

Техгиганты отрицают участие в программе сбора голосовых данных.

Медиаконгломерат Cox Media Group разработал инструмент для таргетированной рекламы, вызывающий серьезные опасения относительно конфиденциальности пользователей. Согласно утечке презентации, полученной изданием 404 Media, компания предлагает рекламодателям использовать аудиозаписи, собранные с умных домашних устройств.

Инструмент под названием «Active Listening» якобы работает путем использования микрофонов смарт-устройств для сбора данных о намерениях пользователей в режиме реального времени, прослушивая их разговоры. Рекламодатели могут сопоставить эти голосовые данные с поведенческими данными для таргетинга на потребителей, которые готовы совершить покупку.

В презентации Сох подробно описывается процесс работы технологии прогнозирования аудитории:

Сох утверждает, что их инструмент позволяет мгновенно увеличить и таргетировать высокорелевантную аудиторию, снизить стоимость клика и привлечения клиентов, а также генерировать похожие аудитории по более низкой цене. Компания также заявляет о партнерстве с крупными технологическими платформами, включая Google, Amazon и Facebook\*, хотя характер этого партнерства остается неясным.

Реклама, по заявлению компании, может быть размещена через различные каналы, включая потоковое телевидение и аудио, дисплейную рекламу и преролл, платные социальные сети, Google/Bing и мобильные устройства. При этом она геотаргетируется в радиусе 16 километров.

Однако законность такого подхода вызывает серьезные вопросы. Во многих странах действуют законы, ограничивающие возможность записи разговоров без явного согласия участников. Например, в некоторых штатах США требуется согласие обеих сторон на запись разговора.

Когда 404 Media обратилось к Google по поводу этой презентации, компания заявила, что исключила Cox Media Group из своей программы рекламных партнеров. Amazon сообщила, что никогда не работала с Cox Media Group по этой программе и не планирует этого делать. Представитель Meta\* уточнил, что в презентации их компания указана как генеральный маркетинговый партнер, а не как партнер именно в этой

программе.

\*Компания Meta и её продукты признаны экстремистскими, их деятельность запрещена на территории РФ.