koskee ja mitä hyötyjä se tuo yksilöille ja yrityksille.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Sam mainitsi seuraavat kiinnostavat muutokset. Mitkä niistä koskevat ainoastaan erittäin suuria alustoja?

- ☐ Sisällön poistamisen uudet säännöt
- ☐ Luotettavien ilmoittajien tekemien ilmoitusten nopeutettu käsittely
- ☐ Kauppapaikan on varmistettava, että myyjien tiedot annetaan ostajille
- ☐ Liiketoiminnan aiheuttamien yhteiskunnallisten riskien analyysi

SUBMIT

Jatka eteenpäin

Reilut säännöt käyttäjien profilointiin mainonnassa

Valtaosa viestinnästämme ja kaupan käynnistä tapahtuu eri digipalveluita, kuten sosiaalisen median palveluja, hakukoneita ja kauppapaikkoja, hyödyntäen. Kun käytät digipalveluita, luot samalla valtavan määrän dataa käyttäytymisestääsi ja valinnoistasi. Tämä data on arvokasta digipalveluja tarjoaville yrityksille muun muassa palveluiden

jatkuvassa optimoinnissa – ja sinun profiloinnissa.

Profiloinnilla tarkoitetaan henkilökohtaisten ominaisuuksien päättelyä käyttäytymisestä. Profiloinnissa analysoidaan ja arvioidaan mm. käyttäjän kiinnostuksen kohteita, terveydentilaa, taloudellista tilannetta ja sijaintia. Profiloinnin pääasiallisena tarkoituksena on voida esittää kohdennettuja mainoksia käyttäjälle.

Tällä hetkellä kohdennettua mainontaa säännellään jo. Yleinen tietosuoja-asetus (GDPR) määrittelee säännöt käyttäjien suostumuksen saamisesta. Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi puolestaan säätelee evästeiden käyttöä, jotka ovat keskeinen tekniikka profiloinnissa.

Digipalvelusäädös menee askeleen pidemmälle ja sääntelee profiloinnin avulla kohdennettua mainontaa verkkoalustoilla sekä mainosten esittämistapaa.

Uudet säännöt mainonnassa

Saat tietää heti, miksi digipalvelu suosittelee sinulle jotain sisältöä. —

Välityspalvelut: Välityspalvelu voi suositella käyttäjilleen sisältöjä, mutta jatkossa sen on kerrottava käyttäjille selkeästi, milloin heille näytetään mainoksia, kuka on mainoksen takana ja miksi heille näytetään juuri tuo kyseinen mainos.

Välityspalvelun on tarjottava sisällöntuottajille mahdollisuus lisätä tieto kaupallisesta yhteistyöstä, jotta se näkyy käyttäjille ymmärrettävästi.

Välityspalvelun on lisäksi avattava käyttöehdoissaan selkeällä ja ymmärrettävällä kielellä tapaansa suositella käyttäjille sisältöjä.

Erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet: Erittäin suurilla verkkoalustoilla tai hakukoneilla on lisäksi oltava julkinen rajapinta eli verkkosivu tai tekninen sovellusrajapinta, josta käyttäjät voivat tehdä hakuja ja kyselyjä palvelun näyttämistä mainoksista kuluneen vuoden ajalta.

Esimerkki

Vilma Vaikuttaja: “Enää ei tarvitse videolla mainita tuotepromosta. Kun tiedon syöttää videon lisätietoihin, näkyy se sieltä katsojille. Vähemmän työtä, enemmän videoita!”



Voit valita, miten digipalvelu saa suositella sinulle sisältöä tai kieltää sen kokonaan. —

Verkkoalustat: Jos verkkoalustalla on erilaisia tapoja suositella sisältöä, on käyttäjien voitava valita niistä itselleen sopivin ja säätää niiden muuttujia.

Erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet: Erittäin suurten verkkoalustojen tai hakukoneiden on annettava käyttäjille myös mahdollisuus kytkeä profilointi pois päältä.

Esimerkki

Simo Somettaja: “Voin kytkeä pois päältä algoritmin, joka suosittelee minulle kaikenlaista turhaa. Voin siis keskittyä oikeiden somekontaktieni päivityksiin.”



Mainontaa ei saa kohdistaa alaikäisille eikä arkaluonteisia tietoja saa hyödyntää.

Välityspalvelut: Kun välityspalvelu, kuten hakukone tai sosiaalisen median palvelu, on kohtuullisen varma, että käyttäjä on alaikäinen, tälle ei voi kohdentaa mainontaa käyttäjäprofiloinnin perusteella.

Verkkoalustat: Verkkoalustat eivät saa kohdentaa mainontaa arkaluonteisia henkilötietoja koskevan profiloinnin perusteella. Arkaluonteisia henkilötietoja ovat etninen tausta, poliittiset mielipiteet, uskonnolliset tai filosofiset uskomukset, ammattiliittojäsenyys, geneettiset tiedot, biometriset tiedot, terveys ja seksuaalinen suuntaus ja käyttäytyminen.

Esimerkki

Simo Somettaja: “Enää eivät lapset ole niin paljon turhan krääsän perään, kun mainoksia ei tungeta heille kännykässä joka videon väliin.”



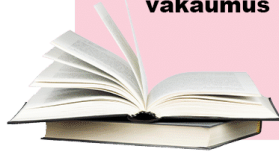
Milloin verkkoalustat voivat tai eivät voi kohdistaa mainoksia?

Arkaluonteisia tietoja ei saa hyödyntää profiloinnissa

**Etninen
tausta**



**Uskonnollinen
tai filosofinen
vakaumus**



**Geneettiset
tai biometriset tiedot
yksiselitteistä
tunnistamista
varten**



**Seksuaalinen
käyttäytyminen ja
suuntautuminen**



**Poliittiset
mielipiteet**



**Ammattiliiton
jäsenyys**





4REELZ:n työntekijät tulkitsevat arkaluonteisten henkilötietojen käsitettä liike toimintansa kannalta. Arkaluonteisten henkilötietojen käsite on laaja. Yrityksessä pohditaan, että verkkosisällön aiheen perusteella käyttäjille tarjottava mainonta voi olla usein turvallisempi vaihtoehto kuin käyttäjän profiloinnin perusteella kohdennettu mainonta.

4REELZ

"Hei Kari, etkö sinä olekin tietosuojas-asiantuntija?"

"Asiantuntija" on vahva sana, mutta tiedän jotakin. Mitä asia koskee?"

Sofia istui Karin viereen ja näytti tablettia. "Katsopa tätä. Yritämme parantaa mainontaamme niin, että käyttäjät näkevät vain juttuja, joista he voisivat oikeasti olla kiinnostuneita. Tiedän digipalvelusääädöksen säännöistä, että arkaluonteiseen tietoon perustuvia profileja ei pidä käyttää, mutta en tiedä tarkkaan, mitä niihin lasketaan.

Kari otti tabletin, jossa pyöri parhaillaan mainos joogatunneista. "Eli tämän mainoksen näkee, jos..."

"Tuo on käyttäjille, jotka ovat osoittaneet kiinnostusta liikuntaan, Intian kulttuuriin tai historiaan liittyviin teemoihin tai stressin lievittämiseen."

"Okei, pelkään, että tuossa on varoitusmerkkejä", Kari sanoi. "Teknisesti kyse ei ole "arkaluonteisista tiedoista" vaan erityisistä henkilötietojen ryhmistä. Yleisessä tietosuojas-asetuksessa on niistä luettelo. Juuri kertomassasi tapauksessa näistä ryhmistä oleellisia ovat etninen tausta, poliittiset mielipiteet, uskonto tai vakaumus sekä terveystiedot."

"Eli jos kohdistamme mainoksia ihmisille, jotka ovat osoittaneet kiinnostusta joogan uskonnolliseen ja kulttuuriseen historiaan, kohdistamme kielellä tavalla mainoksia erityisen henkilötietojen ryhmän perusteella?"

"Niin kai. Mutta näitä asioita on myös tulkittu erittäin laajasti. Eli etenkin jos yhdistäisimme sen muuhun henkilöstä kerättyyn tietoon, olisi mahdollista, että kiinnostus liikuntaan tai stressiin paljastaisi tietoa henkilön fyysisestä tai psyykkisestä terveydentilasta."

Sofia nojasi taaksepäin tuolissaan. "Tuo vaikuttaa... todella laajalta."

”Niinpä. Euroopan tietosuojaneuvosto julkaisee ohjeita kohdistettujen mainosten käytöstä sosiaalisessa mediassa ja on peräänkuuluttanut varovaisuutta mainosten kohdentamisessa.”

”Mikä siis on vastaus tähän?”

”Voi olla yksinkertaisempaa tehdä vain kontekstipohjaista mainontaa aina silloin, kun liikutaan lähellä erityisiä henkilötietojen ryhmiä eli valita mainonta katsellun verkkosivallön perusteella.”

”Oikeasti?”

”Se on joka tapauksessa turvallisin lähestymistapa.”

”Okei”, Sofia nyökkäsi. ”Ymmärsinkö nyt siis oikein? Digipalvelusäädös kieltää mainosten näyttämisen silloin kun hyödynnetään erityistä henkilötietojen ryhmää profiloinnissa. Mutta niin kauan kuin mainoksen näyttäminen ei perustu profilointiin, voimme näyttää sitä vastaavissa yhteyksissä. Eli, en siis voi näyttää tätä mainosta jollekulle, jonka tiedän olevan kiinnostunut joogan uskonnollisista näkökohdista. Mutta voisin lisätä mainoksen joogan uskonnollisia näkökohtia käsittelevään videoon, kunhan sen näkeminen määräytyy erillään katsojan profilista?”

”Tarkistaisin tämän juristilta ensin, mutta jotenkin noin se menee.”

Testaa tietosi

Tarinassa pohditaan, missä tilanteessa voisi olla sallittua näyttää joogaan liittyvä mainos. Mitkä olisivat sallittuja?

☐ Käyttäjän profilista nähdään, että tämä on katsonut useita joogavideoita.

☐ Käyttäjä katsoo parhaillaan joogavideoita.

SUBMIT

Pohdintatehtävä

Arkaluonteisten tietojen hyödyntämisen ohella mainonnan kohdentaminen alaikäisille on kielletty. Miksi mainosten kohdistaminen alaikäisille voi olla haitallista?

Tehokas puuttuminen väärinkäyttöksiin

Digipalvelut ovat mullistaneet tavat, joilla voimme jakaa ja saada tietoa sekä tehdä liike toimintaa. Samalla laiton tai muuten haitallinen sisältö leviää ennennäkemättömällä tavalla.

Kun jatkossa digipalveluja käyttäessäsi kohtaat lainvastaista sisältöä, kuten vihapuhetta tai tuoteväärennöksiä, voit luottaa siihen, että asiaan puututaan aiempaa tehokkaammin. Jokaisella digipalvelulla on oltava selkeät menettelyt lainvastaisen sisällön poistamiseksi.

Mitä on laitton sisältö? Sisällön laillisuus tai lainvastaisuus määrittyy kaikkien voimassa olevien lakien mukaan. Etenkin kansainvälisessä toiminnassa sisällön lainmukaisuuden varmistaminen voi olla hankalaa, kun kaikkien toimintaan liittyvien valtioiden lainsäädäntöä on seurattava.

Jos sinun tuottamaasi sisältöä on poistettu käyttämästäsi digipalvelusta, on sinulla jatkossa myös lisää keinoja puolustaa oikeuksiasi ja riitauttaa asiasi digipalvelua tarjoavan yrityksen kanssa edullisesti ja ketterästi.

Uudet säännöt väärinkäytösten selvittämiseksi

Käyttäjänä voit ilmoittaa kohtaamastasi laittomasta sisällöstä.

Välityspalvelut: Viranomainen voi määrätä välityspalveluita, kuten sosiaalisen median alustoja ja hakukoneita, poistamaan lainvastaista sisältöä ja vaatia siltä sisältöä leittäneiden käyttäjien yhteystiedot. Välityspalvelun on vuosittain raportoitava julkisesti ja koneluettavassa muodossa tiedot tekemästään sisällön moderoinnista.

Säilytyspalvelut: Käyttäjällä on oltava mahdollisuus ilmoittaa pilvipalveluissa tms. kohtaamastaan laittomasta sisällöstä sähköisesti. Käyttäjälle on tarjottava tätä varten helposti löydettävä ja helpokäyttöinen järjestelmä. Kun palvelu on saanut ilmoituksen laittomasta sisällöstä, palvelu tekee päätöksen poistamisesta automaattisesti tai harkinnan jälkeen.

Mikäli säilytyspalvelun tarjoajan tietoon tulee ihmisen henkeä tai turvallisuutta uhkaava rikosepäily, on sen viipymättä ilmoitettava asiasta viranomaisille.

Esimerkki

Simo Somettaja: "Olen aiemminkin raportoinut alustoille näkemistäni selvistä huijauksista somevirrassani, mutta nyt voin luottaa, että asialle myös tehdään jotain."

Esimerkki

Kalle Kampaaja: "Kilpailijat ovat aiemmin käyttäneet mainettani ja nimeäni vilpillisissä mainoksissa kalastellakseen asiakkaita, mutta nyt voin estää tämän raportoimalla väärinkäytökset helposti."



Simo Somettaja



Kalle Kampaaja

Saat tietää, miksi palvelu on poistanut sisältösi.

Verkkoalustat: Jos sinun tuottamasi sisältö on määrätty poistettavaksi, tilisi suljettavaksi tai palvelun käyttöäsi rajoitetaan muulla tavoin, käyttämäsi verkkoalustan on ilmoitettava asiasta sinulle ja kerrottava täsmälliset perustelut.

Käyttäjien on voitava valittaa oman sisältönsä poistopäätöksistä verkkoalustalle maksutta. Verkkoalustan on käsiteltävä valitukset mahdollisimman pikaisesti, syrjimättömästi ja huolellisesti. Tarvittaessa alustan on palautettava poistettu sisältö viipymättä. Valitusten käsittelypäätöksistä on ilmoitettava käyttäjille. Nämä päätökset on tehtävä pätevän henkilön valvonnassa, eli automatisoitu ratkaisu ei ole riittävä.

Verkkoalustojen käyttäjillä on myös oikeus käyttää EU:ssa hyväksyttyä tuomioistuinten ulkopuolista riidanratkaisuelintä riitojen ja valitusten ratkomiseen. Riidanratkaisu on käyttäjälle maksutonta tai kustannusten on oltava kohtuulliset. Riidanratkaisuelin ei kuitenkaan voi antaa sitovia ratkaisuja. Alusta voi myös kieltäytyä osallistumasta menettelyyn, jos aiemmin on ratkaistu riittävän samanlainen tapaus, jonka mukaan alusta voi toimia.

- Jos ratkaisu on käyttäjän hyväksi, verkkoalusta maksaa riidanratkaisukulut (sekä riidanratkaisuelimen että käyttäjän kulut).
- Jos ratkaisu on verkkoalustaa puoltava, käyttäjän ei tarvitse korvata verkkoalustan kuluja, paitsi jos käyttäjän todetaan toimineen vilpillisesti.

Esimerkki

Vilma Vaikuttaja: "Videoitani on aina joskus poisteltu, enkä ole tiennyt miksi tai miten asian voisi korjata. Jatkossa saan selvät perustelut, jos videoni otetaan alas, joten tiedän paremmin, missä rajat menevät."

Esimerkki

Kaisa Kehityspäällikkö: "Meidän sometilimme on aiemmin jäädytetty kokonaan, kun konfliktiuutisointimme raportoitiin sopimattomaksi masinointikampanjalla. Jos vastaavaa vielä tapahtuu, voimme kiistää väitteet tehokkaasti ja voimme luottaa siihen, että saamme tilimme palautettua ilman viivästystä."



Vilma Vaikuttaja



Kaisa Kehityspäällikkö

Luotetut asiantuntijat valvovat sisältöjä.

Verkkoalustat: Kukin EU-jäsenvaltio voi nimetä asiantuntijaorganisaatioita, jotka saavat valtuudet ilmoittaa verkkoalustoille laittomasta sisällöstä oman alansa "luotettuna ilmoittajana". Verkkoalustan on tehtävä yhteistyötä luotettujen ilmoittajien kanssa. Kun luotettava ilmoittaja kertoo verkkoalustalle laittomasta sisällöstä, alustan on käsiteltävä ilmoitukset ensisijaisesti ja viipymättä.

Jos käyttäjä tuo alustalle jatkuvasti laittonta sisältöä tai tekee ilmeisen perusteettomia valituksia, verkkoalusta voi antaa hänelle varoituksen. Tämän jälkeen alusta voi jäädyttää käyttäjän pääsyn palvelun määräajaksi.

