

УИХ-ЫН
СУДАЛГААНЫ САН

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД
ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ЭМНЕСТИ
ИНТЕРНЭШНЛ



**ЭМНЕСТИ ИНТЕРНЭШНЛ НЬ ХҮН БҮРТ ЭРХИЙГ НЬ ЭДЛҮҮЛЭХИЙН
ТӨЛӨӨ ХҮМҮҮСИЙН ХҮНЛЭГ СЭТГЭЛД ТУЛГУУРЛАН КАМПАНИТ
АЖИЛ ӨРНҮҮЛДЭГ 10 САЯ ХҮНИЙГ ЭГНЭЭНДЭЭ НЭГТГЭСЭН
ДЭЛХИЙ ДАЯАРХ ХҮНИЙ ЭРХ ХАМГААЛАГЧДЫН ХӨДӨЛГӨӨН ЮМ.**

**ЭРХ БАРИГЧИД ОЛОН УЛСЫН ЭРХ ЗҮЙ, ХЭМ ХЭМЖЭЭГ
ХҮНДЭТГЭДЭГ, ХАРИУЦЛАГАА ХҮЛЭЭДЭГ, АМЛАЛТДАА ХҮРДЭГ
ДЭЛХИЙ ЕРТӨНЦИЙГ БИЙ БОЛГОХЫН ТӨЛӨӨ БИД АЖИЛЛАДАГ.**

**БИД АЛИВАА ЗАСГИЙН ГАЗАР, УЛС ТӨРИЙН ҮЗЭЛ СУРТАЛ, ЭДИЙН
ЗАСГИЙН АШИГ СОНИРХОЛ, ШАШИН ШҮТЛЭГЭЭС АНГИД БИЕ
ДААСАН, ХАРААТ БУС БӨГӨӨД ГИШҮҮД ДЭМЖИГЧДИЙНХЭЭ ХАНДИВ
ТУСЛАМЖААР САНХҮҮЖДЭГ.**

**ХҮМҮҮС ЭВ САНААНЫ НЭГДЭЛТЭЙ, ХҮМҮҮНЛЭГ ЭНЭРЭНГҮЙ
БАЙСНААР ИЛҮҮ САЙХАН НИЙГМИЙГ БИЙ БОЛГОЖ, ӨӨРЧИЛЖ
ЧАДНА ГЭДЭГТ БИД ИТГЭДЭГ.**

©Эмнести Интернэшнл 2019 он
энэ товхимол дахь контент нь Креатив Коммонс-оор
зөвшөөрөгдсөн (жинхэнэ эх хувь, худалдааны бус, хуулбарлаагүй,
олон улсын 4.0) лицензийн дагуу баталгаажуулсан болно.
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Дэлгэрэнгүй мэдээлэл авахыг хүсвэл манай: www.amnesty.org
цахим хуудасны зөвшөөрөл хэсгээр зочлоорой.



Гэрэл зургийг харахыг хүсвэл © Sebastien Thibault/
agoodson.com хаягаар зочилно уу.

УИН.МН
СУДАЛГААНЫ САН

Индекс: POL 30/1404/2019

Эх хэл: Англи хэл

amnesty.org

АГУУЛГА

ХУРААНГУЙ	4
1. ТАНДАЛТЫН БИЗНЕС	7
ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮКИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР	8
ГҮҮГЛ (GOOGLE), ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK)-ИЙН НОЁРХОЛ	9
ӨГӨГДӨЛ ОЛБОРЛОЛТ БА ХАДГАЛАЛТ	11
ХАВТГАЙРСАН ТАНДАЛТ	14
2. ХУВИЙН НУУЦ ХАЛДЛАГАД ӨРТӨЖ БАЙНА	17
ТАНДАЛТАД СУУРИЛСАН БИЗНЕС ЗАГВАР БА ХУВИЙН НУУЦТАЙ БАЙХ ЭРХ	18
ХУВИЙН НУУЦТАЙ БАЙХ ЭРХТЭЙ ХОЛБООТОЙ ӨМНӨХ АМЛАЛТУУД БОЛОН БҮТЭЛГҮЙТЛҮҮД	21
ЗАСГИЙН ГАЗРААС ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK)-ИЙН ДАТА БААЗ РҮҮ НЭВТРЭХ БОЛОМЖ	23
ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK) ДЭХ ХҮНИЙ ЭРХ	24
3. ӨГӨГДЛИЙН ШИНЖИЛГЭЭ ӨРГӨН ХҮРЭЭНД: БУСАД ХҮНИЙ ЭРХИЙН ЭРСДЭЛҮҮД	25
ИЛҮҮ ӨРГӨН ХҮРЭЭНИЙ ХУВИЙН МЭДЭЭЛЭЛ БОЛОВСРУУЛАЛТ, ХУВЬ ХҮНИЙ ТОДОРХОЙЛОЛТ, НАРИЙВЧИЛСАН МЭДЭЭЛЭЛ ХҮРГЭЛТ	27
ИТГЭЛ ҮНЭМШИЛ, ҮЗЭЛ БОДОЛД НӨЛӨӨЛӨХ НЬ	27
ӨРГӨН ХҮРЭЭНД ДАЛД ТАРХИ УГААЛТ	29
ХАНДАЛТЫГ НЭМЭГДҮҮЛЭХ НЬ	32
ЯЛГАВАРЛАН ГАДУУРХАЛТ	34
4. ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРӨЛ ХАРИУЦЛАГЫГ СУЛРУУЛЖ БАЙНА	37
ИНТЕРНЭТ ХАНДАЛТЫН ТӨЛБӨР ТАНДАЛТ БОЛОХ НЬ	38
ХОР УРШИГ ТАРЬСАН ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРӨЛ	39
ХҮНИЙ ЭРХИЙН ЗӨРЧИЛ НЬ ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРЛИЙГ ДААМЖРУУЛДАГ	40
ЭРХ МЭДЭЛ НЬ КОРПОРАЦИЙН ХАРИУЦЛАГАД СААД БОЛЖ БАЙНА	41
БЭРХШЭЭЛИЙГ ДАВАХ	44
ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ	46
УЛС ОРНУУДАД ӨГӨХ ЗӨВЛӨМЖ	47
КОМПАНИУДАД ӨГӨХ ЗӨВЛӨМЖ	48

UIN.MN
СУДАЛГААНЫ САН

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ХУРААНГУЙ

Цахилгаан эрчим хүчийг нээснээс хойш интернэт нь дэлхий ертөнцөд хамгийн том өөрчлөлт хувьсал авчирсан нээлт болоод байна. Дэлхийн хүн амын талаас илүү хувь нь мэдээ унших, ойр дотны хүмүүстэйгээ холбогдох, ажлын байр хайх эсхүл яаралтай асуултад хариулт эрэхдээ интернэт сүлжээг өдөр тутамдаа ашиглаж байна. Интернэт нь 50 жилийн өмнө хэний ч төсөөлж чадахааргүй өргөн хүрээ, хурдаар нийгэм, эдийн засгийн боломжуудыг нээсэн.

Уг өөрчлөлтийн үр дүнд интернэтийн хүртээмж, хэрэглээ нь хүн эрх, эрх чөлөөгөө эдлэх чухал хэрэгсэл болохыг нийтээр хүлээн зөвшөөрөх болжээ. Дэлхий даяар 4 тэрбум гаруй хүний хувьд интернэт нь харилцаа холбоо тогтоох, сурах, эдийн засгийн харилцаанд орох, нийгэм, улс төрийн үйл явдалд оролцох гол хэрэгсэл болоод байна.

Гэвч цахим орчинг хэрэглэж, ашиглаж буй хэдэн тэрбум хүний дийлэнх нь ердөө хоёрхон корпорацийн үйлчилгээнээс хамааралтай байна. Интернэт хандалтын анхдагч суваг энэхүү хоёр компаний хяналтад байдаг. Үйлчилгээ нь амьдралын салшгүй нэг хэсэг болсон учраас интернэтийг тэдэнгүйгээр төсөөлөхөд бэрх.

Фэйсбүүк (Facebook) бол дэлхийн хамгийн том сошиал медиа компани мөн. Фэйсбүүк (Facebook)-ийн сошиал платформ, харилцаа холбооны үйлчилгээний ВатсАпп (WhatsApp) (WhatsApp), Мессенжэр (Messenger), Инстаграм (Instagram) аппликейшний нийт хэрэглэгчдийг нийлүүлбэл дэлхийн хүн амын гуравны нэг нь өдөр тутамдаа Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээг ашиглаж байна. Өнөөгийн дижитал эрин үеийн хүн төрөлхтний харилцаа холбоо хэв маягийг тэд тодорхойлж байна.

Гүүгл (Google) цахим ертөнцөд илүү том орон зайг эзэлдэг. Гүүгл (Google)-ийн хайлтын систем нь мэдээллийн гол эх сурвалж бөгөөд дангаараа дэлхийн хайлтын системийн хэрэглээний 90 гаруй хувийг эзэлдэг. Гүүгл (Google)-ийн хайлтын хөтөч Хром (Chrome) нь дэлхийд хамгийн их хэрэглэгддэг хайлтын хөтөч юм. Мөн Гүүгл (Google)-ийн видео платформ Ютүүб (Youtube) (Youtube) нь дэлхийд тэргүүлэгч видео платформ төдийгүй хоёр дахь хамгийн их хэрэглэгддэг хайлтын систем юм. Үүгээр зогсохгүй гар утасны Андроид (Android) үйлдлийн системийг дийлэнх ухаалаг гар утас ашиглагддаг.

Хүмүүс компьютероос илүүтэй гар утсыг ашиглан интернэтэд орох болсон тул Андроид (Android) үйлдлийн системийн давамгайлал нь нэн чухал ач холбогдолтой. Гар утас нь бидний цахим хайлтын зуршил, мэдээллээс гадна зорчих маршрут, байршил зэрэг мэдээллийг хадгалдаг. Мөн бидний хувийн захидал, зурвас, зураг, утасны дугаар, хуанлийн тэмдэглэл зэрэг тоймгүй олон мэдээлэл гар утсанд агуулагдаж байдаг.

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь хүн төрөлхтөнг холбож, нэн чухал үйлчилгээ үзүүлж байна. Хүмүүс өнөөгийн нийгэм, эдийн засгийн харилцаанд утга төгөлдөр оролцож, эрхээ эдлэхэд интернэт буюу Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн санал болгож буй хэрэгслүүд чухал үүрэг гүйцэтгэх болжээ.

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээ хэдий бодит үнэ цэнтэй ч, нөгөө талаас платформууд нь хэд хэдэн эрсдэлийг дагуулдаг. Эдгээр компаний тандалтад суурилсан бизнес загвар нь хэрэглэгчдийг "Фаустийн наймаа" буюу өөрийн үнэ цэнэтэй, хувийн мэдээллээ наймаалцахад хүргэдэг. Учир нь хүмүүс цахим орчинд хэрэглэхийн тулд хүний эрхийн зөрчилд суурилсан системийг ашиглахаас өөр аргагүйд хүрч байна. Юун түрүүнд дээрх бизнес загвар нь хувь хүний нууцтай байх эрхэд урьд өмнө байгаагүй өргөн хүрээнд халдаж байгаас гадна үүнийг дагаад үзэл бодлоо илэрхийлэх эрхээс авахуулаад итгэл үнэмшилтэй байх, ялгаварлан гадуурхлаас ангид байх зэрэг бусад эрхэд ноцтой заналхийлж байна.

Энэ бол бидний анх нэгдсэн интернэт огт биш. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд хориод жилийн өмнө бизнесээ эхлүүлэхдээ тэс өөр бизнес загвартай, хоёул тандалтад суурилдаггүй байв. Хувь хүний нууцад аажмаар халдах болсон нь эдгээр компани зах зээлд ноёрхож, дэлхий дахинд "нийтийн орон зайг" хяналтдаа авсны шууд үр дагавар юм.

Уг тайлангийн **"Тандалтын бизнес"** гэх эхний бүлэгт Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар хэрхэн хэдэн тэрбум хүнээс төлбөр авахгүйгээр үйлчилгээ үзүүлдгийг тайлбарлана. Харин олон нийт мөнгөн төлбөр биш хувийн мэдээллээрээ үйлчилгээний төлбөр төлдөг. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд энэхүү мэдээллийг цуглуулан улмаар хүмүүст дүн шинжилгээ хийж, тэднийг ангилж, сонирхол, онцлог шинж, ялангуяа зан байдлынх нь талаар таамаглал боловсруулж, эцэст нь үүнийгээ зар сурталчилгаанаас ашиг олоход ашигладаг.

Тандалтын энэ механизм нь Гүүгл (Google)-ийн хайлтын хэсэг, эсхүл Фэйсбүүк (Facebook)-ийн платформуос ч өргөн хүрээнд хэрэгждэг. Гар утасны аппликейшнээс авахуулаад цахим сүлжээний бүхий л хэсэг цаашлаад бодит ертөнцөд өдөр тутмын амьдралд ч хүмүүсийг тандан мөрдөж байдаг.

Тэд бидний юу хайж, хаашаа явж, хэнтэй, юу ярьж, юу уншиж буй талаар дэлгэрэнгүй мэдээлэл цуглуулдаг бөгөөд эдгээр мэдээлэлд цахим дүн шинжилгээ хийж, бидний сэтгэл зүйн байдал, угсаа гарал, бэлгийн чиг баримжаа, улс төрийн үзэл баримтлал, эмзэг байдлыг таамаглах боломжтой болжээ. Эдгээр мэдээллийн нилээдгүй хэсгийг тэр дундаа хүний эрхийн хуулиар хамгаалагдсан хүний онцлог шинж бүхий мэдээллийг- мэдээлэл, зар сурталчилгаа хүргэх хэрэглэгчдээ тогтоох зорилготой байгууллага, бусад этгээдэд дэлгэдэг.

"Хувийн нууцад халдах нь" хэмээх хоёрдугаар бүлэгт энэхүү нийтийг хамарсан тандалт нь хүний хувийн нууцтай байх эрхийн мөн чанарыг хэрхэн зөрчиж буйг тайлбарлана. Энэхүү тандалт нь нэн шаардлагагүй, зохимжгүй шалтгаанаар хэдэн тэрбум хүний хувийн амьдралыг ийнхүү хөндлөнгөөс тандах нь ямар ч нөхцөлд шаардлагатай, зохистой гэж үзэх нөхцөлгүй. Түүнчлэн хэрэглэгчид цахим сүлжээний компаниудын үйлчилгээг авахын тулд нэвтрэхдээ өөрсдийн хувийн мэдээллийг маркетинг, сурталчилгааны зориулалтаар ашиглахыг автоматаар "зөвшөөрсөн" гэж үзэж, мэдээлэлтэй харьцаж байгаа нь хэрэглэгчдийн хэнд, хэрхэн өөрийн мэдээллээ хуваалцахаа сонгох, шийдэх эрхэд халдаж байна. Эцэст нь эдгээр компани алгоритм хэрэглэгчдийн талаар дэлгэрэнгүй мэдээлэл бүхий профайл үүсгэдэг нь хэрэглэгчдийн хувийн орчинд өөрийгөө чөлөөтэй тодорхойлох боломжид саад учруулж байна.

Эхэндээ дээрх мэдээллээс зөвхөн хувийн компаниуд зар сурталчилгаагаа байршуулж ашиг хүртдэг байсан ч, мэдээллийн сан бий болсноос хойш засгийн газруудын ч сонирхлыг ихээр татах болжээ. Үүний шалтгаан нь энгийн. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) олон тэрбум хэрэглэгчдийнхээ талаар маш их хэмжээний мэдээлэл цуглуулж чадсан ба аль нэг засгийн газар цуглуулахыг хэн ч хэзээ ч зөвшөөрөхөөргүй мэдээллүүдийг бүрдүүлж чаджээ. Тус хоёр компани хоёул хэрэглэгчдийнх нь мэдээллийг авах гэсэн аливаа улсын оролдлогыг одоохондоо хааж чадсан ч, засгийн газрууд тэдний их хэмжээний мэдээлэл цуглуулах чадвараас нь болоод үйл ажиллагааг нь хязгаарлах зохицуулалт гаргадаггүй.

Хувийн нууцад халдах нь Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загварын салшгүй хэсэг болохыг компаниудын хувийн нууцтай холбоотой маргаанууд гэрчилнэ. Компаниуд хэрэглэгчийн хувийн нууцыг хамгаалах баталгаа өгдөг ч, асар олон тооны хувийн нууцтай холбоотой зөрчил, гомдол гарч байгаа нь онцгой тохиолдол бус харин бизнесийн хэвийн үйл ажиллагааны нэг хэсэг гэж үзэхээс өөр аргагүй юм.

"Мэдээллийн дүн шинжилгээ: Хувийн нууцаас бусад хүний эрхэд учирч буй эрсдэлүүд" хэмээх гуравдугаар бүлэгт бид Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн платформ нь хэрэглэгчдээс их хэмжээний мэдээлэл цуглуулаад зогсохгүй нарийн алгоритмын систем ашиглан эдгээр өгөгдлөөс илүү нарийн үзүүлэлт, мэдээлэл боловсруулдаг тухай авч үзнэ. Уг систем нь зар сурталчилгааны нарийн тохируулга болон дамжуулалт, хүмүүсийг платформд байлгах зан байдлын хүчин зүйл зэрэг компаний ашиг сонирхолд нийцсэн үр дүнд хүрэх хамгийн сайн арга замыг олохоор хийгдсэн. Үр дүнд нь хэрэглэгчдийн мэдээллийг нэгтгэсний дараа тэдгээр мэдээлэл хэрэглэгчид өөрт нь гэнэтийн байдлаар буцаж ирдэг.

Эдгээр алгоритмын системүүд хүний үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө, итгэл үнэмшилтэй байх, тэгш байх, ялгаварлан гадуурхлаас ангид байх эрхүүдэд ноцтой аюул учруулахуйц нөлөө үзүүлдэг. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хэрэглэгчдийн цар хүрээ, хандалт ихэссэнээр дээрх эрсдэл улам нэмэгдсэн ба нийт хүн амын хэмжээний хүний эрхийн зөрчилд хүргэжээ. Түүнчлэн цогц дата аналитикт суурилсан систем нь мэдээллээ ашиглуулж буй олон тэрбум хүнээр зогсохгүй компьютерийн шинжлэх ухаанчдад хүртэл ойлгомжгүй байдаг.

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДАГ БОЛОХ НЬ

87 сая хүний Фэйсбүүк (Facebook) хаягаас мэдээлэл цуглуулж, улс төрийн кампанит ажлын зорилгоор хүмүүст мэдээлэл оновчилж хүргэх, саналыг чиглүүлэхэд ашигласан Кембриджийн Аналитика фирмийн хэрэг нь дэлхий нийтэд эдгээр платформ хүмүүст эрсдэлтэйг өргөн хүрээнд нөлөөлөх боломжтойн дээр тэд ч гаднын халдлагад өртөх эрсдэлтэйг харуулсан. Дээрх хэрэг хэдийгээр цочирдом боловч, үүнтэй адилаар мэдээлэл цуглуулж, дүн шинжилгээ хийхэд суурилдаг Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бизнес загвараас гарах хор уршиг мөсөн уулын орой төдий юм.

Эцэст нь **“Эрх мэдлийн төвлөрөл хариуцлагыг сааруулах нь”** гэх дөрөв дэх бүлэгт их хэмжээний мэдээллийн сан болоод цахим тооцооллын хүчин чадал нь Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийг хэрхэн дэлхийн хамгийн хөрөнгөтэй, хүчирхэг компаниуд болгосныг харуулна. Гүүгл (Google)-ийн зах зээлийн үнэлгээ нь Ирландын Дотоодын Нийт Бүтээгдэхүүнээс (ДНБ) хоёр дахин их бол Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үнэлгээ нь Ирландын ДНБ-ээс гуравны нэгээр их (хоёр компанийг нийлүүлбэл Европын Холбооныхоос хоёр дахин их) аж. Тус компаниудын бизнес загвар нь тэдэнд санхүүгийн чадамж, улс төрийн нөлөөллөө нэмэгдүүлэх, олон тэрбум хүний цахим орчны оролцоог удирдах боломж олгохын хажуугаар компани болон интернэт хэрэглэгчдийн хооронд мэдлэгийн тэгш бус байдал бий болоход хүргэсэн юм. Энэ талаар судлаач Сосана Зубофф “Тэд бидний талаар бүхнийг мэдэх ч, бид тэднийг огт мэдэхгүй” хэмээн дүгнэжээ.

