

OSKAR SZUMSKI

oskar.szumski@uw.edu.pl

*Kierunki rozwoju e-government w kontekście zachowań
społeczeństwa w odniesieniu do prywatności*

Trends in Development of E-Government in the Context of Social Behaviour in Relation to Privacy

Słowa kluczowe: e-usługa; prywatność; e-government; e-usługi dla obywateli

Keywords: e-service; privacy; e-government; e-services for citizens

Kod JEL: O35; O38

Wstęp

Rozwój rozwiązań e-government osiągnął w Unii Europejskiej dojrzałość, dlatego dalsze zmiany związane ze świadczeniem e-usług przez administrację publiczną będą związane z przesuwaniem granicy prywatności obywateli tak, by świadczyć usługi proaktywne. Kierunki tych zmian można zaobserwować już teraz, analizując postawę studentek i studentów do mediów społecznościowych. Ich przyzwyczajenia i wzorce zachowań będą w niedalekiej przyszłości definiowały co jest dozwolone lub wymagane przez obywatela/użytkownika systemów e-government. Można postawić tezę o całkowitej otwartości użytkowników portali takich, jak Facebook czy Snapchat. Jeśli w domyśle dostawca e-usługi portalu społecznościowego jest właścicielem danych, które generują użytkownicy, to nie powinno przeszkadzać szersze przetwarzanie prywatnych danych przez administrację publiczną, w myśl zasady im więcej danych dotyczących obywatela można przetwarzać, tym lepsze/bardziej dopasowane e-usługi można świadczyć.

Zgodnie z art. 8 Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, dotyczącym prawa do poszanowania życia prywatnego i rodzinnego, „niedopuszczalna jest ingerencja władzy publicznej w korzystanie z tego prawa, z wyjątkiem przypadków [...] koniecznych [...] z uwagi na bezpieczeństwo państwowe, bezpieczeństwo publiczne lub dobrobyt gospodarczy kraju, ochronę porządku i zapobieganie przestępstwom, ochronę zdrowia i moralności lub ochronę praw i wolności innych osób”. W wymienionym zakresie możliwe jest ingerowanie w prywatność obywateli, co przy masowym korzystaniu z mediów elektronicznych sprawia, że potencjalnie każda osoba podlega nadzorowi i kontroli.

1. Cel badania

Celem badania jest analiza tego, w jaki sposób osoby młode i będące użytkownikami mediów elektronicznych podchodzą do kwestii prywatności. Bazując na uzyskanych wynikach, zostanie przedstawiony zakres ingerencji w prywatność akceptowany przez użytkowników mediów społecznościowych. Będzie to podstawą do dalszych analiz możliwości rozwoju e-usług świadczonych przez administrację publiczną.

2. Pytania badawcze

Czy badani zmieniają swoje wzorce zachowań zależnie od tego, czy korzystają lub nie korzystają z mediów elektronicznych? Czy można wyznaczyć granicę pomiędzy prywatnością a życiem w sferze publicznej w odniesieniu do mediów elektronicznych?

3. Przegląd literatury

Według Internet World Stats liczba internautów na świecie na koniec 2014 r. wynosiła ponad 3 mld, a w samej Europie – ponad 580 mln, przy czym 398 mln w Unii Europejskiej [Internet World Stats, 2014b]. Odpowiednio w populacji internauci stanowili na świecie ponad 42% i ponad 70% w Europie (na obszarze EU – ponad 78%). W Polsce procentowy udział internautów w populacji był niższy od średniej europejskiej i wyniósł ponad 67% [Internet World Stats, 2014a]. Z perspektywy liczby osób korzystających z internetu nie istnieje dylemat, czy świadczyć e-usługi dla obywateli. Kwestią dyskusyjną pozostaje, w jakim zakresie dozwolone społecznie będzie korzystanie z informacji i danych generowanych przez obywateli.

