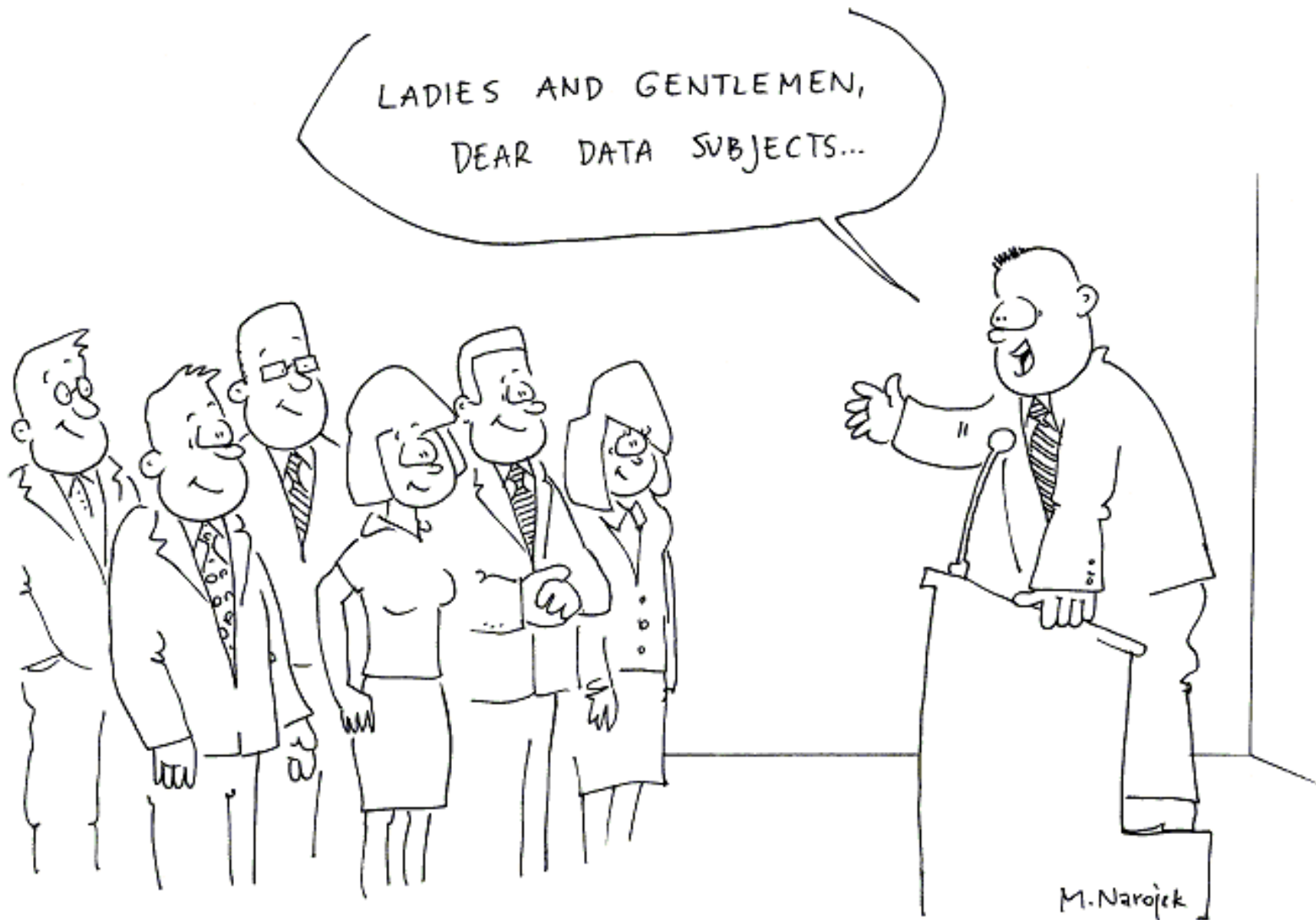


BIG DATA W ŚWIECIE INTERNETU PRZEDMIOTÓW

Dr WOJCIECH WIEWIÓROWSKI
Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych,
Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Gdańskiego

Warszawa,
28 stycznia 2014 r.