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эрх мэдэл төвлөрөхийн хэрээр бизнес загвар нь хүний эрхэд ноцтой нөлөө үзүүлэх бөгөөд засгийн газрууд уг компаниудад хариуцлага тооцох, эсхүл эрх нь зөрчигдсөн хувь хүн хуулиар эрхээ хамгаалуулахад хүндрэлтэй хариуцлагын сул орон зай үүсээд байна.

Засгийн газар нь корпорациуд хүний эрхийг зөрчихөөс иргэдээ хамгаалах үүрэгтэй. Гэвч өнгөрсөн хорин жилийн хугацаанд мэдээлэл технологийн компаниуд өөрсдөө зохицуулалт хийж ирсэн бөгөөд 2013 онд Гүүгл (Google)-ийн Гүйцэтгэх захирал асан Эрик Шмидт **цахим ертөнцийг “засаглалаас ангид хамгийн том орон зай” гэж тодорхойлсон байна.** Харин олон орны хууль тогтоогч, эрх баригчид өрсөлдөөнийг хязгаарласан үндэслэлээр Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-т шалгалт хийх, Европын Холбооны “Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам”-ыг зөрчсөн гэж торгууль ногдуулах, томоохон технологийн компаниудад татварын шинэ дэглэм тогтоох зэргээр Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эрх мэдлийн төвлөрлийн эсрэг илүү дайралтын шинжтэй хариу арга хэмжээ авах болжээ.

Аливаа бизнес нь үйл ажиллагааныхаа хүрээнд хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэгтэй бөгөөд үүний тулд хүний эрхэд үзүүлж буй нөлөөллийг тогтоож, залруулах ёстой. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд нь хувь хүний нууц болон үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөтэй холбоотой үр нөлөөг арилгах бодлого боловсруулан, хэрэгжүүлж эхэлсэн. Гэвч тэдний тандалтад суурилсан бизнес загвар нь хүний нууцтай байх эрхийн мөн чанарыг алдагдуулж, бусад эрхэд ноцтой заналхийлж байгаа бөгөөд тэд уг асуудалд цогц байдлаар хандахгүй, өнөөгийн бизнес загвар нь хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэгтэй нь нийцэхгүй байгааг авч үзэхгүй байгаа юм.

Эмнести Интернэшнлийн зүгээс тус тайлангийн үр дүнг нийтлэгдэхээс өмнө хариу ирүүлэх боломжийг Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-т олгосон. Фэйсбүүк (Facebook)-ээс ирүүлсэн хариу мэдэгдлийг хавсралтаар оруулав. Мөн Гүүгл (Google)-ийн ахлах ажилтнуудтай Эмнести Интернэшнл ярилцсан ба тэд өөрсдийн холбогдох бодлого, үйл ажиллагааныхаа талаар мэдээлэл өгсөн болно. Хоёр компаний хариу тайлбарыг тус тайланд тусгасан болно.

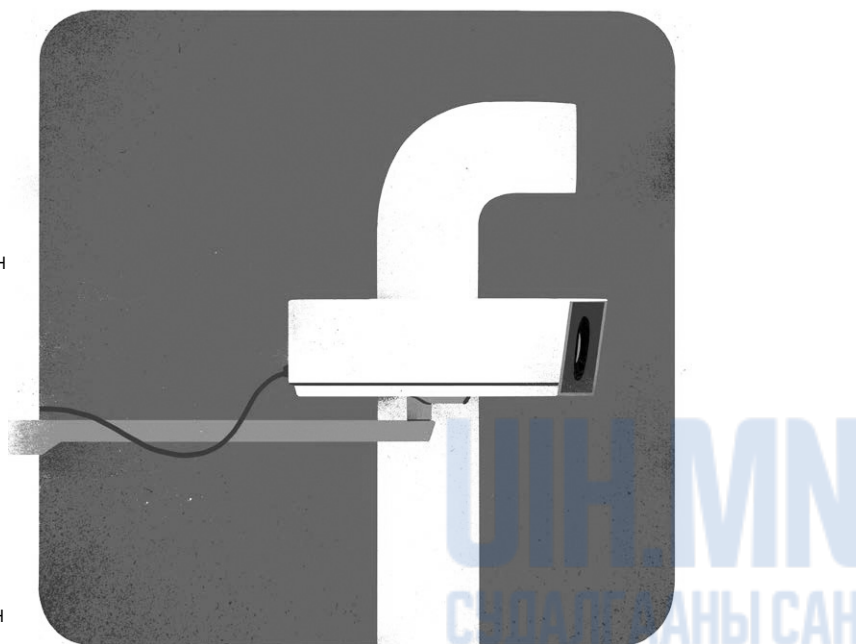
Эцэст нь технологийн салбарын зохицуулалтгүй эрин үе дуусаж байгаа нь тодорхой бөгөөд цаашид төрийн зүгээс зохицуулалт шаардлагатай боловч технологийн салбарын зохицуулалт ямар хэлбэрээр явагдахаас үл хамааран төрөөс хүний эрхэд суурилсан хандлагыг баримтлах ёстой. Ойрын хугацаанд одоогийн зохицуулалтын хэрэгжилтийг яаралтай чангатгах хэрэгтэй байна. Засгийн газрууд хүний эрхийг бүх нийтэд хүртээмжтэй болгож, эдлүүлэхэд чиглэгдсэн дижитал төрийн бодлого хэрэгжүүлэх, хувийн мэдээллийн тандалтыг багасгаж, эсхүл иргэдийн интернэтэд итгэх итгэлийг сэргээх зэргээр бүтцийн шинэчлэл хийх замаар тандалтад суурилсан бизнес загварын хүний эрхэд учруулж буй хор уршигийг бууруулах алхмуудыг авч хэрэгжүүлэх шаардлагатай байна.

1. ТАНДАЛТЫН БИЗНЕС

«Бид өөрсдийн бүтээлээс бус хэрэглэгчдээс мөнгө олдог.»

Энди Рабин, Андроидын үүсгэн байгуулагчийн нэг, 2013¹

Бид цахим ертөнцөд харилцаанд орох бүртээ үйлдэл бүрийнхээ дижитал тэмдэглэл болох мэдээллийн ул мөрийг үлдээж байдаг. Бид цахим шуудан илгээхэд тухайн зурвасын агуулга, илгээгдсэн цаг, хүлээн авагч, илгээсэн газар болон бусад олон мэдээлэл сервер болон мэдээллийн төвүүдэд бүртгэгдэж, хадгалагддаг. Түүнчлэн интернэтээр хайлт хийж, гар утасны аппликейшн хэрэглэх, банкны картаар худалдан авалт хийх үед ч үүнтэй адил үйл явц өрнөдөг. Бидний амьдралын олон хэсэг цахимаар хэрэгжих болж, интернэтэд холбогдох төхөөрөмж, үйлчилгээ, тоног төхөөрөмж, машинаас эхлээд талх шарагч, үйлдвэрүүд олшрохын хэрээр интернэтэд бүртгэгдсэн мэдээллийн хэмжээ асар хурдацтай өсөж байна.



¹ Steven Levy, Wired, The Inside Story of the Moto X: The Reason Гүүгл (Google) Bought Motorola, 8 January 2013

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

Зарим талаар эдгээр нь цахим мэдээллийг уншихад суурилсан тоон системийн технологийн дайвар бүтээгдэхүүн юм. Гэвч технологийн компаниуд “өгөгдөл гаргалт” нь туйлын үнэ цэнэтэй мэдээллийн нөөц болохыг эртнээс мэдэж байжээ. Өгөгдлийг “шинэ газрын тос” гэж тодорхойлох нь бий. Уг зүйрлэл хэдий алдаатай ч,² дэлхийн хамгийн чинээлэг компани гэгдэх газрын тосны корпорациудын байр суурийг томоохон технологийн компаниуд орлох болсон нь үнэн.³ Зар сурталчилгааны зорилгоор өгөгдөлийг ихээр цуглуулж, түүнээс мөнгө олох болсон нь “интернэтийн бизнес загвар” нь тандалт болсныг илтгэж байна.⁴

“Өгөгдөл” гэдэг нь хийсвэр, биет бус ойлголт мэт сонсогдож магадгүй. Гэхдээ энгийнээр тайлбарлавал, өгөгдөл нь бидний аж амьдрал, зан байдлын тухай анхдагч баримтуудыг агуулан боловсруулж, зохион байгуулснаар бидний хамгийн гүн далд бодол, зан байдал, дүр төрхийг илчилнэ. Хувийн мэдээллийг хамгаалах нь хувийн нууцтай эрхийн⁵ суурь нөхцөл бөгөөд энэ нь бид өөрийгөө чөлөөтэй илэрхийлэх орон зайтай байх эрхтэй салшгүй холбоотой юм.⁶ Хүний хувийн мэдээлэлд хууль бусаар, үндэслэлгүйгээр халдах нь түүний хувийн амьдралд хөндлөнгөөс оролцож буй хэрэг юм. Түүнчлэн энэ нь хүний үзэл бодлоо чөлөөтэй, бие даан ирэлхийлэх, хөгжүүлэх боломжид заналхийлдэг төдийгүй хүнийг гаднын нөлөө, хяналтад өртөх эрсдэлд оруулдаг.

Уг тайлангаар Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниудаар жишээлэн интернэтийн суурь болсон тандалтад суурилсан бизнес загвар нь хүний эрхэд хэрхэн нөлөөлж буйг авч үзэх болно. Нэгдүгээрт, тус бүлэгт эдгээр хоёр компани нь “тандалтын капитализм” гэж нэрлэгдэх хүмүүсийн мэдээллийг цуглуулж, задлан шинжилж, түүнээс ашиг олох бизнес загварыг анхлан нэвтрүүлсэн тухай тайлбарлана⁷. Ингэхдээ тэд хүмүүс цахим ертөнцөд холбогдож, мэдээлэлд авч, хуваалцах анхдагч сувгуудад үнэмлэхүй ноёрхлоо тогтоож, улмаар тэд дэлхийн хүн төрөлхтний ихэнхийн хувьд “нийтийн орон зай”-н манаач болжээ. Энэ нь тус компаниудад хүний эрхийн хэрэгжилтэд нөлөөлөх асар их боломжийг олгож байна.

ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK)-ИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үзүүлж буй үйлчилгээ нь хэрэглэгчдийн мэдээллийг цуглуулж, түүнийг задлан шинжлэх замаар орлого олдог.⁸ Тэд бүтээгдэхүүн эсвэл үйлчилгээний төлбөр авахын оронд хэрэглэгчдээс хувийн мэдээллээ өгөхийг шаарддаг.

Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google) (Алфавет холдинг компаний охин компани) нар нь үндэстэн дамнасан корпорац бөгөөд тэдний үйл ажиллагаа нь охин компаниуд, олон янзын бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээр хоорондоо ялгардаг. Гэвч тэдний бизнесийн цөм загвар ижилхэн. Тэдгээрт:

² See for example, Bernard Marr, *Here's Why Data Is Not The New Oil*, Forbes, 5 March 2018; Jocelyn Goldfein, Ivy Nguyen, *Data is Not the New Oil*, Tech Crunch, 27 March 2018

³ Statista, *The 100 largest companies in the world by market value in 2019*, August 2019 <https://www.statista.com/statistics/263264/top-companies-in-the-world-by-market-value/>

⁴ Bruce Schneier, *Surveillance is the Business Model of the Internet*, April 2014, https://www.schneier.com/news/archives/2014/04/surveillance_is_the.html

⁵ HR Committee, *Coeriel and Aurik v the Netherlands* (1994), Communication No453/1991, para. 10.2

⁶ *S and Marper v UK, Applications nos. 30562/04 and 30566/04*, European Court of Human Rights, 4 December 2008; and in 1988 in General Comment 16 on the right to privacy (HRI/GEN/1/Rev.9 (Vol. I)), the Human Rights Committee (HR Committee) states that “[t]he gathering and holding of personal information on computers, data banks and other devices, whether by public authorities or private individuals or bodies, must be regulated by law. Effective measures have to be taken by States to ensure that information concerning a person's private life does not reach the hands of persons who are not authorized by law to receive, process and use it, and is never used for purposes incompatible with the Covenant.” (para.10)

⁷ Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, 2018 (Zuboff, 2018)

⁸ Facebook states that its business is not driven by the collection of data about people, and data collection is not an end in itself for the company, but that Facebook is supported through the sale of advertising. See Annex below.

УИ.МН
СУДАЛГААНЫ САН

- a. Хүмүүст хэрэгтэй дижитал бүтээгдэхүүн, үйлчилгээг хөгжүүлж, тэдгээр платформыг ашиглаж буй эсхүл хандсан хүмүүсийн дэлгэрэнгүй мэдээллийг цуглуулна. Ингэхдээ хоёрдугаар хэсэгт дурдсанчлан үүнд зөвхөн тухайн платформд бүртгүүлсэн хүмүүсээр зогсохгүй интернэт сүлжээнд компаниудын өгөгдлийн хяналттай тулгарч буй хэн бүхэн хамаарна.
- b. Системийн алгоритм ашиглан их хэмжээний өгөгдөлд дүн шинжилгээ хийж, хувь хүн, бүлгүүдэд нарийвчилсан профайл үүсгэж, тэдний сонирхол, зан байдлыг таамаглана.
- c. Тодорхой бүлэг хүмүүст хүрэх гэсэн хэн бүхэнд мэдээллийг худалдана. Эдгээр компаниудын бизнесийн гол зорилго нь маркетингийн мэргэжилтнүүд болон зар сурталчилгаа бүтээгчдэд зорьсон хэрэглэгчдээ хүрэх сурталчилгааны орон зайг худалдах явдал юм.⁹

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн нийт орлогын дийлэнх буюу 84% болон 98% тус тус зар сурталчилгааны орлогоос бүрддэг.¹⁰ Тэдний мэдээлэл нь зар сурталчилгаа гаргагчдын дунд асар эрэлттэй бөгөөд цахим маркетингийн зах зээлд “дуополь” тогтоосон гэж хэлэгддэг.¹¹ Гэхдээ энэ нь зөвхөн зар сурталчилгаагаар хязгаарлагдахгүй бөгөөд тэдний өгөгдлийн санд буй мэдээлэл, түүнээс гаргаж авсан ойлголт нь даатгалын хүү тогтоогч компаниудаас авахуулаад хууль сахиулах байгууллага зэргийн олон талын сонирхолыг татдаг.

“Их өгөгдөл”-ийн өсөлт болон хүмүүсийн амьдралыг цахимаар цаг үргэлж мөшгөх явдал нь улс орнуудад “тандалтын эрин үе”-ийг бий болгож, эрх баригчдад тоон систем нэвтрэхээс өмнө төсөөлж байгаагүй хэмжээнд хүмүүсийн үйлдлийг нарийн мэдэх боломжтой болжээ.¹² Үүний зэрэгцээ АНУ зэрэг томоохон орнууд технологийн салбарт шууд зохицуулалт хийдэггүй, зай барьдаг нь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар цэцэглэн хөгжих үндэс болжээ.¹³ Иймээс ч 2001 оноос хойш төрийн болоод хувийн хэвшлийн тандалт нь хурдацтай хөгжих болов.¹⁴

ГҮҮГЛ (GOOGLE), ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK)-ИЙН НОЁРХОЛ

Өгөгдлийн экосистем нь өргөн хүрээтэй, нарийн бүтэцтэй дээр өөр өөр салбаруудын олон янзын оролцогчдын харилцан холбоо бүхий сүлжээнээс бүрддэг. Фэйсбүүк (Facebook), Амазон (Amazon), Айпл (Apple), Майкрософт (Microsoft), Гүүгл (Google) гэсэн “Тэргүүлэгч таван” технологийн компаниудаас Амазон, Майкрософт хоёр ч гэсэн тодорхой хэмжээнд дээр дурдсан бизнес загварыг хэрэгжүүлж байна.¹⁵

Амазон ч мөн адил цахим худалдааны салбарт ноёрхдог бөгөөд Амазон, Майкрософт нь дэлхийд тэргүүлэх үүлэн (Cloud) дэд бүтцийн нийлүүлэгчид байж, дэлхийн дийлэнх өгөгдлийг сервертээ хадгалдаг¹⁶. Олонд танигдсан брэндүүдээс гадна өгөгдөл ашиглаж орлого олдог компаниудын өргөн сүлжээ бий. Янз бүрийн эх сурвалжаас өгөгдөл цуглуулж, борлуулдаг “өгөгдлийн брокерууд” болон дижитал зар сурталчилгааны дүн шинжилгээ, багаж хэрэгслээр

⁹ Alphabet, Annual Report on Form 10-K, 2018, part 1, item 1 available at <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1652044/000165204419000004/goog10-kq42018.htm>; Facebook, Annual Report on Form 10-K, 2018, part 1, item 1 available at <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000132680119000009/fb-12312018x10k.htm>

¹⁰ Reuters, *Google parent Alphabet's revenue misses estimates, rises at slowest pace in 3 years*, 29 April 2019; Фэйсбүүк (Facebook), *Second Quarter 2019 Results*, 24 July 2019

¹¹ Shoshana Wodinsky, *The Digital Duopoly Still Reigns the Ad World*, 22 March, 2019

¹² Both companies pointed to their policies and transparency reports relating to responding government requests for data in accordance with human rights standards. Google, Legal process for user data requests FAQs, <https://support.google.com/transparencyreport/answer/7381738>; Facebook, Government Requests for User Data, <https://transparency.facebook.com/government-data-requests>

¹³ Cybersecurity expert Bruce Schneier states “governments don't really want to limit their own access to data by crippling the corporate hand that feeds them”. Bruce Schneier, *Data And Goliath*, 2015 (Schneier 2015)

¹⁴ Zuboff, 2018, p 115

¹⁵ Apple's revenue comes largely from selling technology hardware and consumer services.

¹⁶ ZDNet, *Top cloud providers 2019, August 2019* <https://www.zdnet.com/article/top-cloud-providers-2019-aws-microsoft-azure-guugl-googlecloud-ibm-makes-hybr>

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

хангадаг “технологи-сурталчилгааны” компаниуд үүнд багтана¹⁷. Мөн харилцаа холбооны компаниуд ч зорилтот бүлэгт чиглэсэн сурталчилгааны технологийг нэвтрүүлж эхлээд байна. Олон салбарт компаниуд дээрхтэй төстэй өгөгдөлд суурилсан бизнес загвар хэрэгжүүлэх нь улам нэмэгдсээр байна.

Гэвч Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) нь хүн төрөлхтний интернэтэд хандах анхдагч сувгуудад хяналтаа тогтоосон тул хүмүүсийн цахим амьдралд зүйрлэшгүй нөлөөтэй. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) болон Ютүүб (Youtube), ВатсАпп (WhatsApp) зэрэг тэдний өмчлөлийн олон компани нь хүмүүс мэдээлэл хайх, хуваалцах, хоорондоо хэлэлцэх, нийгмийн харилцаанд оролцох арга замыг хөтөлж байна. Тус компаниудын платформ нь өнөө үеийн дэлхий ертөнц, хүмүүсийн харилцаа холбооны суурь болжээ.

Хятад зэрэг зарим оронд нөхцөл байдал өөр буй. Хятадын засгийн газар интернэтэд “тусгаарлах хана” буюу хэрэглэгчдийн ашиглаж болох аппликейшн, үзэж болох веб хуудсыг тогтоодог технологийн хяналт тавьдаг. Энэ нь Хятад улс интернэтийн зах зээлээс зарим талаараа тусгаарлагдаж, төрөөс интернэтийн хэрэглээнд дарангуй хяналт, тандалтын дэглэм тогтоох боломж олгожээ.¹⁸ Үүний үр дүнд Фэйсбүүк (Facebook)-ийн ихэнх үйлчилгээг ВиЧат (WeChat), Вэйбо (Weibo) үзүүлж, тэргүүлэх хайлтын системийн хувьд Гүүгл (Google)-ийг Дайбу (Baidu) орлох зэргээр Хятад улс өөрийн гэсэн тусдаа интернэт экосистемтэй болсон байна.