Esimerkki

Tuire Tutkija: "Tutkijaryhmämme on hakenut luotettavan ilmoittajan valtuuksia vaalivaikuttamisen alueella. Raportoimme vaaleissa päivittäin löytämiämme valetilien postauksia. Toisin kuin ennen, alustapalvelut poistavat ne nykyisin näkyvistä nopeasti ja sulkevat trollitilit."



Tuire Tutkija

Yritystarina

Entä jos julkaisuja on poistettava palvelusta ja käyttäjät valittavat?





4REELZ suunnittelee ottavansa käyttöön uuden menettelytavan sisältöjen poistoja koskeville käyttäjien valituksille.

4REELZ 1/2

Keskusteluloki 4REELZ:n sisäisellä kanavalla

Torstai 22.5. klo 13:26

Tanja: Hei, olisiko sinulla hetki aikaa? Saatan tarvita apuasi.

Jonni: Joo, kerro vain.

Tanja: Tiesitkö että olemme työstäneet valitusmenettelyämme sisältöjen poistoja koskeville valituksille?

Jonni: Joo, se on osa ”Valmiina digipalvelusäädökseen” -kokonaisuutta. Mutta eihän sisäistä valitusmenettelyä tarvita pienissä yrityksissä? Luulin, että sisäisen valitusmenettelyn ei tarvinnut olla käytössä ennen ensi vuotta. Miten se aiheuttaa työtä jo nyt?

Tanja: Olet oikeassa, se ei koske meitä vielä, mutta olemme kasvuyritys. Meiltä odotetaan, että valitusmenettely on helppokäyttöinen, käyttäjäystävällinen jne. Pyysin kehittäjiä rakentamaan pilottiohjelman ja testaamaan sen toiminnan jo ennen kuin laki alkaa koskea meitä.

Jonni: Ymmärrän.

Tanja: Testasimme järjestelmää tuomalla sen ennakolta käyttöön joillekin käyttäjillemme ja keräsimme myös palautetta siitä. Ja saimmekin palautetta, mikä on mahtavaa. Meidän pitää kuitenkin myös oikeasti hoitaa testikäytön kautta tulleet valitukset. Erityisesti yksi käyttäjä valitti, että olimme poistaneet videon, jolla käyttäjä ansaitsi rahaa. Uusien sääntöjen mukaan meidän pitää käsitellä valitus nopeasti ja huolellisesti. Ja näin me tietysti teimme.

Jonni: Mutta saanko arvata, mitä sitten tapahtui? Kieltäydyitte palauttamasta videota ja nyt teitä on uhattu syyttää sopimusrikkomuksesta, joka aiheuttaa videon ladanneelle käyttäjälle tulonmenetystä. Ja siksi päätit ottaa minuun yhteyttä, koska vastaan sovittelumenettelyihin liittyvistä asioistamme?

Tanja: Katsos, juuri näkemyksellisyytesi vuoksi nimitin sinut tuohon rooliin.

Testaa tietosi

4REELZ oli siis antanut käyttäjille keinon valittaa poistetusta sisällöstä. Miksi?

☐

Valituskeino oli pakko tehdä, koska digipalvelusäädös vaati sitä.

☐

Valituskeino tehtiin, koska yritys ennakoி kasvavansa sellaiseen kokoluokkaan, että digipalvelusäädös edellyttää käyttäjille valitusmahdollisuutta.

SUBMIT

4REELZ 2/2

Jonni: Onko tällä käyttäjällä perusteita syyttää meitä sopimusrikkomuksesta tai muusta? Aikooko hän todella tehdä sen?

Tanja: Konsultoimiemme juristien mukaan voi olla, että aikoo. Oli miten oli, jos hän yrittää jotakin, olisi paljon halvempaa ja helpompaa, jos voisimme käyttää sovittelumenettelyä oikeudenkäynnin sijaan.

Jonni: Selvä. Mikään ei estä meitä käyttämästä näitä tuomioistuinten ulkopuolisia riitojenratkaisumenettelyjä, vaikkei meidän ole pakko niitä käyttää.

Jonni: Digipalvelusäädöshän kehottaa tarjoamaan vaihtoehtoja käyttäjälle riidanratkaisussa. Käyttäjän on voitava halutessaan valita jokin hyväksytty tuomioistuinten ulkopuolinen riitojenratkaisuelin.

Jonni: Mutta mikään ei määrää, että hänen on pakko käyttää sellaista. Käyttäjä voi nostaa jutun normaalissa tuomioistuimessa halutessaan.

Tanja: Eli olemme pulassa?

Jonni: Ei välttämättä. Riitojenratkaisuelimet ovat jo olemassa. Ne nimitetään kussakin EU-valtiossa. Joten käyttäjiä voisi kannustaa niiden käyttöön.

Tanja: Kannattaa ainakin yrittää. Entä jos riitojenratkaisuelin päättää meitä vastaan?

Jonni: Se ei ole sitova päätös. Teknisesti ottaen voimme jättää sen huomiotta. Uskon, että kuitenkin noudattaisimme sitä.

Tanja: Okei, kiitos. Halusin vain varmistaa, etten ole sekoittanut asioita. Tarkistan asian vielä juristeilta. Katsotaan, mitä he sanovat.

Testaa tietosi

Jos 4REELZ ei suostu palauttamaan käyttäjän sisältöä, mitä vaihtoehtoja käyttäjällä on?

- ☐ Käyttäjä voi vaatia riitojenratkaisuelimen käyttöä.
- ☐ Käyttäjälle voidaan antaa mahdollisuus hakea ratkaisua riitojenratkaisuelimeltä.
- ☐ Käyttäjä voi joka tapauksessa halutessaan haastaa yrityksen oikeuteen.

SUBMIT

Pohdintatehtävä

Miten sisällöntuotanto muuttuu, kun sisältö ei katoa ilman syytä ja virheellisiin poistoihin voi vaatia korjausta?

Vastaus: —

Käyttäjä voi jatkossa hakea ratkaisua riitatilanteisiin edullisesti ja nopeasti ilman oikeuskäsittelyä. Tämä voi madaltaa sisällöntuottajien kynnystä puolustaa oikeuksiaan. Käyttäjän oikeusturva paranee ja sitä kautta mahdollisesti myös luottamus alustojen toiminnan reiluteen.

Yritystarina

Miten tunnistaa laitton sisältö?



4REELZ:n sisällönmoderointitiimi pohtii "laittoman sisällön" tunnistamisen vaikeutta. Lain mukaan yritys ei ole vastuussa sen alustalla julkaistusta sisällöstä, jos moderijat eivät tiedä siitä.

4REELZ 1/2

4REELZ:n moderointitiimin päällikkö Alex havahtui, kun hänen tietokoneensa piippasi kahdesti. Kaksi uutta ilmoitusta, molemmat huomioita muilta moderaattoreilta.

Alex tarkasti nopeasti ensimmäisen ilmoituksen. Ilmeisesti joku oli ladanut alustalle videon, jossa oli taustamusiikkia, ja musiikin tekijänoikeuksien haltija oli ilmoittanut videon poistettavaksi. Edellinen moderaattori oli kirjoittanut saatetietoihin: "Onhan siellä musiikkia, mutta se vain soi taustalla samalla kun video on kuvattu. Tarvitseeko meidän oikeasti tehdä jotain?"

Se oli hyvä kysymys. Alex tiesi, että digipalvelusäädös edellyttää poistamaan "laittoman sisällön" ja että sen tunnistamiseen oli joitakin ohjeita. Kuitenkin kansallisten ja kansainvälisten lakien sekamelska, monimutkaiset säännöt ja poikkeukset sekä oudot rajatapaukset tarkoittavat, että jonkin sisällön määrittely "laittomaksi sisällöksi" on aika vaikeaa.

Testaa tietosi

Miten laitonta sisältöä voi tunnistaa?

- ☐ Digipalvelusäädös määrittelee, mikä on laitonta.
- ☐ Laittomuus määrittyy kaikkien voimassa olevien lakien perusteella.

SUBMIT

4REELZ 2/2

Oli hyviäkin asioita. Kuten eräs juristi sanoi, "digipalvelusäädöksen 6(1) artiklan mukaan säilytyspalvelut eivät ole vastuussa käyttäjien lähettämästä sisällöstä, jos ne eivät tiedä, että jotakin laitonta on meneillään. Ja jos ne huomaavat laittomuuksia, on niiden tehtävä asialle jotain tarpeeksi nopeasti." Valitettavasti tästä ei ollut apua, kun ilmoitus laittomasta sisällöstä tuli. Oli aika tarkistaa juristeilta, mitä tehdä.

Alex oli juuri alkanut kirjoittaa viestiä lakiosastolle, kun joku koputti hänen huoneensa oveen. Hän näki yhden moderaattoreista, Tomin, oviaukossa. "Hei, anteeksi, ajattelin vain tarkistaa, ehditkö vielä katsomaan lähettämäni ilmoitusta?"

"Huh, en vielä, sori. Käsitelen vielä edellistä", Alex sanoi ja kutsui Tomin sisään. "Mistä on kyse?"

Tom istui alas. "Lyhyt versio: eräs sivustomme käyttäjä latsi alustalle videoita, joissa näytetään, miten hän murtautuu ventovieraiden koteihin. Saimme ilmoituksen yhdeeltä näistä luotetuista ilmoittajista, ja tämä vaatii meitä poistamaan videon."

”Vaikuttaa selvältä tapaukselta. Mikä siinä on ongelmana?”

”Ongelma on se, että olen ollut aika kiireinen ja tämä ilmoitus on ollut jonossa jo jonkin aikaa. Nyt ilmoittaja sanoo, ettemme ole toimineet tarpeeksi nopeasti. Ilmeisesti tämä taho on niin kutsuttu luotettava ilmoittaja, joten minun olisi varmaan pitänyt asettaa asian käsittely etusijalle?”

Alex huokasi. ”Näin on. Muistatko sen digipalvelusäädöskoulutuksen, joka meillä oli? Siinä puhuttiin ryhmistä, jotka voivat saada ”luotettavan ilmoittajan” aseman. Ilmeisesti näiden on tarkoitus olla riippumattomia ryhmiä, jotka erikoistuvat laittoman sisällön tunnistamiseen. Niiden on myös tarkoitus julkaista vuosittain raportti, jossa kerrotaan, mitä ne ovat tehneet ja ottivatko alustat heidät vakavasti.”

”Minun olisi siis pitänyt laittaa ne jonon kärkeen muiden edelle?”

”Tulevaisuudessa aika lailla näin. Mutta toistaiseksi tämä oli ok. 4REELZ oli muutama kuukausi sitten vielä pienen yrityksen kokoinen ja vaikka olemme kasvaneet keskikokoiseksi, meillä on vielä vuosi ennen kuin meidän pitää oikeasti noudattaa noita sääntöjä. Meidän pitää rakentaa järjestelmä, joka auttaa meitä huomaamaan nuo ilmoitukset automaattisesti.”

”Selvä. Hoidatko sinä tämän tapauksen vai hoidanko minä?”

”Jätä se minun hoidettavaksi. Minun pitää kirjoittaa tämä tekijän oikeusjuttu loppuun, mutta sitten hoidan sen heti.”

Pohdintatehtävä

Tuleeko mieleesi organisaatioita, jotka voisivat toimia oman alansa luotettavina ilmoittajina eli laittoman sisällön tunnistajina? Laittoman sisällön eri osa-alueita voivat olla mm. musiikin väärinkäyttö, tuoteväärennökset, vihapuhe tai kunnianloukkaukset, perusteettomat terveysväitteet...

Läpinäkyvät toimintaperiaatteet

Milloin olet viimeksi lue- nut käyttämäsi digipalvelun käyttöehdot? Harva meistä on ja harva pystyy ymmärtämään tapoja, joilla digipalvelu toimii käyttöehtojen ollessa romaanimaisen pitkiä ja vaikeatulkintaisia.

Digipalvelusäädöksen myötä näiden epämääräisten käyttöehtojen ja toimintatapojen aika on ohi.

Digipalveluiden tulee jatkossa toimia eettisesti. Niiltä odotetaan riskien analyysiä ja läpinäkyvää, ymmärrettävää viestintää toimintatavoistaan. Digipalveluiden käyttäjille tämä tarkoittaa turvallisempaa, ennustettavampaa ja luotettavampaa käyttökoke- musta, jossa EU:n perusoikeudet, kuten sananvapaus, tiedotusvälineiden vapaus ja moniarvoisuus, voivat toteutua täysmääräisesti.

Uudet säännöt digipalveluiden toiminnan läpinäkyvyyden lisäämiseksi

Saat tietää alustan toimintaperiaatteista helposti. —

Alustapalvelut: Palvelun tulee kertoa ilman kapulakiel- tä sisällön moderoinnin periaatteistaan. Nämä tiedot on laadittava selkeällä, yksinkertaisella, ymmärrettävällä, käyttäjäystävällisellä ja yksiselitteisellä kielellä. Alaikäisille suunnatun palvelun on myös kerrottava asiat alaikäisille sopivalla tavalla. Muutoksista periaatteisiin on tiedotettava käyttäjille.

Erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet: Erittäin suurten verkkoalustojen ja hakukoneiden on lisäksi julkaistava tiedot käyttäjien omalla äidinkielellä ja myös kone- luettavassa muodossa.

Esimerkki

Simo Somettaja: ”Helpottaa, kun oikeasti ymmärrän näiden palvelujen säännöt. Lapsillekin on selkeästi kerrottu, minkälais- ta sisältöä he voivat tuottaa tehdessään omia minipelejään pelialustalle.”

Esimerkki

Vilma Vaikuttaja: "Enää ei tarvitse kysyä managerilta, mitkä sisällöt ovat sallittuja, kun säännöt on kerrottu ymmärrettävällä kielellä."



Simo Somettaja



Vilma Vaikuttaja

Voit luottaa alustan toimintaan ja myyjiin.

Verkkoalustat: Palvelun on huolehdittava, että sen verkkorajapinta tai käyttöliittymä ei harhauta tai manipuloi käyttäjiä. Esimerkiksi käyttäjän on voitava tehdä päätökset omien tietojensa käytöstä ja sisältöjensä näkyvyydestä ilman että palvelu ohjaa käyttäjää tekemään palvelun kannalta toivottuja valintoja. Käyttäjän päätöksiä on myös kunnioitettava eikä häneltä voida toistuvasti kysyä lupaa asiaan, jonka hän on jo kieltänyt.

Markkinapaikat: Markkinapaikkojen on noudatettava korkeaa kuluttajansuojaa. Palvelun on tunnettava yrityskäyttäjänsä ja julkistettava avoimesti niiden yritystoimintaan liittyvät tiedot ennen kuin yrityskäyttäjät voivat alkaa tarjota tuotteitaan ja palvelujaan alustalla: yrityksen yhteystiedot, tunnistusasiakirjan jäljennös, maksutilitiedot sekä kaupparekisterin numero tai vastaava. Jos markkinapaikka saa tietää, että jonkun elinkeinonharjoittajan tarjonta on laitonta, markkinapaikan on ilmoitettava asiasta joko julkisesti tai suoraan kaikille tiedossaan oleville asiakkaille kuluneen kuukauden ajalta.

Esimerkki

Kalle Kampaja: "Nyt voin luottavaisin mielin ostaa lisätuotteita netistä, kun myyjistä ja tuotteista on paremmin tietoja saatavilla. Ennen oli aina pelko, että pullossa saattoi olla vain lantrattua mätysuopaa."



Kalle Kampaaja

Tiedät, keneen olla yhteydessä ongelmatilanteissa. —

Välityspalvelut: Palvelulla on oltava yhteydenottopaikka, jonka kautta käyttäjät voivat asioida sen edustajien kanssa sähköisesti, nopeasti ja käyttäjäystävällisesti. Käyttäjien on voitava tarvittaessa olla yhteydessä ihmiseen, eli pelkkä virtuaalinen asiakaspalvelija tai chattibotti ei riitä.

Palvelulla on lisäksi oltava EU:ssa yhteyspiste, jonka kautta eri viranomaiset voivat asioida palvelun kanssa.

Esimerkki

Kaisa Kehityspäällikkö: “Me välitämme mainoksia sivustollamme, joten meidänkin piti lisätä chattibottiin mahdollisuus puhua asiakaspalvelijalle. Ylipäättään meidän piti laittaa asiointikanaviemme tiedot paremmin esille.”

Esimerkki

Tuire Tutkija: “Iso osa löytämästämme disinformaatiosta on löytynyt kansainvälisten digijätien alustoilta. Onneksi niillä on EU:ssa nyt yhteyspiste, joten asiointi sujuu mutkattomasti.”



