

谷歌侵犯私隱？

成報 | 2012-03-20

報章 | A12 | 成中講台 | By 陳財喜

谷歌在沒有預告的情況下在本年 3 月 1 日起單方面修改了私隱政策，引起了世界各地私隱保障機構及消費者團體的關注。

有關政策統一了谷歌 70 多項不同產品及服務的私隱政策。這個做法將用戶因不同原因在不同情況下提供的資料「化零為整」。谷歌聲稱有關改變讓用戶快捷簡易地使用各項谷歌的產品並改善搜尋結果。谷歌提供的服務內容很多，最「殺食」的是谷歌搜尋器、Android 智能手機及 Gmail 作業系統，而這三項服務到目前為止仍是市場的領導者。谷歌利用自身搜索引擎優勢，分析用戶行爲，推出一系列相關服務，使用戶依賴其產品，間接進一步壓制競爭對手，強化其壟斷地位。根據 2011 年統計，美國有 65.4% 網民使用谷歌搜尋器，搜尋次數多達 117 億次，而 Android 智能手機的美國市場佔有率也達 45%，超過蘋果智能手機 Apple iPhone。

對於谷歌此舉，私隱專員質疑谷歌對用戶私隱政策的承諾，因為用戶被迫分享他們不想分享的資料，即谷歌沒有為用戶提供適當的退出選擇。用戶「豐富」的個人資料檔案如一旦外洩，將會有很大的風險，有可能造成個人損失，況且谷歌也沒承諾不會利用用戶資料來圖利，利字當頭可能就顧不得你的私隱了。

谷歌網上的行徑被批評為網上霸權是不無道理的。用戶的個人資料不受保障，個人資料被進一步檔案化及商品化，所有用戶上網瀏覽資料的紀錄都被追蹤及整合。

香港個人資料私隱專員公署就事件在 2012 年 2 月 28 日向谷歌發信，提出了關注。2 月 29 日谷歌回信給公署，不過只是作出一般性的回覆，可謂「到喉唔到肺」，不能回應私隱專員的關注。

根據私隱專員的說法，谷歌是以美國為基地的跨國網絡及軟件公司，其伺服器也是在美國，要採取執法行動有一定的困難。現時來說，私隱專員只以較「溫柔」的手段來要求谷歌回覆私隱專員的提問，例如用戶可以怎樣較容易地找到及取用谷歌的私隱工具，以確保用戶可以有效地退出谷歌自動從多項產品合作他們的個人資料的做法，谷歌至今還未有明確回應。我們相信谷歌會用拖延的策略。

私隱專員表示暫時不會用其調查的權力來調查谷歌，只透過「信來信往」是很難解決問題的。私隱專員何時「變身」為「有牙老虎」是我們想知道的。私隱專員也應要求谷歌在取用用戶資料之前先向用戶解釋用途，再獲同意後才可使用，亦應讓用戶有權刪除個人資料以保障個人私隱。香港作為亞太區私隱成員，亦是亞太區私隱機構科技工作小組的召集人，理應可以發揮「前鋒」作用為亞太區的私隱工作起示範作用，敢為天下先。

城市智庫研究員及**新論壇**地區事務主任/區議員 **陳財喜**