Хятадаас бусад бүс нутагт Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд дараах салбаруудад илт ноёрхолоо тогтоожээ. Тухайлбал:

- **Олон нийтийн сүлжээ**– Фэйсбүүк (Facebook) үндсэн платформдоо нийт олон нийтийн сүлжээ хэрэглэгчдийн 70 хувь буюу сар тутам 2.45 тэрбум идэвхтэй хэрэглэгчтэйгээр олон нийтийн сүлжээг ноёрхдог бөгөөд өрсөлдөгчдөөсөө үнэмлэхүй том байна.¹⁹
- **Захидал харилцаа**– Хятадыг үл тооцвол Фэйсбүүк (Facebook) Мессенжэр болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн өмчийн ВатсАпп (WhatsApp) аппликейшн нийлээд захидал харилцааны зах зээлийн 75 хувийг эзэлдэг.²⁰
- **Хайлт**– Нийт интернэт хайлтын 90 хувь нь Гүүгл (Google)-ийн платформоор дамжин явагдаж, Гүүгл (Google) нь хайлтын системийн салбарт бүрэн ноёрхож байна.²¹ Тус компаний нэр нь өөрөө хайлт гэдэгтэй утга нэгэн болжээ.
- **Видео**– Гүүгл (Google)-ийн өмчит Ютүүб (Youtube) нь дэлхийн хоёр дахь том хайлтын систем бөгөөд хамгийн том видео платформ юм.²²
- **Веб хөтөч**– Гүүгл (Google) Хром (Chrome) нь дэлхийн зонхилгоч веб хөтөч бөгөөд ингэснээр Гүүгл (Google) нь бүхэл интернэтийн сүлжээнд нэвтрэх хаалга болж байна.²³
- **Гар утасны платформ**– Гүүгл (Google)-ийн Андроид (Android) нь дэлхийн хамгийн том гар утасны үйлдлийн систем юм.²⁴

¹⁷ Privacy International, How do data companies get our data? 25 May 2018 <https://privacyinternational.org/feature/2048/how-do-data-companies-get-our-data>

¹⁸ Amnesty International, Annual Report: China Country Profile, 2017/2018 <https://www.amnesty.org/en/countries/asia-and-the-pacific/china/report-china/>

¹⁹ Фэйсбүүк (Facebook), Company Info, citing user stats as of 30 September 2019; StatCounter, Social Media Stats Worldwide, Oct 2018 - Oct 2019 <https://gs.statcounter.com/social-media-stats>

²⁰ Statista, Most popular global mobile messenger apps 2019, as of July 2019 <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>

²¹ Visual Capitalist, This Chart Reveals Google’s True Dominance Over the Web, April 2018 <https://www.visualcapitalist.com/chart-reveals-googles-true-dominance-over-the-web/>

²² Mushroom Networks, YouTube: The 2nd Largest Search Engine, 2018 <https://www.mushroomnetworks.com/infographics/youtube-the-2nd-largest-search-engine-infographic/>

²³ Statista, Global market share held by internet browsers 2012-2019, as of September 2019, <https://www.statista.com/statistics/268254/market-share-of-internet-browsers-worldwide-since-2009/>

²⁴ StatCounter, Mobile Operating System Market Share Worldwide, October 2018- October 2019 <https://gs.statcounter.com/os-marketshare/mobile/worldwide>

Сар бүр 2.5 тэрбум Андроид (Android) төхөөрөмж идэвхтэй ажилладаг.²⁵ Ингэснээр Гүүгл (Google) нь орчин үеийн хүний амьдралын салшгүй хэсэг болох ухаалаг утасны чухал бүрэлдэхүүн болж байна.

- **Зар сурталчилгаа**– Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) нийлээд цахим зар сурталчилгааны нийт орлогын 60 гаруй хувийг²⁶ олдог ба дижитал сурталчилгааны зах зээлийн өсөлтийн 90 хувийг²⁷ эзэлж байна.

Интернэтийн суурь платформ дахь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн ноёрхол нь хүний эрхэд онцгой эрсдэл учруулж буйг дараагийн хэсгүүдэд тайлбарлана. Дээрх статистикууд харуулж байгаагчлан ихэнх хүний хувьд Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээг авахгүйгээр интернэт хэрэглэх нь үндсэндээ боломжгүй.²⁸ Олон оронд зонхилох эдгээр интернэт платформууд нь “сонголт” биш бөгөөд орчин үеийн амьдралын салшгүй хэсэг болжээ.

ӨГӨГДӨЛ ОЛБОРЛОЛТ БА ХАДГАЛАЛТ

Бидний авч үзсэнчлэн Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бизнес загвар нь юун түрүүнд хэрэглэгчдийн тухай асар их хэмжээний мэдээлэл цуглуулж, хадгалах үйл ажиллагаанд суурилдаг. Тэд бидний мэдээллийг цуглуулаад зогсохгүй, олж авсан өгөгдлөө ашиглан бидний тухай шинэ мэдээлэл таамаглаж гаргаж, анализ хийхэд ашигладаг. Тус платформууд нь хамгийн шинэлэг, хүний оролцоогүйгээр өөрөө суралцаж сайжруулалт хийдэг хиймэл оюун ухаан дээр суурилах бөгөөд тэдгээрийн тусламжтайгаар хүмүүсийн зан чанар, онцлог шинжүүдийг туйлын нарийвчлалтай тодорхойлж, бүлгүүдэд хуваарилж чаддаг.

Зар сурталчилгааны орлогоо нэмэгдүүлэхийн тулд Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) хэрэглэгчдийнхээ таалагддаг зүйлсийг нь таамаглаж, санал болгох тал дээр өрсөлддөг. Ингэхийн тулд тэд өгөгдлийн сангаа өргөжүүлж, таамаглах алгоритмаа сайжруулах шаардлагатай. Улмаар тус компаниуд интернэтийн үйл ажиллагаагаа өргөжүүлж, бодит ертөнцөд, дэлхий даяар тархахын тулд илүү олон хүний тухай илүү их мэдээлэл цуглуулахыг эрмэлздэг.

Энэхүү тэлэх хандлага нь хэд хэдэн янзаар илэрнэ. Нэгдүгээрт, компаниуд хүмүүсийн тухай дэлгэрэнгүй мэдээлэл цуглуулж, хадгалдаг.²⁹ Тухайлбал, Гүүгл (Google) хувь хүний төхөөрөмж дэх бүхий л хайлтын түүх, хэрэглэж буй аппликейшн дэх мэдээлэл, Ютүүб (Youtube) хайлтын түүхийг хадгалдаг³⁰ бол Фэйсбүүк (Facebook) платформд нь бүртгэлгүй хүний мэдээллийг ч гэсэн цуглуулдаг.³¹

Эхэндээ интернэт үйлчилгээний үр дүнд бий болсон өгөгдлүүдийг хаягдал эсхүл “хэрэггүй өгөгдөл” гэж үздэг байжээ. Харин энэхүү өгөгдөл нь хэрэглэгчдийн зан байдлыг ойлгоход туслах, орлогын эх үүсвэр болгох боломжтойг тогтоосон нь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар хөгжих гол түлхэц болжээ.³² Үүний зэрэгцээ өгөгдөл хадгалах зардлыг огцом бууруулж чадсанаар компаниуд өгөгдлийн сангаа хүссэн хэмжээгээр

²⁵ VentureBeat, Android passes 2.5 billion monthly active devices, May 2019 <https://venturebeat.com/2019/05/07/android-passes-2-5-billion-monthly-active-devices>

²⁶ eMarketer, Digital Ad Spending 2019, March 2019 <https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019>

²⁷ AdExchanger, Digital Ad Market Soars To \$88 Billion, Facebook And Google Contribute 90% Of Growth, May 2018 <https://adexchanger.com/online-advertising/digital-ad-market-soars-to-88-billion-facebook-and-google-contribute-90-of-growth/>.

²⁸ Kashmir Hill, Goodbye Big Five, Gizmodo, January 2019, <https://gizmodo.com/c/goodbye-big-five>

²⁹ Facebook’s response (see Annex below) states that the only personal information it requires people to provide when they sign up to Facebook is their “name, age, gender and contact information”. However, Facebook also collects a vast amount of data about users after they sign up, such as the content of information people share on Facebook, information about who people are connected to or interact with, and details of people’s activities on the platform. See Facebook’s Data Policy, <https://www.facebook.com/policy.php>

³⁰ Dylan Curran, Guardian, Are you ready? Here is all the data Фэйсбүүк (Facebook) and Гүүгл (Google) have on you, March 2018

³¹ Facebook, Hard Questions: What Data Does Facebook Collect When I’m Not Using Facebook, and Why?, April 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/data-off-facebook>. Facebook states that it does not build profiles on non-users – see Annex below.

³² Zuboff cites a patent submitted by Google in 2003 to illustrate the company’s pivot towards a behavioural targeting model. The patent states “the present invention may involve novel methods, apparatus, message formats, and/or data structures for determining user profile information and using such determined user profile information for ad serving”. Shoshana Zuboff, How Google Discovered the Value of Surveillance, 2019 <https://longreads.com/2019/09/05/how-google-discovered-the-value-of-surveillance/>

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

өргөтгөх боломжтой болов.³³

Түүнчлэн Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар нь бодит амьдралын бүр ч олон талыг өгөгдөл болгох буюу “өгөгдөлчлөл”-ийг дэмждэг.³⁴ Улмаар “Юмс, үзэгдлийн интернэт хувилбар”³⁵ нь орчин мэдрэгч бүхий бодит ертөнцийг бий болгосноор бодит ертөнцөд ч өгөгдлийн хяналт явагдах болжээ. Гүүгл (Google)-ийн туслах үйлчилгээ, Фэйсбүүк (Facebook)-ийн Портал зэрэг Гэрийн туслах үйлчилгээ болон суурийн утас, телевиз, халаалтын системд холбогддог **“Ухаалаг гэр”** системээр дамжуулан айл гэрийн доторх орчин ч өгөгдлийн хяналтад орох болсон юм.³⁶ Түүнчлэн хотын бүсүүдээс өгөгдөл цуглуулах зориулалттай **“ухаалаг хот”** дэд бүтцээр дамжуулан өгөгдөл олборлох ажиллагаа нь нийтийн орон зайг ч хамарч эхэлжээ.³⁷ Фэйсбүүк (Facebook) одоогоор хүний тархины үйл ажиллагааг хянах, тандах технологи хөгжүүлж байгаа аж.³⁸

Мөн тус компаниуд шинэ олон улсын зах зээлд бизнесээ өргөжүүлэх сонирхолтой байна. Цахим орчныг хүмүүст хүртээмжтэй болгох зорилгоор Фэйсбүүк (Facebook) 65 гаруй орны харилцаа холбооны операторуудтай хамтран Фэйсбүүк (Facebook)-ийн “үнэгүй” интернэтийн үйлчилгээ болох Фрий бэйсик (Free basic)-ийг нэвтрүүлэх болсон нь үүний тод жишээ юм. Дэлхийн өмнөд хэсгийн хэд хэдэн орны хувьд уг үйлчилгээ нь интернэтийн эх үүсвэр болж байна.³⁹ Гүүгл (Google)-ийн тэлэх бодлогын өөр нэг илрэл бол ДрагонФлай⁴⁰ төсөл бөгөөд уг төслийн хүрээнд Гүүгл (Google) Хятадын хайлтын зах зээлд дахин нэвтэрч, 800 сая гаруй хэрэглэгчдийг эгнээндээ нэгтгэхээр оролдсон.⁴¹ Төслийн ажилчид жагсаал хийж, хүний эрхийн бүлгүүд төслийг зогсоохыг шаардсаны эцэст Гүүгл (Google) уг төслөө зогсоосон юм.

ӨМНӨДӨӨС ӨГӨГДӨЛ ОЛБОРЛОХ НЬ

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) хоёул дэлхийн өмнөд хэсгийн хөгжиж буй орнуудад хүрээгээ тэлэхийг эрмэлзэж байв.⁴² Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хувьд эдгээр шинэ зах зээлд нэвтрэх нь өгөгдлийн хүртээмжээгээ тэлэх, улмаар бизнесээ өргөжүүлэх ашигтай боломжийг олж авч байгаа юм.

Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хувьд хөгжиж буй орнуудын иргэдийн тухай их хэмжээний мэдээлэл цуглуулах өөр нэг арга нь “Үнэгүй суурь” (Free basic) үйлчилгээ юм. НҮБ-ын тайланд дурдсанаар “Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг зар сурталчилгааны платформуудын хувьд (тухайн бүс нутгийн) өгөгдөл илүү их байх тусам зар сурталчилгаа нь чанартай, зорилтот бүлгээ олсон байх бөгөөд Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээг нэвтрүүлснээр мэдээллийн урсгалыг дундын холбогчоор дамжуулдаг. Энэ нь Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бизнес загвар илүү хаалттай платформд суурилдаг болохыг харуулж

³³ Schneier 2015, p 27

³⁴ Kenneth Neil Cukier and Viktor Mayer-Schoenberger, The Rise of Big Data: How It's Changing the Way We Think About the World, Foreign Affairs, May/June 2013, <https://www.foreignaffairs.com/articles/2013-04-03/rise-big-data>

³⁵ The Internet of Things can be described as an expanding network of devices connected via the internet, from smart fridges to smart heating systems, allowing them to communicate to users and developers, applications and each other through collecting and exchanging data from their monitored environment.

³⁶ CNet, Гүүгл (Google) calls Nest's hidden microphone an 'error', February 2019

³⁷ Real-world surveillance is also the purpose of another Alphabet subsidiary, Sidewalk Labs, which designs 'smart city' technologies and provides them to municipalities. See Ellen P. Goodman, Julia Powles, Urbanism Under Google: Lessons from Sidewalk Toronto, Fordham Law Review, May 2019, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3390610

³⁸ TechCrunch, Facebook is exploring brain control for AR wearables, July 2019 <https://techcrunch.com/2019/07/30/facebook-is-exploring-brain-control-for-ar-wearables/>

³⁹ Those in the developing world who can afford to pay for internet service are overwhelmingly likely to be using an Android phone, putting them also under Google's surveillance.

⁴⁰ China Internet Watch, China internet users snapshot 2019, April 2019, citing number of Chinese internet users as of December 2018. Leaked comments by Google's search engine chief Ben Gomes made clear that the Dragonfly project was part of the company's "Next Billion Users" initiative to expand its user base globally. See Ryan Gallagher, Leaked Transcript Of Private Meeting Contradicts Google's Official Story On China, The Intercept, 9 October 2018

⁴¹ Amnesty International, Google must fully commit to never censor search in China, July 2019

⁴² Wired, Facebook and Google's race to connect the world is heating up, 26 July 2018, <https://www.wired.co.uk/article/google-project-loon-balloon-facebook-aquila-internet-africa>

байна”.⁴³ Эмнестид өгсөн хариундаа Фэйсбүүк (Facebook) “Үнэгүй суурь үйлчилгээ (Free Basics) нь хэрэглэгчдийн аливаа гуравдагч аппликейшнд хийж буй үйлдэл, үзэж буй контентийн мэдээллийг хадгалдаггүй” хэмээн мэдэгдсэн. (Хавсралт хэсгийг үзнэ үү).

Гэвч Нууцлалын Бодлогод зааснаар Фэйсбүүк (Facebook) хэрэглэгчдэд илүү боловсронгуй үйлчилгээ үзүүлэх зорилгоор хэрэглэгчийн хандаж буй гуравдагч үйлчилгээний өгөгдөл, хэрэглэгчийн гар утасны дугаарыг цуглуулж, 90 хоног хадгалдаг ажээ.⁴⁴ Дэлхийн өмнөд хэсгийн буурай орнуудын интернэтэд хандах боломжгүй хүмүүст “интернэтийн хүртээмжийг нэмэгдүүлэх гүүр” сайн үйлсийн санаачилга хэмээн Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс сурталчилж байгаа ч, үнэн хэрэгтээ энэ нь өмнөдийн орнуудад өгөгдлийн олборлолтыг нэмэгдүүлэх “зам” байв.⁴⁵

Прайвеси Интернэшнл (Privacy International) байгууллагаас явуулсан судалгаагаар Филиппиний зах зээлд зориулсан Гүүгл (Google)-ийн Андроид (Android) үйлдлийн системтэй хямд гар утас нь хамгаалалт муутай, ялангуяа үйлдвэрлэгчээс гар утсанд суулгасан аппликейшниуд нь хэрэглэгчийн мэдээллийг ашиг олох зорилгоор нам, төрийн байгууллагуудад дэлгэж байжээ.⁴⁶ Хямд төсөр төхөөрөмжөөр интернэтэд хандахаас өөр аргагүй өмнөдийн орнуудын хэрэглэгчид нь нийтийг хамарсан тандалт, мэдээллийн мөлжлөгт илүү өртөх эрсдэлтэй байна.

Түүнчлэн Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) нь шинэ салбаруудад нэвтэрч, мэдээлэл цуглуулах хүрээгээ тэлсээр байна. Фэйсбүүк (Facebook) Либра (Libra) гэх шинэ криптовалют зах зээлд нэвтрүүлэх ажлыг тэргүүлж байгаа бөгөөд асар их хэмжээний хувийн мэдээллийг санхүүгийн мэдээлэлтэй нэгтгэж байгаад санаа зовниж буйгаа мэдээллийн аюулгүй байдлын асуудлаарх бүлгүүд илэрхийлжээ.⁴⁷ Үүний зэрэгцээ Гүүгл (Google) нь Их Британийн Үндэсний Эрүүл Мэндийн Төвийн өвчтөний мэдээллийн санд эхлээд ДийпМайнд (DeepMind) охин компаниараа дамжуулан, харин одоо өөрийн Эрүүл мэндийн хэлтсээс шууд нэвтрэх эрхтэй бөгөөд дээрх мэдээллийг Гүүгл (Google)-ийн өгөгдлийн сантай нэгтгэх эрсдэлтэй тул олон нийтийн дунд ихээхэн маргаан дагуулаад байв.⁴⁸ Түүнчлэн Гүүгл (Google) саяхан фитнесийн хяналтын Фитбит (Fitbit) компанийг худалдаж авснаар дэлхийн хамгийн том дасгал хөдөлгөөн, нойрны мэдээллийн санг өөртөө нэгтгэжээ.⁴⁹

Мөн компаниуд өгөгдлийн сангаа өргөжүүлэхийн тулд өөр платформууд дээрх өгөгдлийг нэгтгэж, улмаар тухайн платформын нөлөөлөл, ноёрхолыг улам тэлдэг байна. Гүүгл (Google) 2012 онд нууцлалын бодлогодоо эрс өөрчлөлт оруулж, өөрийн үйлчилгээнүүдээр дамжиж буй бүхий л өгөгдөл, мэдээллийг нэгтгэх болсон нь хувийн нууцлалыг дэмжигчид болон хууль тогтоогчдоос ихээхэн шүүмжлэл дагуулсан юм.⁵⁰ Үүний адилаар Фэйсбүүк (Facebook) 2014 онд ВатсАпп (WhatsApp)-ийг худалдаж авахдаа тус хоёр үйлчилгээг тусад нь явуулахаа мэдэгдсэн ч, 2016 онд нууцлалын бодлогодоо өөрчлөлт оруулж, зар сурталчилгаа болон бусад зорилгоор хоёр

⁴³ United Nations Conference on Trade and Development, Digital Economy Report 2019, September 2019, at: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf

⁴⁴ Facebook, Privacy on Free Basics, at: https://www.facebook.com/legal/internet.org_fbsterms. According to the policy: “In order to make all of this work, we receive and store some limited information - the domain or name of the Third-party Service accessed through Free Basics and the amount of data (e.g. megabytes) used when you access or use that service. This information also helps us improve and personalise your Free Basics experience by enabling us to provide “Most Used” services for easy access. We store this information together with your phone number for only 90 days, after which it is aggregated or otherwise de-identified.”