Kaisa Kehityspäällikkö



Tuire Tutkija

Suurten alustojen on torjuttava niiden toiminnasta aiheutuvia yhteiskunnallisia riskejä.

Erittäin suuret verkkoalustat ja hakukoneet voivat aiheuttaa riskejä sekä käyttäjilleen että yhteiskunnalle.

Nämä neljä järjestelmäriskien luokkaa on perusteellisesti arvioitava:

- Riskit, jotka liittyvät laittoman sisällön levittämiseen. Laiton sisältö voi olla esimerkiksi lasten seksuaaliseen hyväksikäyttöön liittyvää materiaalia tai laitonta vihapuhetta. Riskit voivat koskea myös muuntyyppistä palvelujen väärinkäyttöä rikoksiin tai laittoman toiminnan harjoittamiseen (esimerkiksi kiellettyjen tuotteiden tai palvelujen myynti, mukaan lukien vaaralliset tai väärennetyt tuotteet tai laittomasti kaupatut eläimet).
- Vaikutukset perusoikeuksien toteutumiseen, kuten ihmisarvoon, sananvapauteen ja tiedonvälityksen vapauteen, sekä tiedotusvälineiden vapauteen ja moniarvoisuuteen, oikeuteen yksityiselämään, tietosuojaan, oikeuteen syrjimättömyydestä, lapsen oikeuksiin ja kuluttajansuojaan. Erittäin suurten verkkoalustojen ja erittäin suurten verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajien olisi arvioitava lapsen oikeuksiin kohdistuvia riskejä ja otettava huomioon esimerkiksi se, kuinka helppo alaikäisten on ymmärtää palvelun toimintaa ja miten he voivat palvelun kautta altistua sisällölle, joka voi haitata heidän terveyttään tai fyysistä, henkistä ja moraalista kehitystään.
- Kiehteiset vaikutukset demokraattisiin prosesseihin, kansalaiskeskusteluun ja vaaliprosesseihin sekä yleiseen turvallisuuteen.
- Palvelut on suunniteltu tai ne toimivat tai niitä käytetään (mahdollisesti myös manipulointitarkoituksessa) niin, että siitä koituu haittaa kansanterveydelle tai alaikäisten suojelulle. Tästä voi aiheutua vakavaa haittaa henkilön fyysiselle ja henkiselle hyvinvoinnille tai se voi johtaa sukupuolittuneeseen väkivaltaan. Tällaisia riskejä voi aiheutua myös kansanterveyteen liittyvistä koordinoituista disinformaatiokampanjoista. Riskejä voi aiheutua myös palvelun käyttöliittymän suunnittelusta, esimerkiksi kouluttamalla käyttäjiä palvelun käyttäjiksi eri tekniikoilla.

Näiden riskien torjumiseksi niiden on:

- tehtävä perusteellinen riskianalyysi ja minimoitavat tunnistetut riskit, joita palvelun käyttö voi aiheuttaa
- tehtävä yhteistyötä EU:n ja riippumattomien tarkastajien kanssa
- perustettava oma riippumaton sisäinen valvontatoimisto
- tilattava vuosittain riippumaton tarkastus toiminnastaan
- annettava tarvittaessa komissiolle pääsy tarvittaviin tietoihin, joiden avulla komissio voi varmistaa, että ne noudattavat sääntöjä ja tekevät niiltä vaadittua riskienhallintaa
- annettava hyväksytyille tutkijoille pääsy tietoihinsa, jotta tutkijat voivat tunnistaa ja ymmärtää paremmin järjestelmäriskejä EU:ssa ja jotta he voivat arvioida riskienhallinnan asianmukaisuutta, tehokkuutta ja vaikutuksia

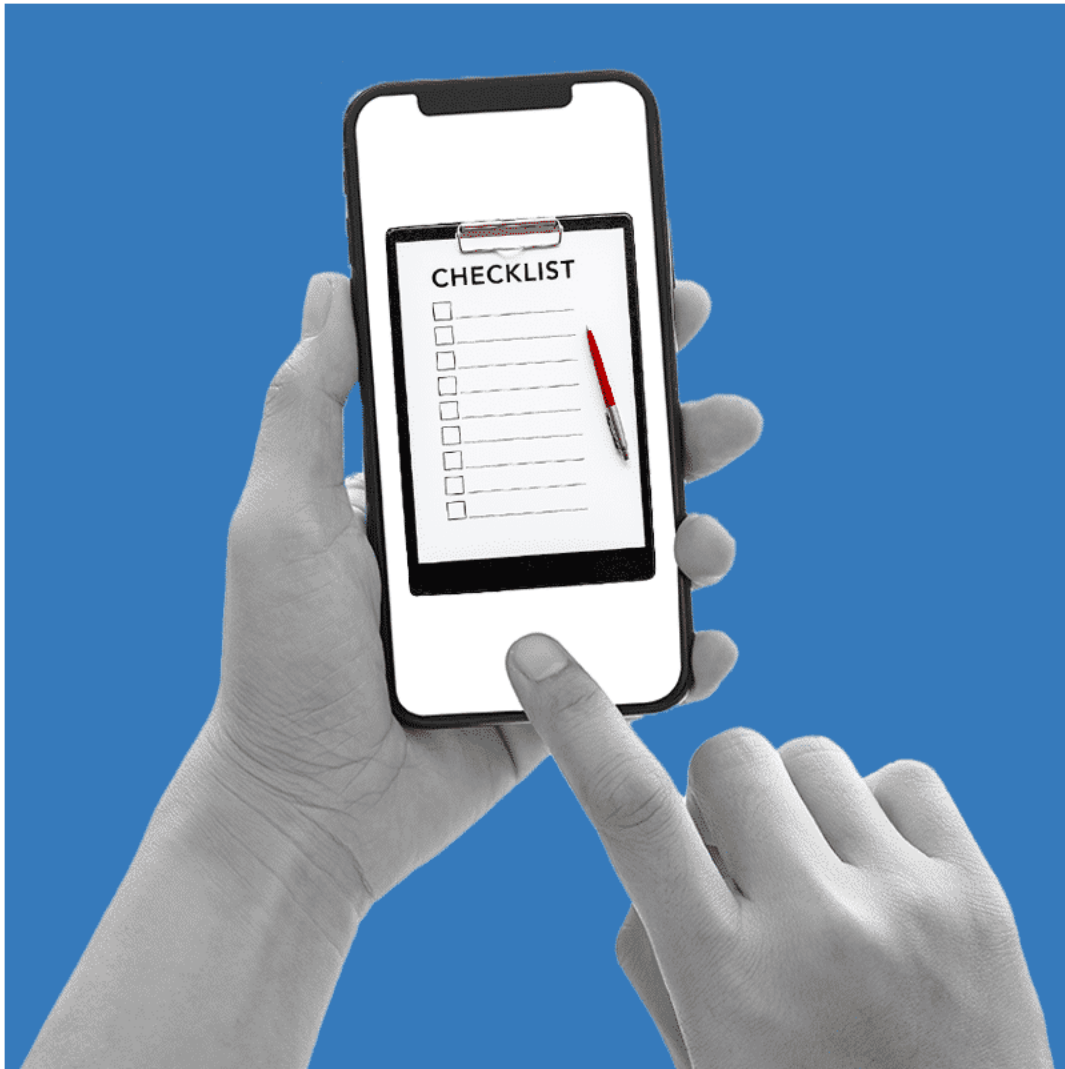
Esimerkki

Tuire Tutkija: "Yksittäiset feikkipostaukset ovat oma juttunsa, mutta alustojen kokonaisuutena aiheuttamat riskit demokratialle ja eurooppalaisille arvoille ovat vielä tärkeämpi asia. Tutkijaryhmämme seuraa alustojen riskiarvioita ja tarkastuksia aika tarkalla silmällä ja on yhteydessä alustojen sisäisiin valvontatoimistoihin säännöllisesti."



Tuire Tutkija

Digipalvelun laajentaminen kauppapaikaksi





4REELZ tutkii liike toimintamallinsa laajentamista. Se haluaisi tarjota maksullisten lisäpalveluiden markkinapaikan käyttäjilleen ja pohtii, mitä velvoitteita digipalvelusäädos tuo. Seuraamme johtoryhmän kokousta.

4REELZ

Jaana nousi seisomaan. ”Tähän asti käyttäjämme ovat voineet ladata videoita palveluumme, mutta heidän on pitänyt editoida videonsa eri välineillä. Uusi hankkeemme muuttaa tämän. Sen pitäisi myös auttaa monipuolistamaan tulonlähteitämme.”

”Hanke on kaksiosainen. Ensin laajennamme käyttäjillemme tarjottavia editointityökaluja, jotta he voivat lisätä videoihin ääniä ja tehosteita suoraan puhelimellaan. Sen jälkeen luomme markkinapaikan, jossa käyttäjät voivat ostaa ja myydä musiikkia, tehosteita ja sen sellaista toisille käyttäjille videoissa käytettäväksi. Myyjä saa markkinapaikan grafiikoilleen, musiikilleen ja muulle. Videon tekijä pääsee käyttämään niitä helposti. Me taas saamme osuuden myynnistä. Kaikki voittavat.”

Jaana istui alas pidettyään puheenvuoronsa.

Kokouksen puheenjohtaja nyökkäsi. ”Kiitos, Jaana ja myyntitiimi. Entä Leevi ja Lakiasiat-tiimi?”

Oli Leevin vuoro nousta ylös. ”Lähetimme teille muistion, joka kattaa arvonnalisäveron ja immateriaaliomaisuuden kaltaiset asiat. Haluan kuitenkin tuoda tässä kokouksessa esiin myös digipalvelusäädöksen. Tämä uusi hanke tekisi meistä palveluntarjoajan, joka antaa ”kuluttajille mahdollisuuden tehdä etäsovimuksia” meidän kanssamme. Tämä tarkoittaa, että meidän pitää rakentaa markkinapaikkamme niin, että elinkeinonharjoittajilta kerätään tarvittavat tuntemistiedot ja ne näytetään käyttäjille. Meidän on pyrittävä tarkistamaan, että he kertovat nuo tiedot. Meidän on myös tarkastettava satunnaisesti yrityskisteriestä ja muista, että myyjien tiedot ja palvelut ovat lainmukaisia.”

Suunniteluosaston edustaja Viljo kurtisti kulmiaan. ”Okei, mutta mitä se oikein tarkoittaa?”

”No, elinkeinonharjoittajien oletetaan jo nyt tarjoavan asiakkailleen nämä tiedot ennen myyntitapahtumaa. Digipalvelusäädöksen mukaan meidän on kuitenkin todella varmistettava, että tiedot löytyvät. Lisäksi tämä tietojen lisääminen pitää tehdä tämä mahdollisimman ”käyttäjystävälliseksi”, joten meidän pitää miettiä sitä suunnitellessamme myyjän rekisteröitymissivua. Eli elinkeinonharjoittajan on annettava meille nämä tiedot tai hän ei voi rekisteröityä alustalle. Sääntö ei myöskään koske yksityishenkilöitä, vain yrityksiä ja elinkeinonharjoittajiksi luokiteltuja henkilöitä. Meidän on mietittävä, miten erottelemme erilaiset käyttäjät luotettavasti.”

”Entä nämä velvoitteet tarkastaa, tarjoavatko elinkeinonharjoittajat laittomia tavaroita tai palveluja?” puheenjohtaja kysyi.

”Säädös antaa esimerkkejä kansallisten kaupparekistien ja alv-tietojen tarkastamisesta tai pyytämällä elinkeinonharjoittajia toimittamaan luotettavia todisteita siitä, että heidän ilmoittamansa on totta. Hyvä asia on, että meitä ei vaadita ryhtymään mihinkään kohtuuttomiin tai kalliisiin toimiin, kunhan teemme parhaamme tietojen varmentamiseksi!”

”Se tosiaan on selkeää. No, meidän pitää varmaan miettiä tämä kunnolla, tehdä parhaamme ja sitten varmistaa, että dokumentoimme tekemismme mahdollisimman perusteellisesti.”

Pohdintatehtävä

Miten oma ostoskäyttäytymisesi verkossa saattaa muuttua, jos voit luottaa enemmän kuhunkin myyjään ja heidän tuotteidensa aitouteen?

Mitä ajatuksia herättää se, että jokaisen tuotteita verkossa myyvän pienyrityksen on osoitettava, että se on oikea yritys, ja annettava alustalle tarkat tiedot itsestään?

Haastattelu: Robert Torvelainen, miten Wolt valmistautuu uuteen sääntelyyn?

Robert Torvelainen on ruokalähettyyhtiö Woltin EU-sääntelyn johtava asiantuntija. Videolla hän kertoo, miten yhtiö on varautunut digipalvelusäädöksestä tuleviin uusiin velvoitteisiin.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Miten Wolt on varautunut digipalvelusäädöksen uusiin velvoitteisiin?

☐

Keräämällä tietoa Woltin alustaa käyttävistä myyjistä, kuten ravintoloista

- ☐ Avaamalla suositteualgoritmiensa toimintaa
- ☐ Keräämällä tietoa ruoan ostajista
- ☐ Julkaisemalla oman läpinäkyvyyttä lisäävän raporttinsa ennen digipalvelusäädöksen tuloa sovellettavaksi

SUBMIT

Haastattelu: Sari Tegström, mihin RegTech-teknologiaa tarvitaan?

Sari Tegström on liikkeenjohdon konsultti. Hän kertoo videolla, mitä on RegTech eli regulatory technology, jonka voi suomentaa sääntelyteknologiana. RegTech voi tuoda erilaisia hyötyjä ja helpotusta dataa hyödyntäville, monimutkaisen sääntelyn parissa navigoiville yrityksille.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Mitä RegTechin eli sääntelyteknologian piirteitä Sari mainitsee videolla?

- ☐ RegTech ei ole vain teknologiaa, vaan se on myös osaamista ja asiantuntijuutta.

- ☐ Sääntelyn alaisten prosessien automatisointi varmistaa, että yritys toimii oikein.
- ☐ Kaupan ala on suurin RegTechin hyödyntäjä.
- ☐ RegTech on tyypillisesti eräänlainen pilviratkaisu.
- ☐ RegTechiä voi hyödyntää esimerkiksi sääntelyviranomaisille raportoinnissa datasääntelyn asioista.

SUBMIT

Muista ainakin nämä

1

Digipalvelusäädös koskee monenlaisia digipalveluja, kuten hakukoneita, sosiaalisen median alustoja, sovelluskauppoja, ja muita kauppapaikkoja. Digipalvelut on digipalvelusäädöksenä jaettu hienojakoisemmin eri ryhmiin, joihin kohdistuu erilaisia velvoitteita toimia vastuullisemmin:

a. **Välityspalvelu** on digipalvelu, joka välittää tietoa, sisältöjä tai kaupankäyntiä yksityishenkilöiden ja yritysten välillä. Se on jaettavissa kolmeen palveluiden alaryhmään:

1. **Pelkkä tiedon ja sisältöjen siirtäminen**, joka on kaikkien digipalveluiden perusta.

2. **Välimuistiin tallentaminen** eli tiedon siirtämistä, johon kuuluu tiedon automaattista, tilapäistä ja lyhytaikaista tallentamista. Tällaiset palvelut ovat ratkaisevan tärkeitä suurille verkkopalveluille, jotta tietojen siirto internetissä tapahtuu sujuvasti ja tehokkaasti.

3. **Käyttäjien tietojen tallentaminen ja säilyttäminen**, johon kuuluu esimerkiksi pilvipalvelut valokuville tai erilaiset verkkosivustopalvelut ja web-hotellit, joiden avulla voit perustaa ja hallinnoida omaa blogia tai yrityksen verkkosivuja.

b. **Verkkoalusta** on digipalvelu, joka levittää käyttäjien sisältöjä laajalle yleisölle ja tarjoaa ihmisille kohtaamispaikan, kuten esimerkiksi sosiaalisen median alusta tai sovelluskauppa.

c. **Erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet** ovat yhteiskunnallisesti merkittävässä roolissa olevia digipalveluja. Niihin kohdistuu digipalvelusäädöksen merkittävimmät velvoitteet. Euroopan komissio ylläpitää luetteloa erittäin suurista alustoista ja hakukoneista. Esimerkkejä ovat mm. Googlen ja Microsoftin hakukoneet sekä monille tutut alustat, kuten Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Snapchat, LinkedIn ja YouTube. Verkkokauppojen puolella Applen ja Googlen älysovellusten kauppapaikat kuuluvat listaan, samoin Amazon, Alibaba, Booking.com sekä Zalando.