Pojęcie prawa do prywatności w literaturze pojawiło się w latach 80. XIX w. w Stanach Zjednoczonych [Żygadło, 2011, s. 24]. Od tego czasu trwa debata nad

granicami prywatności i dozwoloną ingerencją w prywatność obywateli. W literaturze podejście do prywatności skupia się na analizie zagadnień historycznych, łącznie z odniesieniami do Biblii [Żygadło, 2011, s. 23], jak również na kwestiach aktualnych regulacji prawnych. W tym obszarze można wymienić analizy z zakresu ochrony prywatności między innymi osób wykonujących działalność publiczną [Zawadzka, 2013], pracowników [Wujczyk, 2012] czy obywateli przebywających w zasięgu systemów CCTV [Waszkiewicz, 2011]. Z perspektywy szybkiego rozwoju technologii ICT takie analizy są jednak zwykle opóźnione w stosunku do rzeczywistych wzorców zachowań internautów oraz nowych e-usług.

Spośród analiz dotyczących funkcjonowania serwisów internetowych oraz odniesień do prywatności można wymienić między innymi badania prowadzone pod kierunkiem W. Chmielarza [Chmielarz, Szumski, Zborowski, 2011].

4. Metodologia

W opracowaniu wykorzystano dane pierwotne i wtórne, pochodzące ze źródeł elektronicznych. Dane pierwotne to odpowiedzi na pytania ankietowe. Dane wtórne to dokumenty dotyczące wzorców zachowań użytkowników portali społecznościowych.

5. Techniki badawcze

Podstawową techniką badawczą zastosowaną w opracowaniu jest przeprowadzona ankieta, składająca się z 31 pytań. Przeprowadzono analizę odpowiedzi, które umożliwiły dokonanie oceny stopnia świadomości uczestników odnośnie prywatności.

6. Procedura uzyskania wyników

W pierwszym etapie skonstruowano ankietę badawczą. Następnie przeprowadzono analizę odpowiedzi z uwzględnieniem pytań ze sobą powiązanych. Umożliwiło to wskazanie obszarów, w których badane osoby wykazywały największą i najmniejszą wrażliwość na działania naruszające ich prywatność.

7. Analiza uzyskanych wyników

Badanie zostało przeprowadzone w dniach 25–29 maja 2015 r. Grupę badawczą stanowili studenci I roku studiów licencjackich Wydziału Zarządzania UW na kie-

runku DSFRiU. W ankiecie wzięło udział 128 osób, z czego 104 osoby wypełniły ją do końca. Do analiz przyjęto tylko ukończone ankiety.

Badanie składało się z 28 pytań merytorycznych oraz trzech pytań opisujących badaną osobę pod względem płci, wieku i miejsca, z którego pochodziła.

Pierwsze pytanie ankiety weryfikowało ogólną wiedzę ankietowanych związaną z korzystaniem z witryn internetowych. 90% badanych osób potwierdziło, iż zdaje sobie sprawę z gromadzenia w celach komercyjnych danych o zachowaniu użytkowników w sieci. Jest to dosyć interesujące, ponieważ przy innych pytaniach dotyczących wiedzy użytkowników o gromadzeniu i przetwarzaniu danych przez serwisy internetowe dużo mniejsza liczba ankietowanych udzielała odpowiedzi twierdzącej.

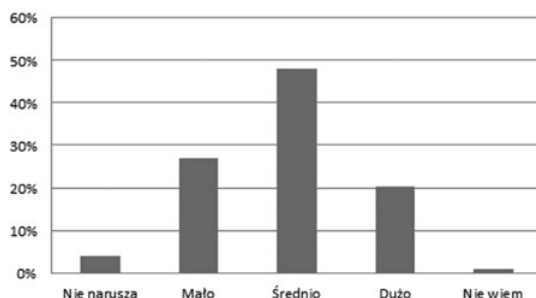
W drugim pytaniu sprawdzano, czy ankietowani traktują internet tak samo, jak przestrzeń publiczną (czy zachowują się, jak na ulicy lub w centrum handlowym). Zgodnie z wynikami 61% ankietowanych nie traktuje internetu jako przestrzeni publicznej. Może to prowadzić do zachowań nieakceptowanych społecznie lub – z powodu poczucia bezkarności – niezgodnych z prawem.

