

ELÁSOTT KINCSEK KEVÉS A HASZNA:  
AZ ADATKERESKEDELEM ÉS AZ ÜZLETI  
ADATTUDATOSSÁG DISSZONÁNS KARCOLATA

## Hosszú út vezet a hétköznapi adatkupacból az értékes adatvagyonhoz



A jól ismert közmondás közel kiválóan vázolja azt a helyzetet, ami az adattudatosságot jellemzi a hazai céges berkeken belül. Természetesen tisztelet a kivételnek, ám egyelőre inkább a szorgos gyűjtögetés mintsem az adatkincs feltárása a tendencia, az viszont bizakodásra ad okot, hogy a cégek érzik, hogy rábukkantak valami igazán értékesre. Adatbróker-ség, adatkereskedelem, filléres profilok, cégszintű adatfelhasználás, adatvagyon, digitális személyiség – a bitek, a nullák és egyesek mélyére ástunk, aminek mélyén utópisztikus világra leltünk.

Arany, kőolaj, kincs, gyémánt, Szent Grál – manapság a legnagyobb elemzőházaktól kezdve a tradicionális sajtó utolsó neves képviselőiig ezekkel a kifejezésekkel illetik az adatot, ami a 21. században az egyik legértékesebb dologgá nőtte ki magát. A pátozos retorikai hangulatkelésen túl a minden napra jutó szalagcímek is azt harsogják az olvasó arcába, hogy bizony a XIV. Lajos világhírű gyémántja a maga felbecsülhetetlen történelmi mivoltával elbújhat egy napi business adathalmaz mögött. Legalábbis, ha az üzleti oldalát szemléljük. Számszerűsítve ugyanis évi több mint 200 milliárd milliárdos bizniszről beszélünk. Viszonyításként a Facebook évente 70 milliárd dolláros bevételt hoz, és a globális faipar is „csak” 270 milliárdból gazdálkodik.

## Digitális személyiségünk és az abból összeálló üzleti adathegyek potenciálja

Az elmúlt évtizedben bitek szintjén éltük az életünket, ez a tendencia pedig csak egyre erősödik, ahogy beljebb haladunk a kétezres évekbe.

A legtöbb cég és magánszemély élete leképeződik az információs rendszerekbe, valamilyen szinten már adatvagyonná válik. S míg a legtöbb szervezetnél száz éve fizikai értelemben történt a termelés, és maga a gyár, az ott előállított termék volt az érték, és ez adta a vagyont, addig a jelenkori értékteremtés átköltözött a virtuális térbe, és immateriális dologgá vált. Ezért is nehezebb kézzelfoghatóvá tenni, mert az értéket most nem egy páncélszekrény őrzi, hanem jobb esetben az adatközpont.

De nem is kell feltétlenül az adatközpontig elmenni, hiszen a mindennapi munka során is perceként ütköznek a munkavállalók olyan adatokba, amelyek a céges adatvagyonot gazdagítják. Egy Excel-file, egy Word-dokumentum, egy email vagy annak a csatolmánya, netán egy kinyomtatott papír is telis-tele van olyan értékkel, amely az avatatlan szemnek láthatatlan.

„Az elmúlt években gyakorlatilag csak begyűjtötték az adatokat, viszont most kezd tudatosulni a szervezetekben, hogy az az információs adatvagyon, amelyen ülnek, rendkívül értékes.

Cégmérettől, működési tevékenységtől függően százmilliós vagy milliárdos nagyságrendet is képviselhet. A védelmi rendszert is ennek megfelelően kell kialakítani. Lehetne az adatokat jobban strukturálni, sokféle módon vannak elmentve akár analóg, akár digitális formában az egyes rendszerekben, és emiatt az adatgazdálkodás hatékonysága sem megfelelő. Ahhoz, hogy az adatkucapból érték legyen, újfajta képességrendszerrel kell kialakítani. Ennek eredménye, hogy tudunk majd elemezni, de újra kell gondolni az informatikai háttérrel, adatszerkezeteket, meg kell támogatni »BI« megközelítésmóddal, az adatokat tisztázni kell, és olyan formába kell hozni, hogy abból elemzést lehessen készíteni. A szemléletváltás és a szervezeti átalakítás akár több hónapba, évbe is beletelhet, elvégre évtizedek alatt begyűjtött adathegyekről van szó”, fejtette ki *Balogh Turul*, az ITBN kiberbiztonsági szakértője, adatvédelmi tisztviselője.

Eddig az elmúlt években gyakorlatilag csak begyűjtötték az adatokat, viszont most kezd tudatosulni a szervezetekben, hogy az az információs adatvagyon, amin ülnek, rendkívül értékes. A védelmi rendszert is ennek megfelelően kell kialakítani!

