

Chrome и Safari борются за звание «по-настоящему приватной» системы.

В Сан-Франциско разгорается новое противостояние между корпорациями Apple Inc. – американская корпорация, которая занимается производством персональных и планшетных компьютеров, телефонов, аудиоплееров и программного обеспечения. Наиболее известные продукты компании это линейка персональных компьютеров Macintosh, мобильные телефоны iPhone, планшетные компьютеры iPad, операционная система Mac OS X, медиаплеер для проигрывания и систематизации аудио и видеофайлов iTunes, набор мультимедийного программного обеспечения iLife, набор приложений iWork, web-браузер Safari и мобильная операционная система Apple iOS.  
Международное исследовательское агентство Millward Brown признало торговую марку Apple самым дорогим брендом в мае 2011 года. В начале августа 2011 года Apple стала самой дорогой компанией по рыночной капитализации, которая составляла \$338,8 млрд 10 августа." data-html="true" data-original-title="Apple" >Apple и Google – одна из крупнейших технологических компаний в мире, основанная в 1998 году в США. Основной продукт компании – поисковая система Google, которая позволяет находить информацию в интернете. Компания также разрабатывает множество других продуктов, таких как электронная почта Gmail, видеохостинг YouTube, карты Google Maps и операционную систему Android для мобильных устройств. Google является одним из лидеров в области искусственного интеллекта и облачных вычислений. Компания занимает высокие позиции в рейтингах лучших работодателей в мире.  
" data-html="true" data-original-title="Google" >Google. Яблочный гигант нанес неожиданный удар по своему конкуренту, используя один из самых заметных рекламных щитов города.

На билборде Apple разместила провокационный слоган , гласящий, что Safari — это веб-браузер, разработанный Apple, Inc., который является браузером по умолчанию для операционных систем, используемых в ее продуктовых линейках, таких как OS X для компьютеров Mac и MacBook и iOS для мобильных устройств iPhone и iPad. Первоначально Safari был разработан для OS X и был выпущен в виде общедоступной бета-версии 7 января 2003 г., а основное обновление Safari 4 было выпущено в феврале 2009 г." data-html="true" data-original-title="Safari" >Safari — «по-настоящему приватный Клиентская компьютерная программа, которая может получать и отображать информацию с серверов в Интернете." data-html="true" data-original-title="Браузер" >браузер». Хотя прямого упоминания Google в рекламе нет, эксперты и наблюдатели единодушны во мнении, что это явный выпад в сторону Google Chrome – браузер, который разрабатывается на основе свободного проекта Chromium. Для отображения web-страниц браузер использует движок WebKit.  
Первая

публичная бета-версия Google Chrome была представлена 2 сентября 2008 года, а первая стабильная версия – 11 декабря 2011 года. Изначально Chrome выпускался только под Microsoft Windows. Позже браузер был выпущен для Linux, macOS и мобильных платформ.   
Браузер Chrome нацелен на повышения уровня безопасности пользователей за счет максимально высокой скорости работы, а также минимально допустимого функционала. Все дополнительные функции в браузер внедряются за счёт сторонних расширений.

Chrome – основного конкурента Safari на мобильном рынке.

Контекст этого противостояния становится ясен, если учесть, что Chrome и Safari вместе занимают около 90% рынка мобильных браузеров. Фактически, когда Apple критикует альтернативные браузеры для пользователей iPhone, она метит исключительно в Google.

Chrome, несмотря на свою популярность и функциональность, известен своей сложной системой отслеживания клиентов. Эта система продолжает работать даже в режиме инкогнито, что давно вызывает обеспокоенность у кибербезопасного сообщества.

Как объясняет Джейк Мур из ESET: «В начале этого года Google признала, что собирает персональные сведения пользователей Chrome даже в режиме инкогнито. Личные данные настолько ценные для компаний, а условия использования так сложны для понимания, что люди зачастую просто позволяют компаниям собирать данные по своему усмотрению.»

Safari, напротив, позиционируется как более безопасный вариант. По словам того же Мура, Safari предлагает лучшие настройки для защиты пользователей и их личных данных. Хотя этот браузер также может отслеживать вашу активность, он предоставляет более надежные инструменты для защиты личности.

Примечательно, что Google остается партнером Apple, выплачивая значительные суммы за право быть поисковой системой по умолчанию на iPhone. При этом поиск через Safari считается более конфиденциальным, чем использование тех же алгоритмов в Chrome. Такая ситуация создает парадокс: два конкурента вынуждены сотрудничать, одновременно борясь за клиентов.

Учитывая эти факторы, эксперты рекомендуют владельцам iPhone отдавать предпочтение Safari, если нет особых причин выбрать Chrome. Safari не только более приватен изначально, но и его режим конфиденциальности работает лучше, чем у

конкурента. К примеру, в отличие от Chrome, Safari изолирует и удаляет данные о просмотрах между различными вкладками в рамках одной сессии.

При этом Chrome не лишен достоинств. Это быстрый, многофункциональный браузер, который постоянно обновляется и предлагает новые возможности. Неудивительно, что им пользуются почти 3 миллиарда человек. Однако сложная структура Chrome делает его уязвимым для атак. Только за последний месяц было подтверждено четыре уязвимости нулевого дня в Chrome, а расширения браузера подверглись критике из-за потенциальных рисков.

Google находится в сложном положении. Chrome — это не просто браузер, а фронтенд для маркетинговой машины, оцениваемой в триллион долларов. Компания не может просто отказаться от сбора данных, не предложив альтернативный метод, который позволил бы продолжить отслеживание, пусть и другими способами. Это не только лишило бы Google одного из основных источников дохода, но и вызвало бы серьезные потрясения во всей рекламной индустрии.

Маркетинговый ход Apple может показаться незначительным, но на самом деле он отражает фундаментальные различия в философии двух технологических гигантов и их подходе к приватности пользовательских данных. Пока Google пытается балансировать между интересами рекламодателей и пользователей, Apple позиционирует себя как защитника приватности, что может стать решающим фактором для многих потребителей при выборе между iOS и Android.