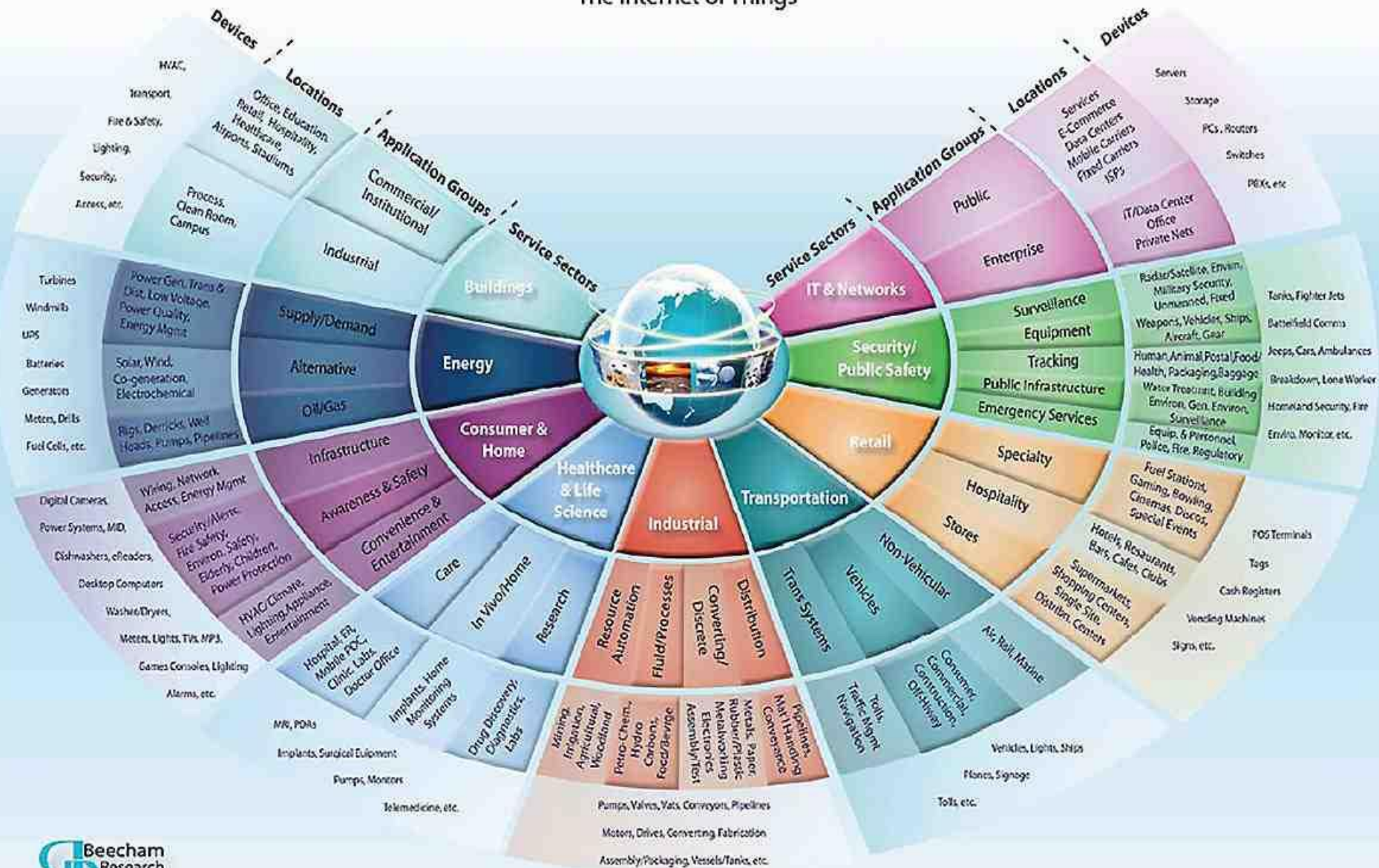
Generalny Inspektor
Ochrony Danych Osobowych
ul. Stawki 2, 00-193 Warszawa
www.giodo.gov.pl
kancelaria@giodo.gov.pl



INTERNET PRZEDMIOTÓW (Internet rzeczy)

