

Televize, která vás sleduje - Skutečné hrozby skryté ve vaší chytré televizi

- CZ24 News | 15. ledna 2024

Dnes jsme se již věnovali „šmírování,“ kterému jsou vystaveni - v drtivé většině nevědomky - majitelé nových aut, včetně jejich spolujezdců. Nicméně tento problém se zdaleka netýká jen aut, ale sledování můžete být i prostřednictvím jiných chytrých přístrojů.



Tentokrát se podíváme na mechanismy, kterými jste sledováni prostřednictvím [chytrých televizí](#).

Vetřelec do soukromí číhá v moderním obývacím pokoji a často nepovšimnutý mezi vymoženostmi moderního života. Tím tajným strážcem je chytrá televize, technologický zázrak, který způsobil revoluci v zábavě a zároveň vyvolal značné obavy o soukromí.

Hlavním problémem chytrých televizorů je jejich schopnost shromažďovat a přenášet uživatelská data. Na rozdíl od tradičních televizorů jsou chytré televizory připojeny k internetu a přicházejí se sofistikovanými funkcemi, jako je rozpoznávání hlasu, sledování pohybu a personalizovaná doporučení obsahu.

Tyto funkce vyžadují shromažďování velkého množství dat, včetně zvyků při prohlížení, historie vyhledávání a dokonce i osobních konverzací, když je povoleno hlasové ovládání. Důsledky jsou zřejmé: Co vidíte, říkáte a děláte mezi svými čtyřmi stěnami, lze sledovat a uložit.

Na jedné straně sběr dat umožňuje lepší uživatelskou zkušenost. Na základě analýzy preferencí a zvyků uživatelů jsou možná doporučení obsahu na míru a cílená reklama.

Druhá strana však vyvolává kritické otázky týkající se ochrany údajů. Rozsah shromažďovaných údajů, účely, pro které jsou používány, a subjekty, kterým jsou sdíleny, zůstávají pro průměrného

spotřebitele nepřehlédné.

Tento nedostatek transparentnosti podněcuje rostoucí znepokojení ohledně toho, kdo a za jakým účelem může mít přístup k osobním údajům.

Chytré televizory jsou také zranitelné vůči hrozbám kybernetické bezpečnosti. Jejich připojení k internetu je vystavuje stejným rizikům jako jakékoli jiné zařízení s připojením k internetu.

Objevily se případy, kdy byly chytré televizory hacknuty, což mělo za následek neoprávněný přístup k osobním údajům a v některých případech i ovládání kamery a mikrofону televizoru. Představa, že vás někdo sleduje nebo poslouchá bez souhlasu, je znepokojující a zvyšuje obavy o soukromí.

Situace se však zhoršuje, protože mnoho společností spěchá s přijetím nových technologií, které shromažďují ještě více dat.

Představte si svět, kde vaše chytrá televize nejen ví, na co se rádi díváte, ale také rozpozná vaši tvář, když vstoupíte do místnosti, a přizpůsobí obsah na základě vašich minulých sledovacích návyků a dokonce i vaší aktuální nálady.

Pokročilé biometrické rozpoznávání, pravděpodobná funkce budoucích chytrých televizorů, by to mohlo učinit realitou. To zní jako ráj personalizované televize, ale také to vyvolává značné obavy o soukromí.

Myšlenka zařízení, které dokáže rozpoznat, analyzovat a uložit rysy obličeje nebo jiná biometrická data, je znepokojivá, protože by mohla vést k vytvoření podrobných osobních profilů.

Integrace funkcí rozšířené reality a virtuální reality by mohla posunout sběr dat na novou úroveň. Pozorováním interakce uživatele ve virtuálním prostředí by tyto televizory mohly shromažďovat data o fyzických reakcích a pohybech a poskytovat tak ještě hlubší vhled do osobních preferencí a chování.

Dalším potenciálním vývojem je funkce, která umožňuje vás neustále sledovat a poslouchat. Takové televizory, které rychleji reagují na uživatelské příkazy, by byly neustále ve střehu, což představuje riziko náhodného záznamu soukromých rozhovorů nebo aktivit ve vaší domácnosti.

Dalším problémem ochrany soukromí je analýza emocí pro cílenou reklamu. Budoucí chytré televize by mohly analyzovat emocionální reakci diváka na obsah a použít tyto informace k přizpůsobení reklamy nebo obsahu. To vyvolává otázky nejen o soukromí, ale také o etických důsledcích manipulace s obsahem na základě emocionálních reakcí.

Těžištěm sběru dat je stále temnější svět reklamy. Reklamní trh je obrovský a roste, protože příjmy z placených streamovacích služeb pokulhávají a více platform zavádí nové způsoby, jak získat příjmy z reklamy.