2

Digipalvelusäädös koskee suurta osaa yrityksistä, jotka tarjoavat digipalveluja. Jos olet digipalvelun tarjoaja, muista, että asianmukainen valmistautuminen muutoksiin voi viedä aikaa. Raskaimmat velvoitteet kohdistuvat kuitenkin erittäin suuriin verkkoalustoihin ja hakukoneisiin, minkä lisäksi pienille yrityksille on huomattavasti poikkeuksia. Pienyritykset onkin jätetty seuraavista velvoitteista ulos:

- a. Sisäinen valitusten käsittelyjärjestelmä
- b. Tuomioistuinten ulkopuolinen riidanratkaisu
- c. Luotetut ilmoittajat
- d. Väärinkäytön vastaiset toimenpiteet ja väärinkäytöltä suojautuminen
- e. Verkkoalustojen tarjoajien avoimuusraportointivelvoitteet, lukuun ottamatta tiedot kuukausittaisista käyttäjistä digipalveluiden koordinaattorin tai komission pyynnöstä
- f. Verkkorajapintojen suunnittelu ja järjestäminen
- g. Mainonta verkkoalustoilla
- h. Suosittelevien järjestelmien avoimuus
- i. Alaikäisten suojeleminen verkossa
- j. Markkinalustoihin sovellettavat velvoitteet

3

Mainonnan kohdentaminen muuttuu läpinäkyvämmäksi. Verkkoalustat eivät enää saa kohdistaa mainontaa alaikäisille tai arkaluontoisten henkilötietojen perusteella. Verkkoalustojen on lisäksi ilmoitettava käyttäjille, kun heille kohdistetaan mainontaa sekä kerrottava, kun sisältö on sponsorioitua ja kuka maksoi mainoksen. Alustojen on myös kerrottava, kun sisällön tuottajat julkaisevat jonkun toisen maksua vastaan tilaamaa sisältöä.

4

Laiton sisältö poistetaan tehokkaammin digipalveluista, ja lain mukainen sisältö pysyy verkossa luotettavammin. Kaikilla säilytyspalveluilla on oltava ilmoitus- ja toimintamennettelyt laittoman sisällön käsittelyyn. Lisäksi verkkoalustoilla on oltava sisäinen järjestelmä valitusten käsittelyä varten. Käyttäjä voi haastaa verkkoalustan tekemän päätöksen tuomioistuinten ulkopuolisessa riidanratkaisussa.

5

Jokaisella välityspalvelulla on oltava keskitetty asioidenhoitopiste, joka on yhteydessä käyttäjien, kansallisten viranomaisten ja EU-tason viranomaisten kanssa.

6

Digipalvelusäädös avaa dataa välityspalvelujen toiminnasta. Kaikkien välityspalveluiden on julkaistava vuosittain raportit sisällön moderoinnista. Lisäksi verkkoalustojen ja erittäin suurten verkkoalustojen ja hakukoneiden on julkaistava vuosittain tarkempia tietoja toiminnastaan.

Jatka seuraavaan osioon

4. Digijätteihin kohdistuvat rajoitukset

Suurimmilla digipalveluja tarjoavilla yrityksillä on paljon yhteiskunnallista valtaa – ja nyt sitäkin suuremmat velvoitteet. Digimarkkinasäädös hyödyttää erityisesti pieniä ja keskisuuria yrityksiä tekemällä kilpailuasetelmasta reilumman suhteessa digijätteihin.

Testaa tietosi

Totta vai tarua? Digimarkkinasäädös velvoittaa vain suuria yrityksiä muuttamaan toimintatapojaan.

☐ Totta

☐ Tarua

SUBMIT

Digimarkkinasäädöksen keskeisimmät uudistukset, jotka hyödyttävät sinua mahdollisena digijätin eli portinvartijan palvelujen käyttäjänä tai niiden kilpailijana, on tässä osiossa ryhmitelty kolmen teeman ympärille:

1

Digijättien eli portinvartijoiden palveluille voi syntyä enemmän vaihtoehtoja.

2

Digijätin eli portinvartijan datavarannoista voivat hyötyä myös muut.

3

Kun käytät digijätin eli portinvartijan palveluita, saamasi algoritmisuositukset ja hakutulokset määräytyvät nykyistä reilummin.

Aihepiiriä käsitellään kussakin teemassa ensin kuvailemalla lähtötilanne, jota digimarkkinasäädöksen tuomat uudistukset pyrkivät muuttamaan reilummaksi. Esimerkkitarinoiden yhteydessä kannustamme sinua pohtimaan, kuinka uudistukset vaikuttavat sinuun yrityksen edustajana tai yksityishenkilönä, ja mitä mahdollisuuksia ne voivat tuoda tullessaan.

Huomaathan, että portinvartijoita voivat koskea myös aiemmassa osiossa käsitellyt digipalvelusäädöksen velvoitteet.

Digimarkkinasäädös
Digital Markets Act, DMA
Astui voimaan 1.11.2022
Tuli sovellettavaksi 2.5.2023
Koskee vain kaikista suurimpia ydinalustapalveluja tarjoavia yrityksiä. Euroopan komissio <u>ylläpitää luetteloa</u> ydinalustapalveluista ja portinvartijoista
Velvoitteiden sijaan avaa merkittäviä mahdollisuuksia pk-yrityksille
Portinvartijoiden tulee toimia jatkossa reilummin suhteessa pienempiin yrityksiin

Haastattelu: Tone Knapstad, mistä digimarkkinasäädöksessä on kyse?

Tone Knapstad on digimarkkinasäädöksen erikoistunut tutkija. Videolla hän kertoo omin sanoin, mihin yrityksiin digimarkkinasäädös eli DMA vaikuttaa. Hän myös selventää, miten se eroaa digipalvelusäädöksestä eli DSA:sta ja mitä hyötyjä se tuo käyttäjille ja yrityksille.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Mitä digimarkkinasäädöksen erityispiirteitä videolla mainitaan?

- ☐ Se luo reilummat mahdollisuudet kilpailulle.
- ☐ Se asettaa reiluja pelisääntöjä digijäteille eli portinvarijoille.
- ☐ Se luo pk-yrityksille parempia mahdollisuuksia päästä markkinoille.
- ☐ Se mahdollistaa eri pikaviestipalveluiden toimimisen yhteen.

SUBMIT

Jatka eteenpäin

Enemmän vaihtoehtoja portinvartijoiden palveluille

Jos käytät jonkun digijätin kauppapaikkaa yritystoiminnassasi tai muuta vastaavaa portinvartijan ydinalustapalvelua, olet saattanut huomata, että et voi tarjota tuotteitasi tai palveluitasi muilla verkon alustoilla – et ainakaan paremmin ehdoin tai edullisemmin.

Ydinalustapalvelujensa lisäksi portinvartijat tarjoavat usein myös oheispalveluja, kuten tunnistus- tai maksupalveluja. Jos portinvartija vaatii oheispalvelujen käyttöä ydinalustapalvelunsa käytön yhteydessä, ei meillä käyttäjinä ole todellista varaa valita kilpailevien vaihtoehtojen välillä.

Ydinalustapalveluihin lukeutuvat myös eri laitteet ja käyttöjärjestelmät (erityisesti älypuhelimet, niiden käyttöjärjestelmät ja sovelluskaupat). Portinvartija voi pyrkiä pitämään laitteistonsa ominaisuuksia piilossa muilta ja siten tehdä omista sovelluksistaan parempia kuin kilpailijoilla. Ne voivat myös pakottaa omia sovelluksiaan käyttäjien laitteisiin ja estää vaihtoehtojen asentamisen sekä edellyttää omien oheispalveluidensa (kuten maksaminen, paikannus, tunnistautuminen) käyttöä sovelluksissa.

Uudet säännöt, jotka vahvistavat käyttäjien vapautta valita digipalvelunsa

Voit palvelun asiakkaana siirtyä vapaasti kilpailijalle. —

Portinvartijan on tarjottava käyttäjille – niin yksityishenkilöille kuin yrityksille – mahdollisuus siirtää omia tietoja tehokkaasti. Tietojen siirto on mahdollista reaaliajassa esimerkiksi korkealaatuisten sovellusrajapintojen avulla. Käyttäjillä on enemmän mahdollisuuksia valita palveluntarjoaja ja monikotisuus on helpompaa.

Käyttäjillä on lisäksi oltava välitön ja maksuton pääsy kaikkiin tietoihin, joita he ovat antaneet ja tuottaneet käyttäessään ydinalustapalveluja. Heillä on oikeus saada tämä data itselleen käyttökelpoisessa muodossa.

Portinvartija ei saa teknisesti tai muilla tavoin rajoittaa käyttäjien mahdollisuutta

- alkaa käyttämään eri ohjelmistosovelluksia ja palveluita
- käyttää verkkosisältöjä tai -palveluja
- vaihtaa internetiyhteyspalvelua.

Vaikka yritys toimii portinvartijan alustalla, on sen voitava tarjota samoja tuotteita ja palveluita muualla, eri hinnoilla ja ehdoilla. Vaikka yritys saisi asiakkaan ydinalustapalvelun kautta, voi yritys tehdä sopimuksia tai myyntiä tämän asiakkaan kanssa myös alustan ulkopuolella. Ja vaikka yrityksen palvelu käyttäisi ydinalustapalvelun oheispalveluita (vaikkapa sisäänkirjautumista), ei asiakkaita voi pakottaa käyttämään niitä, jos muita vaihtoehtoja on tarjolla muualla.

Esimerkki

Vilma Vaikuttaja: “Tällä alalla pitää siirtyä yleisön mukana sinne, minne he menevät. Toissavuoden kuumimmat alustat ovat nopeasti historiaa. On aika radikaalia, että voin siirtää haluamani sisällöt katselukertoineen ja kommentteineen uudelle alustalle sitten kun on aika karistaa vanhan palvelun pölyt jaloista. Minun ei siis tarvitse aloittaa tyhjästä uudella alustalla.”

Esimerkki

Kalle Kampaaja: “Olen näiden luonnonkosmetiikan tuotteiden maahantuoja ja myyn niitä asiakkailleni. Merkittävä osa myynnistä tapahtuu Betan markkinapaikalla, mutta kanta-asiakkailleni myyn mieluummin täydennystä suoraan ja vähän edullisemmin, kun välityspalvelun ottama siivu jää pois.”



Vilma Vaikuttaja



Kalle Kampaaja

Voit käyttää muidenkin kuin digijättien lisäpalveluita vapaasti.

Portinvartijoilla on tarjolla useita yrityksille hyödyllisiä lisätoimintoja, kuten tunnistuspalvelu, maksutoiminto, verkkoselain, karttapalvelu jne. Yritykset ovat vapaita käyttämään näitä lisätoimintoja tai ne voivat valita vaihtoehtoisia, muiden tuottamia palveluita. Portinvartija ei siis voi pakottaa yritystä käyttämään vain sen omia palveluita.

Esimerkkejä:

- Älypuhelimessa voi käyttää muitakin maksutoimintoja kuin valmistajan omaa maksutoimintoa.
- Käyttöjärjestelmässä voi valita, mitä selainta käyttää. Valmiiksi asennettun voi poistaa.
- Sosiaalisen median palvelun käyttäjä ei voi pakottaa kirjautumaan muihin saman tuoteperheen palveluihin.

Esimerkki

Kaisa Kehityspäällikkö: "Meillä iso osa sisällöistä on tilaajille. Aiemmin tilausten myynti ja asiakkaiden tunnistus piti tehdä Betan palveluiden avulla ja niissä oli aika kovat palvelumaksut. Nykyisin voimme käyttää omia tunnisteita ja hoitaa tilaukset ja lisämyynnit ilman välikäsiä, vaikka asiakkaat olisivat Betan somekanavien kautta meidät löytäneet."



Kaisa Kehityspäällikkö

Voit poistaa esiasennettuja ohjelmistoja älypuhelimestasi.

Portinvartija ei voi määrätä, mitä sovelluksia sen tarjoamassa järjestelmässä käytetään. Tämä koskee erityisesti älypuhelimia. Käyttäjillä on oikeus poistaa esiasennettuja sovelluksia, jotka eivät ole välttämättömiä järjestelmän toiminnalle. Portinvartija ei saa edellyttää vain sen omien sovellusten tai sovelluskaupan käyttöä, vaan sen on tarjottava käyttäjille mahdollisuus käyttää vaihtoehtoja tehokkaasti.

Jos yritys kehittää sovelluksia, portinvartijan on sallittava ja tehtävä teknisesti mahdolliseksi ohjelmistojen asentaminen ja sen tehokas käyttö esimerkiksi älypuhelimissa. Portinvartijat eivät saa rajoittaa loppukäyttäjien valinnanvapautta estämällä teknisesti ohjelmistosovellusten ja -palvelujen vaihtamisen tai tilaamisen.

Kun on kyse laitteistojen (kuten älypuhelimien) kehittämisestä, portinvartijan tuottaman laitteen tai käyttöjärjestelmän on sallittava muille tuotevalmistajille yhtäläinen pääsy laitteen teknisiin ominaisuuksiin, jotta he voivat kehittää omia ratkaisuja ja sovelluksia vaihtoehtoisiksi portinvartijan tarjoamille.

Esimerkkejä:

- Älypuheliin voi jatkossa asentaa vaihtoehtoisia sovelluskauppoja. Tämä lisää kilpailua, mikä puolestaan edistää kohtuullisia ja kilpailukykyisiä sovellusten hintoja sekä käyttäjien valinnanvapautta.
- Käyttäjä voi poistaa käytöstä valmistajan esiasentaman karttasovelluksen ja asentaa tilalle toisen yrityksen tuottaman karttapalvelun.

Esimerkki

Simo Somettaja: ”Ostin lapselle uuden puhelimen, ja se oli täynnä omituisia pelejä ja somepalveluita. Aiemmin näitä esiasennettuja sovelluksia ei saanut pois, mutta onneksi pystyin ne nyt poistamaan, jotta lapset eivät vahingossa eksy vaarallisille vesille.”



Voit lähettää pikaviestejä palvelusta toiseen.

Portinvartijan pikaviestijärjestelmän on toisen yrityksen pyytäessä oltava yhteentoimiva muiden pikaviestimien kanssa. Portinvartija ei siis voi estää, jos käyttäjä haluaa viestiä toisessa järjestelmässä olevan käyttäjän kanssa.

Jatkossa kahden käyttäjän välisiä ja ryhmien sisäisiä viestejä on voitava lähettää sujuvasti eri järjestelmästä toiseen. Tekstimuotoisten viestien lisäksi on voitava lähettää kuvia, ääniviestejä, videoita, tiedostoliitteitä sekä ääni- ja videopuheluita. Tämä velvoite ei koske perinteisiä puhelinnumeropalveluita, kuten tekstiviestejä.

Esimerkkejä:

- Pikaviestipalvelu X:n käyttäjä voi lähettää viestin pikaviestipalvelu Y:n käyttäjälle.
- Palvelun X ryhmään voi lisätä käyttäjän palvelusta Y.
- Enää ei tarvitse ensin miettiä, millä pikaviestimellä tietyn henkilön voi tavoittaa, vaan voi vain ottaa tähän yhteyttä – viestit kulkevat pikaviestinjärjestelmien välillä.

Esimerkki

Simo Somettaja: “Ennen oli tosi hankalaa, kun piti muistaa, millä pikaviestimellä kunkin tutun ja työkaverin sai kiinni. Onneksi siitä kivikautisesta ajasta on päästy ohi ja kaikki pikaviestimet toimivat yhteen, ihan niin kuin puhelimetkin.”



Yritystarina

Kilpailevat yritykset voivat vapaasti mainostaa käyttäjille ja ohjata heitä pois digijätin palveluista





Peliyhtiö UG kohtaa ongelmia mainostaessaan muita tuotteitaan pelaajilleen.

UG

UG-peliyhtiöllä on suosittu PuluPeli. Sitä voi pelata sekä sovelluksessa että UG:n verkkosivun kautta selaimella. Pelin suosion kasvettua yhä useampi käyttäjä on ladannut pelin sovelluksena. Portinvartija Betan BetaApps on käytettyin sovelluskauppa, useimmat lataukset on tehty sen kautta. Peliin voi ostaa myös lisäelämiä ja varusteita pululle. Pelin lisätoimintojen ostaminen on halvempaa verkkosivulla pelattaessa sovellukseen verrattuna. Tämä johtuu siitä, että BetaApps perii maksun kaikista BetaApsista ladatuissa sovelluksista tehdyistä ostoista. Maksun periminen tapahtuu Betan oman maksupalvelun BetaPayn kautta. Yksi pelin kehittäjästä, Antti, kohtasi ongelmia tehdessään pelille mainoksia, ja hänet lähetettiin puhumaan juristin kanssa.

