

DAVID PROCHÁZKA



JAK **COOKIES** OVLÁDLY SVĚT



Zoner
PRESS

Zoner
PRESS

DAVID PROCHÁZKA

DIGITÁLNÍ ZLATO

JAK COOKIES OVLÁDLY SVĚT

Zoner
PRESS



Digitální zlato **Jak cookies ovládly svět**

David Procházka

Odpovědná redaktorka: Gabriela Boška

Jazyková korektura: Hedvika Landová

Ilustrace: Ha My Taová

DTP: Lenka Pavlisová

Obálka: Lenka Pavlisová

Copyright © ZONER a.s.

Vydání první v roce 2026. Všechna práva vyhrazena.

Zoner Press

Katalogové číslo: ZRE2525

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této publikace nesmí být reprodukována ani distribuována žádným způsobem ani prostředkem, ani reprodukována v databázi či na jiném záznamovém prostředku či v jiném systému bez výslovného svolení vydavatele s výjimkou zveřejnění krátkých částí textu pro potřeby recenzí.

Dotazy týkající se distribuce směřujte na:

Zoner Press

ZONER a.s.

Nové sady 18, 602 00 Brno

tel.: 532 190 883

e-mail: knihy@zoner.cz

www.zonerpress.cz

www.facebook.com/Zonerpress

www.instagram.com/zonerpress_redakce/

ISBN pdf 978-80-7413-720-4

Obsah

Slovo autora	9
1. Úvod: Cookies v kostce	13
Co je digitální zlato?	13
Cookies: Klíč ke zlatému dolu	15
Proč by vás to mělo zajímat?	18
2. Cookies: Co jsou a jak fungují?	23
Základní definice a druhy cookies	23
Role cookies v digitálním ekosystému	24
Jak cookies sbírají data	29
Technická stránka cookies	31
3. Zrození digitálního bohatství: Cookies a personalizovaná reklama	43
Personalizace na základě cookies	43
Sledování napříč zařízeními a lokacemi	51
4. Monetizace cookies: Jak se z vašich dat stává zlato	65

5. Cena za personalizaci: Soukromí v digitálním světě	77
Soukromí versus pohodlí	77
Sociální a psychologické dopady sledování	79
Skandály a kontroverze: Případ Cambridge Analytica	81
6. Jak se chránit: Kontrola nad digitálním zlatem	89
Jak spravovat cookies ve vašem prohlížeči	89
Minimalizace digitální stopy	96
Informovaný souhlas a vaše práva	107
7. Co nás čeká dál? Budoucnost pohybu a soukromí v digitálním světě	121
Slovo závěrem	141
Doslov	143
Zdroje	151
O autorovi	157
V Zoner Press také vyšlo	158

Slovo autora

Digitální svět se mění rychlostí, kterou je stále těžší chápat, natož sledovat. Během jediného roku, kdy jsem tuto knihu psal, jsem musel několikrát přepisovat celé pasáže. Nové nástroje, změny v zákonech, aféry, které přinesly další otázky. Když jsem si myslel, že mám kapitolu hotovou, přišlo něco, co změnilo pravidla hry. A možná je to právě ta největší výzva dnešní digitální doby – že nic není „hotové“. Ani studie, ani zákony, ani technologie, ani naše znalosti. Všechno se vyvíjí rychleji, než jsme jako společnost připraveni zvládnout.

Mění se nejen nástroje, ale i celá logika. To, co včera bylo standardní, je dnes zastaralé. A to, co dnes považujeme za novinku, může být zítra zneužito nebo zakázáno. Jako bychom se snažili postavit dům na pohyblivém písku. Stabilita je iluze. A právě v této nejistotě potřebujeme jedinou věc víc než kdy dřív – rozumět tomu, co se děje.

Zatímco technologie letí dopředu jako raketa, digitální gramotnost u většiny lidí zůstává někde na nástupišti. Ne proto, že bychom byli hloupí, ale protože nás nikdo systematicky neučil klást si ty správné otázky. Když se narodíte do světa, kde je běžné „souhlasit“ s něčím, co

nikdo nečte, kde je normální, že reklamy vědí víc o vašem životě než vaši přátelé, snadno přestanete vnímat, že tu něco není v pořádku.