⁴⁵ Facebook Free Basics <https://connectivity.fb.com/free-basics/>

⁴⁶ Privacy International, Buying a smart phone on the cheap? Privacy might be the price you have to pay, 20 September 2019, <https://privacyinternational.org/long-read/3226/buying-smart-phone-cheap-privacy-might-be-price-you-have-pay>

⁴⁷ Joint statement on global privacy expectations of the Libra network, 5 August 2019 <https://ico.org.uk/media/about-the-ico/documents/2615521/libra-network-joint-statement-20190802.pdf>

⁴⁸ Natasha Lomas, Google gobbling DeepMind’s health app might be the trust shock we need, TechCrunch, November 2018, <https://techcrunch.com/2018/11/14/google-gobbling-deepminds-health-app-might-be-the-trust-shock-we-need/>. Google states that NHS Trusts are “in full control of all patient data and we will only use patient data to help improve care, under their oversight and instructions.” <https://www.blog.google/technology/health/deepmind-health-joins-google-health/>

⁴⁹ Fitbit, Fitbit to Be Acquired by Google, 1 November 2019, <https://investor.fitbit.com/press/press-releases/press-release-details/2019/Fitbit-to-Be-Acquired-by-Google/default.aspx>

⁵⁰ The Verge, Гүүгл (Google)-s 2012 privacy policy changes: the backlash and response, February 2012, [https://www.theverge.com/2012/2/1/2763898/Гүүгл-\(Google\)-privacy-policy-changes-terms-of-service-2012](https://www.theverge.com/2012/2/1/2763898/Гүүгл-(Google)-privacy-policy-changes-terms-of-service-2012)

АВАРГА ТАНДАГЧИД **ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДАГ БОЛОХ НЬ**

үйлчилгээний хооронд өгөгдөл солилцох боломжтой болгосон нь мөн л маргаан дагуулжээ.⁵¹

Үүний дараа Европын хууль тогтоогчид шалгалт явуулсны үндсэн дээр Европын Холбооны нутаг дэвсгэрт Фэйсбүүк (Facebook) болон ВатсАппийн үйлчилгээ хоорондоо мэдээлэл солилцох шийдвэрээ буцаажээ.⁵² Фэйсбүүк (Facebook) ирээдүйд Мессенжер (Messenger), Инстаграм (Instagram), ВатсАпп (WhatsApp), Фэйсбүүк (Facebook)-ийг илүү өргөн хүрээнд нэгтгэхээр төлөвлөж байгаа гэх мэдээ бий. Харин Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс үйлчилгээг нэгтгэх явдал нь хүмүүсийн тухай илүү их мэдээлэл нэгтгэн боловсруулах боломж олгохгүй гэж мэдэгдээд байна.⁵³

ХАВТГАЙРСАН ТАНДАЛТ

Кибер аюулгүй байдлын мэргэжилтэн Брюс Шнайер интернэт дэх өгөгдөл мэдээлэл цуглуулалтыг “хавтгайрсан тандалт” хэмээн тодорхойлжээ.⁵⁴ Өөрөөр хэлбэл, хүмүүс өдөр тутмын амьдралдаа цахим орчинд байнгын хяналтад байх бөгөөд бодит ертөнц дэх хяналт ч өсөн нэмэгдэж байна.

Уг тандалтын цар хүрээ нь хэрэглэгчид Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-т холбогдохдоо дамжуулдаг цахим хаяг, төрсөн өдөр, утасны дугаар зэрэг мэдээллээс ч хэтэрч, хэрэглэгчийн байршил, хайлтын түүх, аппликейшний хэрэглээг ч тандаж байдаг.

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) нь хүний хайлтын агуулга, зочилж буй вэб хуудас, байршил зэргээр цахим хайлтын үйл ажиллагааг хянадаг хамгийн том тандалтын нэгжүүд юм. Тухайлбал, Гүүгл (Google) нь Хром (Chrome) хөтөч болон Андроид (Android) үйлдлийн системд суулгасан хяналтын систем, Гүүгл (Google) Аналитика ашиглан вэб хуудас болон зар сурталчилгааны платформ болох “АдСэнс” (AdSense)-ээр тус тус дамжуулан мэдээлэл цуглуулдаг. Ерөнхийдөө хэрэглэгч “Таалагдлаа (Like)”, “Хуваалцах (Share)” товчтой эсхүл Фэйсбүүк (Facebook) Пиксел гэх нууц кодтой Фэйсбүүк (Facebook)-ийн холбоос бүхий вэб хуудаст зочлох бүрт Фэйсбүүк (Facebook)-ийн мэдээллийн хяналт явагддаг. 2018 онд Фэйсбүүк (Facebook)-ээс “Таалагдлаа товч 8.4 сая вэб хуудаст, Хуваалцах товч 931 мянган вэб хуудаст харагдсан бол 2.2 сая Фэйсбүүк (Facebook) Пиксел код вэб хуудаснуудад байршсан” гэж мэдэгдсэн. Түүнчлэн эдгээр вэб хуудаст хэн нэгэн зочлох бүрт Фэйсбүүк (Facebook)-т мэдээлэл очдог.⁵⁵

Эмнестид ирүүлсэн хариу тайлбартаа (хавсралтаас үзнэ үү) Фэйсбүүк (Facebook) “Бид залилангаас хамгаалах, мөн аюулгүй байдлыг хамгаалахаас бусад зорилгоор сошиал холбоосын мэдээллийг хадгалдаггүй” хэмээн тодотгожээ. Гэвч тус компанийн Өгөгдлийн Бодлогод “Зар сурталчилгаа эрхлэгчид, аппликейшн хөгжүүлэгчид, хэвлэлийн компаниуд Фэйсбүүк (Facebook)-ийн

Бизнес Хэрэгслээр (манай сошиал холбоос зэрэг) дамжуулан бидэнд мэдээлэл илгээх боломжтой... Та Фэйсбүүк (Facebook) хаягтай эсэх, эсхүл хаягтаа нэвтэрсэн эсэхээс үл хамааран эдгээр түншүүд таны Фэйсбүүк (Facebook)-ээс гадуурх үйл ажиллагааны мэдээллийг ирүүлнэ” гэж заасан нь Фэйсбүүк (Facebook) одоо ч дээр дурдсан мэдээллийг хүлээн авдаг болохыг илтгэж байна.⁵⁶

⁵¹ Natasha Lomas, WhatsApp to share user data with Facebook for ad targeting - here's how to opt out, TechCrunch, August 2016 <https://techcrunch.com/2016/08/25/whatsapp-to-share-user-data-with-facebook-for-ad-targeting-heres-how-to-opt-out/>

⁵² UK Information Commissioner's Office, A win for the data protection of UK consumers, March 2018, <https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/03/blog-a-win-for-the-data-protection-of-uk-consumers/>

⁵³ Mike Isaac, Zuckerberg Plans to Integrate WhatsApp, Instagram and Facebook Messenger, New York Times, 25 January 2019, <https://www.nytimes.com/2019/01/25/technology/facebook-instagram-whatsapp-messenger.html> ; See Facebook letter to Amnesty International, in Annex below.

⁵⁴ Schneier 2015, p 38

⁵⁵ Rebecca Stimson, Head of Public Policy, Facebook UK, Letter to Chair of UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 14 May 2018, p 2 <https://www.parliament.uk/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/180514-Rebecca-Stimson-Facebook-to-Ctte-Chair-re-oral-ev-follow-up.pdf>

⁵⁶ Facebook Data Policy, <https://www.facebook.com/policy.php>. Facebook's cookie policy also states that “We may place cookies on your computer or device, and receive information stored in cookies, when you use or visit... Websites and apps provided by other companies that use the Facebook Products...Facebook uses cookies and receives information when you visit those sites and apps, including device information and information about your activity, without any further action from you. This occurs whether or not you have a Facebook account or are logged in.” <https://www.facebook.com/policies/cookies>

Хүмүүс ухаалаг утсаар дамжуулан интернэтэд холбогдох нь улам нэмэгдсээр байна. Түүнчлэн гар утас нь бүхий л аппликейшн, үйлчилгээ, байршил зэрэг их хэмжээний мэдээллийг дамжуулах гол эх сурвалж юм⁵⁷.

Гар утасны ихэнх нь Гүүгл (Google)-ийн Андроид (Android) үйлдлийн системийг хэрэглэдэг. Энгийн Андроид (Android) утас 24 цагийн дотор хэрэглэгчийн байршил зэрэг 900 өгөгдлийг Гүүгл (Google)-д илгээж байгааг нэгэн судалгаагаар тогтоожээ.⁵⁸ Гүүгл (Google)-ийн Андроид (Android) утасны байршлын мэдээллийн сан болох Сэнсорволт (Sensorvault) нь “дэлхий даяар хэдэн зуун сая төхөөрөмжийн байршлын нарийвчилсан дэлгэрэнгүй мэдээллийг олон жилээр” өөртөө хадгалдаг.⁵⁹ Түүнчлэн Фэйсбүүк (Facebook) Андроид (Android) утсан дээрх аппликейшнээр дамжуулан дуудлага, зурвасын түүх зэрэг мэдээллийг хянадаг. Гэвч Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс зөвхөн хэрэглэгчийн зөвшөөрлийн үндсэн дээр ийнхүү мэдээлэл цуглуулдаг гэж мэдэгджээ.⁶⁰ Цаашлаад Андроид (Android)ын бусад аппликейшн ч Фэйсбүүк (Facebook)-тэй мэдээлэл хуваалцдаг.⁶¹

Гол нь Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google)-д цугларсан мэдээлэл зөвхөн өгөгдлөөр зогсохгүй “мета өгөгдөл” буюу “өгөгдлийн тухай өгөгдөл”-ийг ч багтаадаг. Жишээлбэл, цахим шуудан хүлээн авагч, байршлын бүртгэл, цахим шуудан болон зураг дээрх цагийн тэмдэглэгээ зэрэг багтана. Тухайлбал, ВатсАпп (WhatsApp) дээр захидал бичихэд төгсгөл хоорондын шифрлэлтээр нууцлах нь нэмэгдэж, компаниуд өөрсдөө ч зарим тохиолдолд харилцаа холбооны агуулгад нэвтрэх боломгүй болж байна. Гэхдээ мета өгөгдөл нь “харилцаа холбооны агуулгаас дутахааргүй, хүний хувийн нууцтай холбоотой, эмзэг” мэдээллийг агуулж байдаг нь хүлээн зөвшөөрөгджээ.⁶² НҮБ-ын Хүний эрхийн дээд комиссарын газар мета өгөгдөлд дүн шинжилгээ хийж, нэгтгэснээр “хувь хүний зан байдал, нийгмийн харилцаа, хувийн үнэлэмж, өвөрмөц байдлын тухай харилцаа холбооны агуулгад нэвтэрч олж авдгаас ч илүү нарийн мэдээллийг илрүүлэх боломжтой” гэдгийг хүлээн зөвшөөрсөн байна.⁶³

Түүнчлэн хувь хүн эсхүл жижиг бүлгийн хэмжээнд чиглэсэн үед өгөгдлийн агуулга нь олон зүйлийг илчилж гаргаж ирдэг ч Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google)-ийн хэмжээний мета өгөгдөл мэдээлэл нь үүнтэй харьцуулшгүй илүү үнэ цэнтэй бөгөөд нийт хүн амын хэмжээнд зан байдлыг таамаглахуйц нарийн аналитик гаргаж авах,⁶⁴ хувь хүний хүйс болон бэлгийн чиг баримжаа, улс төрийн үзэл баримтлал, зан аашын онцлог, бэлгийн чиг баримжаа зэрэг дэлгэрэнгүй мэдээллийг алгоритмын загварчлалаар тодорхойлох чадамжтай юм.⁶⁵ Эдгээр дүгнэлтийг хэрэглэгчийн өгсөн өгөгдлөөс үл хамааран гаргаж болох бөгөөд тэдгээр нь ихэвчлэн гуравдагч этгээд хувь хүнийг хэрхэн харж, үнэлж буйг ч хянадаг. Тухайлбал, гуравдагч этгээдүүд

⁵⁷ World Advertising Research Center (WARC), Almost three quarters of internet users will be mobile-only by 2025, January 2019; A New York Times study of smartphone location tracking revealed that an extensive quantity of intimate location data is for sale. See Your Apps Know Where You Were Last Night, and They're Not Keeping It Secret, 10 December 2018, <https://www.nytimes.com/interactive/2018/12/10/business/location-data-privacy-apps.html>

⁵⁸ Professor Douglas C. Schmidt, Vanderbilt University, Гүүгл (Google) Data Collection, Digital Content Next, August 2018, para 24 [https://digitalcontentnext.org/wp-content/uploads/2018/08/DCN-Гүүгл \(Google\)-Data-Collection-Paper.pdf](https://digitalcontentnext.org/wp-content/uploads/2018/08/DCN-Гүүгл-Google-Data-Collection-Paper.pdf)

⁵⁹ According to Google employees cited in The New York Times, Tracking Phones, Google Is a Dragnet for the Police, April 2019 <https://www.nytimes.com/interactive/2019/04/13/us/google-location-tracking-police.html>

⁶⁰ UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, Final Report on Disinformation and ‘fake news’, February 2019, p 35; Facebook, Fact Check: Your Call and SMS History, 25 March 2018 <https://newsroom.fb.com/news/2018/03/fact-check-your-call-and-sms-history/>

⁶¹ Privacy International, How Apps on Android Share Data with Facebook, December 2018. The study found that 61 percent of apps tested automatically transfer data to Facebook the moment a user opens the app; subsequently, a number of apps ended the practice. <https://privacyinternational.org/appdata>

⁶² Tele2 Sverige AB and C-698/15 Watson and Others (ECLI:EU:C:2016:970) (“Watson”) Court of Justice of the European Union, Joined Cases C-203/15 at para. 99, <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-203/15>.

⁶³ Report of the OHCHR on the right to privacy in the digital age, 30 June 2014, A/HRC/27/37, para.19.

⁶⁴ И This is the reason why WhatsApp is immensely valuable. Unlike Facebook’s other platforms, there is no advertising on WhatsApp, and because of end-to-end encryption Facebook cannot access the content of the messages on the platform, but it provides Facebook with a trove of data – including location information, contact lists, and metadata on more than 65 billion messages per day.

⁶⁵ Privacy International, Examples of Data Points Used in Profiling, April 2018, https://privacyinternational.org/sites/default/files/2018-04/data%20points%20used%20in%20tracking_0.pdf; Facebook states that it does not infer people’s sexual identity, personality traits, or sexual orientation – see Annex below.

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

өмнө нь түрээсийн зарыг хэн харж болох,⁶⁶ түүнчлэн хувь этгээд зээлд хамрагдах боломжтой эсэхийг шийдэхэд иймэрхүү өгөгдлийг ашигладаг байжээ.⁶⁷

БИЗНЕС БА ХҮНИЙ ЭРХ

Хүний түгээмэл хүний эрхийг хангах нь төрийн үндсэн үүрэг бөгөөд хувийн корпорациуд зэрэг гуравдагч этгээдүүд хүний эрхийг зөрчихөөс хамгаалах үүрэгтэй. Хүний Эрхийн Зөвлөл хүн бодит ертөнцөд эдэлдэг аливаа эрх цахим орчинд ч хамгаалагдах ёстой бөгөөд төр нь “хүний эрхэд ээлтэй цахим орчин” бүрдүүлж, хамгаалж, хадгалах үүрэгтэйг баталгаажуулжээ.⁶⁸

Төр хүний эрхийн үүргээ биелүүлэх чадамж, хүсэл зоригоос үл хамааран компани нь хүний эрхийг хүндэтгэх, үндэсний хууль тогтоомж, дүрэм журмыг дагаж мөрдөх үүрэгтэй.⁶⁹ Бизнес ба Хүний Эрхийн тухай НҮБ-ын Удирдах Зарчим зэрэг бизнес ба хүний эрхийн баримт бичгүүд нь компаний үйл ажиллагаанд тавигдах “ёс зүйн нийтлэг стандарт”-ыг тогтоожээ.⁷⁰

Дээрх үүргийн хүрээнд компаниуд нь хүний эрхийг хүндэтгэх бодлого баримталж, хүний эрхийн зөрчил гаргахгүй, зөрчил үүсэх шалтгаан гаргахгүйн тулд байнга, идэвхтэй арга хэмжээ авч хэрэгжүүлэх ёстой. Эдгээр үйл явцыг ерөнхийд нь хүний эрхийн магадлан шалгалт гэнэ. Компаниад нь үйл ажиллагааныхаа хүний эрхийн нөлөөллийг (боломжит болон бодит нөлөөлөл) тодорхойлж, сөрөг нөлөөллийг бууруулах, урьдчилан сэргийлэх үр дүнтэй арга хэмжээ авах ба энэ хүрээнд ил тод хүчин чармайлт гаргахыг шаарддаг. Үүнд салбарын онцлогоос үүдэн тухайн салбарт зонхилж буй өндөр эрсдэлтэй хүний эрхийн сөрөг нөлөөллийг шийдвэрлэх явдал багтана.⁷¹

UIN.MN
СҮДАЛГААНЫ САН

⁶⁶ Julia Angwin, Ariana Tobin and Madeleine Varner, Facebook (Still) Letting Housing Advertisers Exclude Users by Race, ProPublica, November 2017. In March 2019, Facebook announced restrictions to targeting options for housing, employment, or credit ads in the USA as part of a settlement with civil right organisations.

⁶⁷ Astra Taylor and Jathan Sadowski, How Companies Turn Your Фэйсбүүк (Facebook) Activity Into a Credit Score, The Nation, May 2015, [https://www.thenation.com/article/how-companies-turn-your-Фэйсбүүк-\(Facebook\)-activity-credit-score/](https://www.thenation.com/article/how-companies-turn-your-Фэйсбүүк-(Facebook)-activity-credit-score/)

⁶⁸ UN Human Rights Council, The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet, July 2018, UN Doc: A/HRC/38/L.10/Rev.1

⁶⁹ UN Guiding Principles on Business and Human Rights: Implementing the United Nations “Protect, Respect and Remedy” Framework, 2011, UN Doc HR/PUB/11/04, (Guiding Principles) www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf

⁷⁰ Guiding Principles, principle 11

⁷¹ OECD Due Diligence Guidance For Responsible Business Conduct, Section II, 2.1, Annex Question22

2. ХУВИЙН НУУЦАД ХАЛДАЖ БАЙНА

Бид хаана байгааг чинь, хаана байсныг чинь, хүсвэл юу бодож байгааг чинь мэднэ.

Гүүгл (Google) компаний гүйцэтгэх захирал асан Эрик Шмидт, 2010 он.⁷²

Хувийн нууцтай байх эрхийн идэвхтнүүд Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google) компаниудыг олон жилийн турш шүүмжилж ирсэн. Сүүлийн хорин жилд тус компаниуд хүний хувийн мэдээллийн ашиглалттай холбоотой асуудлаар хэд хэдэн удаагийн маргаанд өртөөд байгаа билээ. Гэвч тус компаниуд мэдээллийн өгөгдөл цуглуулах, боловсруулах цар хүрээгээ тасралтгүй тэлсээр дээр дурдсан тандалтын загвар бий болжээ.



2010 онд Фэйсбүүк (Facebook)-ийн гүйцэтгэх захирал Марк Цукерберг социал медиа нь хүний хувийн орон зайг нийгмийн хэм хэмжээ болгон өөрчилсөн гэж мэдэгджээ.⁷³ Үнэн хэрэгтээ дижитал технологийн хөгжил нь хувийн нууцтай байх эрхийг зөвшөөрдөг гэх хэдий ч Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниудын бизнес загвар уг эрхийн гол мөн чанарыг алдагдуулж байна.

Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс өөрсдийнх нь бизнесийн загварыг “тандалтад суурилсан” гэх тодорхойлолтыг эрс эсэргүүцэж, Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээг авах эсэх нь бүхэлдээ сайн дурын бөгөөд албадлагын шинжтэй төрийн хяналтаас ялгаатай гэжээ.⁷⁴

Олон улсын хүний эрхийн эрх зүйн хүрээнд хүний хувийн нууцад холбогдох “төр, хувь хүн эсвэл хуулийн этгээдийн аль нь ч” дур зоргоороо хөндлөнгөөс халдахгүй байх ёстой тухай заасан байдаг.⁷⁵ Тиймээс энэхүү хэсэгт Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйл ажиллагаа нь уг эрхтэй хэрхэн зөрчилдөж байгааг тайлбарлах болно.

УИИМН
СУДАЛГААНЫ САН

⁷² The Atlantic, Google's CEO: 'The Laws Are Written by Lobbyists', October 2010, <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/10/googles-ceo-the-laws-are-written-by-lobbyists/63908/>

⁷³ Ann Cavoukian, (then) Information and Privacy Commissioner of Ontario, Privacy is still a social norm, The Globe and Mail, March 2010 <https://www.theglobeandmail.com/opinion/privacy-is-still-a-social-norm/article1209523/>

⁷⁴ Facebook letter to Amnesty International, November 2019 – see Annex below.

