

תוכן העניינים

1	הקדמה.....
3	פרק 1 – הפרטיות ברשת פייסבוק, תמונת מצב.....
4	גודלה של פייסבוק ואיסוף המידע שלה.....
6	מהי פרטיות?.....
9	בעיית הפרטיות ברשתות החברתיות.....
10	הנסיונות לפתור את הבעיה.....
14	פרק 2 – העקרונות המוסריים של הפרטיות ברשת פייסבוק.....
15	צדק ומוסר בעסקים.....
18	גישות מוסריות לשאלת ההגנה על הפרטיות ברשתות החברתיות.....
25	פרק 3 – מה ניתן לעשות?.....
26	ניסוח הבעיה.....
29	מה ניתן לעשות?.....
32	סיכום.....
33	ביבליוגרפיה.....

הקדמה

בשנים האחרונות ערים אנו לתופעה של מעקב אחר משתמשים ברשתות החברתיות. הרשתות החברתיות השונות ובראשן "פייסבוק" אוספות מידע רב על המשתמשים, מידע שמגיע אל החברות האלו כחלק מהפעולה השוטפת שלהן, ולעיתים קרובות מבלי שהמשתמש הרגיל מודע לכך.¹ למעשה, איסוף המידע, כך טוענים מומחים שונים, הוא הרבה יותר מקיף אפילו ממה שהיה ידוע עד לאחרונה. ההנחה המקובלת היתה שפייסבוק אוגרת מידע על המשתמשים רק באמצעות מעקב אחרי השימוש שלהם ברשת החברתית בעצמה, לדוגמה, אם הם לחצו על קישור לאתרים אחרים. אבל לאחרונה התברר שפייסבוק אוספת הרבה יותר מידע מזה. היא משתילה "עוגיות" במחשבים של המשתמשים, קבצים קטנים שעוקבים אחרי כל הפעילות של המשתמשים ברשת, והעוגיות האלו יכולות לשלוח לפייסבוק מידע גם אם המשתמש בכלל לא השתמש באותו זמן בפייסבוק. עקרונית, ההגדרות הרגילות אמורות למנוע את התופעה הזו, אבל אצל משתמשים רבים, ובעיקר כאלה שלא מבינים כל כך במחשבים, ההגדרות שונות ופייסבוק יכולה לשתול אצלם עוגיות כאלו. ומה שאולי חמור אפילו יותר, התברר גם שפייסבוק אוספת באמצעים דומים מידע על גולשי אינטרנט שהם אפילו לא משתמשים של פייסבוק.²

התופעה הזאת מוכרת מרשתות חברתיות שונות, ובכלל מאתרי אינטרנט שונים, אבל המקרה של פייסבוק נחשב בעייתי במיוחד. סיבה אחת היא שפייסבוק היא פשוט הרשת החברתית הגדולה ביותר בעולם. מספר המשתמשים בפייסבוק כיום הוא בערך 2.6 מיליארד אנשים, לפי ההערכה (פייסבוק מדווחת על מספר המשתמשים שלה, אבל המספר שהיא נותנת הוא "מיופה" וכולל גם אנשים שרק נכנסים לרשת לכמה דקות מדי חודש. אין דרך אחת מוחלטת לקבוע כמה משתמשים יש). המספר הזה הופך את פייסבוק לתופעה חסרת תקדים בהיסטוריה של האנושות – אם פייסבוק היתה מדינה, היו בה פי שניים יותר אזרחים מאזרחי שתי המדינות שמתחת לה בגודל. מה שקורה בפייסבוק משפיע על העולם כולו.³

סיבה נוספת לזה שהמקרה של פייסבוק נחשב לבעייתי במיוחד הוא ההיסטוריה של השימוש של פייסבוק במידע שהיא אוספת. לפייסבוק יש היסטוריה גרועה מאד בתחום.⁴ המקרה הכי מפורסם (והיו עוד כמה שזכו היה פרשה שבה פייסבוק מכרה לחברת "קיימברידג' אנליטיקה" מידע על חמישים מיליון לפחות פירסום) משתמשים שלה. חברת קיימברידג' אנליטיקה השתמשה במידע הזה בשביל לבנות קמפיינים פוליטיים, בין השאר בשביל דונאלד טראמפ. אי אפשר להוכיח שזה מה שהכריע את הבחירות בארצות הברית ב-2016, אבל בכל מקרה זה מקרה בעייתי. פייסבוק אספה את המידע, ולמרות שהיא הצהירה באופן מפורש שהיא לא מעבירה אותו לשום גוף אחר, היא מכרה אותו לחברה מסחרית שמתמחה בקמפיינים פוליטיים.

המקרה הזה הוא המקרה הבולט ביותר של הבעיות של איסוף המידע בידי הרשתות החברתיות, אבל הוא לא היחיד, יש עוד בעיות. בעיה אחת היא שהמשתמשים פשוט לא יודעים מה פייסבוק אוספת עליהם. עקרונית, המידע הזה זמין באתר של פייסבוק, אבל בפועל רק חלק קטן מאד ממיליארדי המשתמשים של פייסבוק מסוגל להבין מה המידע הזה אומר. זאת היא בעיה של חדירה לפרטיות. זאת היא שאלה מורכבת, ויש דעות שונות לגבי השאלה עד כמה הפגיעה הזאת היא בעייתית, אבל רבים טוענים שיש כאן בעיה של פגיעה מוגזמת במה שנחשב לזכות אנושית.⁵ בעיה נוספת היא של גודל. לפייסבוק יש יכולת לאסוף פיסות קטנות של מידע ובעזרת אלגוריתמים מתוחכמים להרכיב מהם פרופילים מפורטים מאד של המשתמשים. big data התופעה הזאת מוכרת במקרים שונים של

¹ רונן לוי, "פייסבוק עושה שימוש בפרטי משתמשים למטרות רווח". אוביטר, 19.04.2021. <https://www.obiter.co.il/47710>

² עומר כביר, חזון הפרטיות של צוקרברג משרת רק אותו. כלכליסט, 11/3/2019.