Digitální prostředí je už natolik všudypřítomné, že jej už nevnímáme jako něco zvláštního. Stejně jako dříve lidé přestali přemýšlet nad elektřinou nebo vodou z kohoutku. Ale právě v té samozřejmosti je skrytá hrozba – protože přestáváme být pozorní. A nepozornost je v digitálním světě luxus, který si nemůžeme dovolit.

Tato kniha není ani křiklavé varování, ani konspirační teorie. Naopak – jejím cílem je ukázat, že stačí málo. Stačí chtít porozumět. Otevřít oči. Udělat si chvíli čas a párkrát kliknout v nastavení vašeho prohlížeče nebo telefonu. Digitální bezpečí není jen o antivirech a heslech – je o každodenních volbách.

Nemusíme být experti, nemusíme studovat kybernetiku, ale měli bychom vědět, co znamená „souhlasím“. Měli bychom chápat rozdíl mezi osobními a technickými cookies. Měli bychom vědět, že i lajknutí na sociální síti zanechává digitální stopu. Protože na každém detailu záleží.

Datům se věnuji profesionálně. Denně se pohybuji ve světě analýz, datových toků, zabezpečení, systémů. Pracuji jak v soukromé firmě, tak v oblasti vzdělávání. Mám to štěstí, že vidím svět dat z různých perspektiv – od technického návrhu systémů přes právní rámce až po lidské chování uživatelů. A čím déle to dělám, tím více si uvědomuji, jak křehká je hranice mezi zabezpečením a „děravostí“. A jak často selhávají i velké korporace, které by měly být vzorem.

Mluvím s lidmi z firem, školím zaměstnance, pomáhám nastavovat systémy – a znovu a znovu narážím na chyby, které se opakují. Někdy jde o jednotlivce, jindy o celý systém. Někdy jde o neznalost, jindy o pohodlnost. A někdy o slepou důvěru v „to zařídí IT oddělení“. Jenže i to IT oddělení je tvořeno lidmi – a ti často pracují pod tlakem, bez jasných pravidel, bez dostatku času.

Sám se přistihnu, že souhlasím s něčím, co jsem si nepřečetl. Jsem líný si některé věci nastavit. Ale právě proto o tom musíme mluvit,

sdílet nástroje, učit se jeden od druhého, pomáhat si. A hlavně – nebát se ptát. *Co se s mými daty děje? Proč tohle chtějí vědět? Co se stane, když nedám souhlas?*

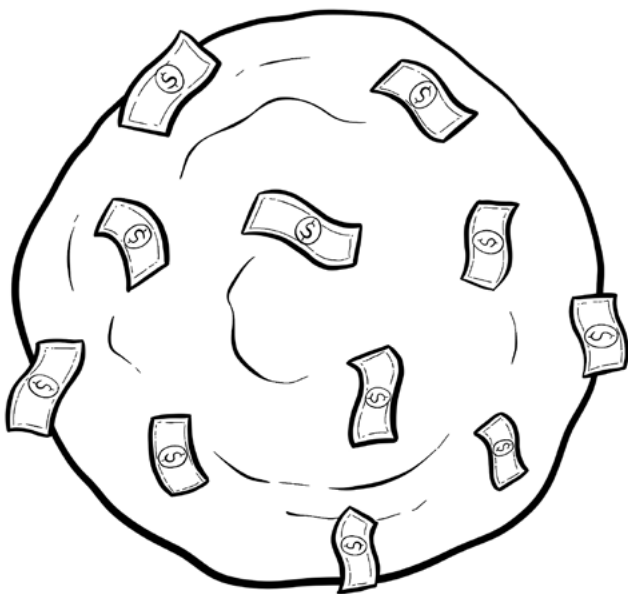
Digitální svět není černobílý. Většina firem nejsou zlí hráči, co nás chtějí sledovat. Lidé pracující v technologických firmách se snaží vytvořit něco užitečného. Ale jak to v byznysu bývá, jde se často na hranu. Regulace přichází pozdě. Studie nestačí rychlosti vývoje. A proto je to právě na nás – na uživatelích, abychom poukázali na jejich nesprávné použití. Nejde o boj proti technologiím, ale proti jejich slepému užívání.