Trzecie pytanie dotyczyło modyfikacji zachowań internautów i weryfikowało, czy z powodu ochrony swojej prywatności lub z obawy o poufność swoich danych ankietowani zmienili swoje zachowania w internecie w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Odpowiedzi rozłożyły się po połowie. Jeśli w ciągu roku 50% ankietowanych zmieniło swoje zachowania w internecie, to jest to bardzo zastanawiające i może sygnalizować wzrost świadomości obywateli w kwestii prywatności. Na pewno warto w przyszłości dokonać analizy przyczyn takiego zjawiska.

Czwarte pytanie było związane z możliwością wykorzystania danych prywatnych przez firmy i instytucje z uwagi na łatwiejszy i bardziej wygodny dostęp do informacji i wiedzy. 62% ankietowanych nie wyraziłoby takiej zgody. Jest to interesujące, ponieważ przy pytaniu 13, dotyczącym gratyfikacji za udostępnienie danych prywatnych, tylko 27% badanych nie wyraziłoby takiej zgody.

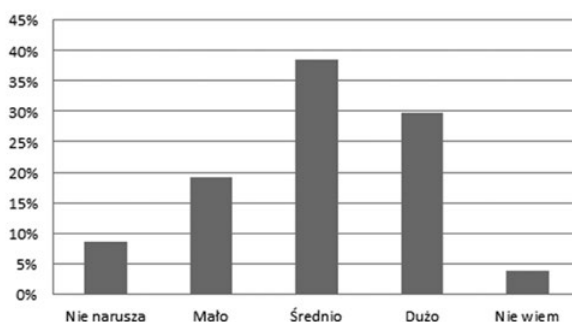
W piątym pytaniu odniesiono się do wpływu portali społecznościowych na prywatność. Spytano ankietowanych, w jakim stopniu korzystanie z portalu społecznościowego (np. Facebooka) narusza ich prywatność. Odpowiedzi są bardzo zbliżone do rozkładu normalnego, a prawie 50% respondentów (rys. 1) wskazało średni stopień naruszania prywatności. Można to zinterpretować jako oznakę problemu ankietowanych w ocenie tego zjawiska (np. w odniesieniu do wielokrotnych zmian regulaminu Facebooka).

Szóste pytanie odnosiło się do danych, które są udostępniane przy korzystaniu ze smartfona. 68% osób wskazało (rys. 2), że korzystanie z urządzeń przenośnych narusza ich prywatność średnio lub dużo. Jest to wyraźna większość ankietowanych, pomimo to nie wpływa to na zmniejszenie liczby osób korzystających ze smartfonów. Można na tej podstawie przyjąć, że nawet jeśli jakieś rozwiązanie techniczne będzie naruszało prywatność, to użytkownicy mogą się na nie zgodzić przy założeniu, że będzie przynosiło im korzyści.



Rys. 1. W jakim stopniu korzystanie z portalu społecznościowego (np. Facebooka) narusza prywatność ankietowanych?

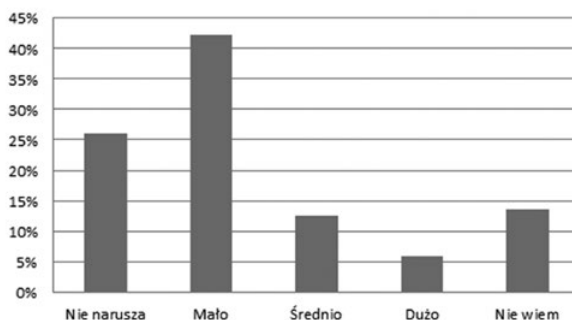
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 2. W jakim stopniu korzystanie ze smartfону (np. geolokacja w aplikacjach, dostęp do zdjęć i plików) narusza prywatność ankietowanych?

