Asiantuntijalausunto – EU:n keinovalikoima turvallista ja kestävää verkkokauppaa varten

Lausunnon antaja: Pekka Kallioniemi, FT

1. Asiantuntijuuden yhteys aiheeseen

Olen vuorovaikutteisen teknologian tohtori Tampereen yliopistolta. Viime vuosina tutkimukseni on keskittynyt sosiaaliseen mediaan, algoritmeihin ja disinformaatioon. Aiempi työni on käsittänyt myös verkkoympäristöjen väärinkäyttöjä, kuten harhaanjohtavaa mainontaa, manipulatiivista sisältösuunnittelua (harhaanjohtava suunnittelu, *dark pattern design*), sekä tietosuojaan liittyviä ongelmia. Olen toiminut asiantuntijana esimerkiksi Yleisradion artikkelissa, jossa käsiteltiin verkkokaupan turvallisuusriskejä ja vastuukysymyksiä (Yle 2024, https://yle.fi/a/74-20130647).

2. Näkemykset tiedonannon aihepiiristä

a) Harhaanjohtava mainonta ja harhaanjohtava suunnittelu (dark pattern design)
Verkkokauppa-alustoilla on yleistynyt käytäntö, jossa käytetään psykologisesti suunniteltuja käyttöliittymäelementtejä – ns. harhaanjohtavaa suunnittelua (*dark patterns*) – ohjaamaan kuluttajaa tekemään valintoja, joita hän ei muuten tekisi (esim. ostamaan lisätuotteita, hyväksymään evästeet tai luopumaan peruutusoikeuksista). Yhdessä harhaanjohtavan mainonnan, tekaistujen arvostelujen ja piilotettujen toimituskulujen kanssa nämä käytännöt heikentävät kuluttajansuojaa ja luovat epäreilua kilpailua EU:n sisämarkkinoilla toimiville toimijoille.

Esimerkiksi Temua on syytetty harhaanjohtavasta käyttöliittymäsuunnittelusta, kuten tekaistuilla alennuksilla, kiireellisyyden luomisella ja pelillistetyillä houkuttimilla. Euroopan kuluttajajärjestöt ovat tehneet valituksia, ja EU tutkii nyt alustaa myös mahdollisesti laittomien tuotteiden myynnistä ja addiktoivasta suunnittelusta, ja näitä käytäntöjä täytyy jatkossakin valvoa tarkasti.

Lisää harhaanjohtavasta suunnittelusta/pimeistä käytännöistä:
https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/huijaukset/pimeat-kaytannot/

b) Alustojen tiedonkeruu ja GDPR
Verkkomarkkinapaikat ja niihin liitetyt sovellukset keräävät käyttäjistä laajasti tietoa – mukaan lukien ostokäyttäytymistä, selaushistoriaa, sijaintitietoja ja yksilöityjä tunnistetietoja. Näitä tietoja yhdistelemällä voidaan rakentaa tarkkoja henkilöprofiileja, joita voidaan käyttää mainonnan kohdentamiseen, hintadiskriminointiin tai jopa poliittisten näkemysten arviointiin.

Laaja datankeruu mahdollistaa sen, että alustat voivat epäsuorasti tunnistaa poliittisia mielipiteitä, arvoja tai trendejä ja käyttää niitä vaikuttamiseen, erityisesti jos mainontaa

tai viestintää ei selkeästi rajata kaupalliseen kontekstiin. Tämä asettaa kysymyksiä tietosuojasta, läpinäkyvyydestä ja vaikutusvallan keskittymisestä. Usein ei ole selvää, missä ja miten kerättyjä tietoja säilytetään, ja ovatko ne EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen (GDPR) mukaisesti suojattuja. Erityisesti kolmansista maista käsin toimivien alustojen osalta on olemassa riski siitä, että tietoja siirretään alueille, joissa tietosuojataso ei vastaa EU:n vaatimuksia.

3. Suositukset jatkotyölle

1. **Sääntelyyn** tulisi sisällyttää eksplisiittinen kielto harhaanjohtaville suunnitteluratkaisuille (*dark pattern design*), joita käytetään esimerkiksi peruutusoikeuden piilottamiseen tai epäselviin hinnoittelukäytäntöihin. Tämä voidaan myös sitoa Digital Services Act (DSA) -lainsäädäntöön.
2. **Verkkomarkkinapaikkojen valvonnassa** tulisi huomioida, että alustojen käyttäytyminen ei rajoitu vain tuotteiden myyntiin, vaan ne vaikuttavat käyttäjien päätöksentekoon algoritmisilla ja psykologisilla keinoilla.
3. **EU-tasolla tarvitaan riippumaton ja teknisesti syvällinen selvitys** siitä, millaista henkilötietoa suurimmat verkkomarkkinapaikat keräävät, miten tietoja käytetään ja minne niitä siirretään. Selvityksen perusteella tulee arvioida GDPR:n toteutumista käytännössä ja määritellä tarvittavat korjaustoimet.
4. **Tietoisuutta** harhaanjohtavasta suunnittelusta ja henkilötietojen käytöstä tulee lisätä myös kuluttajavalistuksessa, erityisesti nuorille ja suuria verkkokauppoja käyttäville kuluttajaryhmille.

4. Yhteenveto

Verkkokauppojen sääntelyä ei voida erottaa alustojen suunnitteluratkaisuista tai datataloudellisista ulottuvuuksista. Kuluttajansuoja, tuoteturvallisuus ja digitaaliset perusoikeudet kietoutuvat yhä tiukemmin toisiinsa. On välttämätöntä, että EU:n toimissa verkkokauppojen sääntelyssä huomioidaan myös alustojen vaikutusvalta informaatioympäristössä ja käyttäytymisessä.