- *Globalna infrastruktura sieciowa łącząca fizyczne i wirtualne obiekty poprzez zbieranie danych i wykorzystywanie środków komunikacji elektronicznej. Taka infrastruktura obejmuje istniejące połączenia i dąży do rozwoju Internetu i innych sieci. Zamiarem podmiotów budujących ją jest oferowanie szczegółowej identyfikacji obiektów, sensorów i możliwości połączeń jako bazy do rozwoju niezależnych wspólnych lub społecznych usług i aplikacji . Charakteryzować będzie się to wysokim stopniem autonomii zbierania danych, informowania o zdarzeniach, łączności w sieci i interoperacyjności.*

The Internet of Things



The Internet of Things

The Internet is evolving, again. Every day billions of people connect to the Internet through billions of devices - PCs, smartphones and TVs to name just a few. While the PC remains at the center of this evolution, Internet connectivity is now embedded into more fitness equipment, factory robots and washing machines. This smarter, connected world has the potential to change how we live.

Here, Intel has produced a quick snapshot of how the number of connected devices has exploded since the birth of the Internet and the PC, as well as a glimpse forward to 2020. The Internet may already be huge, but it's about to get a lot bigger.



31 billion devices connected to the internet
8.4 billion people by 2020

15 Billion

5 Billion

2 Billion

73,047,785

313,000

188

13

0

2020

2010

2000

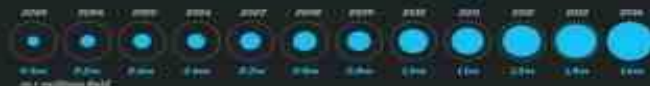
1990

1980

1970

1960

More than one million PCs sold every day



80% of all PCs shipped today have **Intel Inside**



The data referenced in this document came from a variety of sources. For a full list please visit www.intel.com/internetthings. Intel is a trademark of Intel Corporation or its United States or other country subsidiaries. Other names and brands may be claimed as the property of others.



