



Mi jön a Cookie Monster helyett? Ilyen lesz a sütímentes új európai digitális hirdetési világ

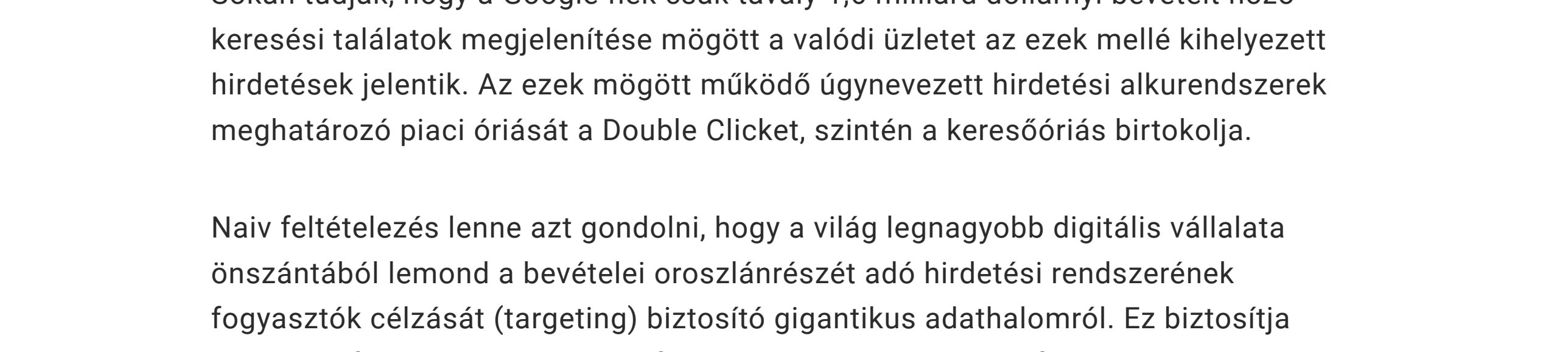
TECH +

szerző
FOLK GYÖRGY

olvasási idő
6 PERC

megjelent
2024.02.10. 15:30

Mit várhatunk a harmadik féltől származó cookie-készlet, köznapi nevén sütiknek becézett, a felhasználók internetezési szokásait nyomon követő adatgyűjtők kivezetésétől. Az EUrologus összeszedte mire számíthatnak az EU adatvédelmi irányóje alatt internetezők a jövőben?



Sokan tudják, hogy a Google-nek csak tavaly 1,6 milliárd dollárnyi bevételt hozó keresési találatok megjelenítése mögött a valódi üzletet az ezek mellé kihelyezett hirdetések jelentik. Az ezek mögött működő úgynevezett hirdetési alkarendszerek meghatározó piaci óriását a Double Clicket, szintén a keresőóriás birtokolja.

Naiv feltételezés lenne azt gondolni, hogy a világ legnagyobb digitális vállalata önszántából lemond a bevételi orozólmrészét adó hirdetési rendszerének fogyasztók célzását (targeting) biztosító gigantikus adathalmról. Ez biztosítja ugyanis a folyamatosan változó felhasználói érdeklődési és fogyasztási szokások nyomon követését. Valamint az iparági állítása szerint a digitális reklámok – bannerek, videók, keresési találat mellett kihelyezett szöveges hirdetések stb. – hatékony célba juttatását.

A Google-nyavállalat Alphabet ragaszkodását mi sem példázta jobban, hogy a böngésző szoftverek piacán domináns Chrome utolsóként ugyan, de 2024-ben ígérete szerint fokozatosan, teljesen kivezeti a harmadik féltől származó cookie-készlet használatát. Működésével azzal keveset, hogy ezentúl jobban vigyázzon a useret személyes adataira. Teszt ezt éveket azután, hogy piacra lépett a privacy központú, a sütik futtatását sohasem engedő Brave böngésző, de kivezette azokat működéséből a Mozilla Firefox, az Apple Safarija vagy a Chromium alapú Microsoft böngésző, az Edge is.

A felhasználók szempontjából tehát nem az a kérdés, mikor tűnik el a cookie végleg a digitális adatgyűjtés forgószínpadáról, hanem hogy milyen új iparági „standard” terjed el helyette.



