

Ne add el a személyes adataidat!

A lehető legrosszabb és rendkívül veszélyes ötlet, hogy az adathegyeket összelapátoló techcégek fizessenek a felhasználók személyes adataiért, véli az EFF.



Nagyon rossz hely lenne a világ, ha a techcégek jutalékot fizetnének a felhasználók adataiért – véli egy elemzésében az EFF (Electronic Frontier Foundation) nemzetközi digitális jogvédő szervezet. Az EFF nem véletlenül foglalkozik a témával: az utóbbi időben egyre gyakrabban kerül elő az ötlet.

Volt olyan startup, amely ezt az üzleti modellje részévé is tette, de az adatporszívózást nagyban üzökkel kapcsolatban is rendre felmerül az ötlet. Az AT&T például 5–10 dollár számlakedvezményt adna azoknak a felhasználóknak, akik vállalják célzott reklámok megnézését a telefonjukon.

Végleg kinyírná a személyes életterünket

Az EFF álláspontja egyértelmű: ellenzi egy ezt segítő szabályozás elfogadását. Ha a techcégek fizetnek, onnantól semmi sem védi a felhasználót. Egy ilyen döntés hosszabb távon lényegében a magánélet mai fogalmának olyan átalakulását hozná, ami csak a vállalatoknak előnyös. A magánszféra onnantól kezdve ugyanis nem elidegeníthetetlen jog, hanem árucikk lesz – írja Hayley Tsukayama, a szervezet jogi aktivistája. Ahogy a

szólásszabadság, úgy ez sem lehet árucikk, hoz párhuzamot a szerző.

Maga a helyzetértékelés, amire az adatjutalék ötlete mint megoldás felmerült, amúgy helyes: az ún. big techek egyre nagyobb formális és informális hatalomra tesznek szert a náluk gyűlő adatvagyon következtében – sokszor az adatok eredeti tulajdonosai rovására. Az egyensúlytalanságot azonban egy ilyen megoldás nem csökkentené, és a legkiszolgáltatottabbakat hozná még nehezebb, míg a vállalatokat még jobb helyzetbe.

Először is az ő kezükben van az adatok értékének meghatározása. Helyzetükből adódóan leginkább a vállalatok tudhatják, mennyi haszon nyerhető ki az adatokból, ám értelemszerűen abban érdekeltek, hogy minél kevesebbet fizessenek értük. Az EFF szerint az sem jó, ha egy kormányzati testület feladata az érték meghatározása, hiszen az elsőleges információforrás a döntéshez akkor is a majdani felhasználó cég.

Az is érdekes kérdés, hogy mi tesz értékessé egy adatot? Önmagában egyik adat sem használható, de minél több adatforrást lehet összekapcsolni, annál jobban közelít a felhasználóról adatelemzéssel kialakított kép a valóságoshoz (profilozás), és annál pontosabban lehet eljuttatni hozzá olyan hirdetést, ami el is éri a célját. De nem csak a konkrét személyekhez köthető adatok értékesek, hanem a statisztikai elemzésekhez használt anonim adatok is, ami tovább bonyolítja a helyzetet, hiszen nem elég csak a személyes adatokra koncentrálni.

Nem ugyanaz a mércéje a vállalatnak és az egyénnek

Amikor a vállalatok az adatok értékét megbecsülik, akkor kiindulhatnak például az egy felhasználóra jutó bevételéből. Ez azonban még a Facebook esetében is pár fillér: *Zuckerbergék* bevétele 2019-ben 69 milliárd dollár volt, felhasználónként 7 dollár. Ebből jó esetben néhány cent jutna a felhasználóknak.

nálóinak. Cserébe viszont a Facebook azt csinálhatna az adatokkal, amit csak akarna.

Ez nevetséges ár. Sőt ma már a nem nyilvános adatok, például a geolokációs információk is fillérekért cserélnek gazdát. Abba pedig a legtöbben nem gondolnak bele, hogy milyen nagyon is konkrét veszélynek teszik ki magukat azzal, ha átadják az adataikat. Azt például bármikor elárulja valaki, hogy hova járt középiskolába, és azt gondolja, ez az adat értéktelen. De ha ez az adat belekerül egy olyan adatbázisba, amit a bankja is használ, máris sok pénzt jelenthet: például a bank elutasíthatja a jelzálog-hiteligényét, mert az adat alapján kocká-

zatosnak ítéli a hitelfolyósítást (rossz környéken járt középiskolába az illető).

Az „adatjutalék” valószínűleg azok számára lenne vonzóbb, akiknek még a pár cent is számít, azaz világszerte a legszegényebbeknek, legkiszolgáltatottabbaknak, akik ezáltal válnak még kiszolgáltatottabbá.

Forrás: <https://bitport.hu/ne-add-el-a-szemelyes-adataidat>

Válogatta: Fonyó Istvánné