Firmy reklamowe szpiegują internautów

23 sierpnia 2011

Szpiegowanie w sieci to proceder znany i obecny od początku istnienia cyberprzestrzeni. Internauci kojarzą go przede wszystkim z hakerami, a także państwowymi specsłużbami, które chętnie zaglądają do danych obecnych na naszych komputerach. Grup trudniących się tym procederem jest jednak o wiele więcej.

Anglojęzyczna gazeta „The Wall Street Journal" informuje, że największe działające w sieci firmy stosunkowo często uciekają się do metod podkradania danych z naszych komputerów, aby łatwiej dopasować wyskakujące w sieci reklamy. Wszystko to dzięki tzw. cookies (ciasteczka), stosowanym niemal przez wszystkie serwisy internetowe – to małe pliki, które automatycznie zapamiętywane są przez komputer podczas przeglądania stron internetowych.

Cookies z komputera bardzo łatwo jednak usunąć, jak również istnieje wiele innych metod zapewniających nam choć minimalną dozę anonimowości/bezpieczeństwa w sieci. Naukowcy z Uniwersytetu Stanforda oraz kalifornijskiego Berkeley opracowali więc inną technikę – tzw. supercookies, które zapisują się w ukrytych plikach, a więc są dużo trudniejsze do wykrycia. Metodę tę stosują m.in. firmy MSN czy Hulu, zapewniając nam tym samym codzienne czyszczenie skrzynek pocztowych z masy reklam, posiadających niejednokrotnie podczepione wirusy bądź inne groźne oprogramowanie.

Źródło: Autonom