

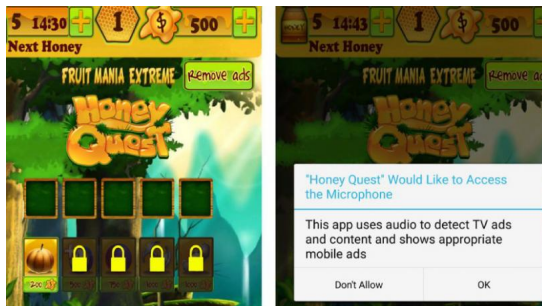


В прошлом месяце на официальном сайте издания New York Times появилась заметка о том, что сотни мобильных приложений прослушивают пользователей. Материал произвёл настоящий фурор. Популярные новостные ресурсы подхватили тему, аналитики и эксперты взялись за написание статей, а рядовые пользователи reddit и других схожих ресурсов стали наперебой рассказывать жуткие истории, в которых реальность сложно отличить от выдумки. Так действительно ли за нами шпионят? Да, действительно.

### **Мышка-норушка и кошка-прослушка**

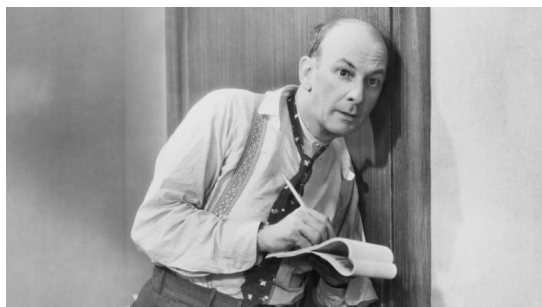
Начался весь сыр-бор из-за технологии для мобильных игр с ироничным названием Alphonso. Принцип её работы прост — она использует микрофон устройства и

анализирует то, что пользователь «краем глаза» смотрит по телевизору. Сделав определённые выводы, алгоритм передаёт данные рекламодателям, а те, в свою очередь, предлагают геймеру соответствующий продукт. Схема логичная и эффективная, пускай и немного жутковатая.



Скажем, в какой-то момент по ТВ запустилась реклама японских чудо-ножей, способных нарезать помидор ломтиками тоньше цветочных лепестков, или какого-нибудь волшебного фломастера, которым можно «замазать» здоровенную царапину на авто — всё, дело в шляпе. Будьте готовы к тому, что теперь «магазин на диване» переберётся на ваш смартфон. То же касается и музыкальных композиций. Где-то включили ужасно надоедливую и до жути приставучую песню очередной поп-принцессы? Устройство заботливо предложит ссылку на покупку трека. Даже если никто его об этом не просил.

Корреспонденты New York Times попробовали разобраться в этом безобразии и провели собственное расследование. Они выяснили, что по меньшей мере 250 приложений в Google Play и около 100 в App Store используют «алгоритм прослушки» Alphonso. Представители самого стартапа уверяют, что их детище внедрено как минимум в тысячу программ, однако опубликовать полный список они всё же отказались. Конкуренты, говорят, задавят. Какие такие конкуренты? Загадка.



В беседе с журналистами разработчики неуклонно гнули свою линию — в таких технологиях, по их мнению, нет ничего предосудительного. Во-первых, игры с поддержкой алгоритма «расчехляет уши» только в зоне досягаемости включённого телевизора и не улавливают других сигналов. Во-вторых, они всегда запрашивают разрешение на использование микрофона для анализа TV-программ. В-третьих, прослушку можно вырубить в любой момент. Так что тут всё более-менее прозрачно — в этом плане представители Alphonso прикрыли тылы и оградил себя от нападок расстроенных граждан или обвинений в незаконной прослушке.

### **Разведчик или шпион**

На «неприкрытых тылах», кстати, погорели многие их коллеги по цеху. В прошлом году десятки компаний-разработчиков приложений на базе алгоритма SilverPush, предлагавшего схожие с Alphonso услуги, получили предупреждения от Федеральной торговой комиссии США. Претензия властей состояла в том, что «Серебряный натиск» вёл свои дела недостаточно явно — пользователи иной раз даже не были в курсе, что игры используют микрофон для прослушки телевизора. Разработчиков вынудили пересмотреть свою политику. Но в целом можно сказать, что отделались лёгким испугом.



Куда сильнее досталось производителю «умного» телевизионного оборудования Vizio. Та же Федеральная торговая комиссия и представители государственных органов

Нью-Джерси выдвинули против компании обвинения в незаконном сбыте информации. Они выяснили, что телевизоры Vizio не только собирают сведения о пользователях, но ещё и продают их рекламодателям — и всё это без информирования и уж тем более согласия самих прослушиваемых граждан. Компании нечем было крыть — ей пришлось выплатить \$2,2 млн отступных, принести извинения и пообещать впредь «вести себя хорошо».

Не гнушаются «подглядыванием» и гиганты вроде Google. Но это вряд ли кого-то удивит — корпорация шпионит за пользователями открыто. Она собирает информацию о геолокации граждан, о просмотренных сайтах (при использовании Chrome), а также о поисковых запросах. И привычной чисткой «истории» обывателю в этой ситуации не отделаться: сведения годами хранятся на серверах и используются для предоставления таргетинговой рекламы. Прослушкой компания тоже промышляет — если вы хоть раз кричали в экран своего смартфона «Ок, Гугл!», записи этих запросов тоже отправляются в базу данных. Это легко проверить на подсайте « [Мои действия](#) ».