⁷⁵ UN Human Rights Committee, General Comment No. 16 on the right to privacy, HRI/GEN/1/Rev.9 (Vol. I), 1988, para 1. The UN Guiding Principles on business and human rights also make clear that companies have a responsibility to respect “the entire spectrum of internationally recognized human rights” (Principle 12).

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДАГ БОЛОХ НЬ

ТАНДАЛТАД СУУРИЛСАН БИЗНЕС ЗАГВАР БА ХУВИЙН НУУЦТАЙ БАЙХ ЭРХ

Хувийн нууцтай байх эрх нь хүн бүрийн хувийн, гэр бүлийн болон захидал харилцааны орон зайд хууль бусаар эсвэл дур зоргоор халдахаас ангид байх тухай ойлголт юм.⁷⁶ Хүний эрхийн хороо тус эрхийг хамгаалах хүрээнд “төрийн байгууллага, хувь хүн, эсвэл хуулийн этгээдээс үл хамааран компьютер, мэдээллийн сан, эсвэл бусад төхөөрөмж дээр хүний хувийн мэдээллийг цуглуулах, хадгалах” асуудлыг зохицуулах явдал нь хувийн нууцтай байх эрхийг хамгаалахад чухал гэдгийг хүлээн зөвшөөрсөн байдаг.⁷⁷

Хувийн нууцтай байх эрхийн цар хүрээ нийгэм өөрчлөгдөхийн хэрээр, ялангуяа технологийн дэвшилтэй холбоотойгоор өөрчлөгдсөөр ирсэн. НҮБ-ын Хүний эрхийн комиссарын газар “хувийн орон зай гэдэгт төрийн хяналтаас ангид, бусад урилгагүй этгээдийн хүсээгүй оролцооноос ангид, хувь хүний бие даан хөгжих, чөлөөтэй байх орон зайг хувийн нууцтай байх” гэж үзжээ.⁷⁸ Уг тайлбарт харилцан холбоотой дараах гурван ойлголт орно. Үүнд: хувийн амьдралд гадны оролцоо, халдлагаас ангид байх, хувийн мэдээллээ удирдах болон өөрийгөө чөлөөтэй илэрхийлэх орон зайтай байх эрхүүд хамаарна. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хяналтад суурилсан бизнес загвар нь дээрх гурван эрх чөлөөг зөрчиж хувийн нууцтай байх эрхийн мөн чанарыг үгүйсгэж байна.

НҮБ-ын Хүний эрхийн дээд комиссар “хувь хүн, түүний гэр бүл, хувийн амьдралынх нь талаар бага ч гэсэн өгөгдөл цуглуулах, эсвэл олж авахыг оролдох нь тухайн хүний хувийн нууцаа хамгаалах мэдээлэлдээ хяналт тавих эрхийг зөрчдөг” болохыг хүлээн зөвшөөрсөн байна.⁷⁹ Үүнээс үзвэл Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниудын цуглуулж буй мэдээллийн цар хүрээ нь өмнө нь хэзээ ч төсөөлөгдөж байгаагүй өргөн хүрээнд хувь хүний болон тэдний хийж буй үйлдлийн талаар мэдээлэл цуглуулж байна. Асар их хэмжээний хуримтлуулсан мэдээлэл болон боловсронгуй мэдээллийн технологийн ачаар хүний хамгийн нандин хувийн, нарийвчилсан мэдээллийг дэлгэх боломжтой бөгөөд энэ нь тус компаниуд хувь хүний талаар байж болох бүх л зүйлийг мэдэх боломжтой байна гэсэн үг юм.⁸⁰

Олон улсын хүний эрхийн эрх зүйн хүрээнд зөвхөн хуулийн дагуу эсвэл дур зоргын шинжтэй биш тохиолдолд л хүний хувийн нууцтай байх эрхэд халдахыг зөвшөөрдөг. Ингэхдээ хууль ёсны байх, шаардлагатай байх, тохирсон байх, зайлшгүй байх ерөнхий зарчмыг баримтлана хэмээн хүний эрхийн байгууллагууд тайлбарладаг.⁸¹ Харин компаний хавтгайрсан тандалт нь шаардлагатай байх, тохирсон байх зарчмыг хангахгүй бөгөөд хувийн нууцтай байх эрхэд зөвшөөрөгдөхүйц хэмжээнд халдаж чадахгүй юм. Төрөөс үндэсний аюулгүй байдлыг хамгаалах зорилгоор нийтийг хамарсан тандалт зайлшгүй байх шаардлагатай гэх боловч хүний эрхийн байгууллагууд “ийм арга хэмжээ нь хүн бүрийн хувьд зайлшгүй байх, тохирсон байх шаардлагыг хангахгүй учраас энэ нь олон улсын хүний эрхийн эрх зүйгээр хүлээн зөвшөөрөгдөхгүй” хэмээн мэдэгджээ.⁸²



⁷⁶ Universal Declaration of Human Rights, Article 12; International Covenant on Civil and Political Rights, Article 17

⁷⁷ UN Human Rights Committee (HRC), CCPR General Comment No. 16: Article 17 (Right to Privacy), The Right to Respect of Privacy, Family, Home and Correspondence, and Protection of Honour and Reputation, 8 April 1988, <https://www.refworld.org/docid/453883f922.html>

⁷⁸ UN High Commissioner for Human Rights, The right to privacy in the digital age, 3 August 2018, A/HRC/39/29, para.5

⁷⁹ A/HRC/39/29, para.7; see also A/HRC/27/37, para.20; and European Court of Human Rights, Weber and Saravia v. Germany, para. 78; Malone v. UK, para. 64.

⁸⁰ Privacy International, A Snapshot of Corporate Profiling, April 2018, <https://privacyinternational.org/long-read/1721/snapshotcorporate-profiling>

⁸¹ A/HRC/27/37, paras.21-27.

⁸² Report of the OHCHR on best practices and lessons learned on how protecting and promoting human rights contribute to preventing and countering violent extremism, 21 July 2016, A/HRC/33/29, para.58; see also Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of human rights and fundamental freedoms while countering terrorism, 23 September 2014, A/69/397, para.47; and A/ HRC/27/37, para.25

Хувийн нууцтай байх эрхийн өөр нэгэн бүрэлдэхүүн бол хүн өөрийнхөө хувийн мэдээллийг хэзээ, яаж бусадтай хуваалцахаа шийдэх буюу “мэдээллийг өөрөө шийдвэрлэх”⁸³ эрх юм.⁸⁴ Энэ нь мэдээлэл технологийн дэвшил болон өргөн хүрээний мэдээллийн сан бий болсонтой холбоотойгоор хурцаар тавигдах болсон мэдээллийн аюулгүй байдлын үндэс билээ. Европын Хүний эрхийн шүүхээс хувийн нууцтай байх эрхээ эдлэхэд хувийн мэдээллийг хамгаалах нь нэн чухал⁸⁵ бөгөөд энэ нь “мэдээллийг өөрөө шийдвэрлэх”-ээ хэрэгжүүлэх боломж олгоно хэмээн хүлээн зөвшөөрсөн.⁸⁶ Гэтэл тандалт дээр суурилсан бизнесийн загвар нь тус эрхийн хэрэгжих үндэс суурь зарчмуудтай зөрчилдөж байгаа бөгөөд хүн хувийн мэдээлэл нь ямар шалтгаанаар, ямар хэлбэрээр ашиглагдаж болохыг сонгох зэргээр өөрийнхөө мэдээлэлд хяналт тавих боломжгүй болж байна. (доорх хэсгээс тодруулж уншина үү.)

ХУВИЙН МЭДЭЭЛЛИЙН ХАМГААЛАЛТ

2018 оны 5 дугаар сараас хэрэгжиж эхэлсэн Европын холбооны “Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам” нь дэлхий даяар хувийн мэдээллийн хамгаалалт болон нууцлалын үлгэр жишээ болж байна. Тус журам нь Европын холбоонд үйл ажиллагаа явуулдаг бүх байгууллагад хамаарах бөгөөд Европын гадна оршиж байгаа ч Европын холбоонд оршиж буй хүнд үйлчилгээ үзүүлж эсвэл үйлдлийг нь ажиглаж буй байгууллагад мөн хамаарах тул Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь тус журмыг заавал дагаж мөрдөх ёстой юм. Хамгийн гол нь тус журамд хувь хүний мэдээллийг “танигдсан эсвэл таньж болохуйц хувь хүнд хамаарах бүхий л мэдээлэл” хэмээн өргөнөөр тодорхойлсон байдаг.⁸⁷ Тухайн мэдээллээс хэн болох нь шууд болон шууд бусаар танигдах боломжтой хувь хүний мэдээлэл ч дээрх тодорхойлолтод хамаарна.⁸⁸ “Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам”-аар нэрийг нь нууцалсан мэдээлэл байлаа ч гэсэн хэрвээ нэмэлт мэдээллийн тусламжтайгаар тухайн хүнийг тогтоох боломжтой бол түүнийг таньж болохуйц хувь хүний мэдээлэл гэж үзэх ажээ.⁸⁹ Түүнчлэн дүгнэлт болон таамаглал хийсэн аливаа мэдээлэл нь тусгай танигчтай холбогдсон эсвэл тухайн хувь хүнийг хэн болохыг нь тодорхойлж болохуйц байвал мөн адил “хувийн мэдээлэлд” тооцогдох болно.

“Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам”-ын өөр нэгэн гол зарчим нь шаардсан “зорилгын хязгаарлалт” бөгөөд энэ хүрээнд хувь хүний мэдээллийг цуглуулж, боловсруулж буй компаниуд анхнаасаа байгаа зорилгоо тодорхой мэдэгдэж, тухайн зорилгуудаа бүртгэж, хүмүүст харагдах хувийн мэдээллийн хэсэгт илт тусгах, зөвхөн анхны зорилготой нь нийцсэн тохиолдолд л мэдээллийг шинэ зорилгоор ашиглах, ингэхдээ хэрэглэгчдийн зөвшөөрлийг авах эсвэл хуульд заасан үндэслэлтэй байхыг шаарддаг.⁹⁰

“Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам” нь хэрэглэгчийн зөвшөөрөлд өндөр шаардлага тавьдаг бөгөөд өөртэй нь холбоотой хувийн мэдээллийг боловсруулахыг зөвшөөрөхдөө хэрэглэгчид өөрийн хүслээ чөлөөтэй хоёрдмол утгагүйгээр, мэдээлэл авсны үндсэн дээр тодорхой илэрхийлсэн байх ёстой байдаг.⁹¹ Мөн тус журам нь тухайн мэдээлэл

⁸³ The term “informational self-determination” was first used in the context of a German constitutional ruling relating to personal information collecting during the 1983 census: Bundesverfassungsgericht [BVerfG], Dec. 15, 1983, 65 Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts [BVerfGE] 1. It was understood by the Court as the authority of the individual to decide when and within what restrictions information about their private life should be communicated to others.

⁸⁴ Alan Westin, *Privacy and Freedom*, 1967

⁸⁵ *S and Marper v UK*, Applications nos. 30562/04 and 30566/04, European Court of Human Rights (ECtHR), 4 December 2008 available at <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-90051>.

⁸⁶ *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy v. Finland*, Application no. 931/13, ECtHR, 27 June 2017, at para.137, available at: <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22%3A%22001-175121%22%7D>.

⁸⁷ GDPR, article 4(1).

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ GDPR, Recital 26.

⁹⁰ See GDPR, articles 5(1)(b), 6(4) and 30, and Recitals 39 and 50.

⁹¹ GDPR, article 4(11).

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

боловсруулалт нь олон зорилготой тохиолдолд зорилго бүрт нь зөвшөөрөл авах,⁹² зөвшөөрлөө чөлөөтэйгөөр өгч байгаа эсэхийг хангахын тулд хянагч, хэрэглэгч хоёрын эрх мэдэл тэгш бус байгаа тохиолдолд хувийн мэдээлэл цуглуулах хуулийн үндэслэлгүй гэж заажээ.⁹³ Тандалтан дээр суурилсан бизнесийн загварууд нь зар сурталчилгааны зориулалтаар хэрэглэгчид хувийн мэдээллийг тараах, боловсруулахыг зөвшөөрсөн нөхцөлд үйлчилгээ үзүүлдэг учраас хэрэглэгч тухайн орон зайнаас гарахгүйгээр зөвшөөрөл өгөхөөс татгалзах эсвэл зөвшөөрлөө цуцлах боломжгүй байдаг нь дээрх зарчимтай зөрчилдөж байна.⁹⁴

Эцэст нь, хувийн нууцтай байх нь хүн өөрийгөө тодорхойлох, өөрийгөө илэрхийлэх орон зайг бүтээх, хамгаалахад нэн үүрэгтэй гэдгийг нийтээр хүлээн зөвшөөрдөг⁹⁵ НҮБ-ын Хүний эрхийн хороо хувийн нууцыг “хүн өөрийгөө тодорхойлж, илэрхийлэх орон зай” хэмээн тодорхойлсон байдаг.⁹⁶ Уг тодорхойлолт нь хувь хүний тодорхойлолт, дүр төрх нь нийгмээс хамааралтай, хувьсамтгай шинжтэй гэдэг санаатай нийцэх бөгөөд бид найзуудтайгаа байхдаа, ажил дээрээ байна уу, эсвэл олон нийтийн газар байна уу гэдгээс хамааран өөр өөр нөхцөл, орон зайд өөр өөр дүр төрхийг гаргаж, үргэлж хувьсаж, дасан зохицоор байдаг гэсэн үг. Иймээс хувийн орон зай бидэнд өөрсдийгөө бусдад хэрхэн илэрхийлэхээ шийдэх боломж олгодог бөгөөд хүсээгүй тандалт биднийг өөрөөр аашлахад хүргэдэг. Тиймээс бидний бие даасан байдал болоод өөрийн дүр төрхөө тодорхойлоход хувийн орон зай нэн чухал юм.

Үргэлжийн хараа хяналт дор байдаг хүмүүс нийгмийн хүлээлтэд нийцэх дарамттай тулгардаг. Хувийн орон зай нь өөр өөр дүр төрхийг бий болгож соёлын ялгаатай байдлыг дэмждэг. Ихэнх тохиолдолд нийгмийн цөөнх бүлгүүд нийгмийн олонхтой хамтран орших, амьдрах, ажиллахын тулд өөрийн дүр төрхийг далдалдаг. Үүний тод жишээ нь ижил хүйстнүүдийн дотно харилцаа хууль бус эсвэл хүлээн зөвшөөрдөггүй нийгэмд амьдарч байгаа эсвэл ийм нийгэмд амьдардаггүй ч хүлээн зөвшөөрдөггүй хамаатан садантай ЛГБТИ хүмүүс юм.⁹⁷ Түүнчлэн биеэ үнэлэгч зэрэг албан бус эдийн засгийн эмзэг бүлэгт хамаарах нэгэн ч байж болно.⁹⁸

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хавтгайрсан байнгын тандалт нь бидний хувийн амьдралд шууд халдаж, өөрсдийгөө тодорхойлох орон зайг асар ихээр багасгаж байна. Хувийн орон зай нь “арилжааны болон төрийн байгууллагууд хувь хүн болон нийгмийг хайрцаглаж, илчлэх, таамаглах оролдлогоос” биднийг хамгаалдаг.⁹⁹ Гэвч хувийн мэдээллийг бай болгож, түүгээр хүмүүсийг зан байдлыг тодорхойлж байгаа явдал нь Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) бидний дүр төрхийг гадаах ертөнцөд ил болгож, хүний эрхэд шууд нөлөөлж байна гэсэн үг юм. Энэ нь бидний хувийн амьдралд халдаж, мэдээллийг өөрөө шийдвэрлэх эрх болон хувийн орон зайн хүрээнд өөрийгөө тодорхойлох эрхтэй шууд зөрчилдөж байгаа хэрэг юм.

Энгийнээр хэлбэл ийм өргөн цар хүрээний тандалт нь урьд өмнө үзэгдээгүй хэмжээнд хувийн нууц, орон зайд халдаж байгаа бөгөөд эдгээр компаниудын хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэгтэй огт нийцэхгүй байна. Энэ нь цахим орчноос хэдийнээ хэтэрч, биднийг нийгэмд бие даасан хувь хүн болохыг тодорхойлж байдаг эрхүүдэд халдаж байна.

⁹² See GDPR, articles 6(1)(a), 7, and Recital 32.

⁹³ GDPR Recital 43

⁹⁴ Such ‘forced consent’ is currently subject to legal challenge under the European General Data Protection Regulation brought against Google and Facebook by consumer rights organisation Noyb: https://noyb.eu/wp-content/uploads/2018/05/pa_forcedconsent_en.pdf.

⁹⁵ See for example, Agre and Rotenburg (eds), *Technology and Privacy: The New Landscape*, 1998; Julie E. Cohen, 2013

⁹⁶ Human Rights Committee, *Coeriel and Aurik v the Netherlands* (1994), Communication No453/1991, para. 10.2

⁹⁷ See Alexander Dhoest and Lukasz Szulc, *Navigating online selves: social, cultural, and material contexts of social media use by diasporic gay men*, *Social Media + Society*, 2016, http://eprints.lse.ac.uk/87145/1/Szulc_Navigating%20online%20selves_2018.pdf

⁹⁸ Kashmir Hill, *How Facebook Outs Sex Workers*, *Gizmodo*, November 2017, <https://gizmodo.com/how-facebook-outs-sexworkers-1818861596>

⁹⁹ Julie E. Cohen, 2013

ХУВИЙН НУУЦТАЙ БАЙХ ЭРХТЭЙ ХОЛБООТОЙ ӨМНӨХ АМЛАЛТ БОЛОН БҮТЭЛГҮЙТЛҮҮД

Саяхан Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн удирдлагууд хувийн нууцтай байх эрхийг хүлээн зөвшөөрч, мэдэгдэл гаргасан. 5 дугаар сард Гүүгл (Google)-ийн Гүйцэтгэх захирал хувийн нууцын талаар нийтлэл хэвлүүлсэн.¹⁰⁰ Харин 3 дугаар сард Фэйсбүүк (Facebook) компаний гүйцэтгэх захирал Марк Цукерберг Фэйсбүүк (Facebook) хувийн орон зайг гол төвөө болгоно гэж зарласан¹⁰¹ бол 5 дугаар сард "Ирээдүй хувийн байх болно" гэх самбарын дор илтгэлээ тавьсан юм.¹⁰²

Үүний дагуу, дээрх компаниуд хэрэглэгчид платформ дээрх өөрийн хувийн мэдээлэлдээ илүү их хяналт тавих боломж олгохоор шинэ арга хэмжээнүүдийг авахаа зарлаад байна.¹⁰³ Ирландын Мэдээллийн Аюулгүй Байдлын Газраас Гүүгл (Google) цахим сурталчилгаа солилцоонд зориулан хувийн мэдээллийг боловсруулж буй ажиллагаанд шалгалт оруулсны дараа Гүүгл (Google) компани 11 сард сурталчилгааны дуудлага худалдаагаар дамжуулан сурталчилгаа байрлуулагчидтай хуваалцаж буй хувийн мэдээллүүдэд тавигдах хязгаарлалтыг чангатгахаа мэдэгдсэн юм.¹⁰⁴ Түүнчлэн Гүүгл (Google) хэрэглэгчдэдээ өөрийн байршлын талаарх мэдээллийг устгах (гэхдээ хамгийн багадаа гурван сар хадгалсны дараа устгаж болох) шинэ нэмэлтийг танилцуулжээ.¹⁰⁵ Харин Фэйсбүүк (Facebook) бусад апп болон вэбсайттай Фэйсбүүк (Facebook) ямар мэдээлэл солилцож байгааг харж болох тохиргоог нэмсэн бөгөөд хүсвэл өөрийнх нь Фэйсбүүк (Facebook) хаягтай мэдээлэл солилцохыг болиулж (гэхдээ бүрэн устгаж болохгүй) болно.¹⁰⁶

Энэ нь хувийн орон зайг хамгаалах эерэг алхам мөн боловч тандалтад суурилсан дэлхийн хамгийн том нээлттэй хувьцаат компаниудын хувьд Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) нь бизнесийн загвар, байр сууриа бүр мөсөн өөрчлөнө гэдэгт итгэхгүй байгаагаа олон судлаачид илэрхийлжээ.¹⁰⁷ 2019 оны 7 дугаар сард АНУ-ын Холбооны Худалдааны Комисс хувийн нууцтай байх эрхийн зөрчилтэй холбогдуулан Фэйсбүүк (Facebook) компанитай тохиролцоонд хүрч улмаар Фэйсбүүк (Facebook) хувийн мэдээлэл боловсруулах арга замаа шинэчлэн, шинэ хяналт, шаардлагад нийцүүлэн ажиллахаа амлажээ.¹⁰⁸

Гэвч 4 дүгээр бүлэгт дурдсанчлан эдгээр өөрчлөлт нь тус компаний бизнес загварыг өөрчилж эсвэл хувийн нууцтай байх эрхэд үзүүлэх сөрөг нөлөөг нь бүрэн шийдвэрлэж чадахгүй байна.

