



vodafone

Češi jsou v otázce „big data“ skeptičtí – bojí se o své osobní údaje a nedůvěřují státu. Důvěru dávají zdravotnickým organizacím a populárním značkám.

Praha 18. ledna 2016 Vodafone Institut pro výzkum společnosti a komunikace zveřejnil výsledky rozsáhlého průzkumu v oblasti získávání a využívání rozsáhlých objemů dat („big data“) v souvislosti s ochranou soukromí uživatelů na internetu. Češi jsou podle výzkumů nedůvěřiví, zejména ve vztahu ke státnímu aparátu, a naopak přikládají velkou váhu dobrému jménu slavných značek.

Vodafone Institut pro výzkum společnosti a komunikace (Vodafone Institute for Society and Communications) zjistil, že evropští uživatelé internetu pochybují o přínosu zpracování „big data“ pro společnost i uživatele samotné. Hlavním zdrojem skepse je nedostatek informací o nakládání s citlivými údaji a omezená možnost jednotlivců o zpracování dat spolurozhodovat.

V rámci výzkumu, který v září pro Vodafone Institut provedla společnost TNS v osmi evropských zemích včetně České republiky, odpovědělo pouze 32 procent respondentů, že „big data“ přináší pozitivní efekty. Polovina dotázaných naopak uvedla, že negativa spojená se zpracováním velkého objemu osobních dat převažují, a **17 procent** respondentů nemá v této otázce jasno. V České republice byly odpovědi podobné – **31 procent** dotázaných vidí potenciální přínosy, ale **55 procent** je přesvědčených, že nevýhody převažují.

Češi jsou ve srovnání s evropským průměrem a zejména s Iry a Brity méně informovaní o tom, kdo a jakým způsobem s jejich osobními daty nakládá. Stejně jako ostatní Evropané jsou pak Češi nejcitlivější na prodej osobních dat třetím osobám – to by mělo být zakázané podle **73 procent** respondentů z ČR.

Hlavní výsledky průzkumu:

- **10 procent** Čechů ví, kdo a kde uchovává jejich osobní údaje, zatímco evropský průměr je dvojnásobný;
- **30 procent** Čechů věří, že státní orgány respektují jejich soukromí – nejméně ze všech osmi sledovaných zemí;
- **24 procent** Čechů věří, že firmy respektují jejich soukromí, evropský průměr je 26 procent;
- **61 procent** Čechů by raději platilo za online služby, než aby umožnilo komerční využití svých osobních údajů – evropský průměr je 55 procent;
- **11 procent** Čechů získává informace o zpracování dat čtením právních upozornění a podmínek online služeb.

Uživatelé z České republiky se ve většině odpovědí příliš neodlišují od evropského průměru, ale v oblasti důvěry podle typu organizace, která data zpracovává, vykázali respondenti z České republiky zásadní odchylku: **Hodně věří známým značkám.**

K získání důvěry při zpracování dat stačí **57 procentům** Čechů silná značka organizace. To je téměř dvojnásobek evropského průměru. Nejskeptičtější vůči síle značky jsou uživatelé v Holandsku (22 procent) a v Německu (24 procent).

Češi také při zpracování dat výrazně více věří zdravotnickým organizacím, pojišťovnám, bankám i svým zaměstnavatelům. Například **73 procent** respondentů z ČR by dalo své zdravotní údaje k dispozici pro statistické analýzy a výzkum v anonymizované podobě. Evropský průměr je přitom 61 procent a stejný souhlas by udělilo pouze 42 procent dotázaných v Německu.

Celá polovina Čechů také věří, že s jejich daty správně zachází zaměstnavatel. V evropském průměru má ale stejný názor jen 36 procent respondentů a pouze 28 procent Francouzů a Italů.

Z výsledků je také patrné, že uživatelé jsou ochotnější sdílet své osobní údaje, když je zřejmé, jaký z toho budou mít přínos:

- **59 procent** respondentů z ČR by zpřístupnilo svá identifikovatelná zdravotní data, pokud by to pomohlo s léčbou onemocnění;
- **71 procent** Čechů uznává přínosy chytrých termostatů, protože pomáhají chránit přírodní zdroje díky nižší spotřebě;
- **64 procent** respondentů z ČR by umožnilo výrobcům navigací přístup k datům potřebným pro zajištění personalizovaného dopravního zpravodajství a navigace.

Větší ochotu uživatelů ke sdílení osobních údajů za účelem zpracování může podle respondentů výzkumu zajistit zejména lepší komunikace poskytovatelů služeb a zpracovatelů dat. Ti by se měli vyhnout komplikovaným smluvním podmínkám psaným malým písmem, měli by zveřejnit informace o tom, kde se data ukládají a zpracovávají, a měli by umožnit nastavení ochrany soukromí v rámci nabízené služby.

Plný text výzkumné zprávy včetně výsledků za jednotlivé země najdete na <http://www.vodafone-institut.de/researcharticle/transperency-and-user-control-critical-to-success-of-big-data/>.

Vodafone Institut pro výzkum společnosti a komunikace a Data-Pop Alliance pořádají k tomuto tématu diskusi "Big Data: Key to the Future or the End of Privacy", která se koná 25. ledna 2016 v Bruselu. Více informací na

<http://www.vodafone-institut.de/event/big-data-key-to-the-future-or-the-end-of-privacy/>.

Více informací o Vodafone institutu najdete na stránkách <http://www.vodafone-institut.de/>.

O Vodafone Czech Republic

Mobilní operátor Vodafone Czech Republic je od roku 2005 součástí jedné z největších telekomunikačních skupin na světě Vodafone Group. V České republice poskytuje služby více než třem milionům zákazníků. Od roku 2007 přináší Vodafone komplexní telekomunikační služby pro firemní zákazníky prostřednictvím řešení Vodafone OneNet a nyní provozuje více než milion firemních SIM karet. V roce 2012 byl Vodafone prvním operátorem na českém trhu, který začal účtovat hovory po sekundách. O rok později Vodafone představil Turbo Internet a začal rychlým mobilním internetem pokrývat venkov a menší města. V současnosti nabízí nejrychlejší a nejrozšířenější síť mobilního internetu na tuzemském trhu. Aktuálně se Vodafone soustředí na rozšiřování LTE do všech koutů České republiky. V souladu se svými CSR aktivitami se Vodafone začátkem roku 2015 přestěhoval do nové, ekologické centrály ve Stodůlkách. Jeho Nadace Vodafone již rozdělila více než 160 milionů korun a letos nově vyhlašuje cenu Rafael pro neziskové organizace, které příkladně využívají IT ke zlepšení kvality života handicapovaných. Více informací na www.vodafone.cz.