

# Google chce používat historii prohlížeče pro cílenou reklamu

 [infokurýr.cz/n/2023/09/09/google-chce-pouzivat-historii-prohlizece-pro-cilenou-reklamu](https://infokurýr.cz/n/2023/09/09/google-chce-pouzivat-historii-prohlizece-pro-cilenou-reklamu)

kurýr

9. září 2023

Další důvod, proč by se ochránci soukromí měli Chrome vyhýbat.

Zdá se, že všudypřítomný technický titán Google využívá historii prohlížení svých uživatelů ke zlepšení svých reklamních strategií. Postupným zaváděním „vylepšeného soukromí reklam“ pro všechny uživatele prohlížeče Chrome sleduje Google stanovený cíl přizpůsobit reklamu zájmům a online interakcím jednotlivých uživatelů, a tím zakrýt potenciálně zásadní dopady na soukromí uživatelů.

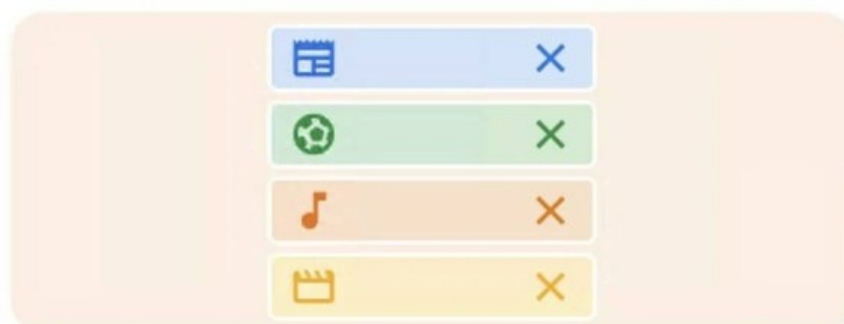
Skromné oznamovací pole oznamující tuto transformační funkci se objevuje od vydání Chrome 115 v červenci, což signalizuje integraci Google Topics API. Pozorný uživatel by to mohl vnímat jako další narušení jejich soukromí. Háček však není ani tak v oznámení, jako v drobném písmu, které specifikuje přijetí dohod a přizpůsobení regionálním předpisům.



## Enhanced ad privacy in Chrome

We're launching new privacy features that give you more choice over the ads you see.

Chrome notes topics of interest based on your recent browsing history. Also, sites you visit can determine what you like. Later, sites can ask for this information to show you personalized ads. You can choose which topics and sites are used to show you ads.



To measure the performance of an ad, limited types of data are shared between sites, such as the time of day an ad was shown to you.

More about ads in Chrome



You can make changes in Chrome settings

Got it

Settings

Kritici tvrdí, že umožnění webovým stránkám analyzovat historii prohlížení uživatelů za účelem propagace reklamy Google představuje narušení soukromí. Malá část masivní uživatelské základny Chrome je nyní zachycena v novém režimu tematického API a modu operandi, kde již nelze rozlišit dobrovolné a povrchní přijetí.

Google naopak tvrdí, že blížící se konec podpory souborů cookie třetích stran a spoléhání se na alternativní technologie, jako je Topics API, vytváří chytrou rovnováhu mezi potřebami cílení reklamy a ochranou soukromí uživatelů. Ve skutečnosti může Chrome přímo

oslovovat konkrétní zájmy uživatelů prostřednictvím rozhraní Topics JavaScript API a poskytuje inzerentům způsob, jak podle toho propagovat své produkty.

Nicméně zvoní poplašné zvony, protože velká část uživatelů vnímá tento vývoj jako „temný vzor“ – provokativní výraz pro Google, který předpokládá manipulaci tak, aby uživatelé pasivně souhlasili s údajně „vylepšenou“ ochranou svého soukromí před reklamou, i když je to hotová věc a v nepřehledném nastavení prohlížeče zůstává skryta funkce opt-out.

Je pochopitelné, že cesta, kterou se Google a jeho partneři v reklamní branži vydali, narazila na silný odpor. Profesor kryptografie z Johns Hopkins University Matthew Green jasně vyjádřil své námitky: „Nechci, aby můj prohlížeč ukládal moji historii prohlížení, aby mi zobrazoval reklamy, a rozhodně nechci, aby můj prohlížeč měl funkci mé historie prohlížení s webem. podíly, které navštěvuji.