Тус компаниудын хувийн нууцтай байх эрхтэй холбоотой дуулиан, хоосон амлалтууд нь тандалт дээр суурилсан бизнес загварын хувийн нууцтай байх эрхэд үзүүлэх нөлөөг тод томруун харуулах бөгөөд бизнес загвараа өөрчлөх амлалтуудад ч эргэлзэхэд хүргэж байна.

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд хоёулаа арав гаруй жилийн өмнөөс эхлээд л хувийн нууцын асуудлаар олон нийтийн шүүмжлэл хүлээж ирсэн. Фэйсбүүк (Facebook)

¹⁰⁰ Sundar Pichai, Google's Sundar Pichai: Privacy Should Not Be a Luxury Good, New York Times, 7 May 2019

¹⁰¹ Facebook, A Privacy-Focused Vision for Social Networking, 6 March 2019, <https://newsroom.fb.com/news/2019/03/vision-for-socialnetworking/>

¹⁰² Kurt Wagner and Selina Wang, Facebook's Zuckerberg Preaches Privacy, But Evidence Is Elusive, Bloomberg, 1 May 2019

¹⁰³ Both companies also pointed to the tools that they offer users to control their ad preferences. See Google, Control the ads you see, <https://support.google.com/accounts/answer/2662856>; Facebook <https://facebook.com/help/247395082112892>

¹⁰⁴ Google, Additional steps to safeguard user privacy, 14 November 2019, <https://www.blog.google/products/admanager/additional-steps-safeguard-user-privacy>; Irish Data Protection Commission, Data Protection Commission opens statutory inquiry into Google Ireland Limited, 22 May 2019

¹⁰⁵ Google, Introducing auto-delete controls for your Location History and activity data, 1 May 2019, <https://www.blog.google/technology/safety-security/automatically-delete-data>. Google also pointed to its work to develop federated learning technology, see <https://federated.withgoogle.com/>.

¹⁰⁶ Facebook, Now You Can See and Control the Data That Apps and Websites Share With Facebook, 20 August 2019, <https://about.fb.com/news/2019/08/off-facebook-activity/>

¹⁰⁷ As Shoshana Zuboff puts it, "How can we expect companies whose economic existence depends upon behavioral surplus to cease capturing behavioral data voluntarily? It's like asking for suicide." Zuboff, The Secrets of Surveillance Capitalism, Frankfurter Allgemeine, March 2016; See also e.g. Bruce Schneier, A New Privacy Constitution for Facebook, 8 March 2019; Casey Johnston, Facebook is trying to make the word "private" meaningless, The Outline, 1 May 2019; Julia Carrie Wong, My data security is better than yours: tech CEOs throw shade in privacy wars, 9 May 2019

¹⁰⁸ Facebook, A New Framework for Protecting Privacy, 24 July 2019, <https://about.fb.com/news/2019/07/ftc-agreement/>

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

2007 онд “Бийкон” гэх сурталчилгааны платформ нэвтрүүлэх гэж оролдсон боловч асар их шүүмжлэл дагуулснаар зогсохоос өөр аргагүй болсон байдаг.¹⁰⁹ Үүний адилаар Жмейлийн зар сурталчилгаа олон жил шүүмжлэгдсэний эцэст 2017 онд зар сурталчилгаа байршуулах зорилгоор хүмүүсийн хувийн мэйлийг шалгахад богино гэдгээ Гүүгл (Google) мэдэгдсэн байдаг.¹¹⁰ Тандалтын талаар олон хүн мэдэж, гомдол гаргахад тус компаниуд уучлалт гуйдаг боловч бизнесийн загвар нь тасралтгүй дээд хэмжээний тандалт руу чиглэсээр байгаа нь дээрх жишээнүүдээс харагдаж байна.

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ээс өмнө нь хувийн нууц болон зар сурталчилгааг чиглүүлэх үйл ажиллагааны талаар хэрэглэгчдийг төөрөгдүүлж байсан хэд хэдэн тохиолдол бий. Жишээ дурдвал:

- 2010 онд Google Street View буюу гудамжны дүр зураг бүхий газрын зургийн аппликейшний хөгжүүлэлтийн үеэр Гүүгл (Google)-ийн зураг авалтын машин хүмүүсийн хувийн цахим шуудан, нууц үгийг нууцаар олж авсан байдаг.¹¹¹
- 2018 онд байршил тогтоох тохиргоог унтраасан ч Гүүгл (Google) хэрэглэгчийнхээ байршилыг тогтоосоор байгааг сэтгүүлчид олж илрүүлжээ. Үүний дараа Гүүгл (Google)-ээс тус тохиргооныхоо тайлбарыг өөрчилсөн хэдий ч тохиргоог унтраасны дараа ч байршил тогтоохыг зогсоогоогүй юм.¹¹² Одоогийн байдлаар Австрали улсын Өрсөлдөөний газраас Гүүгл (Google)-ийг шүүхэд өгсөн байгаа билээ.¹¹³
- 2019 онд сэтгүүлчид Гүүгл Нэст “ухаалаг гэр” төхөөрөмж нь олон нийтэд ил болгоогүй микрофонтой байсныг илрүүлжээ.¹¹⁴
- Фэйсбүүк (Facebook) улс төрийн зорилгоор мэдээлэл цуглуулдаг Кембриж Аналитика (Cambridge Analytica) фирмтэй дуулиан олон нийтэд ил болохоос хэдэн сарын өмнө мэдэж байсан гэдгээ хүлээн зөвшөөрсөн юм.¹¹⁵
- Фэйсбүүк (Facebook) өсвөр насны хүүхдүүдэд мөнгө төлөн “Фэйсбүүк (Facebook) судалгаа” (Facebook Research) гэх аппликейшнийг татуулж, тэдний утсан дээрээ хийж байгаа бүхнийг хянаж байжээ.¹¹⁶
- Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс мөн хэсэг бүлэг хүмүүс дээр зан үйлийн туршилт хийж байснаа хүлээн зөвшөөрсөн байдаг. Тухайлбал, хүмүүсийг санал өгөхөд хатгах, өөр өөр постуудыг харуулах замаар хэрэглэгчдийнхээ сэтгэл санааг удирдах (сэтгэл санааг өргөх эсвэл унагах) туршилтууд хийж байв.¹¹⁷

Эндээс тус компаниудын хувийн нууцтай байх эрхийн зөрчил нь гэнэтийн санамсаргүй явдал биш бөгөөд харин ч Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалт дээр суурилсан бизнес загвар нь хэрхэн хүний хувийн нууцтай байх эрхийг уландаа гишгэн, хувийн мэдээллийг цуглуулах, шинжлэх, худалддаг болохыг харуулж байна.

¹⁰⁹ The Register, Facebook turns out light on Beacon, 23 September 2009

¹¹⁰ Google, As G Suite gains traction in the enterprise, G Suite's Gmail and consumer Gmail to more closely align, 23 June 2017

¹¹¹ Guardian (UK), Google admits collecting Wi-Fi data through Street View cars, 15 May 2010, <https://www.theguardian.com/technology/2010/may/15/google-admits-storing-private-data>

¹¹² Associated Press, Google clarifies location-tracking policy, August 2018, <https://www.apnews.com/ef95c6a91eeb4d8e9dda9cad887bf211>

¹¹³ Australian Competition and Consumer Commission, Google allegedly misled consumers on collection and use of location data, 29 October 2019, <https://www.accc.gov.au/media-release/google-allegedly-misled-consumers-on-collection-and-use-of-location-data>

¹¹⁴ The Verge, Google claims built-in Nest mic was 'never intended to be a secret', February 2019 <https://www.theverge.com/circuitbreaker/2019/2/20/18232960/google-nest-secure-microphone-google-assistant-built-in-security-privacy>

¹¹⁵ Guardian (UK), Facebook acknowledges concerns over Cambridge Analytica emerged earlier than reported, 22 March 2019, <https://www.theguardian.com/uk-news/2019/mar/21/facebook-knew-of-cambridge-analytica-data-misuse-earlier-than-reported-court-filing>

¹¹⁶ Josh Constone, Facebook admits 18% of Research spyware users were teens, not <5%, TechCrunch, 28 February 2019, <https://techcrunch.com/2019/02/28/facebook-research-teens/>

¹¹⁷ Christian Science Monitor, Facebook 'I Voted' button experiment: praiseworthy or propaganda?, November 2014; Guardian (UK), Facebook reveals news feed experiment to control emotions, June 2014

ЗАСГИЙН ГАЗРААС ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK)-ИЙН ДАТА БААЗ РҮҮ НЭВТРЭХ БОЛОМЖ

«Фэйсбүүк эсвэл Андроидын хадгалж байгаа хувийн мэдээллийн сан руу бүх засгийн газрууд нэвтрэх, хүлгэйчид хүлгэйлэх гэж оролдож байгаа».

Тим Вүү 2019¹¹⁸

Тандалтад суурилсан бизнес загварын хувийн нууцтай байх эрхэд үзүүлэх шууд нөлөөнөөс гадна компаний болон төрийн тандалтаас үүсэх шууд бус нөлөө бас давхар нэмэгдэж байна. Тагнуулын байгууллага, цагаачлалын алба, хууль сахиулах байгууллага зэрэг төрийн байгууллагууд технологийн компаниудад хадгалагдаж буй мэдээлэлд нэвтрэхийг тасралтгүй эрэлхийлж байна.¹¹⁹ Иймд Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хүмүүсийн талаар цуглуулсан асар өргөн мэдээллийн бааз нь “эрдэнийн сав” буюу засгийн газруудын өөрсдөө цуглуулж чадахааргүй асар үнэ цэнэтэй мэдээлэл рүү нэвтрэх боломж юм.

Тус бизнесийн загварын улмаас Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь засгийн газрын хууль бус, түрэмгий цахим хяналт эсвэл хүний эрхийн зөрчилд хүрэх хэмжээнд хүмүүсийг байлах эрсдэлийг бий болгож байна. Хэдийгээр энэхүү эрсдэл нь хүмүүсийн хувийн мэдээллийг хадгалдаг бүх компанид байдаг ч, Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалт дээр суурилсан бизнес загвар нь орлогоо өсгөхийн тулд хувийн мэдээлэл цуглуулж, хадгалахыг дэмжиж, урамшуулдаг тул эрсдэлийг улам нэмэгдүүлж байна.

Өргөн хүрээний тандалтын ажиллагааны тухай АНУ-ын Үндэсний Аюулгүй Байдлын Газрын шүгэл үлээгч Эдвард Снөүдэний дэлгэсэн мэдээлэл нь тагнуулын байгууллагууд хэрхэн технологийн компаниудын мэдээллийн санд нэвтэрч байсныг нотолжээ. 2013 онд Снөүдэний ил болгосон баримтууд АНУ болон Их Британий тагнуулын байгууллагууд хэрхэн өргөн цар хүрээний тандалтуудыг явуулдаг байсан, мөн Гүүгл (Google), Яахүү (Yahoo), Майкрософт (Microsoft) зэрэг компаниуд хэрэглэгчдийнхээ талаарх мэдээллийг өгөх нууц тушаалтай хэрхэн тулгарч байсныг илчилсэн байна.¹²⁰ Түүнчлэн АНУ-ын Үндэсний Аюулгүй Байдлын Газар Гүүгл (Google) болон Яахүү (Yahoo)-ийн хамгаалалтын системийг давж, мэдээллийн бааз руу нь нэвтэрч байжээ.¹²¹

Снөүдэн дээрх мэдээллийг ил болгосны дараа технологийн компаниуд хэрэглэгчдийнхээ мэдээллийн нууцлалыг сайжруулж, нууцлалын бодлогоо тэлж эхэлсэн юм. Энэ хүрээнд хэрэглэгчдийн мэдээллийг дэлгэх АНУ-ын Засгийн газрын нууц тушаал зэрэг зарим хуулийн шаардлагын эсрэг хуулийн арга хэмжээ авч эхэлжээ.¹²² Мөн Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хоёр хоёулаа засгийн газрын тандалт үйл ажиллагааг зохицуулж буй хууль, журмыг шинэчлэхийг уриалдаг холбооны гишүүд юм.¹²³ Хэдийгээр эдгээр нь нааштай арга хэмжээ мөн боловч асуудлыг үндсээр нь шийдэх арга биш. Тандалт дээр суурилсан бизнесийн загвар өргөн цар хүрээнд мэдээлэл цуглуулах, боловсруулах ажиллагааг дэмжиж, урамшуулснаар төрөөс тандалт хийх боломжийг өргөжүүлж байгаад гол асуудал оршино.



¹¹⁸ Tim Wu, author of 'The Attention Merchants', How Capitalism Betrayed Privacy, New York Times, 10 April 2019, <https://www.nytimes.com/2019/04/10/opinion/sunday/privacy-capitalism.html>

¹¹⁹ see for example, CNBC, US, UK sign first-ever deal to access data from tech companies like Facebook and Google, October 2019, <https://www.cnbc.com/2019/10/04/us-uk-sign-agreement-to-access-data-from-tech-companies-like-facebook.html> ; Jennifer Lynch, EFF, Google's Sensorvault Can Tell Police Where You've Been, April 2018, <https://www.eff.org/deeplinks/2019/04/googles-sensorvault-can-tell-police-where-youve-been>

¹²⁰ Ewen MacAskill and Dominic Rushe, Snowden document reveals key role of companies in NSA data collection, Guardian (UK), November 2013 <https://www.theguardian.com/world/2013/nov/01/nsa-data-collection-tech-firms>

¹²¹ Barton Gellman and Ashkan Soltani, NSA infiltrates links to Yahoo, Google data centers worldwide, Snowden documents say, The Washington Post, October 2013, https://www.washingtonpost.com/world/national-security/nsa-infiltrates-links-to-yahoo-google-data-centers-worldwide-snowden-documents-say/2013/10/30/e51d661e-4166-11e3-8b74-d89d714ca4dd_story.html

¹²² Washington Post, Google challenges U.S. gag order, citing First Amendment, 18 June 2013

¹²³ Reform Government Surveillance, RGS Principles, <https://www.reformgovernmentsurveillance.com/principles/>

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ГҮҮГЛ (GOOGLE) БОЛОН ФЭЙСБҮҮК (FACEBOOK) ДЭХ ХҮНИЙ ЭРХ

Олон улсын хүний эрхийн хэм хэмжээний дагуу Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бизнес загвар хувь хүний нууцтай байх эрх, үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрх зэрэг хүний эрхэд үзүүлж буй бодит болон болзошгүй үр нөлөөг тогтоож, арилгах ёстой.¹²⁴ Гэвч өгөгдөл цуглуулах, шинжлэх, ашиг олоход ашиглах зэрэг нь эдгээр компаний бизнесийн гол цөм бөгөөд хувийн нууцтай байх эрхэд өргөн хүрээнд нөлөөлж, угаасаа хувийн нууцтай байх эрхтэй зөрчилддөг тул тус компаниуд өөрсдийнх нь тандалтад суурилсан бизнесийн загвар хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэгтэй нийцэх боломжтой эсэхийг эргэн харах шаардлагатай.

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь Дэлхийн Сүлжээний Санаачилга (GNI)-д нэгдсэнээрээ хувийн нууцтай байх, үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхийг хамгаалах урт хугацааны амлалт өгч, зорилт тавьсан юм.¹²⁵ Гэвч GNI-ийн үйл ажиллагааны цар хүрээ нь хувийн нууцтай байх эрх болон үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөнөөс бусад эрхүүдэд үзүүлэх нөлөөнд хамаардаггүй бөгөөд засгийн газар компаниудаас мэдээлэл шаардахад хэрхэн хариу өгөх тал дээр голчлон анхаарлаа хандуулдаг.

GNI-ийн дагуу тус хоёр компани нь хоёр жил тутам өөрсдийн дотоод систем, бодлого, журамдаа хөндлөнгийн үнэлгээ хийлгэх ёстой байдаг. Хамгийн сүүлд буюу 2016 оны 7 сард хийгдсэн үнэлгээгээр тус хоёр компани хоёулаа олон улсын хүний эрхийн хууль, хэм хэмжээнд үндэслэж гарсан GNI-ийн зарчмуудтай нийцэж байгаа гэж гарсан байна.¹²⁶

Үнэлгээний үйл явц нь нууцлагдмал учраас Эмнести Интернэшнл уг дүгнэлтийг шалгах боломжгүй байна. Гэвч GNI-ээс үнэлгээний хүрээнд компаниудын дотоод систем, бодлого, дотоод журам болон компаниудын өөрсдийнх нь зөвшөөрсөн тодорхой тохиолдлууд дээр шалгалт хийгддэг гэж мэдэгдсэн юм.¹²⁷ Гэвч тодорхой тохиолдол дээр төвлөрөн үнэлгээ хийж байгаа нь компаниуд бодлого журмаа практикт үр дүнтэй хэрэгжүүлж байгаа эсэх, бизнесийн ажиллагааны бүхий л хэсгийн хүний эрхийн үр нөлөөг цогцоор нь шалгахгүй байгааг илтгэж байж болзошгүй. Түүнчлэн тус үнэлгээгээр Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг компаниуд өөрсдийнх нь бизнесийн загвар хүний эрхэд үзүүлж буй нөлөөллийг тогтоон, шийдвэрлэх зохих арга хэмжээ авч буй эсэхийг шалгадаг нь эргэлзээтэй. Тиймээс тус үнэлгээ нь энэхүү сэтгүүлээр хөндөж буй гол асуудал болох тандалтан дээр суурилсан бизнес загвар нь хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэгтэй нийцэж болох эсэх талаар авч үзээгүй байна.¹²⁸

Дээр дурдсанчлан Эмнести Интернэшнл нь Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) хүний эрхийн хяналт шалгалт явуулахдаа тэдний бизнес загвар нь хүний эрхэд, яалангуяа хувийн нууцтай байх эрхэд хэрхэн системтэйгээр өргөн хүрээнд нөлөөлж байгааг авч үздэг эсэхийг асуусан юм. Харин Гүүгл (Google) компани Эмнести Интернэшнлтэй хийсэн уулзалтандаа тэдний бизнесийн үйл ажиллагааны бүхий л хүрээнд хүний эрхийн хяналт шалгалт явуулдаг болохоо мэдэгдсэн. Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс хариу болгож дэлгэрэнгүй захидал (хавсралт хэсгээс үзнэ үү) явуулсан ч дээрх асуултад тодорхой хариулт өгөөгүй юм.

ОИН.МН
СҮДАЛГААНЫ САН

¹²⁴ Ranking Digital Rights conducts a detailed evaluation of leading internet, mobile, and telecommunications companies on their disclosed commitments and policies affecting freedom of expression and privacy of internet users across the world. See 2019 Ranking Digital Rights Corporate Accountability Index, <https://rankingdigitalrights.org/index2019>. RDR is currently expanding its methodology to address harms associated with companies' targeted advertising policies and practices, and their use and development of algorithmic decision-making systems.