Źródło: opracowanie własne.

W siódmym pytaniu sprawdzono wiedzę użytkowników dotyczącą mniej popularnych rozwiązań potencjalnie naruszających prywatność. 68% ankietowanych (rys. 3)

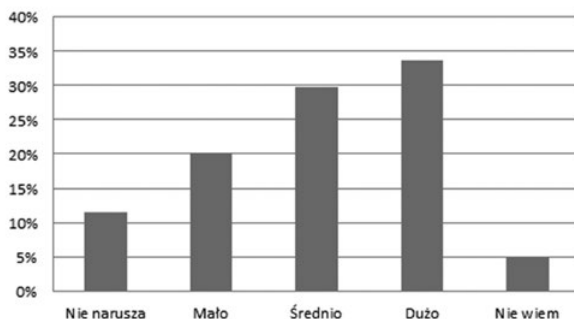


Rys. 3. W jakim stopniu korzystanie ze Smart Card (np. Warszawska Karta Miejska) narusza prywatność ankietowanych?

Źródło: opracowanie własne.

uznało, że korzystanie ze Smart Card nie narusza ich prywatności lub narusza w małym stopniu. 19% uznało, że korzystanie z tych rozwiązań narusza ich prywatność w średnim lub dużym stopniu. Widoczny jest tu brak informacji dotyczących tego tematu w mass mediach.

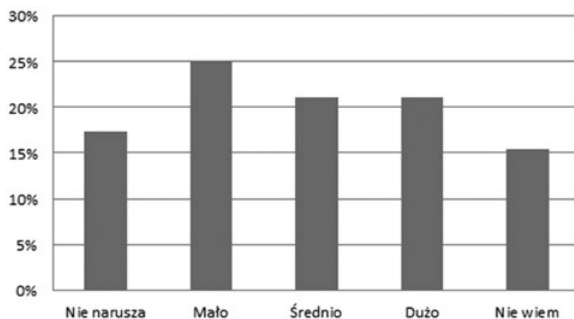
W ósmym pytaniu ankietowani odnieśli się do kwestii naruszania ich prywatności przez wyszukiwarki internetowe. 63% ankietowanych (rys. 4) uznało, że korzystanie z wyszukiwarek internetowych (np. Google) narusza ich prywatność w stopniu średnim lub dużym. Analogicznie jak w przypadku poprzedniego pytania nie wpływa to na masowe zaprzestanie korzystania z tych rozwiązań.



Rys. 4. W jakim stopniu korzystanie z wyszukiwarek internetowych (np. Google) narusza prywatność ankietowanych (m.in. wpływa na profilowanie związane z wynikami wyszukiwania)?

Źródło: opracowanie własne.

Dziewiąte pytanie dotyczyło naruszania prywatności przy przechowywaniu danych w chmurze. Odpowiedzi ankietowanych rozłożyły się w dosyć interesujący sposób – 42% respondentów (rys. 5) uznało, że przechowywanie danych w chmurze nie narusza ich prywatności lub narusza ją w małym stopniu. Tyle samo uznało, że

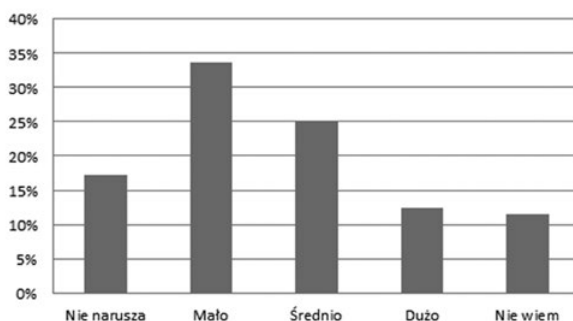


Rys. 5. W jakim stopniu korzystanie z przechowywania zdjęć i plików w chmurze (np. Google Drive, DropBox) narusza prywatność ankietowanych?