## Az adathörcsőség és a kiszivárgott adatok összefüggése

„Minden szervezetnek tisztában kell lennie azzal, hogy milyen adatot kezel, melyik folyamatban, és az milyen rendszeren halad át, mennyi időre tároljuk, milyen céllal, jogalappal és kinek továbbítjuk. Az adatvagyonnál az is nagyon fontos, hogy ne csak begyűjtsük, hanem osztályozzuk is. Ha megvan az adatvagyon-leltár, akkor érdemes kijelölni minden adatokról felelősségét, vagy megnevezni az adott felelősségi kört, amelyhez az adat életútjának nyomon követése tartozik”, tette hozzá *Balogh Turul*.

Ugyanis a kezeletlen adatkucap felhalmozása mellett szintén komoly problémát jelent a hazai cégekre jellemző „adathörcsőség”, azaz, hogy tetemes mennyiségű adatot, metaadatot tárolnak el a végtelenségig, mondván „Jó lesz a' még valamire”.

S az a helyzet, hogy nehéz azt megindokolni, hogy miért ne tároljanak el mindent, amikor fillérekből megoldható.

„Sok esetben tapasztaljuk, hogy adattörlés általában csak akkor következik be, ha drágul az adattárolás, és nem azért, mert nincs rá szükség. A korlátlan és átgondolatlan adattárolás, »adathörccsőség« jellemzi azokat a cégeket, amelyeknél az adatok osztályozása és használati, tartalmi alapokon történő besorolását nem oldják meg. Ezért nagyon fontos a szabályzás, és a GDPR valamilyen formában meg is oldja az adattárolás aggályosabb vonatkozásait, de jogszabályi szintre kellene emelni az adatgyűjtés korlátlanágának visszaszorítását, mert a nem megfelelő osztályozással együtt akár alapvető jogokat tud sérteni”, fejtette ki véleményét *Horváth Tamás*, a Brightdea ügyvezetője, CISSP.

De nemcsak a jogi következmények miatt nem érdemes felhalmozni az adatot, hanem azért sem, mert a kibertérben léteznek erre specializálódott támadások, amelyek adatszivárgáshoz, rosszabb esetben a személyes és üzleti adatok fekete piacon való árulásához vezethetnek. Jelenleg mintegy 9,7 milliárd fiók-jelszó páros kering a neten védtelenül.

Szétválasztani a digitális és analóg személyiséget nem magától értetődő, és legtöbben tudatában sincsenek annak, hogy a két világ teljesen más keretek között működik: az egyikben az út során elszórt morzsát a galamb felcsipegeti a mielőtt más rátalálna, de a másikban lépteinket nem tudjuk elfedni, minden kattintásunk metaadatként épül be a rólunk készült több tízezer adatot tartalmazó profilba.

## Mennyit ér egy ember? Avagy a milliókat szakító adatbrókerek históriája

Az internetes fekete piacon adatokkal kereskedő rosszfiúk mellett az adatbrókerek is képviseltetik magukat, akik teljesen legálisan árulják az adatokat. Habár a történet nem ilyen egyszerű.

„Ami a dark weben zajlik adatkereskedelem címszó alatt, semmi ahhoz képest, ami a szürke zónában zajlik. Erről viszont nagyon kevesen hajlandók beszélni még akkor is, ha legális módon értékesítik az adatokat. Ez valahol érthető, hiszen senki nem akar azzal büszkélkedni, hogy adott esetben hány dollárért árul több ezer adatot tartalmazó profilokat. Nem szívesen ismeri be senki, hogy pár dollárt ér egy ember, mert ez eléggé rosszul hangzik. Persze, az profilozott, előszűrt adatoknak előnyei is vannak, hiszen a vásárló cégek akár minden ügyfélre testre szabhatják kínálatukat”, fejtette ki *Keleti Arthur* kibertitok-jövőkutató,

az Önkéntes Kibervédelmi Összefogás, a KIBEV elnöke. Vannak nagy szereplői a piacnak, akik maguk gyűjtenek adatot, és maguk használják fel, egészítik ki, profiloznak. Ilyen például a Facebook, az Google vagy épp az Amazon. De ez csak egy kategória, az adatbróker-világ jóval több rétegből áll. Például ott vannak az üzleti adatgyűjtők, akik hihetetlen mennyiségű üzleti adatot szednek össze, ezeket kezelik, és továbbadják, természetesen ők is profiloznak. Aztán van a marketingadat-gyűjtők rétege, és vannak azok a szereplők, akik aggregáló feladatot látnak el.

