

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 nechte, 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 sehlávají 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?*

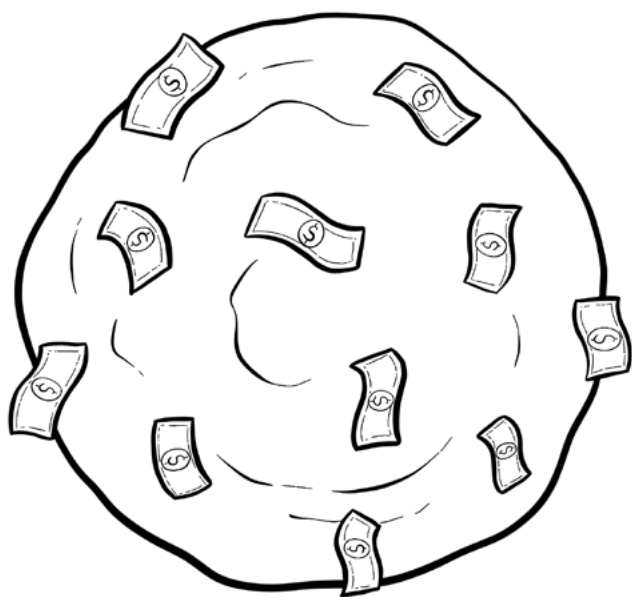
Digitální svět není černobílý. Většina firem nejsou zlí hráči, co nás chtějí sledovat. Lidé pracující v technologických firmách se snaží vytvořit něco užitečného. Ale jak to v byznysu bývá, jde se často na hranu. Regulace přichází pozdě. Studie nestačí rychlosti vývoje. A proto je to právě na nás – na 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 prohlížíte si novinky. Poté se podíváte na e-mail nebo se přihlásíte na sociální síť. Možná si cestou do práce prohlížíte 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 přijdete 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.

Jak se však internet rozvíjel, cookies získaly na důležitosti. Firmy začaly chápat, že jim cookies mohou poskytnout mnohem více než jen základní informace. Mohou být použity k sledování chování uživatelů napříč weby, k vytváření profilů a ke cílení reklam. Dnes jsou cookies jedním z nejdůležitějších nástrojů pro digitální marketing. Umožňují firmám sledovat, co vás zajímá, co vyhledáváte, a dokonce i jaké reklamy jste již viděli.

Díky tomu mohou firmy optimalizovat své reklamní kampaně. Reklamy mohou být přesně cílené na základě toho, co uživatelé dělají online. Například pokud jste si nedávno prohlíželi běžecké boty, je pravděpodobné, že brzy uvidíte reklamy na sportovní obuv na různých webových stránkách. To je možné právě díky cookies, které sledují vaše online aktivity.

Proč jsou cookies digitálním zlatem?

Cookies jsou nenápadné, ale jejich hodnota je obrovská. Jsou jako drobečky, které zanecháváte na cestě internetem. Tyto drobečky spojují vaše kroky do uceleného obrazu, který je pro firmy neocenitelný. Díky těmto informacím mohou firmy personalizovat své služby, cílit reklamy a vydělávat peníze.

Pro firmy, které chtějí uspět v digitálním světě, jsou cookies klíčovým nástrojem. Umožňují jim lépe porozumět svým zákazníkům a nabízet jim přesně to, co potřebují, ve chvíli, kdy to potřebují. Bez cookies by byla online reklama mnohem méně efektivní a méně relevantní. Proto se cookies staly jedním z hlavních pilířů digitální ekonomiky.

Ale cookies jsou také základem pro mnoho dalších služeb a funkcí, které dnes považujeme za samozřejmé. Od personalizovaných doporučení na YouTube přes rychlé přihlášení na webové stránky až po zapamatování vašich nákupních preferencí – cookies jsou všude. Jsou to drobečky, které jsou vašim digitálním zlatem.

Proč by vás to mělo zajímat?

Možná si říkáte, že cookies jsou jen technický detail, který nemá na váš život velký dopad. Určitě jste si všimli, že když navštívíte webové stránky, zobrazí se vám malá vyskakovací okna s žádostí o souhlas s použitím cookies. Mnozí z nás u této žádosti jen mechanicky kliknou na PŘIJMOUT VŠE a pokračují v prohlížení, aniž by se zastavili a zamysleli nad tím, k čemu vlastně dávají souhlas.

Ale pravda je mnohem složitější a zajímavější. Cookies nejsou jen nějaký neškodný technický detail. Cookies jsou základním kamenem toho, jak prožíváte internet každý den. Internet není zdarma. Ve většině případů za něj platíte pozorností – a někdy i svými daty.