**Всё это известно не первый год.**

Вот только у многих людей есть подозрение, что Google следит за ними даже тогда, когда они об этом не подозревают. Пару лет назад пользовательница ресурса «Пикабу» поделилась необычной историей. Мол, работала за компьютером, пока маленький сын, сидя у неё на коленях, разговаривал с игрушками. Несколько часов спустя она начала наткаться на рекламу, предлагающую исправить дефект речи ребёнка. Но ведь не выговаривать букву «р» в столь раннем возрасте, как у её ребёнка, — это норма. Тогда откуда у рекламодателей информация? Уж не подслушивал ли Google лепет младенца через микрофон? Или это просто совпадение? Впору надевать шапочки из фольги. А лучше — целые костюмы.

## **И у стен есть уши**

Принарядились в хрустящее? Тогда знайте: сбором данных занимаются все и вся. Автомобили, «умные» телевизоры, голосовые ассистенты, болтливые куклы и даже чайники с лампами. И, конечно же, компьютеры, смартфоны и планшеты. Пока большинство из них использует полученные сведения для предоставления рекламы. Что, несомненно, раздражает, но не более. Куда страшнее, к чему такая бесстыжая — и, что хуже, вполне разрешённая с некоторыми оговорками — слежка может привести в будущем. Взять хотя бы недавно представленный алгоритм Dynamic Pricing от Scientific Revenue.

Его суть в том, чтобы рассчитывать цены на мобильные приложения и внутриигровые покупки, ориентируясь на доходы и привычки конкретного пользователя. Благодаря машинному обучению программа может проанализировать собранные о человеке данные, сделать соответствующие выводы и предоставить максимально подходящие ему ценники. К примеру, кто-то прибегает к микротранзакциям чаще — для него они будут дешевле. Разумно. С одной стороны, звучит очень даже неплохо. Прямо идеальный пример утопического коммунизма: от каждого по способностям, каждому по потребностям. Богатым и щедрым — дорого, бедным и прижимистым — дёшево. С другой же стороны, возникает закономерный вопрос: а разве коммунизм когда-нибудь работал как надо?

А теперь поправляем свои блестящие серебряные шапочки и продолжаем рассуждать. Люди неоднократно замечали, что банки, в которых у них открыт счёт, тоже по какой-то причине имеют доступ к их поисковым запросам. Хотя никакого согласия пользователи не давали. Можно сделать вывод (правда, пока лишь догадки), что собранная той же Google информация передаётся и банковским сетям. Теперь представим, что это работает в обе стороны. Тогда цены будут предоставляться пользователям не только на основе их пристрастия к внутриигровым покупкам, но и с учётом общего финансового состояния.



Возьмём, к примеру, условных друзей Гришу и Мишу.

Первый подрабатывает и стабильно получает на карточку 25 000 рублей. Второй — голодный студент, которому и карта-то нужна только для того, чтобы заботливые родители могли прислать ему 5 000 рублей «для поддержки штанов». Эти двое любят одну и ту же игру, и оба решили приобрести одинаковый платный буст. Вот только лентяй Миша отдаст за него, скажем, 35 рублей, а вот работяге Грише придётся выложить уже, например, 120. Разве это честно? Конечно, нет. Хорошая идея в духе «Мы предоставим "подъёмные" цены для людей с ограниченными финансовыми возможностями» мигом трансформируется в куда менее приятное «Мы обдерём вас вне зависимости от уровня ваших доходов». Продвинутая экономическая система? Скорее уж злая цифровая антиутопия.

**И честному человеку есть что скрывать**

Разумеется, всё это пока лишь догадки. Тот же Alphonso вроде бы играет по правилам и старается не нарушать личного пространства пользователей без разрешения. Впрочем, и он не совсем чист на руку — к примеру, представители компании уверяли граждан, что алгоритм не используется в приложениях для детей. Это оказалось ложью — его следы были найдены в развивающих играх вроде Teeth Fixed. Если они запросто смогли переступить эту черту, да ещё и соврать клиентам в глаза, — кто знает, на что ещё способна Alphonso и ей подобные? Кто-то скажет, что это просто паранойя. Но как говаривал Курт Кобейн, «если ты — параноик, ещё не значит, что за тобой не следят». Так-то.



*Бывший агент АНБ Эдвард Сноуден*

Куда нас приведёт набирающий обороты тренд прослушки пользователей и что будут делать власти с такими практиками? Пока неизвестно. Однако ясно, что Большой брат (а с ним и маленькие сестрёнки в лице рекламных компаний) всегда будет следить за обывателями. И лишь время покажет, как полученные данные будут применяться на практике.

Если мириться с таким положением дел вы не желаете и хотите как-то обезопасить себя от «шпионов» — сработают только собственная внимательность да дедовские способы. Вроде отключения микрофона и заклеивания камер на смартфонах и ноутбуках непрозрачной клейкой лентой. Учитывая то, как стремительно общество становится всё

более открытым, через каких-нибудь 20 лет на подобных поборников приватности будут смотреть, скорее всего, с усмешкой. Как на «местных дурачков», сродни той бабуле с сотней кошек из «Симпсонов». Будущее уже наступило. Нравится нам это или нет.

**[Автор текста: Владимир Бычек, 4pda.ru](#)**

Тэги: [других](#), [за](#), [вы](#), [пользователи](#), [эксперты](#), [взялись](#), [ресурсов](#), [статей](#), [аналитики](#),

[рядовые](#)

,  
[reddit](#)

,  
[схожих](#)

,  
[подхватили](#)

,  
[написание](#)