¹²⁵ See also Google's Artificial Intelligence (AI) principles <https://ai.google/principles> and human rights statement <https://about.google/human-rights/>

¹²⁶ GNI, 2015/2016 Company Assessments, July 2016, <https://globalnetworkinitiative.org/2015-2016-company-assessments/>

¹²⁷ GNI, Company Assessments, <https://globalnetworkinitiative.org/company-assessments/>

¹²⁸ The process review questions for the current GNI assessment cycle asks what due diligence the company does to identify potential risks to freedom of expression and privacy connected to specific products, markets, acquisitions or business relationships; but not the company's business model as a whole. See: GNI, 2018/2019 Company Assessments, Appendix I: Process Review Questions, <https://globalnetworkinitiative.org/wp-content/uploads/2019/03/GNI-2018-Appendix-I.pdf>

3. ӨГӨГДЛИЙН ШИНЖИЛГЭЭ ӨРГӨН ХҮРЭЭНД: БУСАД ХҮНИЙ ЭРХИЙН ЭРСДЭЛҮҮД

«Тандалт бол зүгээр л ажиглах явдал, энэ нийгэмд ямар нөлөө үзүүлсэн юм бэ гэж үү?.....Өөр үзэл бодолтой байх орон зайгүй, эсвэл өөрийгөө өөр байдлаар илэрхийлэх боломжгүй үед юу болдог вэ? Ийм байвал танд ямар санагдаж байна вэ? Энэ бол нийгмийг хянах нэг хэлбэр.. нэг хэв маяг, үзэл сурталд нийцүүлэх гэсэн алхам..... үнэн төрх. Тандалт гэх үг нь тус ажиллагааны түрэмгий чанарыг хангалттай илэрхийлж чадахгүй байна.»

-Жулиа Ангвин 2018¹²⁹

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг платформууд нь мэдээллийн аналитикийн дэвшилтэт технологи дээр тулгуурладаг. Тэдний алгоритм нь "органик" нийтлэл болон зар сурталчилгаа зэрэг хамааралтай мэдээллүүдийг (компаниудын цуглуулсан өгөгдлийн үндсэн дээр хамаарлыг тогтооно) хэрэглэгчдэд хүргэх зориулалттай. Жишээлбэл, Гүүгл (Google)-ийн хайлтын болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн мэдээний тоймын алгоритмууд нь зар сурталчилгааг зорилтот бүлэгт хүргэх, хайлтыг үр дүнтэй болгох, өмнөхтэй ойролцоо шинэ мэдээллийг санал болгох, хэрэглэгчдийг шинэ контент үүсгэхэд уриалж, хандалтыг нэмэгдүүлэх зэрэг зорилгоор хэрэглэгчдийн асар их мэдээллээс тасралтгүй суралцаж байдаг. Системүүд хэрэглэгчдийн мэдээллээс дүгнэлт гаргаж, холбоос үүсгэдэг олон давтагдах, нарийн алгоритмын процессыг ашигладаг.¹³⁰

¹²⁹ Julia Angwin in conversation with Trevor Paglen, The End of Trust, Issue 54, McSweeney's Quarterly Concern and the Electronic Frontier Foundation, p. 55, <https://www.eff.org/document/end-trust-0>

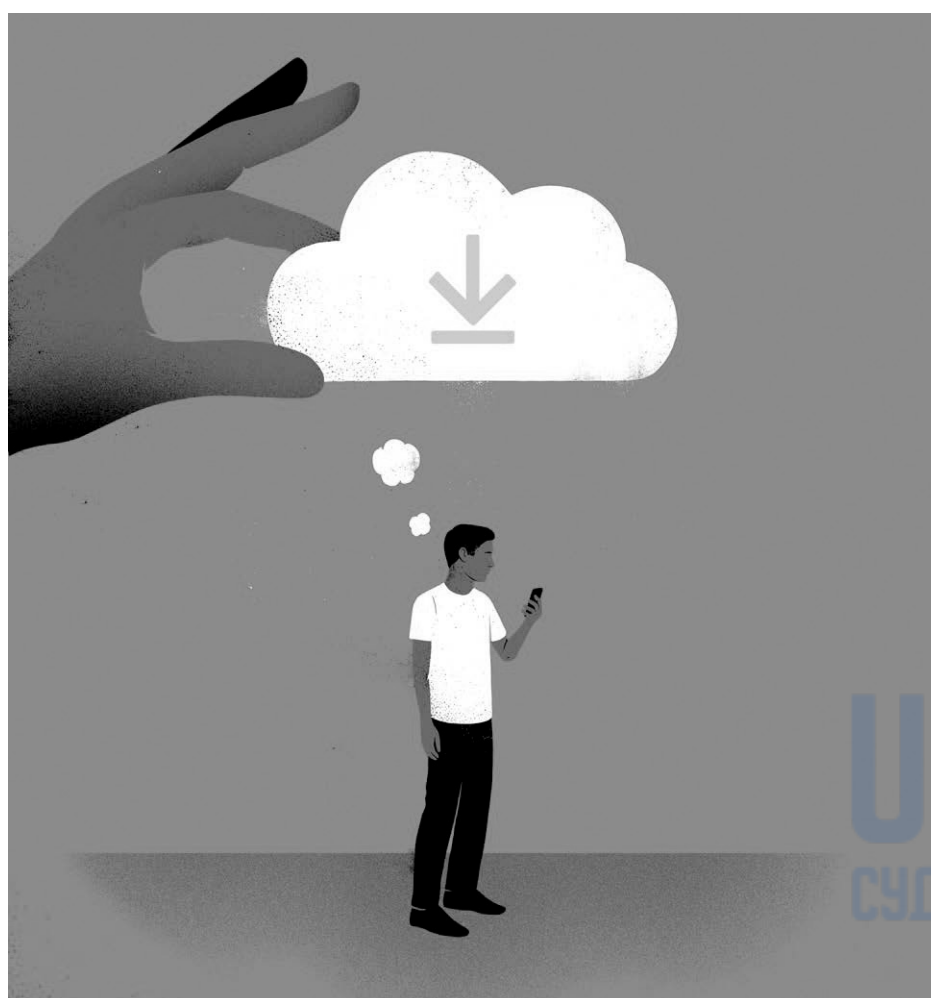
¹³⁰ "Optimization systems apply a logic of operational control that focuses on outcomes rather than the process... We call optimization systems those systems that capture and manipulate user behaviour and environments under the logic of optimization."

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

Эдгээр системийн алгоритм нь хүний эрх, түүний дотор хувийн нууц, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө, ялгаварлан гадуурхалтаас ангид байх эрх¹³¹, эрх тэгш байдал зэрэгт ноцтой сөрөг нөлөө үзүүлэх дам үр нөлөөтэй болох нь харагдаж байна. Зарим тохиолдолд энэ нөлөөлөл нь компанийн технологос шууд үүдэлтэй бол зарим тохиолдолд бусад этгээд хүний эрхэд хохирол учруулан ашиглаж байна. Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн үйл ажиллагааны цар хүрээ, цахим орчны ноёрхлын улмаас эдгээр сөрөг нөлөө нь асар өргөн хүрээнд явагдаж байна.

Үүний улмаас тандалт, хяналтад суурилсан бизнес загваруудын хувийн нууцтай байх эрхэд үзүүлж буй хор хөнөөл нь хүмүүст эргээд тооцоолшгүй нөлөө үзүүлж байна. Жишээ нь, хүн Фэйсбүүк (Facebook) дээ “таалагдсан” (like) товч дарснаараа өөрийн сонирхлын талаарх энгийн мэдээллийг Фэйсбүүк (Facebook)-т өгдөг. Гэвч нэгтгэн боловсруулсаны дараа эдгээр мэдээллийг нь сурталчилгаа, улс төрийн ухуулгын мэдээллүүдийг хүргэх, эсвэл хүмүүсийн анхаарлыг татах, платформыг гаргахгүй байх зэрэгт ашиглагдах боломжтой.

НҮБ-ын Хүний эрхийн дээд комиссарын газар өгөгдөл дээр суурилсан технологийн “хүмүүс болон нийгэмд учруулж болох эрсдлийг илүү үнэлэх боломжгүй” гэж мэдэгджээ.¹³²



UIN.MN
СУДАЛГААНЫ САН

Rebekah Overdorf, Bogdan Kulynych, Ero Balsa, Carmela Troncoso, Seda Gurses, POTs: Protective Optimization Technologies, August 2018, <https://arxiv.org/abs/1806.02711>.

¹³¹ See various examples cited in Ranking Digital Rights, Human Rights Risk Scenarios: Targeted Advertising, February 2019, <https://rankingdigitalrights.org/wp-content/uploads/2019/02/Human-Rights-Risk-Scenarios-targeted-advertising.pdf>; and Algorithms, machine learning and automated decision-making, July 2019, https://rankingdigitalrights.org/wp-content/uploads/2019/07/Human-Rights-Risk-Scenarios_-algorithms-machine-learning-automated-decision-making.pdf

¹³² OHCHR, Right to privacy in the digital age, 3 August 2018, A/HRC/39/29, para 16.

ИЛҮҮ ӨРГӨН ХҮРЭЭНИЙ ХУВИЙН МЭДЭЭЛЭЛ БОЛОВСРУУЛАЛТ, ХУВЬ ХҮНИЙ ТОДОРХОЙЛОЛТ, НАРИЙВЧИЛСАН МЭДЭЭЛЭЛ ХҮРГЭЛТ

Дэвшилтэт мэдээллийн анализ нь хяналтад суурилсан бизнес загварын цөм бөгөөд Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google)-ийн эдийн засгийн хүчин чадлын гол үндэс болсон. 2018 онд Фэйсбүүк (Facebook)-ээс платформынх нь цаанадах технологи өдөрт 200 их наяд магадлалыг боловсруулдаг гэж мэдэгджээ.¹³³ Алгоритмын систем нь дараах хоёр байдлаар бизнесийн загварыг тэжээдэг. Нэгдүгээрт, зорилтот бүлэгт сурталчилгаа хүргэх, хоёрдугаарт, хэрэглэгчдийн оролцоог нэмэгдүүлэхэд ашиглагддаг. Эдгээр зорилгуудын аль аль нь хүний эрхийн санаа зовнихийц асуудалд сөрөг нөлөө үзүүлж байна.¹³⁴

Хуримтлуулсан мэдээлэл нь Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийг хүний байршил, хүн ам зүй, сонирхол, зан байдал зэрэгт хувь хүний нарийн онцлогт тулгуурлан нарийн чиглэсэн зар сурталчилгааг хүргэх боломжийг олгодог. Эхний бүлэгт дурдсанчлан, компаниудын нарийн алгоритмын загварууд нь дээрх хувь хүний мэдээллүүдийг урьдчилан таамаглаж, боловсруулдаг. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн сурталчлагчдад нарийн таамаглал болон зорилтот бүлгийг тодорхойлох чадвар нь тэдний сурталчилгааны орлогын үндэс юм.

Асар олон тооны компаниуд болон бусад оролцогчид энэхүү зорилтот сурталчилгааны орон зайг бүрдүүлдэг. Гэвч, Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн мэдээллийн сан, платформын хүртээмж, мэдээллийн урсгалын хяналт, хамгийн дэвшилтэт аргачлал, таамаглал боловсруулах хэрэглэх чадвар зэрэг нь харилцан шүтэлцээтэй ажиллаж, тэднийг дижитал зар сурталчилгааны зах зээлд бүрэн ноёрхол тогтооход туслажээ.

Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google) мэдээллийн дүн шинжилгээг зар сурталчилгаанд ашиглахын зэрэгцээ хэрэглэгч бүрт тохирсон үйлчилгээг санал болгож, үйлчилгээнийхээ “хандалтыг нэмэгдүүлэхээр” алгоритмуудыг ашигладаг. Энэ нь хэрэглэгчдийг платформдоо аль болох удаан байлгах зорилготой.¹³⁵ Товчхондоо платформууд нь хэрэглэгчийг донтуулдаг байхаар бүтээгдсэн.¹³⁶ Энэ нь компаний бизнесийн загвар, орлоготой нягт холбоотой бөгөөд платформын олон цаг ашиглах тусам олон сурталчилгаа шахах, илүү олон хүмүүс зарыг харах, улмаар улам их мэдээлэл цуглуулах боломжтой гэсэн үг. Ийнхүү хүмүүсийн мэдээлэлд нэвтрэх боломжийг хангаж, платформын давамгайл байдлыг хадгалснаар тандалтад суурилсан бизнесийн загварыг улам бэхжүүлж байна.

ИТГЭЛ ҮНЭМШИЛ, ҮЗЭЛ БОДОЛД НӨЛӨӨЛӨХ НЬ

Хоёрдугаар хэсэгт дурдсанчлан хувийн нууцтай байх эрх нь бие даасан байдал буюу хөндлөнгийн ажиглалт, зохисгүй нөлөөлөлгүйгээр өөрийгөө тодорхойлох, илэрхийлэх чадамжтай салшгүй холбоотой юм.

Гэвч алгоритмд суурилсан зорилтот зар сурталчилгаа болон хувь хүнд тохируулсан нийтлэл, мэдээллийн улмаас Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн платформууд нь хүмүүсийн цахим орчны хэрэглээ болон харж буй мэдээллийг тодорхойлоход асар их үүргийг гүйцэтгэж байна. Энэ нь бидний үзэл бодлыг өөрчилж, нөлөөлж болох ба цаашлаад бие даасан сонголт хийх чадварт нөлөөлөх эрсдэлтэй. Түүнчлэн, алгоритмууд нь тухайн хүний өвөрмөц онцлог, хувийн шинж чанарт тулгуурлан тэднийг тодорхой үр дүнд хүргэх, чиглүүлэх хамгийн оновчтой арга замыг тодорхойлох зорилгоор бүтээгдсэн. Иймээс техно-социологич Зейнеп Туфецки эдгээр

¹³³ Facebook, Announcing PyTorch 1.0 for both research and production, May 2018, <https://engineering.fb.com/ai-research/announcingpytorch-1-0-for-both-research-and-production>

¹³⁴ Ranking Digital Rights, Human Rights Risk Scenarios: Targeted Advertising, February 2019; and Algorithms, machine learning and automated decision-making, July 2019

¹³⁵ Facebook denies that its News Feed algorithm is designed to maximise engagement, and that “the actual goal is to connect people with the content that is most interesting and relevant to them.” See Facebook response, in annex below

¹³⁶ ABC News, Book excerpt: Jaron Lanier’s ‘Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now’, June 2018, <https://abcnews.go.com/Technology/book-excerpt-jaron-laniers-ten-arguments-deleting-social/story?id=56009512>.

платформуудыг олон тэрбум хүмүүсийг удирдаж, нөлөөлж чадах “ятгалгын архитектур” гэж тодорхойлсон байдаг.¹³⁷ Түүнчлэн Гүүгл (Google)-ийн сурталчилгааны стратегич байсан Жеймс Уильямс үүнийг “ятгалгын үйлдвэр” гэж нэрлэн, энэхүү “анхаарал татах болон түүнийг ашиглах үйл явц” нь биднийг чөлөөтэй сэтгэн бодоход саад болж, анхаарлыг сарниулан, зорилгоо биелүүлэх чадварыг хязгаарладаг гэжээ.

Энэ нь компаниуд системийн алгоритмыг ашиглан чөлөөтэй сэтгэх, шашин шүтэх, үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө зэрэг хүний эрхүүдэд шууд сөргөөр нөлөөлөх өндөр эрсдэлтэй гэсэн үг юм.¹³⁸ Цаашилбал, бусад этгээд тэдний загварт нэвтэрч, ашиглан хүний эрхийг зөрчихөд хүргэх эрсдэлтэй.

Олон улсын хүний эрхийн эрх зүй нь чөлөөтэйгээр бодож сэтгэх, шашин шүтэх эс шүтэх, итгэл үнэмшилтэй байх эрх чөлөөг ямарваа нэгэн байдлыг хязгаарлахыг огт зөвшөөрдөггүй. Эдгээр эрх чөлөө нь хөндлөнгийн оролцооноос ангидаар, нөхцөлгүйгээр хамгаалагдах ёстой.¹³⁹ Хүний эрхийн комисарын газраас үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхийн хүрээнд хувь хүн итгэл үнэмшил, үзэл бодол, хариу үйлдэл, байр сууриа тодорхойлох явцад ямар нэгэн зохисгүй албадлага байх ёсгүй гэж дүгнэжээ.¹⁴⁰ Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг дэмжих, хамгаалах асуудал хариуцсан НҮБ-ын Тусгай Илтгэгч “Технологи болон мэдээллийн хуримтлал нь үзэл бодлоо илэрхийлэх эрхтэй зөрчилдөж болох хөндлөнгийн оролцоо, албадлагын талаарх шинэ асуудлуудыг бий болгож байна”¹⁴¹ хэмээсэн бөгөөд “Компаниуд ядаж мэдээлэл боловсруулахдаа ямар шалгуурыг баримталж, хэрхэн түүнийг хөгжүүлж байгаа, холбогдох хиймэл оюун ухааны системийг бүтээн, хөгжүүлэх явцдаа нийгэм, соёл болон улс төрийн хандлагыг тодорхойлдог бодлого, явцын талаарх мэдээллийг хэрэглэгчдэд дэлгэх ёстой”¹⁴² гэж цохон тэмдэглэсэн байна. Мөн Европын Зөвлөлийн Сайд нарын Хороо “алгоритмд суурилсан нарийн явцтай, далд ухамсарт нөлөөлөхүйц ятган үнэмшүүлэх чадвар нь хувь хүний сэтгэхүйн бие даасан байдал, үзэл бодолтой байх эрх, бие даасан шийдвэр гаргах эрхэд ноцтой нөлөө үзүүлж болзошгүй” хэмээн анхааруулжээ.¹⁴³

Хүмүүст нэгжийн түвшинд хүрч, тэдний үзэл бодол, итгэл үнэмшилд нөлөөлөхөд эдгээр платформуудыг хэрхэн ашиглаж болохыг харуулсан олон жишээ бий. Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн тандалтад суурилсан бизнесийн загварын тусламжтайгаар иймэрхүү үйл ажиллагааг явуулах боломжтой болжээ. Автомат тооцооллын систем нь Инстаграм (Instagram) ын нийтлэлээс сэтгэл гутралын шинж тэмдгийг хүнээс илүү найдвартай олж тогтоох чадвартай болсныг судалгаагаар тогтоожээ.¹⁴⁴ Фэйсбүүк (Facebook) мөн өсвөр насны хүүхдүүдийн “найдвараа алдсан”, “үнэ цэнэгүй санагдсан” эсвэл “өөртөө итгэх итгэлийг нэмэгдүүлэх шаардлагатай”¹⁴⁵ үеийг таньж чадахаа зар сурталчилгаа нийтлэгчдэд мэдэгдэж байна. Үүний хариуд Фэйсбүүк (Facebook) хүмүүсийн сэтгэл санааны байдалд үндэслэн зорилтот бүлэгт чиглэсэн сурталчилгаа явуулдаггүй гэж мэдэгдсэн. Гэвч ч энэ нь эдгээр платформын боловсруулалтыг чадамж, цаашлаад хүнийг хамгийн сэтгэл хөдлөлтэй, эмзэг үед¹⁴⁶ нь онилж, халдах байдлаар платформыг буруугаар ашиглах боломжтойг харуулж байна.

¹³⁷ Zeynep Tufekci, We're building a dystopia just to make people click on ads, TEDGlobal, September 2017, https://www.ted.com/talks/zeynep_tufekci_we_re_building_a_dystopia_just_to_make_people_click_on_ads/transcript?language=en

¹³⁸ Rights guaranteed by UDHR Articles 18, 19; ICCPR Articles 18, 19.

¹³⁹ See Human Rights Council, 'General Comment No.22: The right to freedom of thought, conscience and religion (Art. 18)', 30 July 1993, CCPR/C/21/Rev/1/Add/4, para.3; and Human Rights Committee, 'General Comment No.34, Article 19: Freedoms of opinion and expression', CCPR/C/GC/43, 12 September 2011, para.3.

¹⁴⁰ Yong Joo-Kang v. Republic of Korea, HR Committee communication No. 878/1999, 16 July 2003 (CCPR/C/78/D/878/1999).

¹⁴¹ David Kaye, Special Rapporteur on the Promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression report to the UN General Assembly, 29 August 2018, A/73/348, para.24. (David Kaye, 2018)

¹⁴² David Kaye, 2018, para.26. As noted above, Facebook has taken some steps in this direction, including introducing tools that give users “more information about and control over what they see on Facebook.” See Facebook response in the annex below.

¹⁴³ Council of Europe's Committee of Ministers, Declaration on the Manipulative Capabilities of Algorithmic Processes, February 2019, https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?ObjectId=090000168092dd4b

¹⁴⁴ Johannes C. Eichstaedt, Robert J. Smith, Raina M. Merchant, Lyle H. Ungar, Patrick Crutchley, Daniel Preoțiu-Pietro, David A. Asch, and H. Andrew Schwartz, Facebook language predicts depression in medical records, October 2018, <https://www.pnas.org/content/115/44/11203>.