”Huomasin, että emme voi mainostaa BetaAppsista ladatussa PuluPeli -sovelluksessa tarjouksia, jotka ohjaisivat pelaajia pois sovelluksesta verkkosivullemme”, Antti selitti. ”Haluaisimme tarjota verkkosivullamme kausiluonteisia tarjouksia, mutta emme pysty mainostamaan tällaista sovelluksessa. Siksi markkinointi on hankalaa.”

Juristi kurtisti kulmiaan: ”Tarkoitatko, että ette voi lisätä tällaista tarjousta sovelluksen mainosten joukkoon?”

Antti nyökkäsi.

”No, Beta ei voi estää mainostamasta tarjouksianne mainosalustallaan.”

”Ymmärrän, miksi he eivät halua sallia sitä, sillä se tarkoittaa, että ohjaisimme käyttäjiä pelisovelluksesta omalle verkkosivullemme. Tämä tietysti parantaisi muiden peliemme näkyvyyttä, mutta mitä se merkitsisi Betan kannalta? Se ei olisikaan heille niin kannattavaa.”

”Betan pitää kuitenkin sallia tällaiset tarjoukset sovelluksessa”, juristi selitti. ”Vaikka mainos ohjaisi käyttäjiä pois heidän

alustaltaan, jotta he saavat alemman hinnan.”

”Selvä. Meidän pitää siis ryhtyä jatkotoimiin. Ja nyt kun olen täällä, tiedoksesi, että olemme luopumassa BetaPay-maksupalvelusta ja ottamassa käyttöön oman maksupalvelumme sovelluksessa.”

”Sepä kiinnostavaa!”

”Joo, tiimi on tehnyt kovasti töitä maksupalvelun kehittämiseksi. Mutta olemme jo kohdanneet joitakin ongelmia näitä muutoksia tehtäessä, kun olemme testanneet niitä PuluPeli-sovelluksessa.”

Juristi vakuutti Antille, että Beta ei voi vaatia BetaPayn käyttämistä pelisovelluksessa: UG:llä on oikeus ottaa uusi oma maksupalvelunsa käyttöön. ”Ja muista, että jos ongelmat jatkuvat, Beta ei voi estää teitä viemästä ongelmia viranomaisten tietoon eikä poistumasta kokonaan heidän alustaltaan.”

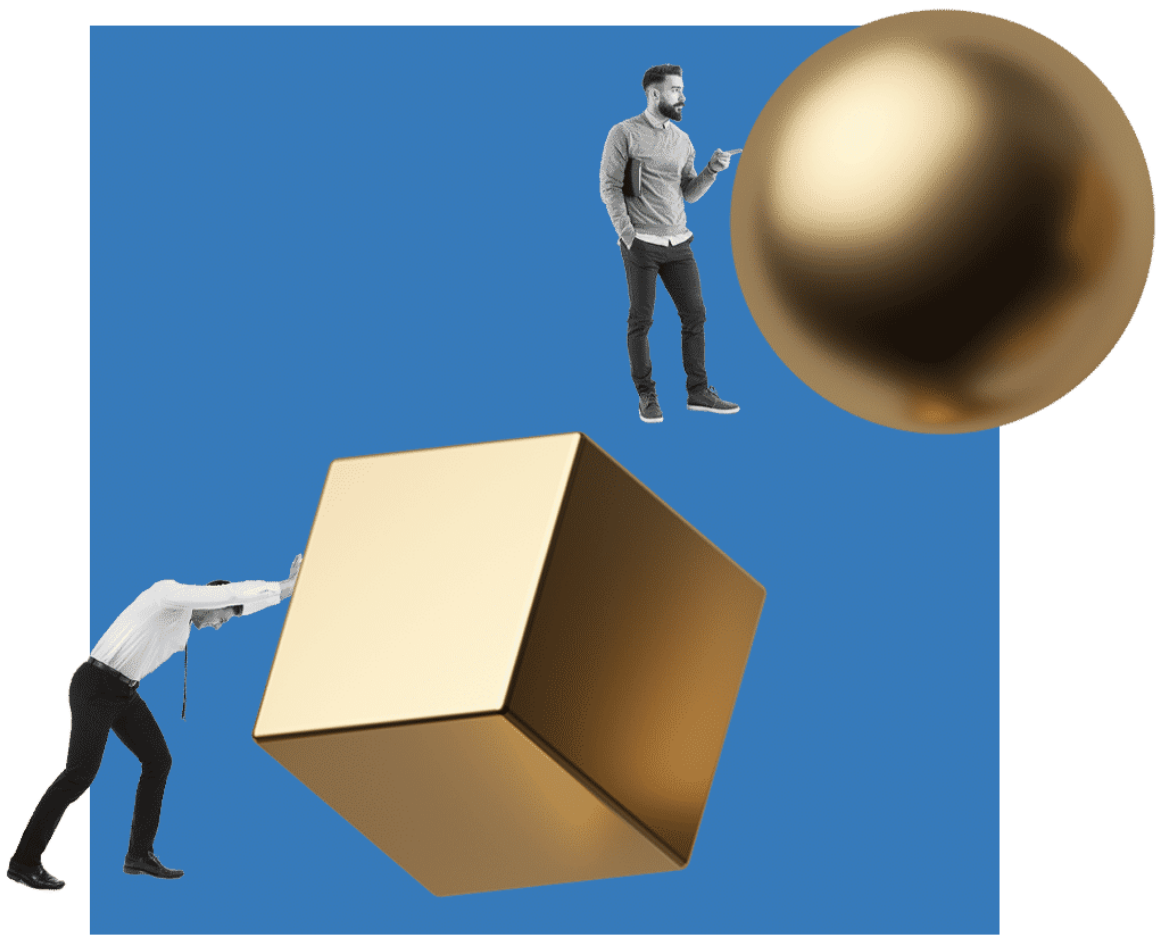
Antti sanoi, ettei hän usko tilanteen menevän niin pitkälle. Hän oli helpottunut tiedosta, ettei Beta voisi estää tällaisten muutosten toteuttamista PuluPeliin.

Pohdintatehtävä

Esimerkiksi älypuhelimien sovelluskaupoissa kauppapaikan omistaja saattaa ottaa tyypillisesti 30 prosentin katteen myynnistä. Jos sovellukset voivat käyttää muita maksupalveluita ostojen tekemiseen, tämä kate jää pois. Luuletko, että se tekee hinnoista edullisempia käyttäjille? Entä miten sovelluskaupat saattavat reagoida? Voivatko ne toimia ilman näitä katteita?

Yritystarina

Suuryrityksen palvelut eivät saa haitata pienempien sovellusten käyttöä





UG kohtaa uusia ongelmia otettuaan käyttöön oman maksupalvelusovelluksensa.

UG

UG:n maksupalvelu toimii kuin unelma. Se on julkaistu omana sovelluksenaan eri sovelluskaupoissa. UG on kuitenkin huomannut, ettei sen maksupalvelu ole suosittu BetaApps-kautta ladatuissa sovelluksissa ja miettii miksi. Pelikehittäjä Antti tutki asioita ja kertoi havainnoistaan tiimille.

”Huomasin että maksusovelluksemme on saanut huonoja arvosteluja BetaAppsissa. Luin arvostelut, ja vaikuttaa siltä, ettei sovellus toimi oikein. Rahasiirtojen kanssa on selvästi ongelmia, ja sovellus vaikuttaa toimivan todella hitaasti. Epävakaus on herättänyt kysymyksiä siitä, kuinka turvallista sitä on käyttää. En ymmärrä, mistä on kyse, sillä testauksessamme tällaista ongelmaa ei ollut.”

”En ole huomannut mitään omassa sovelluksessani”, eräs kollega sanoi. Mutta toinen keskeytti.

”Ongelmat ilmenevät vain sovelluksissa, jotka on ladattu BetaApps-kaupan kautta Betan käyttöjärjestelmän puhelimille.”

”Ei voi olla totta”, Antti sanoi viihaisena.

”Jos näin on, ongelma voi olla maksupalvelusovelluksen yhteentoimivuudessa Betan käyttöjärjestelmässä. Tällöin se ei toimi oikein tuon käyttöjärjestelmän puhelimissa”, kollega jatkoi.

Antti muisti keskustelun juristin kanssa ja sanoi: ”Totta! Jos näin on, se ei ole sallittua. Alusta ei saa haitata maksupalvelumme toimintaa, paitsi jos maksupalvelumme vaarantaisi Betan käyttöjärjestelmän eheyden.”

”En usko, että tällaista tapahtuu, ja jos näin olisi, Betan pitäisi perustella se. Tehdään vähän testejä, ihan vain varmuuden vuoksi.”

”Muuten, onko meillä varmasti kaikki tekniset tiedot, jotta sovelluksemme on yhteentoimiva?” yksi ohjelmoijista kysyi.

Antti ei ollut varma. ”Koska meillä on oikeus saada kaikki tiedot käyttökelpoisessa muodossa, meillä pitäisi olla asianmukaiset tiedot. Mutta tarkastetaan tämäkin samalla.”

Testejä tehdessään tiimi löysi uuden ongelman: tiimin jäsenet, joilla oli Betan käyttöjärjestelmän puhelin, eivät pystyneet asettamaan UG:n maksusovellusta oletussovellukseksi. Vain Betan BetaPay-maksusovellusta saattoi käyttää maksujen vakiosovelluksena.

Antti muisti, että tämä ei ehkä ollut laillista, mikäli Beta oli tehnyt eston tarkoituksella. ”Maksupalvelumme oletukseksi asettamisen vaikeuttaminen tai estäminen on laitonta. Minun on parasta mennä juristin puheille taas.”

Pohdintatehtävä

Oletko itse havainnut, että älypuhelimesi tai tietokoneesi suosittelee sinulle juuri tiettyjen sovellusten käyttöä, kenties toistuvasti? Kuinka suuri osa käyttäjistä huomaa tai jaksaa valita vaihtoehdon, joka ei ole järjestelmän suosittelema?

Portinvartijan datavarannoista koituu hyötyjä muillekin

Suurimmilla digipalveluja tarjoavista yrityksistä on pääsy valtaviin datamääriin niiden käyttäjistä.

Jos käytät digijätin sosiaalisen median alustaa tai muuta portinvartijan ydinalustapalvelua yritystoiminnassasi, saatat huomata, että portinvartija tarjoaa myös omia tuotteitaan tai palveluitaan, jotka kilpailevat kanssasi. Niin kauan kuin sinulla ei ole pääsyä samaan käyttäjädataan, kuin portinvartijalla, olet epäedullisessa kilpailuasemassa.

Jatkossa portinvartijan tarjonnan kanssa kilpailevilla käyttäjillä on oltava yhtäläinen pääsy samoihin tietoihin ydinalustapalvelun käyttäjistä, kuin portinvartijalla. Tämä tasaa kilpailua entisestään reilummaksi.

Uudet datan jakamisen säännöt:

Digijätit eivät saa yhdistellä käyttäjien tietoja eri palveluista ilman lupaa.

Ilman käyttäjältä eli henkilötietojen kohteelta saatua suostumusta on kiellettyä:

- yhdistää henkilötietoja portinvartijan omien palveluiden ja muiden palveluiden välillä;
- rekisteröidä käyttäjiä portinvartijan eri palveluihin henkilötietojen yhdistämiseksi;
- käyttää muista palveluista saatuja henkilötietoja mainontaan (esim. kun käyttäjä kirjautuu uuteen palveluun jollakin sosiaalisen median palvelun tunnuksella).

Esimerkki

Simo Somettaja: ”Voisikohan nyt luottaa siihen, että pikaviestisovelluksissa tai sähköpostissa kirjoittamani viestit eivät enää vaikuta somessa näkyviin mainoksiin?”



Simo Somettaja

Digijätit eivät saa hyödyntää käyttäjistään keräämäänsä tietoa kilpailussa alustan yrityskäyttäjien kanssa.

Portinvartijalle kertyy paljon tietoa käyttäjien liikkeistä alustallaan. Tätä tietoa portinvartija ei saa käyttää saadakseen etua alustallaan toimiviin yrityksiin nähden. Mikäli portinvartija hyödyntää tietoja vaikkapa asiakasryhmien käyttäytymisestä suositellakseen niille tiettyjä tuotteita, on tämä tieto oltava myös palvelun yritysasiakkaiden käytössä, yksityisyydensuojaa kunnioittaen.

Portinvartijan kanssa kilpailevan hakukonepalvelun tarjoajalla on oltava pääsy oikeudenmukaisin, kohtuullisin ja syrjimättömin ehdoin kuluttajien käyttäytymistä koskevaan dataan. Tämän datan avulla kilpailija voi optimoida palveluaan ja kilpailla tasavertaisesti portinvartijan ydinalustapalvelujen kanssa.

Esimerkki

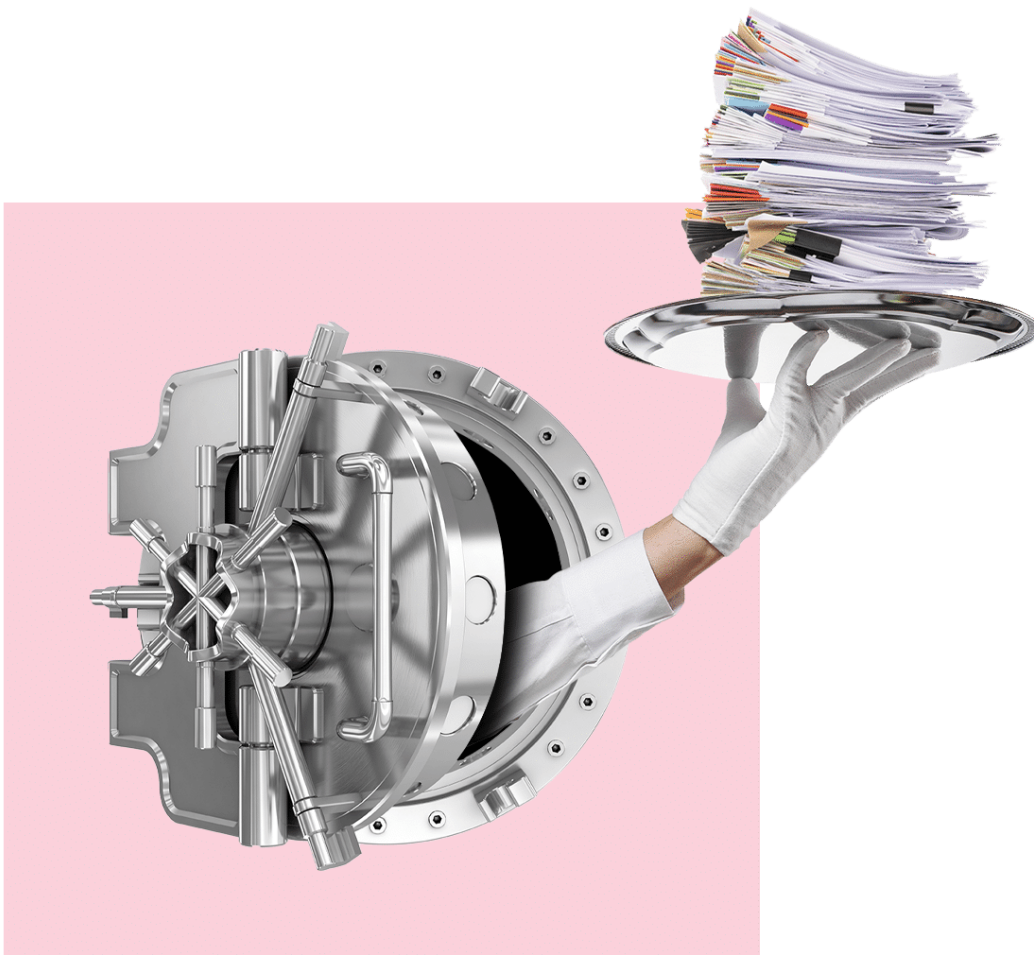
Kalle Kampaaja: “Luottamus Betaan on kyllä kasvanut, kun nykyisin saan parempaa analytiikkaa henkilöryhmistä, jotka tuotteitani ja palveluitani silmäilevät. EU-sääntöjen mukaan minulla pitäisi olla yhtä tarkka näkymä kuin alustallakin. Se helpottaa mm. mainoskampanjoiden suunnittelua.”



Kalle Kampaaja

Yritystarina

Milloin pääsy tietoihin voidaan antaa?





Peliyhtiö UG haluaisi päästä käsiksi tarkempiin tietoihin käyttäjistään ja asiakkaistaan Betan alustalla.