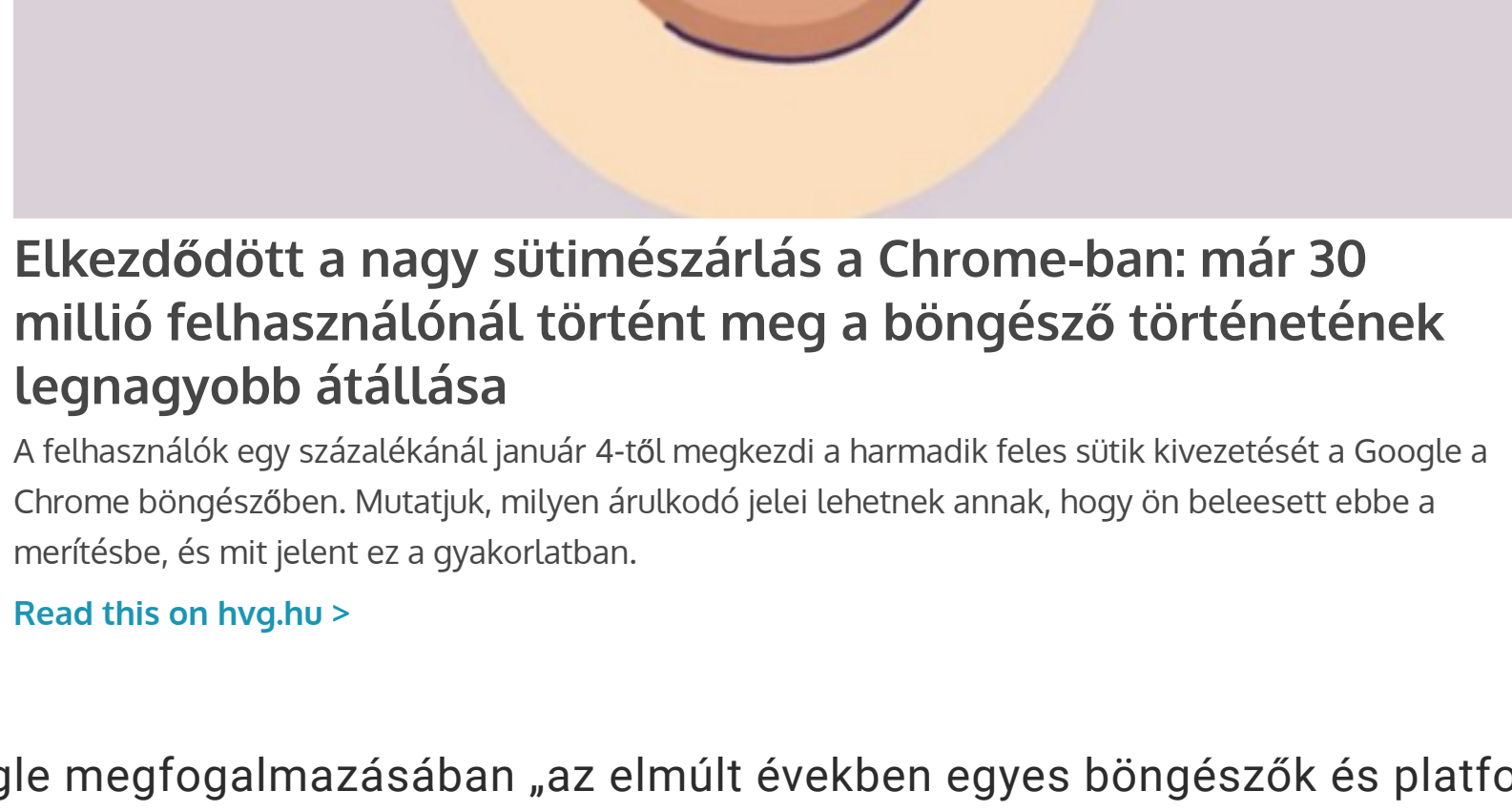
Mit csinál egy egy internetes süti?