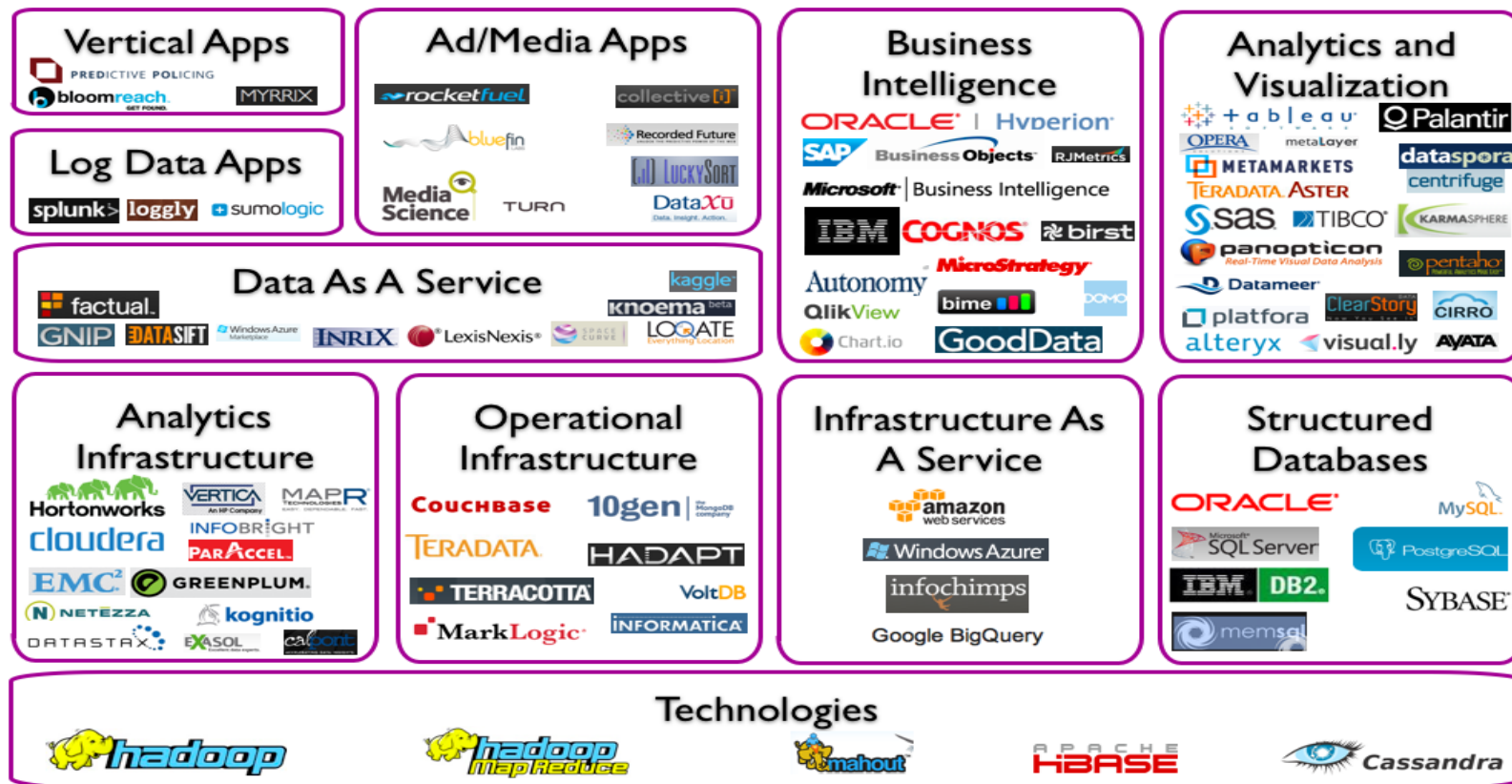
Internet Przedmiotów

Intel 2011

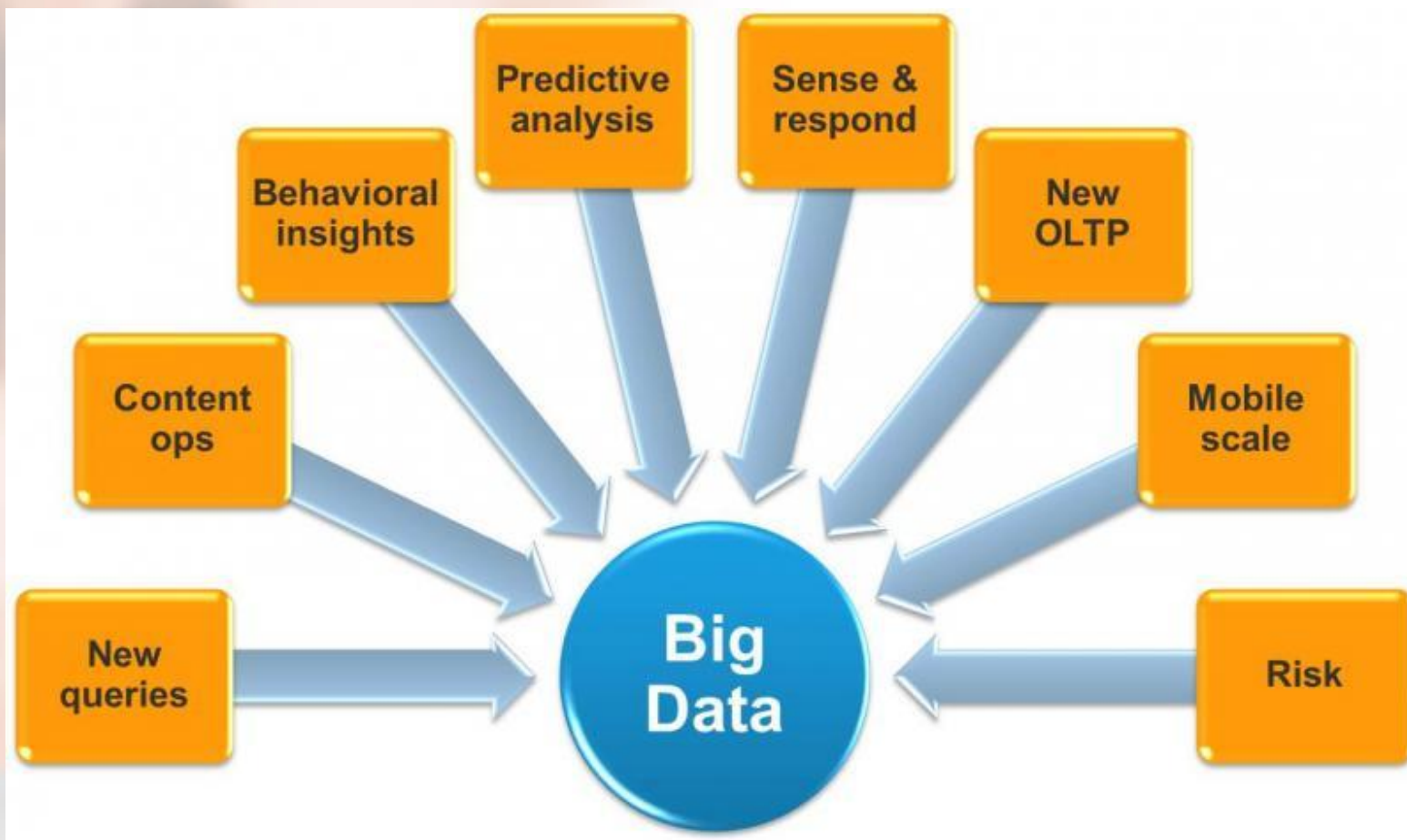
