

Užívateľské údaje zbierané odporúčacími systémami*

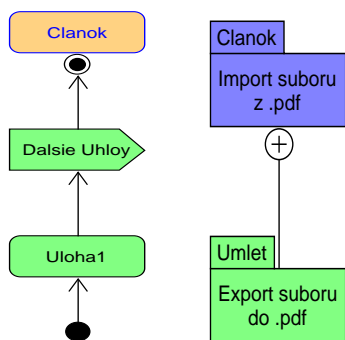
Dmytro Bykov

Slovenská technická univerzita v Bratislave
Fakulta informatiky a informačných technológií
xbykov@stuba.sk

3. október 2024

Abstrakt

V dôsledku rozvoja umelej inteligencie, internetové biznisy začali implementovať do svojich systémov takzvané "Odporúčacie systémy". S ich pomocou môže mechanizmus automaticky ukazovať jednotlivým používateľom odlišný obsah na internet stránkach v závislosti od ich preferencií. Aby vedeli fungovať, musia zbierať data používateľov čo stránky navštevujú. Táto práca je zameraná na vysvetlenie rozdielov v práci jednotlivých odporúčacích systémov. Na začiatok je potrebné pochopiť, čo spája všetky odporúčacie systémy. Následne je dôležité uvedomiť si, aké rôzne systémy existujú a v čom sú ich rozdiely. Nakoniec je užitočné analyzovať, aké môžu nastať problémy pri používaní jednotlivých odporúčacích systémov.



1 Úvod

Veľkým pokrokom v rozvoji umelej inteligencie boli a zostávajú odporúčacie systémy. Sú to systémy, ktoré dokážu predpovedať, aký obsah by používateľa mohol zaujímať. Dnes sa používajú vo väčšine on-line biznisov. Napriek natoľko rozšírenému používaniu týchto systémov, princíp ich práce ostáva pre používateľov neviditeľný. Veľkú neistotu vyvoláva otázka, aké používateľské údaje sú systémami zbierané. Keďže odporúčacie systémy často pracujú na základe osobných informácií o používateľovi, nie vždy je možné do konca predvídať, aké informácie budú zapísané v databázach. Podľa prieskumu spoločnosti Ping Identity z roku 2024 až 97% z opýtaných majú obavy ohľadom toho, že ich údaje sú dostupné v internet priestore [1]. Preto je potrebné pochopiť, na základe akých informácií odporúčacie systémy pracujú.

*Semestrálny projekt v predmete Metódy inžinierskej práce, ak. rok 2024/25, vedenie: Richard Marko

- 2 Princíp práce odporúčacích systémov
- 3 Rôzne typy odporúčacích systémov
- 4 Hlavné rozdiely medzi rôznymi odporúčacími systémami
- 5 Dôvody pre obavy o svoje data

Literatúra

- [1] Overcoming the fear of unknowns for improved digital experiences - consumer survey. Technical Report 4076, Ping Identity, Sept. 2024.