Lou Montulli programozó, a Lynx nevű egyik első internetes böngészőszoftver fejlesztőjének 1991-es innovációja volt egyebek mellett az internetes süti bevezetése. Eredetileg úgy gondolták, hogy a süti a web működésének alapvető részét képezi, olyan alapvető fontosságúak, mint a Wi-Fi, a HTML vagy az elektromosság és mindössze annyit tesznek, hogy felismerik a számítógépet, miközben az a weboldalak között közlekedik. Így olyan kritikus dologhoz van rájuk szükség, mint például egy weboldalra való bejelentkezés vagy egy online boltban történő vásárlás. Valójában a süti olyan kis szöveges fájlok, amelyek a számítógépen tárolódnak, és az általuk tartalmazott információkat a felhasználó által felkeresett weboldalak szerverei állítják be, és fémek hozzá. A probléma ott kezdődik, hogy ugyancsak a süti arra is felhasználható, hogy nyomon kövessék az embereket, és olyan dolgokra is használják őket, mint például a célzott hirdetésekhez adatgyűjtés, hirdetési profilok kialakítása. Utóbbiak kapcsán a felhasználók csak korlátozottan tudják ellenőrizni az róluk rögzített és megosztott adatokat. A felhasználóknak nincs ráhatásuk az adatokat feldolgozó szervezetekre, és az interneten történő nyomon követésükre. Ezen aggályok vezettek az EU által először 2011-ben a süti kapcsán megfogalmazott adatvédelmi aggályok nyomán fokozatos tévesztésükhöz.

A Google-nek természetesen megvan a válasza, melyet a lapunknak nyilatkozó digitális jogi szakértők közül többen is finoman szóva félrevezetően **Privacy Sandbox** kezdeményezésre kerestek. A Google ambíciója szerint a sütiket váltó Privacy Sandbox olyan a webhelyek és az alkalmazások közötti nyomonkövetést lehetővé tévő megoldás, amely egyúttal hozzájárul ahhoz, hogy az online tartalmak és szolgáltatások hatékonyan üzemelhessenek. Burkolton azt üzenve, hogy bebetonozhassák a jelenlegi digitális hirdetési óriásszereplők pozíciót a süti-korszak utáni időkre.

Megalkotóinak ígérete szerint a Privacy Sandbox fejlesztésébe bevonják a kiadókat, médiavállalatokat, fejlesztőket és hirdetőköt, hogy olyan új iparági szabvány születhessen, amely egyszerre védi a felhasználók magánélethez való jogát és közben lehetővé teszi a digitális hirdetési piac működését. Azt sem rejti véka alá a Google, hogy nem teszik neki és a hirdetési piacban érdekelteknek – melynek toronymagasan második legnagyobb globális érdekeltje a Facebookot is üzemeltető Meta –, hogy eltűnőben a cookie-k engedélyezése.

HVG.HU HVG KIADÓ ZRT.



Elkezdődött a nagy sütímészárlás a Chrome-ban: már 30 millió felhasználónál történt meg a böngésző történetének legnagyobb átállása

A felhasználók egy százezresét javár 4-től megkezdte a harmadik féltől származó süti kivezetését a Google a Chrome böngészőben. Működik, milyen árukodó jóle lehetnek annak, hogy ön beleesett ebbe a merítésbe, és mit jelent ez a gyakorlatban.

[Read this on hvg.hu >](#)

A Google megfogalmazásában „az elmúlt években egyes böngészők és platformok lépéseket tettek a meglévő mechanizmusok – például a harmadik féltől származó süti – korlátozására vagy eltávolítására, anélkül, hogy hatékony alternatívák álltak volna rendelkezésre. Ez negatívan befolyásolhatja az ökoszisztéma kritikus funkcióit, és nagyobb veszélynek teheti ki a felhasználók magánadatait”. Utóbbi kapcsán a süti el nem fogadása vagy blokkolása esetén nem működő website-funkciókra utalnak, szemérmesen kerülve a hirdetési célzás, mint szent grál említését.