<http://visual.ly/internet-things>

DLACZEGO POKOCHAMY BIG DATA MIŁOŚCIĄ BEZGRANICZNĄ

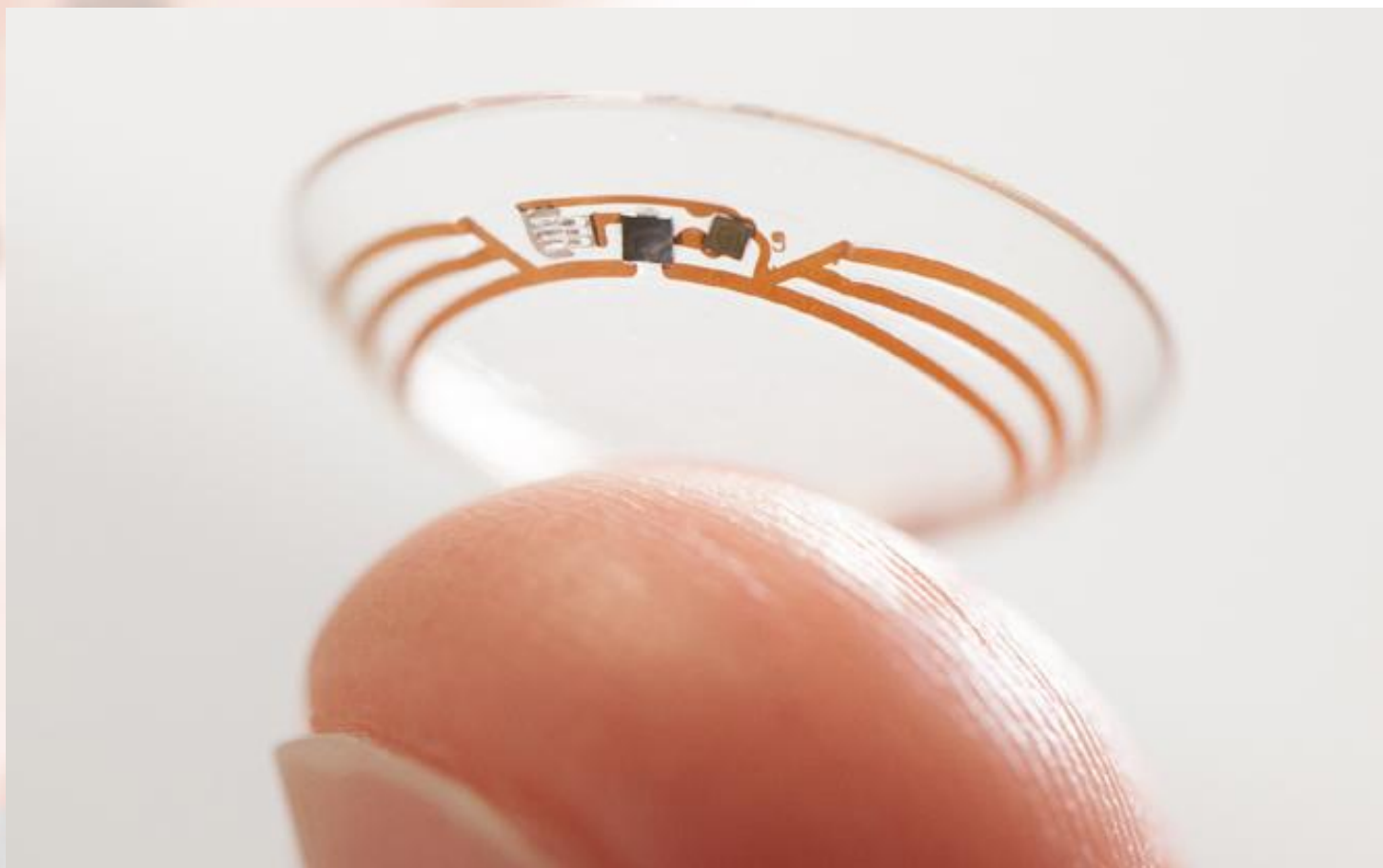