Van az adatbrókerségben egy morális gát, hogy mit enged meg az adatvédelem, de az a helyzet, hogy minél inkább célzott ajánlatokat, testre szabott terméket kíván értékesíteni egy cég, annál szélesebb az adatspektrum, a szemszíntől a tervezett házasságon át a pénztárcában lapuló utolsó forintig minden adatra szüksége van.

## Múltidéző jelen: a modern kori redlining és az egyedi tömegtermelés közeledése?

„Egy-egy emberről bőven képződik tízezer adat, az erre specializálódott cégek pedig félelmetes mennyiségű adatot képesek tárolni, akár több tízezer profilozó adatuk is lehet egyetlen személyről, ami sok tízezer szerveren tárolódik a világ minden pontján. Sokan tartanak is a profilozástól, konkrétan attól, nehogy az adatgyűjtéssel, a mesterséges intelligencia túlzott használatával és a kódolással visszaálljon az '50-es évek Amerikájában egy évtizedet megélt »redlining« jelenség, ahol a vörös csík egyik oldalán például előnyösebb hitelhez, míg a másikon semmilyen forráshoz nem jutottak az emberek”, fejtette ki *Keleti Arthur*.

Egy-egy profilozó cég akár kétszáz etnikumi besorolást is alkalmaz, „mindent is” tudnak az emberről, a vágyait, a gondolatait, még azt is, hogy mit fog enni másnap reggel. Egy ilyen jellegű komplex tudáskészlet, profil pedig jócskán elegendő ahhoz, hogy mindenféle hús-vér kiigazítás nélkül az ember feje felett a jövőjét befolyásoló döntések születessenek – de ahhoz is elég, hogy elérkezzen a tökéletes egyedi tömegtermelés kora.

Noha a fizikai termelés még emögött a trend mögött jár, komoly átalakulás tapasztalható. Elvégre minél egyedibb, minél inkább az adott személy igényét elégíti ki, annál jobb. Ehhez szükséges a jó profilozás, amivel gyakorlatilag a fogyasztó nyitott könyv a cég előtt, amely előbb fogalmazza meg a vásárló vágyait, mint saját maga.

## Jövőkép a tudatos adatprofilozás égisze alatt – Hungarian edition

„A hazai cégek nem túl jók az adatprofilozásban. Kevesen foglalkoztatnak adattudóst, profiloznak vagy dolgoznak fel rendesen adatot. Merthogy az, hogy ismeri az ügyfele nevét, email címét, esetleg van CRM-je vagy csinált pár fókuszcsoporthoz tartozó kutatást





FORRÁS: WA SHINGTONPOST.COM

nem egyenlő az adatalemzéssel és profilozással. Viszont ebből adódik a kérdés, hogy nem ismerik fel a kincset, amin ülnek?”, tette fel a költői kérdést Keleti Arthur.

Az adatfeltérés és bizalmatlanság a fogyasztók sajátossága idehaza, ami a fenti gondolatsor mentén haladva érthető, hiszen ki tudja, hogy hol kötnek ki a féltve őrzött személyes adataik. Noha a GDPR keretbe foglalja a személyes adat-védelmét, még akadnak hiányosságok.

„Főként a kkv és a nagyvállalati méretnél derül ki hamar az, ha nem adatvérezelt a szervezet. Az adattudatosságot mindenképp magasabb szintre kell emelni a cégek és a magánszemélyek esetében egyaránt, és nemcsak a jogszabályok miatt. Ennek az egyik megoldását az oktatásban látom, amely jelenleg le van maradva a gyakorlatban alkalmazott technológia és napi használati eszközök tanrendbe iktatásával. Sőt, sajnos az IT-oktatásban sem

foglalkoznak megfelelően ezekkel a kérdésekkel. Azt várjuk el egy általános iskolástól, hogy készségi szinten használja az okoseszközt, de emellett kevés olyan család van, ahol az adatvédelem és az adattudatosság jelen van. Egyszerűen muszáj bevinni mindezt az oktatásba és a köztudatba”, fogalmazta meg Horváth Tamás.

De végtére is mi marad nekünk felhasználóknak, akik néhány dolárban mérhető eladási tételt jelentenek az internet sötét oldalán tevékenykedő adatbrókernek? A tudatosság, későbbiekben pedig egy olyan alkalmazás vagy program, ami segít abban, hogy minél kisebb digitális nyomot hagyjunk az internet bitfelhőjében és figyelmeztet arra, hogy napi szörfölésünk során hány adatmorzsát hagytunk magunk mögött. De addig is marad a tudatosság!

*Kiss Franciska*