

Všetci chodia na hrušky a teraz nachytali Avast. Ako ďalej, stalkerí?

Tak by sa dali jednoducho zhrnúť udalosti, ktoré opäť otriasli dôverou v IT svet a kybernetickú bezpečnosť. Všetci zbierajú dáta o svojich zákazníkoch a analyzujú ich – a zákazníci im k tomu podľa zákona dávajú súhlas odkliknutím upozornenia.

Donaha!

Podľa monetárneho vnímania z minulého storočia Avast ponúkol jeden zo svojich antivírusových programov *zadarmo* – veď nikto zaň neplatil peniazmi. Iba dátami o sebe. Problém nastal, keď sa zverejnila informácia, že tieto dáta, aj keď anonymizované, Avast cez spriaznenú spoločnosť predáva. Na burze to Avastom neotriaslo, svetové vyhľadávače pri škandáliku nezaregistrovali žiadny nárast a geograficky to zaujímalo iba Prahu, čo vo svetových parametroch vyhľadávania znamená tak celé Čechy a pohraničie.

Bude zaujímavé sledovať, čo medializácia okolo spoločnosti „nachytanej na hruškách“ urobí s dátovým biznisom.

1. Dá sa predpokladať, že obozretnosť používateľov aspoň na chvíľu vzrastie.
2. Na trhu sa objavia spoločnosti, ktoré prinesú nové riešenia na ochranu súkromia.
3. Regulačné orgány rozdejú viacej pokút a previnilci si budú sypať popol na hlavu s cieľom napraviť pošramotenú reputáciu.

Trh s dátami a súvisiacimi službami je dynamický, lákavý a prudko rastúci. V segmente *ochrana údajov* predstavoval v roku 2018 obrat 9,55 miliardy USD a očakáva sa, že do roku 2027 bude rásť medziročne až o 29,1 percenta a dosiahne 94,3 miliardy USD*.

Sypanie popola

Nový vyhľadávač zameraný na ochranu súkromia predstavila v januári spoločnosť Verizon a je určený zákazníkovi, ktorí sa nechcú dať prenasledovať reklamnými bannermi na základe histórie vyhľadávania. One Search sľubuje, že nebude zdieľať osobné údaje používateľa s inzerentmi ani ukladať jeho históriu vyhľadávania. Pikantné na tom je, že v roku 2016 dostala spoločnosť Verizon pokutu 1,4 milióna dolárov za používanie supercookies na tajné sledovanie svojich používateľov na internete.

Opäť – éra dátová

Nerobme si však ilúzie, že obchodovanie s údajmi o používateľoch prestane. Údaje o správaní používateľov a tým aj spotrebiteľov a voličov sú mimoriadne lukratívna komodita. Kto má

ALISON

informácie, má aj moc a získa konkurenčnú výhodu. Na druhej strane však zozbierané údaje môžu pomáhať a zlepšovať rôzne oblasti bežného života.

Výskumný tím pre umelú inteligenciu v spoločnosti Google trénuje a školí obrovskú neurónovú sieť a buduje „najviac humánnu chatboot“, aký kedy bol, familiárne zvaný Meena. Vytvára ho na báze dát 341 gigabajtov diskusií stiahnutých zo sociálnych médií, pričom systém pracuje s vyhodnocovaním miliardy parametrov.

Korporácie vs regulátori

Regulačné orgány a zákonodarcovia a tým aj občania ešte v tejto chvíli ťahajú za kratší koniec. GDPR smernica síce určuje pokuty, ale nemá plán, ako sa vyrovnáť s umelou inteligenciou. Nastoľuje rámec a povinnosti, ale nedokáže zjednotiť výklad v rôznych štátoch a rôznych regulátorov, i keď sa o to nariadením veľmi snažili. A úplne najhoršie? Nedokáže prinútiť rozmyšľať tých, ktorí sú ľahostajní alebo jednoducho leniví.

* The Insight Partners, 2019