UG 1/3

Peliyhtiö UG:n toimitusjohtaja Aino on kuullut, että digimarkkinasäädös antaa yhtiölle oikeudet päästä tiettyihin portinvartija Betan keräämiin tietoihin. Hän järjestää kokouksen juristi Atte Tourneyn kanssa keskustellakseen, millaisiin tietoihin UG:llä voi olla pääsy.

”Mennäänpä suoraan asiaan. Käyttekö mitään Betan palveluja?” Atte kysyi.

Aino: ”Käytämme useita, kuten sen sovelluskauppaa ja hakukonetta.”

Atte: ”Kun käytätte tällaista ydinalustapalvelua tai sen oheispalvelua, voitte vaatia pääsyä tietoihin, joita palvelunkäyttönne yhteydessä kertyy.”

”Kun puhut tiedoista, sisältääkö tämä myös kerätyt henkilötiedot?”

Atte vahvisti, että asia on juuri näin. ”Näissä tapauksissa käyttäjän tietojen pitää kuitenkin liittyä suoraan teihin. Käyttäjien on pitänyt myös antaa suostumuksensa tietojen jakoon.”

Sovelluskaupan käyttäjien tietoja siis jaetaan jossain määrin sovelluskehittäjän kanssa. Mitä tietoja jaetaan?

- ☐ Kaikki käyttäjätiedot jaetaan rajoituksetta.
- ☐ Vain ne tiedot jaetaan, jotka suoraan liittyvät kehittäjän sovellukseen.
- ☐ Tietoja jaetaan vain, jos käyttäjä on suostunut niiden jakamiseen kyseiselle sovelluskehittäjälle.
- ☐ Tietoja jaetaan käyttäjältä kysymättä.

SUBMIT

UG 2/3

”Kuinka paljon meidän pitäisi maksaa tietoihin pääsystä?” Aino kysyi papereitaan tutkiessaan.

Atte vakuutti, että pääsy on maksutonta. ”Se pitäisi antaa oikeastaan reaaliajassa.”

”Entä jos tarjoaisimme uuden peleihin liittyvän kauppapaikan, joka kilpailee Betan tarjoaman ydinalustapalvelun kanssa? Onko jotain, joka auttaa meitä kilpailemaan isomman alustapalvelun kanssa?” Aino ihmetteli.

”No, käyttäjät voivat pyytää ydinalustapalvelussa tuotettujen tietojensa siirtoa. Tämä on maksutonta, ja Betan pitää varmistaa, että siirtäminen toimii. Tämän pitäisi helpottaa käyttäjien siirtymistä alustallenne, mutta teidän pitää silti saada käyttäjät haluamaan vaihtamista.”

Testaa tietosi

Missä tilanteissa käyttäjien tietoja voidaan siirtää BetaApps:n kaltaisesta digijätin ydinalustapalvelusta toiseen, pienemmän yrityksen digipalveluun, kuten vaikka UG:n sovelluskauppaan?

- ☐ UG-käyttäjäksi rekisteröityessään käyttäjän profilitiedot siirtyvät BetaAppsista automaattisesti.
- ☐ UG-käyttäjäksi rekisteröityessään käyttäjä voi halutessaan siirtää profilitietonsa BetaAppsista.

- ☐ UG voi edellyttää kaikkien BetaAppsien käyttäjien tietoja.
- ☐ BetaAppsien on annettava käyttäjän tiedot käyttökelpoisessa muodossa tämän niin pyytäessä.
- ☐ BetaAppsien ei ole pakko antaa käyttäjälle kopiota tämän tiedoista.

SUBMIT

UG 3/3

Onneksi UG:llä on hyvä markkinointitiimi, joka tekee kovasti töitä yrityksen uusien palvelujen markkinoimiseksi. Ainoa kiinnostaakin, miten päästä käsiksi BetaSearchin hakutulosten ja käyttäjien tietoihin.

Valitettavasti Atte joutuu tuottamaan hänelle pettymyksen. ”Tällainen pääsyoikeus koskee ainoastaan verkon hakukoneita tarjoavia yrityksiä, ei kauppapaikan sisäistä hakua.”

Atte muistutti häntä myös, että osa säännöistä on tarkoitettu rajoittamaan Betan toimia. ”Beta esimerkiksi tietää, kuinka monta kertaa PuluPeli on ladattu, mitä käyttäjät ostavat ja kuinka paljon rahaa he kuluttavat pelisovelluksessa Betan maksupalvelun kautta. Jos nämä tiedot eivät ole julkisesti saatavilla, Beta ei voi käyttää niitä suunnitellakseen omaa kilpailevaa peliään. Beta ei voi myöskään yhdistää kaikkia sillä olevia käyttäjätietoja ilman käyttäjien suostumusta.”

Aino kysyi: ”Jos siis saisimme selville, että Beta on yhdistänyt ydinalustapalvelussa tuottamiamme tietoja muuhun dataan, tämä ei ole sallittua?”

”Itse asiassa tämä rajoite ei koske UG:tä, koska olette yritys,” Atte tarkensi. ”Tämä koskee vain loppukäyttäjiä, jotka eivät ole kaltaisia yritysikäisiä.”

”Eli itse asiassa monet tietojen hyödyntämistä koskevat velvoitteet keskittyvät enemmän siihen, mitä portinvartija, eli tässä tapauksessa Beta, saa tehdä?”

”Lyhyesti sanottuna kyllä”, Atte vahvisti.

Testaa tietosi

Mitä rajoituksia Betan on otettava huomioon käyttäjien tietoja hyödynnettäessä?

- ☐ Beta voi suositella käyttäjille sisältöjä tai näyttää mainoksia vain sellaisten käyttäjätietojen perusteella, jotka ovat myös alustan yrityskäyttäjien hyödynnettävissä.



Beta voi halutessaan yhdistää käyttäjien tietoja BetaAppsista, BetaPay:stä ja MyBetasta profiloidakseen käyttäjiä paremmin.

SUBMIT

Suosituksset ja hakutulokset määräytyvät reilummin portinvartijan palveluissa

Digijättien sovelluskaupat tai muut portinvartijoiden ydinalustapalvelut ovat usein tärkeä palveluväylä muille yrityksille, jotka pyrkivät tavoittamaan käyttäjiä.

Kun käytät portinvartijan ydinalustapalvelua, saatat huomata, että portinvartija kohtelee omia palvelujaan tai tuotteitaan suotuisammin, kuin kilpailevien yritysten. Tämä tapahtuu esimerkiksi omia sovelluksiaan portinvartijan kauppapaikalle myyntiin laittavan yrityksen kustannuksella.

Olet myös ehkä huomannut, että tietyt ohjelmistosovellukset tai -palvelut ovat asennettu etukäteen hankkimaasi älypuhelimeseen tai tietokoneeseen. Tämä on toinen esimerkki, jolla portinvartija voi keinotekoisesti heikentää valinnan vapauttamme käyttäjinä ja kilpailua markkinoilla.

Digipalvelujen ja mainosten reilun näkyvyyden uudet säännöt:

Digijätti ei saa korostaa omia sisältöjään epäreilulla tavalla.

Portinvartija ei saa suosia omia tuotteitaan hakutuloksissa tai sisältösuositteluisissa. Lisäksi pääsy portinvartijan sovelluskauppoihin, hakukoneisiin ja somepalveluihin sekä niiden keräämään käyttäjädataan tulee tarjota reilusti, kehtään suosimatta. Yrityksillä on siis oltava yhtä tarkat tiedot asiakkaitaan kuin portinvartijallakin.

Portinvartija ei saa soveltaa sovelluskaupoissaan kohtuuttomia ehtoja, jotka antavat portinvartijalle perusteettoman edun suhteessa yrityskäyttäjiin.

Yritys, joka käyttää portinvartijan ydinalustapalveluja, on paremmassa kilpailuasemassa suhteessa portinvartijaan, kun se voi kilpailla palvelun laadulla (paras tarjous voittakoon). Portinvartija ei saa soveltaa minkäänlaista erityiskohtelua järjestykseen asettamisessa ydinalustapalvelussa oikeudellisin, kaupallisin tai teknisin keinoin sellaisten tuotteiden tai palvelujen hyväksi, joita se tarjoaa itse tai määräysvallassaan olevan yrityskäyttäjän kautta. Järjestys määräytyy oikeuden mukaisin ehdoin.

Esimerkki

Kalle Kampaaja: ”Asiakkaat ovat kertoneet, että kun he ovat hakeneet minun tuotteitani, Betan hakukone on usein tarjonnut muita kilpailevia tuotteita ensin. Tämä taisi loppua kun EU-säännöt astuivat voimaan.”

Esimerkki

Simo Somettaja: ”Aiemmin hakutuloksissa oli ensimmäisenä mainoksia ja promotuotteita, joita Beta ilmeisesti halusi minun näkevän oikeiden hakutulosten seassa. Nyt tuntuu, että hakutulokset vastaavat paremmin sitä, mitä hain.”



Simo Somettaja



Kalle Kampaaja

Digijätin palveluissa mainostavat saavat tarkkaa tietoa mainostensa toimivuudesta.

Portinvartijan alustalla tapahtuvan mainonnan suoriutumistiedot on maksutta annettava mainostajille. Nämä tiedot on annettava kaikista mainoksista, päivittäin ja maksutta. Portinvartijan on myös tarjottava mittaus työkaluja, joilla mainostaja voi itsenäisesti tarkastella mainonsa toimivuutta.

Mainostajalla on pääsy maksutta tietoihin, jotka auttavat ymmärtämään kustakin tarjotusta verkkomainospalvelusta maksetun hinnan. Se auttaa vertailemaan portinvartijan mainospalveluiden käyttökustannuksia kilpailevien palveluiden kanssa.

Portinvartijan on avattava pyynnöstä ja mahdollisuuksien mukaan tietoja, jotta mainostaja ja sisällöntuottaja voivat ymmärtää kustakin tarjotusta eri mainospalvelusta maksettavan hinnan kulloisessakin mainonnan arvokeijussa. Portinvartijan on annettava pyynnöstä maksuton pääsy mainonnan suorituskyvyn mittausvälineisiin ja tietoihin, joita mainostaja tai sisällöntuottaja tarvitsee tehdäksensä oman riippumattoman mainostensa suoriutumisen tarkastuksen.

Esimerkki

Kalle Kampaaja: "Saan nykyisin hyvin tietoa mainosteni toiminnasta. Olen lopettanut yhden mainosalustan käytön, koska sen hinta oli liian suuri saamaani hyötyyn nähden."

Esimerkki

Kaisa Kehityspäällikkö: "Meillä tehdään systemaattisesti mainoskamppiksia, joissa yhdistyy orgaaninen ja maksettu näkyvyys. Betan analytiikkapalvelut ovat kehittyneet huomasti, joten pystymme aiempaa tarkemmin analysoimaan mainonnan tehokkuutta kokonaisuutena ja tekemään korjausliikkeitä."



Kalle Kampaaja



Kaisa Kehityspäällikkö

Yritystarina

Digijätin omia palveluja ei saa puskea väkisin etusijalle





Portinvartijat eivät saa suosia omia palvelujaan hakutuloksia järjestellessään. Peliyhtiö UG:n pelikehittäjä Antti ja juristi Atte Torne y ke skuste le vat e päätavallisista hakutuloslöydöksistä.

UG

Pelikehittäjä Antti on huomannut, että Betan BetaSearch -hakukonetta käytettäessä Betan maksupalvelu BetaPay tulee aina ensimmäisenä hakutuloksissa. BetaPay on vakiinnuttanut asemansa, mutta UG:n maksupalvelusta on tullut todella suosittu puolessa vuodessa sen julkaisun jälkeen. Alkuvaiheen ongelmat on saatu ratkaistua. Suosio näkyy sekä käytössä että latauskertojen määrässä. Antti otti asian esiin keskustellessaan juristin kanssa kahvitaulla.

”Onko BetaPay kenties merkitty sponsoroiduksi sisällöksi hakukoneessa?” Atte kysyi.

”Ei, se on osa tuloksia, ei maksettuja mainoksia. Itse asiassa se on sponsoroitujen mainosten yläpuolella. Olen tarkistanut asian”, Antti selitti.

”Voi olla, että BetaPay vain haetaan niin paljon enemmän kuin teidän maksupalveluanne. Se selittäisi, miksi se on niin ylhäällä hakutuloksissa.”

”Totta. Mutta silti kun käytän muita hakukoneita, meidän maksupalvelumme on yhtäkkiä paljon ylempänä, jopa ensimmäisenä. Tämä ihmetyttää minua”, Antti sanoi.

”Hmm. Voi silti olla, että ihmiset menevät Betan hakukoneeseen etsimään sen maksupalvelua ladattavaksi. Tai ohjeita tai arvosteluja. Niinpä tulokset voivat itse asiassa näyttää suosituimman palvelun. Jos se ei kuitenkaan ole sponsoroitu eikä ole perustetta sen luokittelemiselle ensimmäiseksi, kuulostaa siltä, että he suosivat järjestämisessä omaa palveluaan, mikä ei ole sallittua. Kiellon tarkoituksena on estää, että monenlaisia palveluja tarjoavat portinvartijat eivät voisi käyttää tätä etua uusien markkinoiden valloittamiseen.”

Antti näytti hämmentyneeltä.

”Jos esimerkiksi kenkätehtaan omistava yritys omistaa myös omat kauppansa, joissa se myy kenkiä suoraan kuluttajille, yrityksellä on kannustin myydä kengät edullisemmin omille kaupoilleen. Näin on myös Betan kohdalla. Sillä on oma hakukone BetaSearch, jota monet käyttävät löytääkseen esimerkiksi maksupalveluja. Mutta se ei saa käyttää asemaansa hakukoneen omistajana kohdellakseen omia palvelujaan muita suotuisammin.”

”Miten he voivat päättää järjestyksen? Antti ihmettelee.

Atte: ”Järjestyksen pitää perustua läpinäkyviin, reiluihin ja syrjimättömiin kriteereihin. Sama koskee indeksointia ja hakurobotin käyttöä.”

Antti: ”Itse asiassa olen nähnyt saman heidän sovelluskaupassaan BetaApps:ssa. Sovelluskauppa nostaa BetaPayn ensimmäiseksi maksupalveluja haettaessa, silloinkin kun teen haun oman maksupalvelumme nimellä.”

”Selvä. Sama pätee tässä. Beta ei saa suosia omaa palveluaan.”

Pohdintatehtävä

Tuleeko mieleesi esimerkkejä, joissa kauppapaikka myy sekä muiden toimittajien tuotteita että oman brändinsä alaisia tuotteita? Suosiiko kauppa ketju omia tuotteitaan tuomalla ne näkyvämmiin esiin mainonnassa tai sijoittelussa?

Vastaus: —

Esimerkiksi fyysiset ruokakauppa ketjut tuottavat oman tuotemerkinsä alaisia tuotteita, jotka ovat hyllyissä muiden tuotteiden joukossa. Kauppa ketjut siis kilpailevat hyllytilasta omilla tuotteillaan muiden tuottajien kanssa.

Lisäksi esimerkiksi älypuhelin ten sovelluskaupoissa on sovelluskaupan omistajan palveluita ja niitä vastaavia, muiden valmistamia palveluita, jotka kilpailevat näkyvyydestä.

Haastattelu: Jukka-Pekka Kaleva, miten uusi sääntely vaikuttaa pelialaan?

Jukka-Pekka Kaleva neuvoo pelialan järjestöä sääntelyasioissa. Videolla hän kertoo, mitä mahdollisuuksia digimarkkinasäädös voi tuoda pelikehittäjille ja mitä huolia hänellä on digijättien vastareaktioista.

Ohje: Saat tekstityksen päälle klikkaamalla CC-kuvaketta videon alareunassa.



Testaa tietosi

Mitä hyötyjä videolla arvioidaan digimarkkinasäädöksen voivan tuoda pelialalle?

- ☐ Uudet mobiilipelien kauppapaikat voivat parantaa pelien löydettävyyttä tuhansien muiden seasta.
- ☐ Peliyritykselle jää parempi kate, kun käyttäjät voivat tehdä pelin sisäiset ostot peliyrityksen omassa maksupalvelussa.
- ☐ Pelikehittäjät voivat kehittää uusia palveluita suurilta digialustoilta saamansa datan avulla.