Možná jste klikli na zprávu o novém telefonu. O několik hodin později, když se přihlásíte na svůj Facebook nebo prohlížíte jiný web, uvidíte reklamu na tento telefon nebo podobné produkty. Cookies vás neustále sledují a sbírají informace o vašich zájmech, aby vám nabídly přesně to, co pravděpodobně upoutá vaši pozornost.

Ceny na míru: Jak cookies ovlivňují vaši peněženku

Možná jste si někdy všimli, že ceny produktů, které si prohlížíte online, se mění. Jeden den vidíte letenku za určitou cenu, a když se na ni podíváte znovu o den později, cena se zvýší. Toto není náhoda. Firmy používají cookies k tomu, aby sledovaly vaše zájmy a nákupní zvyklosti a na základě těchto informací pak dynamicky stanovují ceny.

Dynamické ceny jsou jedním z těch jevů, které se dějí na pozadí a kterých si možná ani nevšimnete, ale představte si, že stejný produkt může mít různé ceny pro různé lidi na základě jejich online aktivit. Pokud firma ví, že máte velký zájem o určitou věc a že se k ní opakovaně vracíte, může vám nabídnout vyšší cenu, protože věří, že jste ochotni zaplatit více. Naopak, pokud web vidí, že jste váhavý zákazník, může vám nabídnout slevu, aby vás přiměl k nákupu.

Reklamy, které vám rozumí lépe než vy sami

Dalším způsobem, jak cookies ovlivňují váš online zážitek, jsou reklamy. Určitě jste si všimli, že když navštívíte několik webů v řadě, reklamy se začnou přizpůsobovat vašim zájmům. Když například hledáte nový notebook, může vás překvapit, kolik reklam na notebooky uvidíte na různých webech, které se spotřební elektronikou nesouvisí. Cookies si pamatují, co jste hledali, a používají tuto informaci k tomu, aby vám nabídly produkty, které by vás mohly zajímat.

Tato cílená reklama může být někdy užitečná – pomáhá vám najít to, co potřebujete, rychleji. Ale může to také působit trochu znepokojivě. Jak je možné, že internet ví, co právě hledáte? A je to v pořádku? To jsou otázky, které si možná začnete klást, když zjistíte, jak moc cookies ovlivňují to, co vidíte online.

Vaše data, jejich zisk: Jak firmy profitují z vašich cookies

Firmy sbírají a analyzují vaše data nejen proto, aby vám nabídly lepší služby, ale také proto, aby maximalizovaly své zisky. Když sdílíte svá data – a to často nevědomky – poskytujete firmám cenné informace o tom, kdo jste, co vás zajímá a co vás přiměje k nákupu. Tyto informace jsou poté používány k optimalizaci jejich obchodních strategií, k zacílení marketingu a k vytvoření reklam, které vás mají přimět ke koupi.

Například velké e-commerce platformy, jako je Amazon, používají cookies k tomu, aby sledovaly, co si prohlížíte, co přidáváte do košíku a co nakonec kupujete. Na základě těchto informací vám pak nabízejí podobné produkty, ukazují vám, co ostatní kupují, nebo vás upozorňují na slevy, které vás mohou zajímat. A co je důležité, firmy mohou tyto údaje také sdílet s dalšími partnery, kteří na vás pak mohou cílit další reklamy, aniž byste si toho byli vědomi.

Jak si udržet kontrolu nad svým digitálním životem

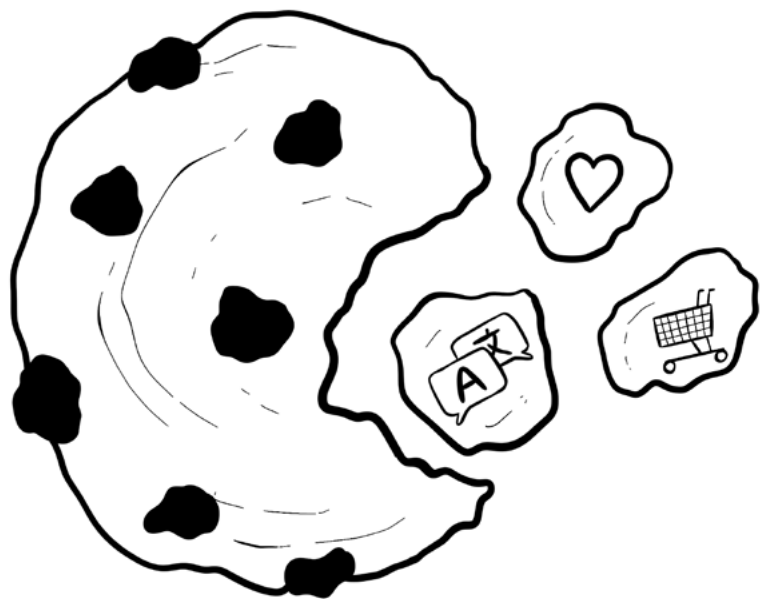
V této knize se podíváme na to, jak cookies fungují, jak ovlivňují váš život a jak s nimi můžete pracovat, abyste si udrželi kontrolu nad svým digitálním soukromím. Ukážu vám, jaké cenné informace cookies poskytují firmám a co to znamená pro vás jako uživatele internetu. Dám vám nástroje a rady, jak můžete cookies spravovat a jak se rozhodnout, co o sobě chcete sdílet – a co si raději necháte pro sebe.

