

Big data ropou blízké budoucnosti

11. 5. 2015 17:30

Osobní data jsou ropou nebo zlatem blízké budoucnosti, říká předseda Úřadu pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ) RNDr. Igor Němec ve výstižné nadsázce, jak důležité a výnosné budou již v blízké budoucnosti údaje o nás i našem chování. Náznaků potvrzujících toto tvrzení nacházíme čím dál více. Jeden z nejmodernějších trendů v této oblasti představuje zpracovávání tzv. big data.



Foto: **Martin Kovář**

Popisek: **Počítač, internet, klávesnice. Ilustrační foto.**

Big data je výraz z výpočetní techniky a zkráceně jde o soubory dat, jejichž velikost přesahuje možnosti zachycovat, spravovat a zpracovávat data běžně používanými softwarovými prostředky v rozumném čase. Většinou se jedná o nestrukturovaná data uchovávaná pro nějaký budoucí účel. Srozumitelně řečeno, jde o tak velký objem dat, jejichž zpracování bylo ještě nedávno nemyslitelné a v budoucnu se možná budou hodit. Slovo velký je však především v moderních technologiích velmi relativní pojem, takže co **před pár lety bylo sci-fi, je dnes realitou.**

Analýzy velkých dat se již běžně používají ve vysoce technologickém prostředí, jakým je třeba formule 1, v telekomunikacích, řízení dopravy ve velkých aglomeracích, v bankovníctví, pojišťovnictví či obchodu. Ale také perfektně dokážou **rekonstruovat běžný život** téměř každého z nás, naše návyky nebo činy a umějí rovněž předvídat naše budoucí rozhodnutí. Skutečná ropa či zlato budoucnosti pro marketing i politické režimy libující si ve špehování občanů.

Zástupce velkého tuzemského mobilního operátora Ladislav Bartoníček nedávno v MF DNES zveřejnil záměr společnosti obchodovat s analýzou dat, která operátor denně získává v ohromném množství. „Big data jsou módní pojem, který každý používá, ale málokdo ví, co opravdu znamená. My jsme schopni dodávat **unikátní analýzy**, které mohou být zajímavé pro obchodníky či reklamní agentury. To je začátek. Google nebo Facebook investují obrovské peníze do analýzy dat. Jsem přesvědčen, že my disponujeme kvalitnějšími daty než oni,“ uvedl.

Člověka až zamrazí, když si uvědomí, co všechno pro něj mohou tyto plány znamenat, vždyť mobilní operátor díky dokonalému pokrytí signálem může náš každodenní program popsat krok za krokem. A pak už je to jen otázka zpracování dat a jejich prodeje, aby se splnil sen všech obchodníků i marketérů, tedy **cílená reklama**. Jdete po ulici a poutače vám napovídají, jaká máte přání – koupit si kávu, vybrat z bankomatu, zajít na oběd, vybrat dovolenou, rezervovat stůl na rodinnou oslavu, tankovat právě tady apod. Možná si někdo v této vidině libuje, protože mu ulehčí život bez věčného rozhodování, ale přirozenější asi bude položit si otázku, zda onen zmíněný operátor má **právo prodávat náš život**.

„Problematiku big data zákon nezná, ale pokud je budeme brát jen jako soubor dat, v našem případě týkající se konkrétních osob, pak samozřejmě možnosti ochrany existují,“ říká **Igor Němec**, předseda [ÚOOÚ](#). „Ke konkrétnímu případu telekomunikační společnosti se můžu těžko vyjádřit, když zatím nejde o nic konkrétního, ale čistě teoreticky k záměrům prodávat soubory dat mohu říci, že jde určitě o velký byznys, zákon zabývající se osobními údaji však manipulaci s daty dost striktně reguluje. Bezpochyby budeme tuto oblast hodně pečlivě sledovat. Na druhou stranu, všechno můžete použít k dobrým i špatným účelům. Sběr a analýza velkých dat může i zachraňovat nebo vylepšovat životy.“

I tady však platí, že proti manipulaci s osobními údaji může nejvíce udělat každý **sám za sebe**. Podle eurokomisařky Věry Jourové každý třetí zákazník podepíše **obchodní smlouvu** bez toho, že by se seznámil s jejím zněním. A právě v tom, k čemu se smluvně zavazujeme, i když z neznalosti nebo nepozornosti, bývá největší kámen úrazu. Někde na zadní straně smlouvy a obvykle malým písmem totiž bývá uvedeno, že nákupem zboží nebo služeb souhlasíme s využíváním svých osobních údajů k marketingovým účelům.

Na druhou stranu je tento úskok **na hraně zákona**, protože podobný souhlas musí být dobrovolný, vědomý, odvolatelný a nesmí být podmíněn tím, že pokud s touto částí smlouvy nesouhlasím, odcházím z obchodu s nepořízenou. V dubnu vydal ÚOOÚ [metodiku](#) s pravidly a radami, jak těmto problémům předcházet.

Existuje však ještě jedna oblast, kde své nejcitlivější údaje nabízíme zcela dobrovolně až hloupě, a sice sociální sítě. „Ty sice nabízejí velmi atraktivní služby, ale na oplátku si od účastníků berou informace o jejich soukromí a nemilosrdně je využívají k tomu, aby dosáhly zisků,“ vysvětluje Igor Němec.

„Lidé si myslí, že když jsou sociální sítě zdarma, že oni jsou zákazníci a **sociální sítě** produktem. Naopak, jejich soukromí je produktem, který sociální sítě dál prodávají jiným společnostem. Velmi se obávám toho, že mladá generace jednou nebude tušit, co skutečně znamená pojem soukromí. Nemají o ně zájem, chtějí ho prodat za požitky nabízené zdarma. Soukromí si zpět vezmou až další generace.“

Další příklady využití dat v komerční sféře:

Knihkupectví **Amazon.com** umí zákazníkům nabídnout knížky na základě toho, jaké tituly si koupili lidé s podobným vkusem. Vyhledávač **Google** zaznamenává každé stisknutí klávesy, když zadáváte hledaný výraz. **IBM** na základě analýzy krátkých výkřiků na Twitteru během reklamní přestávky dokázala odhadnout, jaké tržby bude mít film, na který běžela upoutávka. Město **Boston** díky aplikaci zjistilo, které ulice potřebují opravit. Tisíce lidí si ji nainstalovaly do smartphonů s GPS a zabudované senzory pak měřily, které ulice mají nejvíce hrbolů. Závodní tým **McLaren-Mercedes** má k dispozici platformu, s jejímž využitím mohou závodní inženýři upravovat strategii a na dálku nastavit některé parametry závodního vozu. Majitelé **MetLife Stadium** v New Yorku využívají big data k automatické navigaci aut návštěvníků na volná parkovací místa a následně tomu přizpůsobují i kapacitu vstupních bran.



Partner článku

<http://www.krajskelisty.cz/stredocesky-kraj/9579-big-data-ropou-blizke-budoucnosti-vyhledavac-zaznamenava-kazde-stisknuti-klavesy-kdyz-zadavate-hledany-vyraz.htm>

<http://www.vzory.cz/uouu/big-data-ropou-blizke-budoucnosti/#.VVRCqZPWIn9>

<https://www.youtube.com/watch?v=dMC12ixf62E>