SUBMIT

Muista ainakin nämä

1

Digimarkkinasäädös velvoittaa vain suurimpia yrityksiä eli portinvartijoita toimimaan reilummin. Portinvartija on erittäin suuri yritys, joka hallinnoi ydinalustapalvelua eli niin keskeistä digipalvelua, että sen käytöltä ei voi helposti välttyä EU:n alueella. Ydinalustapalveluja on hyvin monenlaisia ja niitä voivat olla esimerkiksi hakukoneet, sosiaalisen median palvelut, videonjakoalustat, pikaviestipalvelut, käyttöjärjestelmät, älypuhelinsovelluskaupat, pilvipalvelut, oppimisalustat tai mainontapalvelut.

2

Käytännössä ydinalustapalvelut ovat myös erittäin suuria verkkoalustoja tai hakukoneita, jolloin ne joutuvat noudattamaan myös digipalvelusäädöksen velvoitteita. Kuten digipalvelusäädöksen suurten yritysten kohdalla, komissio nimeää portinvartijat (ensimmäinen lista julkaistaan 6.9.2023).

Digimarkkinasäädos hyödyttää pieniä ja keskisuuria yrityksiä, jotka kilpailevat digipalvelullaan portinvartijoiden tarjonnan kanssa. Kilpailusta tulee tasavertaisempaa muun muassa, koska:

- a. Digijätin on mahdollistettava käyttäjille maksutta tietojensa tosiasiallinen siirrettävyys kilpailijoiden palveluihin.
- b. Digijätti ei saa käyttää sen palveluita käyttävien yritysten kanssa kilpaillen dataa, joka ei ole julkisesti saatavilla.
- c. Digijätti ei saa estää sen palveluita käyttäviä yrityksiä tekemästä valituksia tai hakemasta muutoksia sopimuksiin tai ehtoihin.
- d. Digijättien palveluja käyttävät yritykset voivat valittaa portinvartijan toimista, jotka ovat hyvän kauppataidan vastaisia (esimerkiksi syrjivät pääsyehdot, perusteeton yrityskäyttäjätilin sulkeminen, epäselvät perustelut tuotteidesi poistamisesta tuotevalikoimasta...).

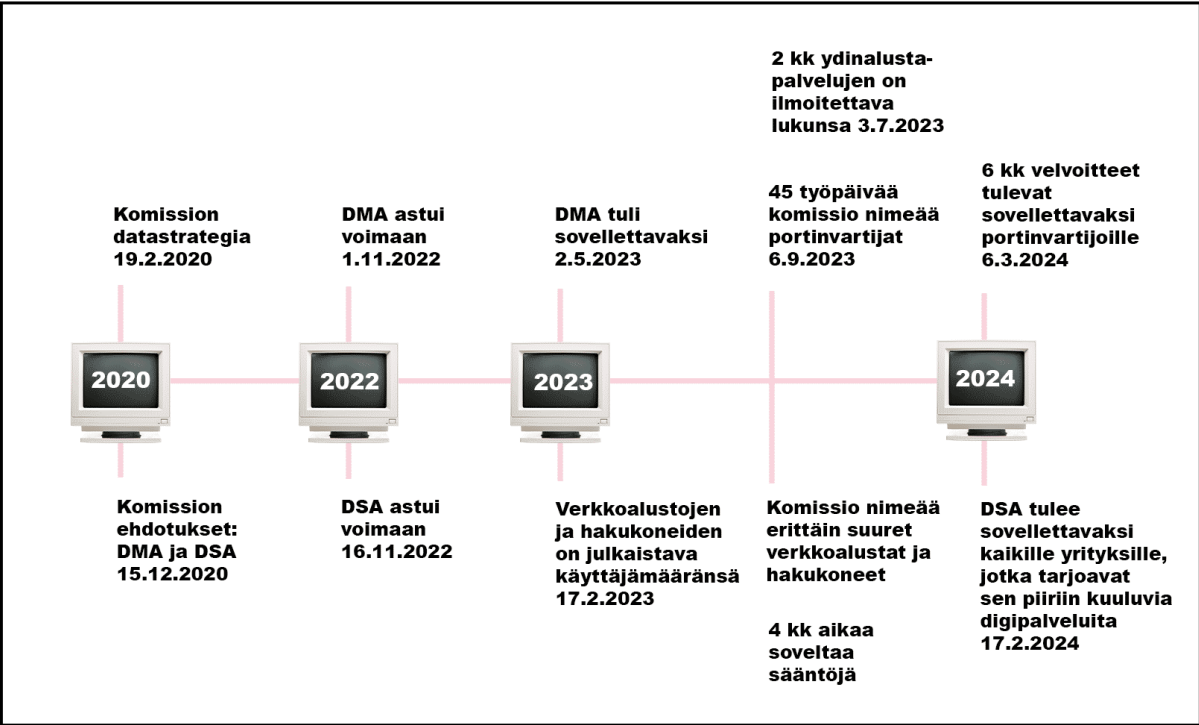
Jatka seuraavaan osioon

5. Yhteenveto

Tässä osiossa voit kerrata koulutuksen keskeisiä sisältöjä ja tutustua usein kysyttyihin kysymyksiin.

Digimarkkinasäädös	Digipalvelusäädös
Digital Markets Act, DMA	Digital Services Act, DSA
Astui voimaan 1.11.2022	Astui voimaan 16.11.2022
Tuli sovellettavaksi 2.5.2023	Tulee sovellettavaksi 17.2.2024
Koskee vain kaikista suurimpia ydinalustapalveluja tarjoavia yrityksiä. Euroopan komissio ylläpitää luetteloa ydinalustapalveluista ja portinvartijoista	Koskee pienyrityksistä lähtien kaikkia välityspalveluja tarjoavia yrityksiä, jotka toimivat EU:n sisämarkkinoilla tai tarjoavat palveluita EU-käyttäjille
Velvoitteiden sijaan avaa merkittäviä mahdollisuuksia pk-yrityksille	Merkittäviä poikkeuksia pienille ja mikroyrityksille
Portinvartijoiden tulee toimia jatkossa reilummin suhteessa pienempiin yrityksiin	Selventää verkossa leviävän sisällön moderoinnin toimintatapoja

Digipalvelusäädös tulee sovellettavaksi 17.2.2024 kaikille yrityksille, jotka tarjoavat sen piiriin kuuluvia digipalveluita. Digimarkkinasäädös tuli jo sovellettavaksi 2.5.2023 alkaen – tällä hetkellä portinvartijoiden nimeäminen on vielä kesken.



Koulutuksessa käsitellyt digipalvelut

Syvennetään vielä erityyppisiin digipalveluihin, joita digipalvelusäädös ja digimarkkinasäädös koskevat.

Digipalvelusäädös (DSA) koskee kaikkia yrityksiä koosta riippumatta, jotka tarjoavat digipalveluja. Digipalvelusäädös jaottelee digipalvelut eri kategorioihin, joihin pätee hieman erilaiset velvoitteet: välityspalvelut, verkkoalustat sekä erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet. Katsotaanpa niitä tarkemmin.

1. Välityspalvelut siirtävät dataa käyttäjien välillä.

Rakkaalla lapsella on monta nimeä. Digipalvelusäädös lajittelee välityspalvelut kolmeen luokkaan.

1. Pelkkä tiedonsiirtotoiminta

EU:ssa 90 prosenttia aikuisista käyttää nettiä eri tarkoituksiin: viestittelyyn, tiedon hakemiseen, tuotteiden ostamiseen, pankkiasioiden hoitamiseen, uutisten lukemiseen... Kaikki netin palvelut tarvitsevat tiedonsiirtoa, eli tietojen ja sisältöjen siirtämistä eri tahojen välillä.

Tiedonsiirtotoiminta viestintäverkoissa on perusta, jolle kaikki palvelut rakentuvat. Voikin ajatella, että muut palveluluokat ovat välityspalveluja, jotka sisältävät tiedon siirtoa mutta myös muita toimintoja.

2. Välimuistiin tallentaminen

Välimuistiin tallentamisella tarkoitetaan tiedonsiirtotoimintaa, johon kuuluu tiedon automaattista, tilapäistä ja lyhytaikaista tallentamista. Tällaiset palvelut ovat ratkaisevan tärkeitä suurille verkkopalveluille, jotta tietojen siirto internetissä tapahtuu sujuvasti ja tehokkaasti.

3. Säilytyspalvelut

Säilytyspalvelut tallentavat ja säilyttävät käyttäjien tietoja. Tuttu esimerkki säilytyspalvelusta on pilvipalvelu, joka tarjoaa verkossa säilytystilaa vaikkapa omille valokuville. Säilytyspalveluita ovat myös erilaisia verkkosivustopalveluita ja web-hotelleja tarjoavat yritykset, joiden avulla voi perustaa ja hallinnoida vaikkapa omaa blogia tai yrityksen verkkosivuja.

Esimerkki

Kaisa Kehityspäällikkö (kuten melkein kaikki) käyttää pelkän siirtotoiminnan välityspalveluja. Mediatalo tarvitsee toiminnassaan internetyhteyden sekä verkkotunnuksen (yritys.fi). Nämä se saa eri välityspalveluilta.



2. Verkkoalustat, kuten sosiaalisen median alustat, levittävät käyttäjien sisältöjä.

Verkkoalusta on välityspalvelu, joka käyttäjän pyynnöstä levittää käyttäjän säilömiä tietoja ja sisältöjä laajalle yleisölle. Se myös tarjoaa kohtaamispaikan niin ihmisille kuin yrityksille.

Verkkoalustoja ovat esimerkiksi sosiaalisen median palvelut, sovelluskaupat ja markkinapaikat, joissa voimme tehdä sopimuksia yritysten kanssa vaikkapa ostaaksemme tuotteita tai palveluita. Esimerkiksi ruoanvälityspalvelut yhdistävät alustoillaan kuluttajat, ravintolat ja lähetit.

Esimerkki

Vilma Vaikuttaja on verkkoalustan käyttäjä. Hän julkaisee sosiaalisen median palveluissa sisältöjään muille käyttäjille ja pyörittää samalla liiketoimintaansa. Samoin tekee Kalle Kampaaja. EU:ssa 40 prosenttia yrityksistä käyttää verkkoalustoja tavoittaakseen kuluttajia.

Esimerkki

4REELZ on fiktiivinen esimerkki verkkoalustan tarjoajasta sosiaalisen median palvelullaan. EU:ssa toimii noin 10 000 verkkoalustaa, joista pk-yritykset pyörittävät noin 90 prosenttia.



Vilma Vaikuttaja



Kalle Kampaaja



4REELZ

3. Erittäin suuret verkkoalustat tai hakukoneet ovat yhteiskunnallisesti merkittävässä roolissa. —

Digipalvelusäädös asettaa eri välityspalveluille erilaisia velvoitteita niiden koon, toimintatavan ja merkityksen mukaan. Merkittävimmät velvoitteet koskevat erittäin suuria verkkoalustoja ja hakukoneita (VLOP = Very Large Online Platform, VLOSE = Very Large Online Search Engine).

Verkkoalusta tai verkossa toimiva hakukone on erittäin suuri, kun sillä on EU:ssa vähintään 45 miljoonaa aktiivista palvelun vastaanottajaa kuukaudessa (eli 10 prosenttia EU:n 450 miljoonasta asukkaasta). Suuren käyttäjäkuntansa vuoksi näillä verkkoalustoilla ja hakukoneilla on erityisen suuri merkitys julkisessa keskustelussa ja liiketoiminnassa.

Euroopan komissio ylläpitää [ajantasaista luetteloa](#) erittäin suurista verkkoalustoista ja hakukoneista. Vuonna 2023 erittäin suuriksi hakukoneiksi eli VLOSEiksi on nimetty mm. Googlen ja Microsoftin hakukoneet ja erittäin suuriksi verkkoalustoiksi eli VLOPeiksi monille tuttuja alustoja, kuten Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Snapchat, LinkedIn ja YouTube. Verkkokauppojen puolella Applen ja Googlen älysovellusten kauppapaikat on nimetty VLOPeiksi, samoin Amazon, Alibaba, Booking.com sekä Zalando.

Esimerkki

4REELZ on fiktiivinen verkkoalusta, mutta se ei ole erittäin suuri. Sen sijaan esimerkkiyritys Beta ja sen fiktiivinen sosiaalisen median palvelu MyBeta ovat esimerkkejä erittäin suuresta verkkoalustasta. Hakukone BetaSearch on esimerkki mahdollisesti erittäin suuresta hakukoneesta.



Beta

Digimarkkinasäädös (DMA) koskee kaikkia suurimpien yritysten eli niin sanottujen portinvartijoiden tarjoamia ydinalustapalveluja. Ydinalustapalvelut ovat niin keskeisiä välityspalveluja, että niiden käytöltä ei voi helposti välttää EU:n alueella. Niitä hallinnoivat portinvartijat voivat halutessaan vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun, kaupankäyntiin ja tiedonvälitykseen. Tästä syystä niiden toiminnalle asetetaan tiukempia reiluusvaatimuksia. Käytännössä ydinalustapalvelut ovat myös erittäin suuria verkkoalustoja tai hakukoneita, jolloin ne joutuvat noudattamaan myös digipalvelusäädöksen (DSA) velvoitteita.

4. Portinvartijoiden ydinalustapalvelut, jotka ovat keskeisessä asemassa EU:ssa.

Ydinalustapalvelut ovat välityspalveluja, joilla on keskeinen rooli eri käyttäjien yhdistämisessä keskenään. Ne ovat erittäin suuria. Ydinalustapalvelulla on kuukausittain yli 45 miljoonaa loppukäyttäjää EU:ssa. Lisäksi niillä on vuosittain EU:ssa yli 10 000 aktiivista yrityskäyttäjää viimeisen tilikauden aikana.

Ydinalustapalveluja on hyvin monenlaisia ja niitä voivat olla esimerkiksi hakukoneet, sosiaalisen median palvelut, videonjakalustat, pikaviestipalvelut, käyttöjärjestelmät, älypuhelinien sovelluskaupat, pilvipalvelut, oppimisalustat tai mainontapalvelut.

Ydinalustapalvelun tarjoajaa kutsutaan portinvartijaksi. Euroopan komissio ylläpitää [ajantasaista luetteloa](#) ydinalustapalveluista ja portinvartijoista.

Esimerkki

Beta on fiktiivinen esimerkki mahdollisesta portinvartijasta. Sen tarjoamiin ydinalustapalveluihin voisivat lukeutua sen sosiaalisen median verkkoalusta, maksupalvelu, hakukone ja sovelluskauppa.



Testaa tietosi

Minkälainen digipalvelu parasta aikaa käyttämäsi oppimispalvelu on? Miksi se on luokiteltavissa näin?

- ☐ Välityspalvelu (pelkkää tiedon siirtotoimintaa, välimuistiin tallentaminen, säilytyspalvelu)
- ☐ Verkkoalusta

☐

Erittäin suuri verkkoalusta tai hakukone

☐

Portinvartijan ydinalustapalvelu

SUBMIT

UKK: Digipalvelusäädös

1. Mistä digipalvelusäädöksessä on kyse?

Digipalvelusäädös eli DSA on asetus, joka pyrkii parantamaan käyttäjien turvallisuutta verkkoympäristöissä ja varmistamaan välityspalveluiden kuten sosiaalisen median palveluiden sekä hakukoneiden vastuuta sisällöstä, jota ne välittävät, tallentavat tai levittävät. Se määrittelee velvoitteita eri tyyppisten välityspalveluiden tarjoajille esimerkiksi toimintaperiaatteiden läpinäkyvyydessä ja sisältöjen moderoinnissa.

2. Mistä tiedän, mihin palveluihin digipalvelusäädös pätee?

Digipalvelusäädös koskee välityspalveluja, verkkoalustoja, ja erittäin suuria verkkoalustoja ja hakukoneita. Digipalvelusäädös asettaa eri välityspalveluille eriasteisia velvoitteita. Kaikista raskaimmat velvoitteet kohdistuvatkin erittäin suuriin verkkoalustoihin ja hakukoneisiin.

3. Mikä on välityspalvelu?

Välityspalvelu on digipalvelu, joka välittää tietoa, sisältöjä tai kaupankäyntiä yksityishenkilöiden ja yritysten välillä. Se on jaettavissa kolmeen palveluiden alaryhmään:

1. **Pelkkä tiedon ja sisältöjen siirtäminen**, joka on kaikkien digipalveluiden perusta.
2. **Välimuistiin tallentaminen** eli tiedon siirtämistä, johon kuuluu tiedon automaattista, tilapäistä ja lyhytaikaista tallentamista. Tällaiset palvelut ovat ratkaisevan tärkeitä suurille verkkopalveluille, jotta tietojen siirto internetissä tapahtuu sujuvasti ja tehokkaasti.
3. **Käyttäjien tietojen tallentaminen ja säilyttäminen**, johon kuuluu esimerkiksi pilvipalvelut valokuville tai erilaiset verkkosivustopalvelut ja web-hotellit, joiden avulla voit perustaa ja hallinnoida omaa blogia tai yrityksen verkkosivuja.