Big Data Landscape



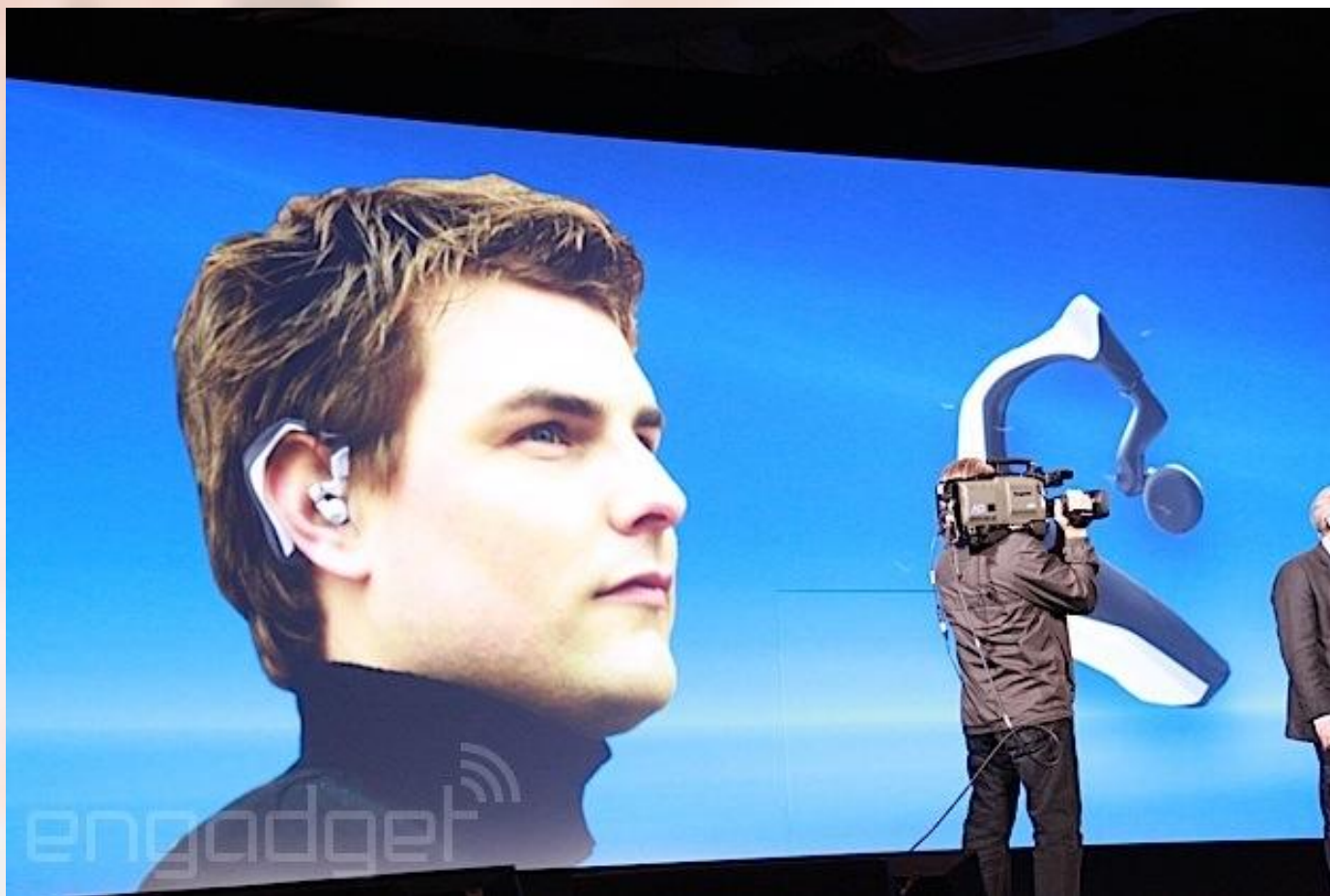
DLACZEGO POKOCHAMY BIG DATA MIŁOŚCIĄ BEZGRANICZNĄ



