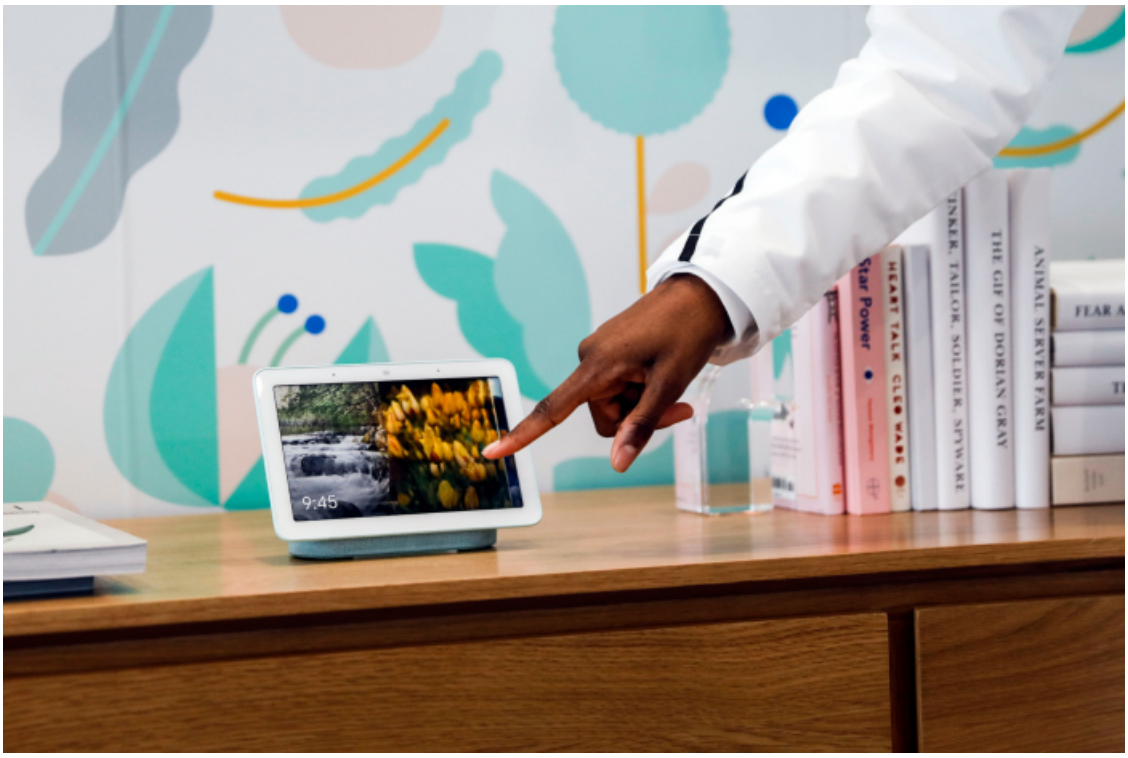
Ваша "умная" лампочка может слишком много рассказать Amazon и Google

"Умные" динамики - сегодня одно из самых быстрорастущих направлений потребительской электроники, но вокруг Amazon Echo и Google Home с голосовыми помощниками Alexa и Assistant разгораются дебаты по поводу все более обширного сбора пользовательских данных под предлогом повышения удобства сервиса. Превращая свои смарт-колонки в центральный элемент современного "умного дома", Amazon и Google стремятся получать все больше и больше сведений о тех, кто пользуется их голосовыми ассистентами, чтобы управлять другими домашними гаджетами, сообщает Bloomberg.

Поначалу смарт-колонки работали с системами "умного дома" следующим образом: получив команду, например, включить свет, программа направляла запрос о текущем статусе лампочки на сервер ее производителя, а после получения подтверждения о том, что свет не горит, подавала сигнал включить освещение. Однако в последнее время Amazon и Google стали рекомендовать, а иногда даже требовать, чтобы производители систем "умного дома", такие как Logitech и Hunter Fan, изменили наоборот схему взаимодействия. Вместо того, чтобы дожидаться запроса, лампочка теперь должна сама непрерывно сообщать системе о своем статусе.