Dozvíte se, jak se bránit dynamickým cenám, jak spravovat souhlas s cookies, jak minimalizovat svůj digitální otisk a jak si udržet kontrolu nad svými osobními daty. Díky této znalosti budete lépe vybaveni k tomu, abyste se mohli pohybovat v digitálním světě a využívat ho ve svůj prospěch, místo aby vás ovládal.

Připravte se na cestu za digitálním zlatem

Provedu vás světem cookies a digitálních dat. Pochopíte, jak se data stala nejcennější měnou v digitálním věku a jak vy, jako uživatel, můžete využít tuto znalost ve svůj prospěch. Ať už jste technický nadšec, nebo jen běžný uživatel internetu, tato kniha vám nabídne pohled na to, co se skutečně děje za kulisami vašeho online života.

Připravte se na cestu, která vás provede světem digitálního zlata – světem, kde jsou data klíčem k zisku i vlivu. Světem, kde každý váš pohyb, každý klik a každé vyhledávání přispívá k vytváření vašeho digitálního profilu, který má pro firmy nevyčíslitelnou hodnotu.



2. Cookies:

Co jsou a jak fungují?

Základní definice a druhy cookies

Když slyšíte slovo „cookie“, možná si představíte něco sladkého, co se podává s čajem nebo kávou. Ale v digitálním světě je cookie něčím úplně jiným. Je to malý soubor dat, který si webová stránka uloží do vašeho prohlížeče, když ji navštívíte. Tento malý soubor stránce umožňuje „pamatovat si“ vaše aktivity a preference, i když stránku opustíte a vrátíte se později.

Možná si říkáte: „Proč by si měla nějaká stránka něco pamatovat?“ Odpověď je jednoduchá – cookies zlepšují váš zážitek z prohlížení. Díky nim si weby ukládají vaše přihlášení, nastavení jazyka, obsah nákupního košíku a další věci, které byste jinak museli pokaždé znovu nastavovat. Ale ačkoli vám cookies nabízí jistou míru pohodlí, nepamínejte, že za něj platíte daty o sobě a svém chování.

Typy cookies: Od jednoduchých po složité

Cookies nejsou všechny stejné. Existuje několik typů cookies, které plní různé funkce. Pojďme si představit ty nejběžnější:

1. **Session cookies** (relační cookies): Tyto cookies existují pouze do té doby, dokud máte otevřený prohlížeč. Jakmile ho zavřete, cookies zmizí. Používají se například k tomu, aby si web pamatoval vaše přihlášení během jedné návštěvy.
2. **Persistent cookies** (trvalé cookies): Na rozdíl od *session cookies* tyto cookies zůstávají ve vašem prohlížeči i po jeho zavření. Díky nim si web pamatuje vaše přihlášení, i když se na něj vrátíte po několika dnech. Mohou být nastaveny tak, aby expirovaly po určité době, například po několika týdnech nebo měsících.
3. **First-party cookies** (cookies první strany): Tyto cookies jsou nastaveny přímo webovou stránkou, kterou navštěvujete. Jsou to nejběžnější cookies, které vám pomáhají udržet konzistentní zážitek při procházení webu. Nejčastěji jsou využívány správcem webu k personalizaci webu pro uživatele.
4. **Third-party cookies** (cookies třetí strany): Tyto cookies jsou nastavovány jinými doménami než tou, kterou navštěvujete. Nejčastěji se používají pro reklamní účely.

Každý typ cookie má svůj účel a specifické použití. Dohromady tvoří ekosystém, který umožňuje webům fungovat hladce, zatímco sledují a analyzují vaše chování.

Role cookies v digitálním ekosystému

Cookies hrají klíčovou roli. Jsou jako malí tiší pracovníci na pozadí, kteří zajišťují, že webové stránky fungují hladce, že uživatelé mají

Vážení čtenáři, právě jste dočetli ukázkou z knihy ***Digitální zlato***.

Pokud se Vám ukázka líbila, na našem webu si můžete zakoupit celou knihu.