DLACZEGO POKOCHAMY BIG DATA MIŁOŚCIĄ BEZGRANICZNĄ



DLACZEGO POKOCHAMY BIG DATA MIŁOŚCIĄ BEZGRANICZNĄ



Warszawa,
28 stycznia 2014 r.

DLACZEGO POKOCHAMY BIG DATA MIŁOŚCIĄ BEZGRANICZNĄ



KONSTYTUCJA RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

(art. 47)

Każdy ma prawo do ochrony życia prywatnego, rodzinnego, czci i dobrego imienia oraz do decydowania o swoim życiu osobistym.

KONSTYTUCJA RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

(art. 51)

1. *Nikt nie może być obowiązany inaczej niż na podstawie ustawy do ujawniania informacji dotyczących jego osoby.*
2. *Władze publiczne nie mogą pozyskiwać, gromadzić i udostępniać innych informacji o obywatelach niż niezbędne w demokratycznym państwie prawnym.*
3. *Każdy ma prawo dostępu do dotyczących go urzędowych dokumentów i zbiorów danych. Ograniczenie tego prawa może określić ustawa.*
4. *Każdy ma prawo do żądania sprostowania oraz usunięcia informacji nieprawdziwych, niepełnych lub zebranych w sposób sprzeczny z ustawą.*
5. *Zasady i tryb gromadzenia oraz udostępniania informacji określa ustawa.*



PROFILOWANIE



PROFILOWANIE

„Profil” oznacza zestaw danych charakteryzujący kategorię osób, który ma zostać zastosowany odniesieniu do danej osoby.

„Tworzenie profili” oznacza automatyczne przetwarzanie danych polegające na analizie i przewidywaniu osobowości lub niektórych aspektów dotyczących osoby fizycznej, w szczególności analizie i przewidywaniu w zakresie zdrowia osoby, jej sytuacji ekonomicznej, zachowania w pracy, preferencji lub zainteresowań osobistych, wiarygodności, zachowań, miejsca pobytu i jego zmian.



PROFILOWANIE

Tworzenie profili, wg Grupy art. 29

Istnieją dwa podstawowe podejścia do tworzenia profili użytkowników:

*i) **Profile predykcyjne*** tworzy się w drodze wnioskowania na podstawie obserwacji indywidualnego i zbiorowego zachowania użytkowników w czasie, w szczególności poprzez monitorowanie odwiedzanych stron oraz reklam, które użytkownik wyświetla, lub na które klika.

*ii) **Profile jawne*** tworzy się na podstawie danych osobowych przekazywanych w ramach usługi sieciowej przez same osoby, których dane dotyczą, np. podczas rejestracji. Wspomniane podejścia można łączyć. Ponadto profile predykcyjne mogą stać się jawne później, kiedy osoba, której dotyczą dane utworzy dane logowania dla danej strony internetowej.

Patrz: Opinia Grupy art. 29 nr 2/2010 w sprawie internetowej reklamy behawioralnej przyjęta dnia 22 czerwca 2010 r., pkt 2.3., str. 8

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