A jakmile jsou zavedeny, inzerenti musí tyto cílené reklamy zobrazovat, což nás přivádí zpět ke službám a zařízením, ale tento začarovaný kruh nezačíná a nekončí telefonem.

Mezi mnoha dalšími zařízeními, která byla vyrobena nebo „optimalizována“ pro tento účel, jsou televizní přijímače, které již nevypadají a nefungují tak, jak vypadaly, když se na obrazovky před mnoha desítkami let dostávala reklama.

Pokud se dá věřit oznámením start-up společnosti Displace, není televizní hardware zdaleka spokojen s tím, co dokážou aktuálně nejrozšířenější „chytrá“ zařízení a aktivně zkoumá některé nové

a tajemné možnosti.

Mimo jiné lze ihned po zapnutí televize aktivovat nákupní funkci a pomocí zařízení můžete zakoupit cokoli, co je zobrazeno v reklamě – nebo dokonce, podle společnosti, pokud právě chcete něco, co má u sebe nějaký herec.

Displace zatím nemá produkt na trhu, ale přijímá předobjednávky na svůj první model, Displace TV, a slibuje, že kupující dostanou svá zařízení do poloviny příštího roku.

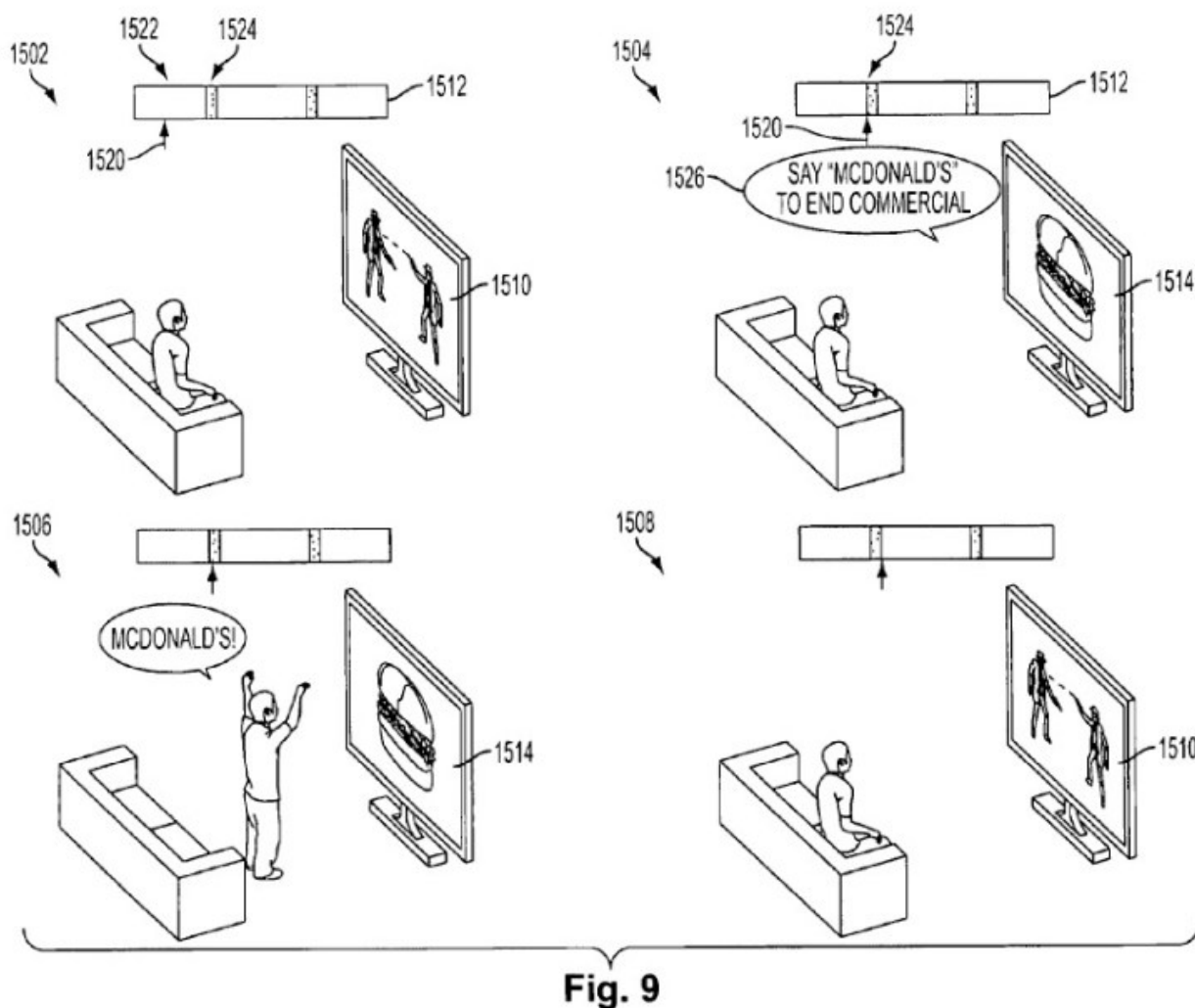
Na jednu stranu se jedná o formu bezdrátového monitorování, kterou výrobce propaguje jako vylepšený způsob nakupování při sledování televize. V tomto případě to znamená, že již nemáte možnost používat dálkové ovládání, ale místo toho musíte ovládat obrazovku gesty rukou (poháněno uzavřenou, patentovanou technologií).

