

Kolejny atak na prywatność

8 listopada 2013

Pamiętacie „Raport mniejszości”? Dzięki koncernowi Tesco bardzo podobna technologia już wkrótce pojawi się na brytyjskich stacjach benzynowych.

Wystarczy krótka obserwacja by stwierdzić kim jest wchodzący właśnie do sklepu klient, co będzie chciał kupić i jakie produkty będą dla niego najatrakcyjniejsze – to kolejny wynalazek rodem z filmów lub powieści science fiction jaki już wkrótce zostanie wprowadzony do brytyjskich supermarketów za sprawą sieciowego giganta, firmy Tesco.

Na należących do Tesco stacjach paliwowych wkrótce pojawią się specjalne panele wykorzystujące technologię Amscreen, która będzie skanować klientów, analizować ich pod względem płci i wieku. Następnie klient zostanie zakwalifikowany do jednej z trzech grup, dla której przeznaczone są odpowiadające jej profilowi reklamy. Przewiduje się, że w ciągu tygodnia ekrany będą w stanie dotrzeć do pięciu milionów odbiorców.

Technologia amscreen była już stosowana w Wielkiej Brytanii, ale dopiero wprowadzenie jej w sieciach należących do Tesco sprawi, że jej zasięg stanie się znacznie większy. obrońcy prywatności już teraz wskazują jednak na fakt, że w wyniku jej upowszechnienia klienci stacji będą mogli zapomnieć o jakiegokolwiek anonimowości, co więcej obecne, dość ograniczone skanowanie może zostać w przyszłości znacznie rozszerzone a co za tym idzie reklamodawcy będą mogli uzyskiwać jeszcze więcej wiedzy na nasz temat.

Autor: Victor Orwellsky

Na podstawie: www.mirror.co.uk, stratrisk.com

Źródło: [Kod Władzy](#)