4. Mikä on verkkoalusta?

Verkkoalusta on digipalvelu, joka levittää käyttäjien sisältöjä laajalle yleisölle ja tarjoaa ihmisille kohtaamispaikan, kuten esimerkiksi

1. Mistä digipalvelusäädöksessä on kyse?

sosiaalisen median alusta tai sovelluskauppa.

5. Mikä on erittäin suuri verkkoalusta tai hakukone?

Erittäin suuret verkkoalustat tai **hakukoneet** ovat yhteiskunnallisesti merkittävässä roolissa olevia digipalveluja. Niihin kohdistuu digipalvelusäädöksen merkittävimmät velvoitteet. Esimerkkejä ovat mm. Googlen ja Microsoftin hakukoneet sekä monille tutut alustat, kuten Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Snapchat, LinkedIn ja YouTube. Verkkokauppojen puolella Applen ja Googlen älysovellusten kauppapaikat kuuluvat listaan, samoin Amazon, Alibaba, Booking.com sekä Zalando.

6. Mistä tunnistan, mikä sisältö on laillista ja mikä laitonta?

Digipalvelusäädös erottelee laillisen ja laittoman sisällön. Laiton sisältö ei ole täysin yksiselitteinen käsite, vaan se määräytyy EU-sääntelyn ja jäsenvaltiokohtaisten sääntöjen mukaisesti. Toisin sanoen se, mikä on laitonta sisältöä Suomessa voi olla laillista jossain toisessa jäsenvaltiossa. Digipalvelusäädös ei ota kantaa laittoman sisällön määritelmään sinänsä, vaan se asettaa välityspalveluiden tarjoajille velvoitteita siihen, miten käsitellä sisältöä, joka on laitonta, aiheuttaa yhteiskunnallisia riskejä tai rikkoo palvelun käyttöehtoja.

7. Mitä teen, jos haluan ilmoittaa laittomasta sisällöstä?

Kaikilla säilytyspalveluilla, kuten pilvipalveluilla, verkkosivustoalustoilla ja sosiaalisen median palveluilla, on oltava ilmoitus- ja toimintamenettelyt laittoman sisällön käsittelyyn. Menettelyjen on oltava helppokäyttöisiä ja käyttäjäystävällisiä. Säilytyspalvelun tarjoajan on kerrottava valituksen tuloksesta viiveettä ja ilmoitettava myös mahdollisuuksista valittaa päätöksestä.

8. Mitä teen, jos välityspalvelu rajoittaa sisältöäni?

Kaikkien välityspalveluiden on ilmoitettava, miksi ne ovat rajoittaneet käyttäjän sisältöä tai hänen mahdollisuuksiaan käyttää palvelua. Välityspalvelujen on perusteltava, onko tällöin syynä ollut laiton sisältö tai palvelun käyttöehtojen rikkominen. Säilytyspalvelun tarjoajan on kerrottava mahdollisuuksista valittaa päätöksestä.

9. Mitä teen, jos haluan valittaa palvelun päätöksestä?

Verkkoalustoilla on oltava sisäinen järjestelmä valitusten käsittelyä varten. Järjestelmä voi olla täysin uusi tai mukaelma jo olemassa olevasta, kunhan se on helposti käytettävissä ja käyttäjäystävällinen.

10. Mitä teen, jos en ole tyytyväinen ilmoitukseni lopputulokseen valittamisesta huolimatta?

Verkkoalustojen päätöksen voi haastaa tuomioistuinten ulkopuolisessa riidanratkaisussa, mistä verkkoalustojen on viestittävä selkeästi ja käyttäjäystävällisesti niiden verkkorajapinnalla. Tuomioistuinten ulkopuolinen riidanratkaisuelin on kansallisen digipalvelukoordinaattorin sertifioima, ja vaikka se ei myönnä sitovia päätöksiä, se vaatii molemmat osapuolet pöydän ääreen, ja on käyttäjälle saavutettava vaihtoehto matalien tai olemattomien kulujen vuoksi.

1. Mistä digipalvelusäädöksessä on kyse?

11. Mitä jos en jaksa/pysty tekemään itse ilmoitusta laittomasta sisällöstä? Voiko joku toinen edustaa minua?

Elin, järjestö tai yhdistys, joka on voittoa tavoittelematon, perustettu jossain jäsenvaltiossa, ja sitoutunut digipalvelusäädöksen noudattamisen valvontaan, voi edustaa toista käyttäjää oikeuksineen ilmoittaa laittomasta sisällöstä ja valittaa lopputulemasta.

12. Voinko tehdä ilmoituksen välityspalvelun tarjoajasta?

Verkkoalustasta voi valittaa jäsenvaltiosi digipalveluiden koordinaattorille tilanteissa, joissa tarjoaja on rikkonut velvoitteitaan tai haetaan kompensatiota vahingosta. Jäsenvaltiosi digipalveluiden koordinaattori laittaa ilmoituksen eteenpäin koordinaattorille, joka on vastuussa kyseisen verkkoalustan valvonnasta.

13. Mitä teen, jos haluan olla luotettu ilmoittaja?

Digipalveluiden koordinaattori kussakin jäsenvaltiossa myöntää luotetun ilmoittajan statuksen hakemusta vastaan. Hakijan on oltava muun muassa laittomaan sisältöön erikoistunut asiantuntija, itsenäinen verkkoalustoista, ja suoriuduttava ilmoitusten tekemisestä huolellisesti, tarkasti ja objektiivisesti. Luotettu ilmoittaja valvoo verkkoalustoja, ja raportoi vähintään kerran vuodessa digipalveluiden koordinaattorille.

14. Miten digipalveluiden on estettävä laitonta sisältöä?

Erittäin suurten verkkoalustojen tai hakukoneiden on tehtävä riskianalyysi niiden palveluista ja sitouduttava vähentämään kyseisiä riskejä. Kyseisten digipalvelujen on mahdollista konsultoida komission ja digipalveluiden koordinaattorien lisäksi tarvittaessa asiantuntijoita ja järjestöjen edustajia tehdessään riskianalyysyjä ja sitoumuksia.

15. Mitä tapahtuu mainoksille?

Verkkoalustat eivät enää saa kohdistaa mainontaa alaikäisille tai arkaluontoisten henkilötietojen perusteella. Verkkoalustojen on lisäksi ilmoitettava käyttäjille, milloin heille kohdistetaan mainontaa, kuka maksoi kyseisen mainoksen, mikä sisältö on sponsoroitua, ja milloin vaikuttajat julkaisevat kaupallisia yhteistöitä. Erittäin suurilla verkkoalustoilla tai hakukoneilla tulee olla lisäksi mainosrekisteri, joka mahdollistaa tutkijoiden, järjestöjen, ja viranomaisten pääsyn tutkimaan mainonnan kohdentamista.

16. Mitä uutta dataa on esimerkiksi tutkijoiden saatavilla digipalvelusäädöksen mukaan?

1. Kaikkien välityspalveluiden on julkaistava vuosittain raportit sisällön moderoinnista
2. Verkkoalustojen on lisäksi julkaistava vuosiraporteissaan lisätietoja (kuinka monta riitaa on käsitelty tuomioistuinten ulkopuolella ja niiden lopputulos, palvelujen keskeytykset ja perusteet, sekä automatisoitujen keinojen käyttö moderoinnissa ja tietoa tarkkuudesta)
3. Verkkoalustojen on julkaistava kuuden kuukauden välein tiedot käyttäjämääristään EU:ssa
4. Erittäin suurten verkkoalustojen tai hakukoneiden on ylläpidettävä julkista mainosrekisteriä

13. Mitä teen, jos haluan olla luotettu ilmoittaja?

5. Erittäin suurten verkkoalustojen tai hakukoneiden on tarjottava digipalveluiden koordinaattorin hyväksymille tutkijoille pääsy dataan jotain tutkimustarkoitusta varten.
6. Erittäin suurten verkkoalustojen tai hakukoneiden on julkaistava vuosittain raportti niiden riskianalyysistä, riskien vähentämistoimista, auditointiraportti, sekä auditoinnin toimeenpanon raportti.

17. Ongelmatilanteissa, kehen voin olla yhteydessä?

Jokaisella välityspalvelulla on oltava keskitetty yhteyspiste, joka kommunikoi käyttäjien, kansallisten viranomaisten, ja EU-tason viranomaisten kanssa.

18. Pureeko digipalvelusäädös pelkästään isoimpiin välityspalveluiden tarjoajiin? Mitä velvoitteita kuuluu pk-yrityksille?

Digipalvelusäädös asettaa eri välityspalveluille kumulatiivisia velvoitteita, ja kaikista merkittävimmät velvoitteet purevatkin erittäin suuriin verkkoalustoihin tai hakukoneisiin. Verkkoalustoja tarjoavat mikro- ja pienyritykset ovat jätetty joistain velvoitteista pois:

1. Sisäinen valitusten käsittelyjärjestelmä
2. Tuomioistuinten ulkopuolinen riidanratkaisu
3. Luotetut ilmoittajat
4. Väärinkäytön vastaiset toimenpiteet ja väärinkäytöltä suojautuminen
5. Verkkoalustojen tarjoajien avoimuusraportointivelvoitteet, lukuun ottamatta tiedot kuukausittaisista käyttäjistä digipalveluiden koordinaattorin tai komission pyynnöstä
6. Verkkorajapintojen suunnittelu ja järjestäminen
7. Mainonta verkkoalustoilla
8. Suosittelevien järjestelmien avoimuus
9. Alaikäisten suojelu verkossa
10. Markkinalustoihin sovellettavat velvoitteet

19. Kuka valvoo digipalvelusäädöksen toimeenpanoa?

Digipalvelusäädöksen valvonta kuuluu jaetusti Euroopan komissiolle ja jäsenvaltioille.

1. Euroopan komissio on vastuussa erittäin suurten verkkoalustojen ja hakukoneiden valvomisesta, ja se voi asettaa kyseisille palveluille seuraamuksia rikkeistä.

13. Mitä teen, jos haluan olla luotettu ilmoittaja?

2. Jäsenvaltiot ovat vastuussa muista välityspalveluista. Jokaisen jäsenvaltion on nimettävä digipalveluiden koordinaattori eli kansallinen valvontaviranomainen 17.2.2024 mennessä valvomaan kyseiseen jäsenvaltioon sijoittautuneita yrityksiä.

20. Mitä digipalveluiden koordinaattorin valtuuksiin kuuluu?

Kansallisten digipalveluiden koordinaattoreilla on monia keskeisiä tehtäviä. Näihin lukeutuvat muun muassa:

1. Dataan pääsyn myöntäminen tutkijoille
2. Luotetun ilmoittajan aseman myöntäminen
3. Tuomioistuinten ulkopuolisen riidanratkaisuelimen sertifiointi
4. Valitusten käsitteleminen välityspalvelujen tarjoajia vastaan

21. Mikä on Eurooppalainen digitaalisten palveluiden lautakunta?

Eurooppalainen digitaalisten palveluiden lautakunta on jäsenvaltioiden digitaalisten palveluiden koordinaattorien ja komission riippumaton neuvoa-antava ryhmä, jossa jokaisella jäsenvaltiolla on yksi ääni. Lautakunta voi kutsua asiantuntijoita ja tarkkailijoita kokouksiin sekä tehdä yhteistyötä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa.

UKK: Digimarkkinasäädös

1. Mistä digimarkkinasäädöksessä on kyse?

Digimarkkinasäädös eli DMA on asetus, joka antaa komissiolle täysin uusia valtuuksia puuttua suurimpien välityspalveluja tarjoavien yritysten, eli niin sanottujen portinvartijoiden, toimintaan. Se listaa useita kieltoja ja vaatimuksia, joihin portinvartijoiden on vastattava, jos ne haluavat toimia EU:n sisämarkkinoilla.

2. Mitä yrityksiä digimarkkinasäädös koskee?

Digimarkkinasäädöksen soveltamisalaan kuuluvat suuret yritykset, jotka ovat "portinvartijoita" yrityskäyttäjien ja loppukäyttäjien välissä. Toiseksi, ne tarjoavat ydinalustapalvelua vähintään kolmessa jäsenvaltiossa. Ydinalustapalvelut kattavat pitkän listan eri palveluita, kuten esimerkiksi hakukoneet, sosiaalisen median palvelut, videonjakoalustat, pikaviestipalvelut, käyttöjärjestelmät, älypuhelinsovelluskaupat, pilvipalvelut, oppimisalustat tai mainontapalvelut. Kolmanneksi, niiden markkina-asema on iso ja kestäväällä pohjalla. Komissio nimeää kyseiset yritykset 6.9.2023.

3. Mitä digimarkkinasäädös vaatii portinvartijoilta?

1. Mistä digimarkkinasäädöksessä on kyse?

1. Osa säännöistä pätee kaikkiin ydinalustapalveluihin, muun muassa:

- a. Portinvartija ei saa yhdistää henkilötietoja ydinalustapalvelusta ja muista palveluista ilman käyttäjän lupaa
- b. Portinvartija ei saa käyttää yrityskäyttäjien kanssa kilpaillen mitään dataa, joka ei ole julkisesti saatavilla
- c. Portinvartijan on mahdollistettava loppukäyttäjille maksutta tietojensa tosiasiallinen siirrettävyys toisiin palveluihin

2. Muut säännöt pätevät vain tiettyihin ydinalustapalveluihin, ja ne ovat avoimempia yksityiskohtaisemmalle määrittelylle, kun on kyseessä esimerkiksi käyttöjärjestelmä, ohjelmistosovellus, virtuaaliavustaja, verkkoselain, hakukone, sosiaalisen median palvelu, numeroista riippumattomat henkilöiden väliset viestintäpalvelut.

4. Kuka valvoo digimarkkinasäädöksen toimeenpanoa?

Digimarkkinasäädöksen valvonta kuuluu Euroopan komissiolle. Komissio nimeää portinvartijat, ja voi pyytää portinvartijoilta tietoa, haastatella niitä, tehdä tarkastuksia paikan päällä, ja määrätä toimenpiteitä.

5. Mikä on digitaalisten markkinoiden neuvoa-antava komitea?

Digitaalisten markkinoiden neuvoa-antava komitea avustaa komissiota ja antaa lausuntoja komission tekemisistä päätöksistä. Jokainen jäsenvaltio on edustettuna komiteassa.

Palaute ja todistus

Onneksi olkoon! Olet nyt käynyt läpi koko koulutuksen ja voit tilata suorituksestasi todistuksen! Annathan meille kuitenkin ensin palautetta koulutuksen sisällöstä ja toteutuksesta. Samalla voit reflektoida ja arvioida omaa oppimistasi. Voit arvioida sekä omaa oppimistasi että koulutuksen toteutusta ja sisältöjä vastaamalla lyhyeen kyselyyn.

Anna palautetta

PALAUTE

Näin tilaat todistuksen

Jos et ole töissä valtiolla, voit tilata todistuksen alla olevasta linkistä. Anna lomakkeella pyydetyt tiedot, niin lähetämme sinulle todistuksen sähköpostiisi. Huomioi, että suoritukseksi on kertaaluontoinen.

Tilaa todistus

TODISTUS

Töissä valtiolla? Näin kirjaat suorituksesi ja lataat todistuksen

Jos olet töissä [valtionhallinnon organisaatiossa](#), klikkaa alla olevaa linkkiä "eOppivan Moodle" ja lataa todistus Moodlesta. Suorituksesi kirjautuu vain, jos kirjaudut Moodleen Virtu- tai eOppiva-tunnuksillasi alla olevan linkin kautta ja annat oikean kurssiavaimen.

Tämän koulutuksen Moodle-kurssiavain on **datatalous**

Siirry eOppivan Moodleen

EOPPIVAN MOODLE



Voit jakaa todistusta myös sosiaalisessa mediassa.

Miten tästä eteenpäin?

- **Innosta** omalla esimerkilläsi
- **Motivoi** muita
- **Haasta** kollega koulutuksen pariin
- **Verkostoidu** muiden oppijoiden kanssa
- **Keskustele** avoimesti oppimastasi
- **Jaa** tietoa työyhteisössäsi

Kiitos osallistumisestasi!

Työryhmä

Meeri Toivanen, asiantuntija, Sitra

Tarmo Toikkanen, johtava asiantuntija, Sitra

Samuel Wrigley, tutkijatohtori, Helsingin yliopisto

Tone Knapstad, väitöskirjatutkija, Helsingin yliopisto

Tuotanto: eOppiva 2023