

Google ma sposób na cookies

8 października 2013

Google tworzy alternatywę dla plików cookies. Nowy system „śledzenia” internautów ma podlegać większej kontroli użytkowników, ale będzie w całości kontrolowany przez tę firmę.

„Google postanowiło stworzyć własne rozwiązanie, które mogłoby zastąpić pliki cookie i równocześnie lepiej chronić prywatność internautów” – mówi agencji informacyjnej Newseria Arkadiusz Cywiński, niezależny specjalista RTB. „Pomysłem Google, który obecnie jest w fazie testów i spekulacji, jest AdID, czyli indywidualny anonimowy identyfikator użytkownika ustawiany na poziomie przeglądarki.”

AdID miałby zastąpić pliki cookies, które zostały stworzone po to, żeby poprawić funkcjonalność przeglądarek internetowych i ułatwić korzystanie z sieci przez użytkowników. Ich późniejsze wykorzystywanie przez reklamodawców przyniosło im jednak złą opinię. W niektórych krajach – jak w Polsce – przyczyniły się do tego uciążliwe dla użytkowników obowiązkowe ostrzeżenia publikowane na stronach, które używają cookies.

„Mają one obecnie bardzo zły wizerunek, w związku z tym, że są uznawane za głównego winowajcę śledzenia użytkowników w internecie. Według mnie jest to stwierdzenie nie do końca prawdziwe, gdyż każdy użytkownik z poziomu przeglądarki może te pliki bardzo łatwo skasować, przez co również ustaje śledzenie użytkownika przez wszystkich reklamodawców” – mówi Cywiński.

Nowe rozwiązanie prawdopodobnie najpierw zostanie użyte w Chrome, przeglądarce stworzonej przez Google. Dopiero po tym, jak zyska uznanie użytkowników, może być wykorzystane w konkurencyjnych przeglądarkach.

„To ma działać na takiej zasadzie, iż użytkownik może określić

już z poziomu przeglądarki, czy w ogóle chce być śledzony, tzn. czy chce by anonimowe dane o jego zainteresowaniach, historii przeglądania, historii wyszukiwania mogły być wykorzystywane przez reklamodawców. Dodatkowo może określić, którzy reklamodawcy będą mieć do tego systemu dostęp” – wyjaśnia rozmówca Newserii.

Według eksperta, koszty wdrożenia nowego systemu będą niewielkie, szczególnie przy ogromnym potencjale Google. Problemem może być jednak to, że w przeciwieństwie do obecnie stosowanych cookies, AdID będzie zarządzany przez jedną firmę, a więc inni będą musieli dostosować się do wymagań narzuconych przez Google.

Sama firma nie chce komentować doniesień na temat nowego systemu.

Źródło: [Newseria](#)