Źródło: opracowanie własne.

korzystanie z chmury narusza ich prywatność w stopniu średnim lub dużym. Wskazuje to na znaczną liczbą osób, dla których przechowywanie danych w chmurze jest naturalnym etapem w rozwoju narzędzi informatycznych. Te osoby będą potencjalnymi odbiorcami nowych e-usług administracji publicznej.

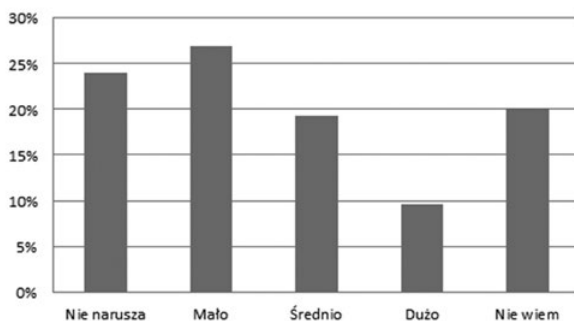
10 pytanie dotyczyło korzystania z kart kredytowych przy zakupach. 51% ankietowanych (rys. 6) uznało, że te rozwiązania nie naruszają prywatności lub naruszają ją małym stopniu. 38% respondentów stwierdziło, że korzystanie z kart kredytowych narusza ich prywatność w stopniu średnim lub dużym. Taki rozkład odpowiedzi może wskazywać na małą wiedzę większości ankietowanych lub na zaakceptowanie faktu, iż informacje o zakupach nie są danymi prywatnymi. Ponad połowa ankietowanych potencjalnie by zaakceptowała zastąpienie gotówki przez e-pieniądz.



Rys. 6. W jakim stopniu korzystanie z karty kredytowej przy zakupach (np. Visa) narusza prywatność ankietowanych?

Źródło: opracowanie własne.

W 11 pytaniu sprawdzono podejście ankietowanych do programów lojalnościowych. 51% ankietowanych (rys. 7) uznało, że uczestnictwo w takich programach nie narusza ich prywatności lub narusza ją w małym stopniu. 29% ankietowanych

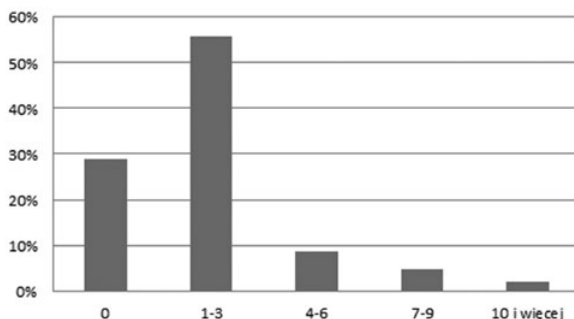


Rys. 7. W jakim stopniu korzystanie z programów lojalnościowych (np. Payback) narusza prywatność ankietowanych?

Źródło: opracowanie własne.

stwierdziło, że programy lojalnościowe naruszają ich prywatność w stopniu średnim lub dużym. Takie odpowiedzi wskazują na to, że zaproponowanie przez firmę korzyści materialnych powoduje duże zmniejszenie obaw o naruszanie prywatności.

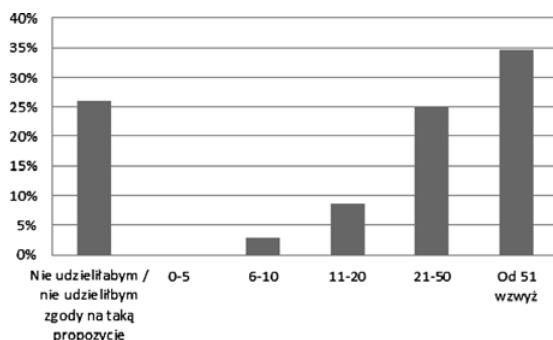
12 pytanie weryfikowało, czy ankietowani, udzielając odpowiedzi w poprzednim pytaniu, opierali się o swoje doświadczenia. 56% ankietowanych (rys. 8) uczestniczy w jednym, dwóch lub trzech programach lojalnościowych.