Tato gesta jsou monitorována kamerami s vysokým rozlišením 4K zabudovanými v televizorech. Na straně softwaru je také vestavěná technologie („roh“ umělé inteligence známý jako počítačové vidění), která analyzuje obrazovku a hledá produkty.

Některé z ohlášených modelů mají také integrované termovizní kamery.

Pod bedlivým dohledem 4K kamer budou dva nově oznámené přírůstky do portfolia Displace – Displace Flex a Displace Mini – schopny rozpoznat, kdy uživatel zvedne ruku, aby přerušil dění na obrazovce, aby analyzoval produkty a poté umožní nákup těchto produktů.

Podle společnosti bude možné i hlasové a dotykové ovládání. A produkty samozřejmě končí v nákupním košíku – tzv. „displace shopping cart,“ do kterého se položky přetahují.



To ale zatím není vše, protože další je samozřejmě pokladna a Displace tvrdí, že mají vlastní službu, Displace Payments, která funguje díky další věci, kterou mají tyto televize zabudovanou – čtečky NFC.

Tyto bezkontaktní platební metody se používají ve spojení s telefonem nebo chytrými hodinkami diváka/kupujícího. Dalším platebním prostředkem bude aplikace, kterou Displace nabídne společně s televizemi.

Uživatelé jsou vybízeni k nákupu, protože proces od výběru položek až po zaplacení má být co nejjednodušší; Nemusí však dvakrát přemýšlet, protože pokud něco, co chtějí, není k dispozici, Displace vyhledá podobné produkty, aniž by uživatele vyzval.

Tato poněkud extrémní „vymoženost“ má celý systém ztraktivnit pro spotřebitele, zatímco inzerenti mohou podle oznámení využít data z metrik ceny za proklik a cenu za akvizici k lepší správě své reklamy.

Jak ale na tom všem plánuje vydělat samotná firma? Ars Technica uvádí, že mluvili s generálním ředitelem a zakladatelem Balaji Krishnanem, který neodpověděl příliš jasně.

Řekl věci jako „prozkoumáváme různé obchodní modely“ (ačkoli zmínil pouze jeden – „transakční poplatky“) a zmínil, že „více podrobností“ bude oznámeno později.

A přestože tato slibovaná zařízení ještě nejsou plně vyvinuta, protože obchodní model zjevně není

dobře promyšlený, není pochyb o tom, že průmysl chce jít touto cestou, ať už tímto způsobem nebo s jiným typem technologie a funkcí, aby mohl zasahovat do soukromí lidí.

Zmínil se někdo o ochraně dat? Generální ředitel společnosti Displace ujistil všechny budoucí uživatele televizorů jeho společnosti, že funkce nakupování bude fungovat bez ovládání gesty a tedy bez kamery.

„Pokud potřebují soukromí,“ říká Krishnan, „je k dispozici mechanický zámek, takže uživatel může zasunout kamerovou jednotku dovnitř televizoru.“

Brzy bychom mohli vidět vznik přímých neuronových rozhraní v chytrých televizorech, které nabízejí ještě intenzivnější zážitek díky přímému napojení na neurologický systém uživatele.

Může to znít jako sci-fi, ale takový pokrok by měl dalekosáhlé důsledky pro soukromí, protože by bylo možné získat a interpretovat neurologická data.

S tím, jak je v cloudu uloženo více uživatelských dat, rostou obavy o bezpečnost dat. Zvyšuje se riziko narušení dat a neoprávněného přístupu, zejména proto, že tato data mohou obsahovat také citlivé informace získané integrací chytrých televizorů s jinými zařízeními a službami.

[ZDROJ](#)

Zpracoval: Slovanka/Necenzurovaná Pravda