Az EUrologusok nyilatkozó Dr. Kris Shrishak az Irish Council for Civil Liberties digitális jogi szakértője úgy véli, a Google érveivel szemben az igazság egészen máshol keresendő. Szerinte a Privacy Sandbox – melynek fejlesztése jelenleg is folyamatban van – miközben valóban jobban védi azon felhasználók adatait, akik a világ egymillió leglátogatottabb weboldalának valamelyikét keresik fel böngészőjükkel, addig utóbbi messze nem lesz ilyen hatékony, ha a jüzerek kevésbé népszerű oldalakat látogatnak meg. Ezek kapcsán ugyanis a Privacy Sandbox a gépi tanulást hívja segítségül, mellyel a cél, hogy a rendszer kimatekozza, milyen niche érdeklődési kategóriák és tagek alá tege be az adott felhasználót. Ez pedig indokolatlanul sok adatot adhat át az internetezőkrol a hirdetés célzó rendszereknek.

A Privacy Sandbox mellett egy konkurens megoldás is fejlesztés alatt áll, ez a Meta és a Firefoxtól megpott álló Mozilla által közösen előkészített **Interoperable Private Attribution (IPA)**. A lapunknak nyilatkozó szakemberek szerint **Interoperable Private Attribution** (IPA). A lapunknak nyilatkozó szakemberek szerint **Interoperable Private Attribution** (IPA) mögött is a digitális hirdetési piac egyik főszereplője áll, óvatosan kezelendő a magánadatok internetes védelme kapcsán mi is a kezdeményezés valódi szándéka.

Az európai digitális jogok egyik ismert védelmezője, az EPICenter.work szakértői pedig **arra figyelmeztetnek**, hogy a süti csak az egyik módja annak, hogy felismerjük a felhasználókat a weboldalakon, és nyomon kövessük a különböző szolgáltatások használatát. Egy másik módszer az úgynevezett „digitális ujjlenyomat-felvétel”, amelynek során az olyan információkat, mint az ablakméret és a telepített betűtípusok, akkumulátor töltöttség, kombinálják egy egyedi azonosító használatával mely az anonimitást látott biztosítani. Emellett vannak olyan kísérletek is, amelyek a weboldal-látogatásokat kiértékelő funkciókat magába a böngészőbe integrálják.

HVG.HU



Az EU megunta, hogy mindannyian a nagy techcégek játékszerei vagyunk, és az asztalra csapott

Vágyt nem bírtunk a Google, a Facebook, az Amazon és társak jövedelmének túrdúsán, és megpróbálnák visszaadni a gazdaság felépítéséhez kért, egyetért felhasználók kezébe az irányítást, legyen szó a személyes adataink védelméről vagy akár a választásunk valódi szabadságáról az appbottokban.

[Read the article on mhvg.hu >](#)

Elsősorban nem a GDPR szabályozza

Shrishak fontosnak tartja aláhúzni, hogy népszerű vélekedéssel ellentétben nem az EU adatvédelmi rendelkezése, közismert nevén a GDPR szabályozza elsősorban a sütiket noha ennek is vannak releváns passzusai. A személyes adatok feldolgozásról mindenképp az **Elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv** (ePrivacy irányelv) rendelkezik, melynek frissítése jelenleg is folyamatban a tanács és Európai Parlament közti tárgyalásokban.

Ehhez hozzájönnek fontos kiegészítések a tavaly életbelépett digitális piacokról (DMA) és a digitális szolgáltatásokról (DSA) **szóló jogszabályokból**.

Külön is kifejezetten a süti használatának kivezetése az EU politikusainak érdeklődési szintjét is **elérte 2023 tavaszán**, melynek nyomán EB munkacsoportok alakultak a kérdés jogi, üzleti és adatvédelmi aspektusainak megtárgyalására.

Ezek nyomán az Európai Bizottság egy önkéntesen alapuló rendszert hirdetett, melynek célja mind több az EU-ban működő weboldalak közül minél több felhadjon a süti alkalmazásával. Az EUrologus által megkérdezett uniós intézményi források szerint utóbbi várhatóan egy süti utáni célzási és hirdetési szabályozás létrehozását vetíti előre a közeljövőben.