Rys. 8. W ilu programach lojalnościowych uczestniczą ankietowani?

Źródło: opracowanie własne.

W 13 pytaniu sprawdzono, przy jak dużych korzyściach materialnych ankietowani będą skłonni do udostępnienia swoich danych osobowych. 26% respondentów (rys. 9) nie udzieliłoby takiej zgody. Jednak 25% zdecydowałoby się na to, gdyby otrzymali ofertę obniżenia ceny za produkt od 21% do 50%, natomiast 35% ankietowanych udzieliłoby zgody przy zniżce ceny powyżej 51%. Ponownie potwierdza to poprzednie wnioski wskazujące na powiązanie zgody na dostęp do danych prywatnych w zamian za korzyści materialne.



Rys. 9. Przy jakim procencie zniżki za produkt lub usługę ankietowani umożliwiliby dostęp do danych osobowych firmie oferującej taką możliwość?

Źródło: opracowanie własne.

8. Dyskusja wyników

Na pewno widoczna jest różnica pomiędzy deklarowanym podejściem do prywatności a występującym w świecie realnym, co dobrze obrazuje zestawienie odpowiedzi na pytanie czwarte i 13. 62% respondentów nie zgodziłoby się na wykorzystanie danych prywatnych przez firmy i instytucje, ale przy gratyfikacji ta liczba zmniejsza się do 27%.

Analogicznie wygląda kwestia wykorzystania smartfonów przez użytkowników – 68% zdaje sobie sprawę z naruszania ich prywatności w średnim lub dużym stopniu przez urządzenia mobilne. Pomimo to nie są widoczne masowe rezygnacje z korzystania ze smartfonów. Jest to wskazanie kierunku, w którym może się rozwijać e-government w przyszłości. Użytkownicy zaakceptują automatyczne przetwarzanie ich danych w celu udostępniania usług, jeśli będą widzieli w tym korzyści.

Wykorzystanie rozwiązań Smart Card jest oceniane przez 68% ankietowanych jako nienaruszające lub naruszające prywatność w małym stopniu. Oznacza to, że potencjalnie te osoby powinny poprzeć wprowadzenie takich usług, jak elektroniczny dowód osobisty, czy integrowanie wielu dokumentów w jednym rozwiązaniu.

Warto podkreślić, że duża liczba użytkowników (42%) nie widzi dużego zagrożenia w przechowywaniu plików w chmurze. Są to osoby, które w przyszłości nie powinny oponować przy zwiększaniu wolumenów danych przechowywanych przez administrację publiczną.

Ponad połowa ankietowanych uznała, że korzystanie z kart kredytowych i programów lojalnościowych nie narusza ich prywatności lub narusza ją w małym stopniu. Są to potencjalni odbiorcy e-usług, które będą w dużym stopniu ingerowały w dane prywatne obywateli.

9. Ograniczenia badania

Istotnym ograniczeniem badania jest dosyć jednorodna grupa badawcza, czyli studenci I roku studiów licencjackich na Wydziale Zarządzania UW. W przypadku przeprowadzenia badania również na innych wydziałach byłoby możliwe pełniejsze przeanalizowanie postaw młodych osób do prywatności. Kolejną kwestią jest analiza zmiany postaw badanych osób. Warto byłoby rozważyć przeprowadzenie takiego badania po 12 miesiącach.