Zvláštní pozornost si zaslouží naše děti, které přebírají digitální svět jako samozřejmost. Je pro ně přirozenější než pro dospělé. A přesto – nebo právě proto – jsou zranitelnější. Potřebují pochopit, že soukromí není zbytečný luxus, že je v pořádku chránit si své hranice. Že není normální, když aplikace ví o jejich poloze i v noci. Pokud to neuděláme my, kdo jiný?

Máme šanci přenést své chyby i zkušenosti dál a naučit další generace kriticky myslet, hledat si informace a pracovat s nimi. Pokud se nám to podaří, máme šanci vytvořit svět, kde technologie pomáhají, ale neovládají. Kde data slouží lidem, ne naopak.

Ať už jste tuto knihu otevřeli ze zvědavosti, obav, nebo prostě jen proto, že chcete rozumět – děkuji vám. Znamená to, že vám na tomto tématu záleží. A to je základ všeho. Nechci vám říkat, co si máte myslet. Nechci vás přesvědčit o jedné pravdě. Chci vám dát nástroje, kontext, příběhy a především podněty k přemýšlení.

Zbytek už je na vás.



1. Úvod: Cookies v kostce

Co je digitální zlato?

V dnešním digitálním světě existuje nová forma bohatství, která nemá fyzickou podobu. Je to zlato, které nevidíte, necítíte ani nedržíte v ruce. Jsou to *data*. Každým kliknutím na odkaz, každým hledáním na internetu a každým nákupem, který provedete online, vytváříte malý kousek těchto dat. Ta nejsou jen obyčejnými čísly – jsou klíčem k pochopení vašich zájmů, chování a potřeb.

Představte si to jako digitální otisk prstu. Tento otisk se vytváří pokaždé, když interagujete s technologiemi kolem sebe. Představuje vás v digitálním světě a umožňuje firmám, aby vás lépe poznaly i bez osobního setkání. Ale proč na tom tak záleží?

Jak se data stala cenným zdrojem

Historie ukazuje, že když se objeví nový zdroj, společnosti rychle hledají způsoby, jak ho využít. Během průmyslové revoluce to byla pára

a uhlí, které poháněly stroje a ekonomiky. V moderní době se tímto zdrojem stala data. Avšak na rozdíl od tradičních zdrojů, jako jsou zlato nebo ropa, data nejsou omezená – mohou být shromažďována, analyzována a znovu použita.

Zamyslete se nad tím, kolik dat vytvoříte za jeden den. Ráno zapnete telefon a prohlédnete si novinky. Poté se podíváte na e-mail nebo se přihlásíte na sociální síť. Možná si cestou do práce prohlédnete nové produkty na oblíbeném e-shopu. Všechno, co děláte, zanechává digitální stopu. A tato stopa je cennější, než si možná uvědomujete.

Firmy tuto stopu sledují a využívají k tomu, aby vám nabídly produkty, služby nebo obsah, který je šitý na míru vašim potřebám. Právě tato schopnost personalizovat nabídku činí data tak cennými. Firmy jsou ochotné investovat miliardy do technologií, které tato data shromažďují a zpracovávají, protože vědí, že díky tomu mohou zvýšit své zisky. Už to není jen o tom, co chcete dnes – tyto technologie se snaží předpovědět, co budete chtít zítra.

Personalizace: Klíčová složka digitálního zlata

Odpověď na otázku, proč jsou data tak cenná, se skrývá v jednom slově: *personalizace*. Představte si, že přijдете do obchodu a prodáváč vám nabídne to, co hledáte, než to vyslovíte. Přesně tak fungují data v digitálním světě. Na základě toho, co jste již dříve hledali, sledovali nebo nakoupili, vám technologie mohou nabídnout relevantní obsah, a to v reálném čase.

Cookies hrají v tomto procesu klíčovou roli. Jsou to malé soubory, které fungují jako paměťové jednotky. Pamatují si, kdo jste, co vás zajímá a co jste dělali v minulosti. Díky tomu mohou weby a aplikace přizpůsobit svůj obsah přesně vám. Například když navštívíte oblíbený e-shop a uvidíte doporučené produkty, které odpovídají vašemu vkusu, je to výsledek práce cookies.