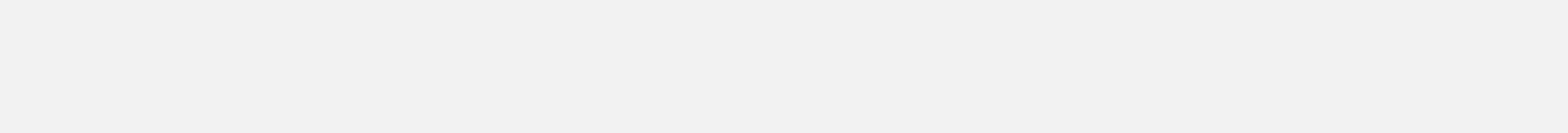
A digitális hirdetési piac szereplőit uniós szinten képviselő IABEurope a témába vágó **elemzés** szerint összességében elmondható, hogy a három fő faktor, mely hozzájárul a cookiek végnapjához, az EU-ban igen erősen ebben az irányba ható jogi környezet (a magánadatok védelmével a központban), az böngészők ezirányú fejlesztései és harmadikként a hirdetést tiltó szoftverek (Ad Blocker) széles körű elterjedtsége.

Egyszerűen szóval azonban arról van szó, hogy elért az AdBlocking vagyis a hirdetések blokkoló megoldások alkalmazása (és ezáltal a süti tiltása) egy olyan kritikus szintet a felhasználók körében, mely már a hirdetési rendszerek, targetálás és hirdetési felületekért folyó alkarendszerek hatékony működését kezdi ellehetlenteni.

Éppen ezért is borítékolható, hogy a Google hiába nevezi át és válik a „1st party cookie” iparági standarddó, távolról sem engedi el a keresési találatok mellé szolgáló hirdetések célzását lehetővé tévő adatgyűjtést.

Borítóképünk illusztráció / Fotó: Thilina Kaluthotage / NurPhoto / NurPhoto via AFP

A hvg360 tartalma, így a fenti cikk is, olyan érték, ami nem jöhetett volna létre a te előfizetésed nélkül. Ha tetszett az írásunk, akkor oszd meg a minőségi újságírás élményét szeretteiddel is, és ajándékozz hvg360-előfizetést!



Hozzászólások megjelenítése

Álompár voltak, de a feleség eltűnt. a férj megölte magát. Most az a kérdés, mi köze ebbe „Amerika L...

VILÁG 2024.01.18. 19:30 7 perc

Amerikában elkezdődött Michelle Trocenis pere. A nő sokáig szeretiként volt harmadik fél egy megromlott házasságban, ám egyszer csak az ötg...

Sebesültekről indult tudósítási helytől beállt a sorba egy zsák hisztéri – a gázai háború egy helyl...

VILÁG 2024.01.24. 17:30 9 perc

A Gázai övezetben élő és dolgozó újságírók csaknem tizede halt meg a Hamász október 7-i támadása óta. Az újságírók számára évtizedek óta ez a l...

Orbánnak az évtérkelőjén küldenie kell, mert sokakban felvillant a remény, hogy a NER ne...

BELPOLITIKA 2024.02.14. 10:35 10 perc

Választási kampány hajnalán került önhibájából válságba Orbán Viktor rendszere. A Novák Katalin és Varga Judit felett sebtében meghozott ítélet...

New York Times-kommentár: Ukrajna csupán gyalog Orbán hosszabb játszmájában

LAPSZEMLE 2024.02.02. 15:30 2 perc

A lap szerzője szerint Orbán hosszú távra tervez, és bízik abban, hogy novemberben Trump nyer, illetve hogy az európai közvélemény fellázad a mi...

Nagy Iván Zsolt: Nováknak mennie kellett, de máris tartunk attól, ki jön a helyére

BELPOLITIKA 2024.02.10. 18:00 5 perc

Orbán Viktor három 2010 utáni elnökválasztásig eddig kétfő megbukott, és ez politikai karrierje legcsúfosabb kudarca. Ne legyen azonban illúziókn...

Afrikát megkerülő útra készszerítette a teherhajókat a rejtőzködő jemeni gerilla vezér

VILÁG 2024.02.10. 09:30 3 perc

Kereszen látták vagy ismerik Abdul Malik al-Huttit, aki a Vörös-tenger vidékén a tengeri kereskedelmet fenyegető miliciává építette fel a csal...