³ עומר כביר, פייסבוק מציגה צמיחה - אך המצב גרוע מכפי שהוא נראה. כלכליסט, 30/4/2020.

⁴ עודד ירון, כל מה שאתם צריכים לדעת על פרשת פייסבוק וקיימברידג' אנליטיקה. הארץ, 19/3/2018.

⁵ Anne Witt, Excessive Data Collection as a Form of Anticompetitive Conduct: The German Facebook Case. Antitrust Bulletin Vol. 66 Issue 2, 2021, p276-307

פרק 1 – הפרטיות ברשת פייסבוק, תמונת מצב

השאלה שעומדת למבחן בעבודה זו, בדומה לשאלות רבות בתחום של מוסר ועסקים, היא כיצד יש לאזן בין שתי מטרות שונות וסותרות. מצד אחד עומדת הפרטיות של המשתמשים ברשת "פייסבוק", שהיא דוגמא כאן לרשתות חברתיות בכלל. מהצד השני של האוזן עומד המודל העסקי של פייסבוק שמאפשר לה לספק את השירותים שלה בחינם. מודל זה מבוסס על פירסום. בלי לאסוף מידע כלשהו על המשתמשים, פייסבוק לא תוכל למשוך את המפרסמים, ולא תוכל להמשיך לתת שירות חינם, שהוא שירות שהמשתמשים מאד מעוניינים בו. (כביר, 2020). צריך לזכור שיש כאן שירות שהוא באמת מבוקש. העובדה שיש כל כך הרבה אנשים שמשתמשים בפייסבוק מראה שכנראה שבאמת היא נותנת להם שירות שהם רוצים. השאלה היא כיצד אפשר להביא לכך שהפירמה תמשיך לספק את השירותים האלה, וביחד עם זה גם תשמור על גבולות מסוימים ביחס למאמצים של למשוך מפרסמים, גבולות שהפירמה פרצה יותר מפעם אחת בשנים האחרונות, כפי שיפורט בהמשך. זאת לא שאלה תאורטית בלבד, אלא שאלה שנוגעת לבעיה ממשית.

ההצגה הראשונית הזאת של הבעיה היא כללית מאד, ומעלה מספר נקודות חשובות שצריך לתת עליהן את הדעת. מעל לכל, עולה כאן שאלה קריטית, שהיא אולי יוצאת דופן במידה מסוימת בתחום של מוסר ועסקים – השאלה של הגודל. לרוב, למראית עין לפחות, שאלת הגודל אינה כה קריטית, ואינה משנה את השאלה העקרונית. אם עיקרון מסוים נכון בקנה מידה קטן, בדרך כלל הוא יהיה נכון גם בקנה מידה גדול. אם מפעל מסוים מזהם את הנהר שלידו, השאלה של כמה בדיוק הוא מזהם, וכמה בדיוק אנשים נפגעים מכך אינה כה קריטית. כמובן שאם מדובר בזיהום פעוט שפוגע במעט מאד אנשים הרי שהבעיה פחות חשובה ממקרה דומה אבל גדול יותר, אבל עם זאת, הבעיה היא פחות או יותר אותה בעיה – איך לאזן בין הצורך לייצר לבין הפגיעה באחרים. אבל במקרה של פייסבוק ההשפעה של הגודל היא שונה. היא יוצרת למעשה בעיה מסוג חדש, שאינו מתעורר בסדרי גודל קטנים יותר. הכוונה כאן היא גם לגודל של הרשת החברתית עצמה, וחשוב אפילו יותר מכך, הגודל או ההיקף של איסוף המידע מצד הרשת החברתית, שיוצר הבדל איכותי של ממש ממקרה דומה אם היה מתקיים בקנה מידה קטן יותר.

בנוסף, ההצגה הראשונית הזאת מעלה גם שאלה חשובה לגבי עצם הבעיה המוצגת כאן – הפגיעה בפרטיות. השאלה המתבקשת היא מהי פרטיות ומדוע בעצם יש להגן עליה. למרבית האנשים אין בעיה מיוחדת לפרסם את שמם וכתובתם בספר טלפונים לדוגמא. למרבית האנשים גם אין בעיה שתמונה שלהם תתפרסם, לדוגמא באתר של מקום העבודה שלהם, או אפילו ברשת החברתית. להפך, נראה שהרבה אנשים רוצים בכך. אם כך, באיזה נקודה האיסוף של המידע הפרטי הזה הופך לבעיה? גם כאן השאלה היא במידה רבה שאלה של מידה, וכפי שנראה בהמשך, כל השאלות האלו שלובות אחת בשניה. השאלה הכללית היא כיצד ניתן לקבוע, אפילו בצורה גסה ביותר, באיזה נקודה איסוף של מידע פרטי הופך לבעיה שיש לתת עליה את הדעת.