Другими словами, после того, как пользователь привяжет управление освещением к "умной" колонке Amazon или Google, компании хотят постоянно быть в курсе того, горит или нет в доме свет, вне зависимости от голосовой команды. Аналогично, "умные" телевизоры должны сообщать, какие ТВ-каналы они транслируют, а смарт-замки - информировать, заперта или открыта входная дверь.



Центр управления "умным" домом Google Home Hub

Эти сведения могут показаться не особенно важными по сравнению с данными о местоположении, которые постоянно собирают смартфоны, а также с кладезем персональной информации, которую аккумулирует Facebook, отслеживая активность своих пользователей. Однако даже такие незамысловатые устройства, как лампочки, помогают технологическим компаниям собрать дополнительную информацию о клиентах и составить еще более подробные профили пользователей, чтобы в дальнейшем использовать эти сведения для маркетинговых целей.

Накопив массу данных об активности в общественных местах, технологические гиганты теперь покушаются на домашнее пространство, заявляют критики.

> "Поведение людей можно изучить по распорядку в доме. Сведения об использовании или неиспользовании устройств имеют основополагающее значение. С этой информаций можно очень многое сделать", - убежден ведущий аналитик Park Associate Брэд Рассел (Brad Russell).

Некоторые производители систем "умного дома" выражают несогласие с политикой Amazon и Google, заявляя, что из-за автоматического информирования о состоянии устройств пользователи не могут в достаточной мере контролировать то, какие именно данные они предоставляют компаниям, и как эти сведения используются. Судя по имеющимся в публичном доступе принципам, которыми руководствуются интернет-гиганты, они не ограничены в том, как распоряжаться полученными данными о статусе устройств.

Amazon и Google оправдывают свои действия заботой о пользователях. Автоматическая отправка данных о статусе позволяет сократить время на обработку голосовых команд, а на домашних станциях и в мобильных приложениях, с помощью которых пользователи управляют "умной" электроникой, всегда отображается актуальная информация. Кроме того, зная точно, что происходит вокруг, система работает на упреждение и может заранее дать полезную рекомендацию.

Logitech попыталась найти компромиссный вариант : вместо подробных сведений о том, что делают устройства, подключенные к системе управления "умным домом" Logitech Harmony, смарт-колонкам Amazon и Google передается общая информация. Например, сообщается, что пользователь смотрит телевизор, без уточнения выбранного канала.

В интервью Bloomberg старший директор Logitech Ян Кроу (Ian Crowe) признался, что его компания обсуждала с интернет-гигантами тему отправки данных о статусе устройств, но рассказать о деталях переговоров отказался.

Руководители еще двух компаний-производителей устройств "умного дома" на условиях анонимности сообщили агентству, что пробовали добиться от Amazon и Google уступок в плане обеспечения приватности пользователей и большей прозрачности или каких-то гарантий при использовании данных, однако получили отказ.

Между тем, в пресс-службе Amazon заверили, что компания не торгует пользовательскими данными и не использует информацию о статусе устройств в рекламных целях. Эти сведения нужны, чтобы обеспечить пользователям полезные функции, подчеркнули в Amazon. В компании отказались сообщить, как долго хранятся собранные данные.

Пресс-секретарь Google отказался комментировать, как используется информация о статусе устройств.

Аналитик Брэд Рассел сравнил передачу данных о состоянии устройств с "троянским конем": Amazon и Google предлагают поделиться сведениями, обещая, что это поможет улучшить сервис, но не говорят, что с этой информацией можно сделать намного больше.

Например, зная об активности осветительных приборов, можно составить своеобразную карту жизни дома и узнать, когда люди возвращаются с работы домой, когда в детской гаснет свет и ребенок ложится спать, а в какие дни люди засиживаются за работой до глубокой ночи.

В беседе с журналистами руководитель инженерного отдела компании Hunter Fan Мэт МакФерсона (Matt McPherson) предположил, что данные о статусе пока вряд ли используются для рекламы, но в недалеком будущем такой сценарий вполне возможен.

Специалисты советуют Amazon и Google стать более "прозрачными" и разъяснить пользователям, какие данные они собирают, а также предложить им больше вариантов по управлению этими сведениями. Сегодня Amazon и Google позволяют удалять данные, полученные от устройств "умного дома", но не дают пользователю права отказаться от сбора информации с какого-либо из устройств. Единственный вариант прекратить передачу данных о статусе - только отключить гаджет от системы.