10. Konsekwencje wynikające z badań

Z perspektywy podejścia studentów do prywatności można zadać pytanie, czy to zarysowane w ramach przeprowadzonego badania nie jest bardziej racjonalne niż bronienie prywatności. Jako przykład można podać nową politykę prywatności firmy AVG, obowiązującą od 15 października 2015 r. [AVG, 2015]. W przypadku

wykorzystywania darmowych wersji oprogramowania będą zbierane dane dotyczące użytkowania urządzenia. Prezes zarządu firmy zachęca inne firmy do wprowadzenia zrozumiałych zasad wykorzystywania danych o użytkownikach. Czy użytkownikom się to podoba, czy nie, przedsiębiorstwa już są w posiadaniu prywatnych danych użytkowników i je wykorzystują. Stąd rozwiązaniem może być zwiększenie świadomości i edukacja użytkowników.

11. Plan dalszych badań

W celu pogłębienia analizy warto przeprowadzić badania w tej samej grupie badawczej w przyszłym roku. Dzięki temu będzie możliwe zweryfikowanie tego, jak zmieniły się wzorce zachowań w odniesieniu do prywatności. Drugim kierunkiem działań, który dobrze by było rozważyć, jest przeprowadzenie badania studentów innych wydziałów, dzięki czemu byłoby możliwe porównanie różnic w podejściu do prywatności zależnie od wiedzy uzyskanej na wybranym kierunku studiów.

Bibliografia

- AVG, *Understanding AVG's New Privacy Policy*, 2015, <http://now.avg.com/understanding-the-new-privacy-policy> [data dostępu: 19.09.2015].
- Chmielarz W., Szumski O., Zborowski M., *Kompleksowe metody ewaluacji jakości serwisów internetowych*, Wydawnictwo Naukowe WZ UW, Warszawa 2011.
- Internet World Stats, *European Union Internet Usage and Population Stats*, December 31, 2014a, www.internetworldstats.com/europa.htm#pl [data dostępu: 06.08.2015].
- Internet World Stats, *World Internet Usage and Population Statistics*, December 31, 2014b, www.internetworldstats.com/stats.htm [data dostępu: 06.08.2015].
- Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, www.bip.ms.gov.pl/Data/Files/_public/bip/prawa_czlowieka/ets_006.pdf [data dostępu: 09.07.2015].
- Waszkiewicz P., *Wielki Brat Rok 2010: Systemy monitoringu wizyjnego – aspekty kryminalistyczne, kryminologiczne i prawne*, Oficyna Wolter Kluwer, Warszawa 2011.
- Wujczyk M., *Prawo pracownika do ochrony prywatności*, LEX Wolter Kluwer, Warszawa 2012.
- Zawadzka Z., *Wolność prasy a ochrona prywatności osób wykonujących działalność publiczną*, LEX Wolter Kluwer, Warszawa 2013.
- Żygadło A., *Wylączenia tajemnicy bankowej a prawo do prywatności*, LEX Wolter Kluwer, Warszawa 2011.

Trends in Development of E-Government in the Context of Social Behaviour in Relation to Privacy

The paper presents contemporary approach to the privacy protection in the European Union and Poland. It discusses the concept of citizens' privacy protection in the scope of e-services. The paper includes results of the survey on the approach to privacy of people using Internet portals. In summary, the author provides recommendations and conclusions about the direction of the development of public e-services in reference to current trends and patterns in citizens' private lives.

Kierunki rozwoju e-government w kontekście zachowań społeczeństwa w odniesieniu do prywatności

W opracowaniu przedstawiono aktualne podejście do ochrony prywatności w Unii Europejskiej i w Polsce. Omówiono koncepcję ochrony prywatności obywateli w zakresie świadczenia e-usług. Następnie zaprezentowano wyniki badania ankietowego dotyczącego podejścia do prywatności osób korzystających z portali internetowych. W podsumowaniu zawarto wnioski dotyczące kierunków rozwoju e-usług publicznych w odniesieniu do obecnych trendów i wzorców zachowań w życiu prywatnym obywateli.