Ale cookies mají za úkol víc než pomáhat vám najít to, co hledáte. Firmy je používají, aby vás lépe pochopily, a tím zefektivnily své

obchodní strategie. Díky cookies vědí, jaký obsah vás zajímá, kdy a jak často ho konzumujete, a dokonce i jaké typy nabídek vás nejspíše přimějí k nákupu. Tato úroveň personalizace je pro firmy neocenitelná, protože zvyšuje šanci na úspěšný prodej a zlepšuje zákaznickou zkušenost.

Data jako základ moderní ekonomiky

V digitálním věku se data stala novým základem ekonomiky. Přemýšlejte o velkých technologických společnostech, jako jsou Google, Meta (provozovatel Facebooku, WhatsAppu a Instagramu) nebo Amazon. Jejich obrovské zisky nepocházejí jen z prodeje produktů nebo služeb, ale především z analýzy a prodeje dat. Tyto firmy investují do jejich shromažďování, protože si uvědomují, že čím více toho o svých uživateliích vědí, tím lépe mohou přizpůsobit své nabídky a zvýšit své příjmy.

Data tedy nejsou jen produktem. Jsou nástrojem, který umožňuje firmám růst a prosperovat. A právě zde vstupují do hry cookies – jako jeden z nejdůležitějších nástrojů pro shromažďování a využívání těchto dat. Bez cookies by byl moderní digitální svět, jak ho známe, nemyslitelný. Jsou to právě cookies, které spojují vaše online aktivity do uceleného obrazu, z něhož firmy dále těží.

Cookies: Klíč ke zlatému dolu

Představte si, že jste majitelem obchodu. Každý den sledujete, jak se zákazníci pohybují mezi regály, jaké zboží si prohlíží a co nakonec vloží do košíku. S těmito informacemi byste mohli svůj obchod uspořádat tak, aby vyhovoval potřebám každého jednotlivého zákazníka. Měli byste dokonalý přehled o tom, co zákazníci zajímá, co je láká a co je přesvědčí k nákupu. Takové znalosti by byly neocenitelné.

V online světě plní tuto funkci *cookies*. Když poprvé navštívíte webovou stránku, váš prohlížeč obdrží malý soubor – cookie. Tento

nenápadný soubor je ve skutečnosti velmi mocným nástrojem. Ukládá informace o tom, že jste na webu byli, co jste na něm dělali, co vás zaujalo, a dokonce i kolik času jste tam strávili. Až se na stejnou stránku vrátíte, cookie vás „pozná“ a může vám nabídnout personalizovaný obsah, který je šitý na míru vašim zájmům.

Jak cookies fungují: Digitální paměť

Cookies fungují jako jakýsi digitální paměťový mechanismus. Představte si, že byste každý den zapomněli, co jste dělali den předtím. Nevěděli byste, kde jste skončili, koho jste znali nebo co jste plánovali dál. Cookies zabraňují, aby se tohle stalo na internetu. Umožňují webovým stránkám a aplikacím „pamatovat“ si, kdo jste a co jste dělali. Díky tomu můžete například zůstat přihlášení na sociálních sítích, i když zavřete prohlížeč, nebo se vrátit k nedokončenému nákupu v e-shopu.

Každá cookie má svůj jedinečný identifikátor, který je spojen s vaším prohlížečem. Tento identifikátor je jako virtuální cedulka s vaším jménem. Když se vrátíte na web, prohlížeč odešle tuto cedulku zpět na server, který stránku spravuje. Server pak podle ní „pozná“, kdo jste, a může vám nabídnout obsah, který odpovídá vašim předchozím aktivitám.

Evoluce cookies: Od jednoduchého nástroje k základnímu kameni reklamy

Původní účel cookies byl velmi jednoduchý. Když byly cookies poprvé zavedeny v 90. letech, měly pomoci webovým stránkám pamatovat si základní informace, jako je vaše přihlášení nebo preference jazyka. Byly to praktické nástroje, které zlepšovaly uživatelskou zkušenost. Například pokud jste si v e-shopu přidali produkty do košíku a rozhodli se nákup dokončit později, cookie zajistila, že tyto produkty v košíku zůstaly, i když jste mezitím zavřeli prohlížeč.