¹⁴⁵ The Australian, Facebook targets 'insecure' kids, May 2017, <https://www.theaustralian.com.au/business/media/facebook-targets-insecure-young-people-to-sell-ads/news-story/a89949ad016eee7d7a61c3c30c909fa6>.

¹⁴⁶ Facebook, Comments on Research and Ad Targeting, April 2017, <https://newsroom.fb.com/news/h/comments-on-research-and-ad-targeting/>

Үүнтэй ижил өөр нэгэн жишээ бол Гүүгл (Google)-ийн дахин чиглүүлэх цэс (Redirect Method) буюу тэдний одоо Гүүгл (Google) Зар гэж нэрлэдэг (AdWords) платформыг ашиглан Исламын терроризмыг дэмжигчдийг радикал үзлээс татгалзуулах төсөл юм.¹⁴⁷ Нэгэн тоймч ижил цахим нээлттэй хэрэгслийг амжилттай ашиглан амиа хорлох хүсэлтэй хүмүүст тусламжийн дуудлага хийхэд уриалж чаджээ.¹⁴⁸ Энэ нь компаниуд эсвэл бусад этгээд ийм “нийгмийн инженерчлэл”-ийг ашиглан хүмүүсийн санал бодол, итгэл үнэмшилд амархан нөлөөлж болохыг харуулж байна. Хэдийгээр сүүлийн үед дээрхтэй адил эерэг зорилгоор ашиглаж, нөлөөлж байгаа ч эдгээр хэрэгслийг маш амархан буруугаар ашиглах, өргөн цар хүрээтэй тохиолдолд бидний эрхэд халдах аюултай.

ӨРГӨН ХҮРЭЭНИЙ ДАЛД ТАРХИ УГААЛТ

Хувийн нууцтай байх эрх нь “үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хангахын үндэс”¹⁴⁹ бөгөөд Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хүмүүсийн “хувийн орон зай”-д халдаж буй явдал нь чөлөөтэйгээр санал бодлоо солилцох, үзэл бодолтой байх эрхэд тэр хэмжээгээр шууд болон шууд бусаар нөлөөлж байна.

Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө нь хүмүүсийг мэдээлэл хайх, хүлээн авах болон “хамтын үзэл бодлоо илэрхийлэх” боломжийг олгодог нийтийн эрх.¹⁵⁰ Системийн алгоритмууд нь бидэнд бүлгийн болоод хувь хүний түвшинд нөлөөлж байдаг.¹⁵¹ Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн мэдлийн платформуудын хэмжээнд нөлөөлөх, ятгах ажиллагаа явуулсан тохиолдолд тухайн компани нь томоохон бүлэг эсвэл хүн амын ихээхэн хэсгийн үзэл бодолд нөлөөлж чадах бөгөөд үүнийг бусад этгээд ашиглах боломжтой байдаг.

Тандалт, хяналтад суурилсан бизнесийн загварууд нь зөвхөн хувийн орон зайг хязгаарлаад зогсохгүй хүмүүс алгоритмын тусламжтайгаар гаргаж авсан дүгнэлт, профайл (profile) үүсгэн тусгайлсан интернэтийн орчинд харилцах болсноор хүмүүсийг бие биенээс нь хөндийрүүлж тусгаарлах болжээ.¹⁵² Энэ нь тэднийг бусдын хараа хяналт, удирдлага дор орох хор уршиг бий болгож байна.

Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн нэгжийн түвшинд хүмүүс рүү мэдээллийг чиглүүлэх чадамжийг буруугаар ашиглаж буй хамгийн тод жишээ бол улс төрийн кампанит ажлын хүрээнд хэрэглэх явдал юм. Үүний холбоотой хамгийн алдартай хэрэг бол Кембридж Аналитикагийн дуулиан (дараах хэсгийг үзнэ үү) байв. Сурталчилгааны зорилгоор ашиглагдаж ятгах арга хэрэгслийг хүмүүсийн улс төрийн үзэл бодолд нөлөөлж, удирдахад ашиглах боломжтой.¹⁵³ Улс төрийн сурталчилгааг хэт нарийвчлан нэгжийн түвшинд хийх нь “олон ургальч улс төрийн үзэлд үл нийцэх, сонгомол ертөнцийг үзэх үзлийг бий болгох замаар” хүмүүсийн үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хязгаарлах эрсдэлтэй.”¹⁵⁴ Ямарваа хараа хяналтад, ил тод байдал байхгүй, хэнд, хэнээс мессэж илгээж байгаа нь мэдэгдэхгүй учраас улс төрийн кампанит

¹⁴⁷ The Redirect Method, <https://redirectmethod.org/>

¹⁴⁸ Patrick Berliquinette, I Used Google Ads for Social Engineering. It Worked. New York Times, July 2019 <https://www.nytimes.com/2019/07/07/opinion/google-ads.html>

¹⁴⁹ Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Frank La Rue, 17 April 2013, A/HRC/23/40, para.24.

¹⁵⁰ Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Frank La Rue, 20 April 2010, A/HRC/14/23, para. 29.

¹⁵¹ “A profile does not simply identify the characteristics of individual data subjects, rather they are constructed by contrast with the other data subjects in the dataset.” Lillian Edwards and Michael Veale, Slave to the Algorithm? Why A ‘Right To An Explanation’ Is Probably Not The Remedy You Are Looking For, 16 Duke Law & Technology Review 18, 2017, p 35, <https://ssrn.com/abstract=2972855> (Edwards and Veale, 2017)

¹⁵² For example, a study by the Web Foundation into curation on Facebook’s central News Feed feature found that “The algorithm places each user into a separate and individualised version of what should be an open public square for information.” See the Web Foundation, The Invisible Curation of Content, 2018, p 5 http://webfoundation.org/docs/2018/04/WF_InvisibleCurationContent_Screen_AW.pdf

¹⁵³ Tactical Tech has researched and mapped out the tools and techniques of the political data industry. See Tactical Tech, Tools of the Influence Industry <https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/influence-industry>

¹⁵⁴ David Kaye, 2018, para 18

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ажлыг нарийвчлан нэгжийн түвшинд хийх нь эргэлзээтэй асуудал болж байна. Ингэснээр кампанит ажлаар улс төрийн “харанхуй” сурталчилгаа хийх боломж олгож, зөвхөн хэрэглэгчид нь харагдах, нарийн тохируулсан мессэжийг цацаж, тухайн мессэжний ард ямар байгууллага, хувь хүн байгаа талаар мэдээлэл авах боломжгүй бөгөөд өөр бусад хүмүүс ч ямар мэдээлэл авч байгааг мэдэх аргагүй болдог.

КЕМБРИЖ АНАЛИТИКАГИЙН ХЭРЭГ

Кембриж Аналитика нь улс төрийн мэдээлэл боловсруулдаг фирм байсан бөгөөд хүн амын зорилтот бүлэгт нөлөөлөхийн тулд өвөрмөц онцлог шинж бүхий дэлгэрэнгүй профайлыг үүсгэж, тухайн профайлдаа тулгуурлан улс төрийн сурталчилгааг хүлээн авагчдад тохируулан хүргэдэг (сэтгэлзүйн зорилтот чиглүүлэлт гэж нэрлэдэг арга) байжээ.¹⁵⁵ Кембриж Аналитикагийн мэдээлснээр тус компанид 240 сая гаруй Америкчуудын профайл бүртгэлтэй байсан бөгөөд сонгогч бүртэй холбоотой 4000-5000 мэдээлэл байсан ажээ.¹⁵⁶

2014 онд Кембриж Аналитика нь Кембрижийн их сургуулийн сэтгэл судлалын профессор, доктор Александр Коганы бүтээсэн “Энэ бол чиний цахим амьдрал” (thisisyourdigitallife) гэх аппликейшний тусламжтайгаар Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бүрдүүлсэн профайлын мэдээллийн санд нэвтрэх эрхийг олж авчээ. Фэйсбүүк (Facebook) хэрэглэгчид уг аппликейшнийг татаж авахдаа тухайн аппаар тэдний хувийн мэдээллийг авахыг зөвшөөрдөг.¹⁵⁷ Доктор Коганы компани нь Фэйсбүүк (Facebook)-ийн мэдээллийг цуглуулах зорилгоор Кембриж Аналитикагийн охин компанитай гэрээ байгуулжээ.¹⁵⁸

Тухайн үеийн Фэйсбүүк (Facebook)-ийн бодлогын дагуу апп-ууд зөвхөн хэрэглэгчдийн мэдээлэлд хандах бус мөн тэдгээр хэрэглэгчдийн нийгмийн сүлжээнд байгаа хүмүүсийн хувийн мэдээллийг (жишээ нь тэдний Фэйсбүүк (Facebook) найзууд) авах эрхтэй байв.¹⁵⁹ Улмаар Коганы аппликейшнээр Кембриж Аналитикатай 270 мянган хүн мэдээллээ хуваалцахыг зөвшөөрсөн боловч 87 сая гаруй Фэйсбүүк (Facebook) профайлын мэдээлэл цугласан болохыг Фэйсбүүк (Facebook)-ээс сүүлд баталсан юм.¹⁶⁰

“Гардиан” (Guardian) сэтгүүлээс 2015 оны сүүлээр Кембриж Аналитика хэрэглэгчдийн Фэйсбүүк (Facebook) дэх хувийн мэдээллийг АНУ-ын Ерөнхийлөгчийн сонгуульд нэр дэвшигч Тед Крузын сурталчилгаанд зориулан зүй бусаар ашигласан талаар мэдээллэсэн.¹⁶¹ Үүний хариуд нь Фэйсбүүк (Facebook) Коган болон Кембрижийн Аналитикаг тэдгээр мэдээллийг устгахыг шаардсан юм.¹⁶² Кембриж Аналитика шаардлагыг биелүүлэхээ амласан боловч үнэн хэрэгтээ тухайн мэдээллээс гаргаж авсан дүгнэлт мэдээлэл, загварчлалыг хадгалж үлджээ.¹⁶³

¹⁵⁵ Sue Halpern, Cambridge Analytica and the Perils of Psychographics, The New Yorker, <https://www.newyorker.com/news/news-desk/cambridge-analytica-and-the-perils-of-psychographics>

¹⁵⁶ BBC News, Cambridge Analytica parent firm SCL Elections fined over data refusal, January 2019

¹⁵⁷ Facebook, Suspending Cambridge Analytica and SCL Group From Facebook, March 2018 <https://newsroom.fb.com/news/2018/03/suspending-cambridge-analytica/>

¹⁵⁸ Carole Cadwalladr and Emma Graham-Harrison, Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach, Guardian (UK), 17 March 2018, <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>

¹⁵⁹ UK House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, Interim Report into Disinformation and ‘fake news’, July 2018, para 120

¹⁶⁰ Facebook, An Update on Our Plans to Restrict Data Access on Facebook, 4 April 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/restricting-data-access/>

¹⁶¹ Harry Davies, Ted Cruz using firm that harvested data on millions of unwitting Facebook users, Guardian (UK), 11 December 2015, <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/11/senator-ted-cruz-president-campaign-facebook-user-data>

¹⁶² Facebook, Hard Questions: Update on Cambridge Analytica, 21 March 2018, <https://newsroom.fb.com/news/2018/03/hard-questions-cambridge-analytica>

¹⁶³ Paul Lewis, David Pegg and Alex Hern, Cambridge Analytica kept Facebook data models through US election, Guardian (UK), May 2018, <https://www.theguardian.com/uk-news/2018/may/06/cambridge-analytica-kept-facebook-data-models-through-us-election>

2016 онд Дональд Трамп АНУ-ын Ерөнхийлөгчийн сонгуулийн кампанит ажилдаа Кембриж Аналитика компанийг хөлслөн, дээрх сэтгэлзүйн профайл гаргаж авах аргыг ашиглан, зорилтот санал өгөх насны иргэдийг тодорхойлж, тэдэнд чиглэсэн дижитал зар сурталчилгааг явуулсан юм. 2018 оны 4 дүгээр сард Ажиглагч (Observer) болон Нью Йорк Таймс (New York Times) сонинууд Кембриж Аналитик Фэйсбүүк (Facebook)-ийн өгөгдлийг ашиглаж буй тухай нийтэлсний дараа л Фэйсбүүк (Facebook) мэдээлэл алдагдсан 87 сая хэрэглэгчтэй холбогдсон юм.¹⁶⁴

Энэ дуулиантай холбогдуулан Фэйсбүүк (Facebook) гурван гол асуудал хөндөгдөж байна. Нэгдүгээрт, тухайн үед Фэйсбүүк (Facebook)-ийн мэдээллийн нууцлалын бодлого тун сул байсан нь Коганд Фэйсбүүк (Facebook) аппликейшнд нэвтэрсэн хэрэглэгчид төдийгүй тэдний бүхий л нийгмийн сүлжээний мэдээллийг олж авах боломжийг олгожээ. Үүний дараа Фэйсбүүк (Facebook) тэдний хэрэглэгчийн санд нэвтрэх эрхтэй олон арван програм хөгжүүлэгчийн мянга мянган аппликейшнийг түдгэлзүүлж, улмаар 2014 онд програм хөгжүүлэгчийн нэвтрэх эрхийг хязгаарласан байна.¹⁶⁵ Энэ явдлаас хойш Фэйсбүүк (Facebook) аппликейшнуудын хэрэглэгчдийн мэдээллийг авах эрхэд хязгаарлалт хийсэн юм.¹⁶⁶ Хоёрдугаарт, Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хэдийгээр Кембриж Аналитикаг өгөгдлүүдийг устгахыг шаардсан боловч үнэхээр устгасан эсэхийг шалгах ямар ч боломжгүй бөгөөд энэ нь тухайн зорилтыг бодитоор хэрэгжүүлэх хичнээн хэцүү болохыг харуулж байна. Гуравдугаарт, Фэйсбүүк (Facebook) 2015 оны арванхоёрдугаар сараас хойш дээрх асуудлын талаар мэдэж байсан ч мэдээлэл нь алдагдсан хэрэглэгчдэд анхааруулаагүй, зөвхөн хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд сурвалжилга хийж, олон нийтэд цацан томоохон дуулиан үүссэний дараа л арга хэмжээ авч эхэлсэн юм.

Кембриж Аналитикагийн дуулианы дараа Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хоёулаа улс төрийн холбогдолтой зар сурталчилгааны талаарх бодлогоо чангатгаж,¹⁶⁷ хэн төлбөр төлж, зар сурталчилгаа нийтлүүлж байгаа, “Зар сурталчилгааны сангууд”-аар улс төрийн сурталчилгааг ил тод болгож эхэлсэн. Гэвч Прайваси Интернэшнл Олон Улсын Байгууллага Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн авч буй арга хэмжээнүүд нь хангалтгүй, улс орнуудад харилцан адилгүй хэрэгжиж, улмаар ихэнх хэрэглэгчид “тус платормууд дахь зар сурталчилгаа хэрхэн ажилладаг талаар ойлголтгүй байдаг” болохыг тогтоожээ.¹⁶⁸ Мозиллагийн (Mozilla) судлаачдын өөр нэгэн судалгаагаар Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тохиргоонууд хангалтгүй байгаа нь тогтоогдсон юм.¹⁶⁹

Үндсэндээ, зар сурталчилгааны зорилгоор хэрэглэгчдийг онилох, профайл үүсгэх бизнесийн загвар хэвээр байгаа үед гуравдагч этгээд, тэр дундаа улс төрийн кампанит ажилд ашиглуулсаар байх болно.

¹⁶⁴ Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore and Carole Cadwalladr, 2016 the Donald Trump Presidential campaign hired Cambridge Analytica, New York Times, 17 March 2018; Carole Cadwalladr and Emma Graham-Harrison, Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach, Guardian (UK), 17 March 2018; CNBC, Facebook now lets you know if your data was shared with Cambridge Analytica, 9 April 2018

¹⁶⁵ Facebook, An Update on Our App Developer Investigation, 20 September 2019, <https://newsroom.fb.com/news/2019/09/an-update-on-our-app-developer-investigation/>. According to Facebook’s response letter to Amnesty, included at the end of this report: “Suspension is not necessarily an indication that these apps were posing a threat to people.”

¹⁶⁶ Facebook, API Updates and Important Changes, 25 April 2019, <https://developers.facebook.com/blog/post/2019/04/25/api-updates/>

¹⁶⁷ Google, Introducing a new transparency report for political ads, 15 August 2018, <https://www.blog.google/technology/ads/introducing-new-transparency-report-political-ads/>; Facebook, A Better Way to Learn About Ads on Facebook, 28 March 2019, <https://newsroom.fb.com/news/2019/03/a-better-way-to-learn-about-ads/>

¹⁶⁸ Privacy International, Social media companies have failed to provide adequate advertising transparency to users globally, 3 October 2019, <https://privacyinternational.org/long-read/3244/social-media-companies-have-failed-provide-adequate-advertising-transparency-users>

¹⁶⁹ Mozilla, Facebook’s Ad Archive API is Inadequate, 29 April 2019, <https://blog.mozilla.org/blog/2019/04/29/facebooks-ad-archive-api-is-inadequate/>

АВАРГА ТАНДАГЧИД ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ХАНДАЛТЫГ НЭМЭГДҮҮЛЭХ НЬ

Компаниуд үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг хүндэтгэх үүрэгтэй бөгөөд үүнд нь бусдыг гутаан доромжилсон үзэл бодлууд ч хамаарна.¹⁷⁰ Тухайлбал Иргэний болон улс төрийн эрхийн тухай олон улсын пакт нь зөвхөн “хэт үндсэрхэг үзэл, арьс өнгө, шашнаар ялгаварлан гадуурхах үзлийг ухуулах, хүчирхийллийг өөгшүүлж, үзэн ядалтыг бий болгох аливаа сурталчилгааг” хориглохыг шаарддаг. Өөр олон төрлийн үзэл санааны илэрхийллийн хэлбэрүүдийг, тэр ч байтугай нэгнээ цочроох эсвэл дургүй хүргэх зорилготой илэрхийлэл хуулиар хязгаарлагддаггүй байж болох юм.

Гэвч одоогийн алгоритм нь цахим мэдээллийг шилж хэрэглэгчдэд хүргэх, сошиал медиа ашиглахыг дэмждэг тул Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хүчирхийлэл, ялгаварлан гадуурхалыг идэвхтэй сурталчлах эсвэл нэмэгдүүлэх эрсдэлтэй. Эдгээр платформ нь алгоритм дээр суурилж, хэрэглэгчдийн анхаарлыг хамгийн сайн татахуйц контентыг тодорхойлон санал болгож, сурталчилдаг.¹⁷¹ Хүмүүс сенсациатай эсвэл өдөөн хатгасан мэдээллүүдийг үзэх магадлал илүү өндөр байдаг учраас эдгээр платформуудын “санал болгох хэсэг” нь зарим хүмүүсийн “хар ангал” гэж нэрлэдэг хортой мэдээллүүдийн хэлхээнд живүүлж орхидог.¹⁷²

Гүүгл (Google)-ийн Технологийн захирал асан Николь Вонг энэ асуудлыг хүлээн зөвшөөрч “Хувийн тохиргоо, хандалт... таныг манай платформд байлгаж буй зүйлсийн талаар бид маш сайн мэддэг болсон. Энэ бол таныг хамгийн их цочирдуулах зүйл” хэмээсэн юм.¹⁷³ “Бид зөвшөөрөгдөх зүйлсийн хэм хэмжээг хаагуур нь ч тогтоосон, агуулга тэр шугамд дөхөхөд хүмүүс ердийнхөөсөө илүүтэй их хандадгийг манай судалгаа харуулсан. Хэдий тэд дараа нь уг контентэнд дургүй гэж бидэнд хэлдэг ч” хэмээн Марк Цукерберг хэлсэн.¹⁷⁴

Харин Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зүгээс “Бид хэрэглэгчдийн Фэйсбүүк (Facebook)-т олон юм үзэхэд нь бус харин тэнд өнгөрөөх үнэт цагт илүүтэй анхаардаг. Фэйсбүүк (Facebook)-ийн алгоритмууд утга учиртай яриа өрнүүлэх шинжтэй нийтлэлүүдийг илүүтэй чухалчилдаг” хэмээн тайлбарлаж байна.¹⁷⁵

Бүтээгдэхүүн нь санаатайгаар донтуулдаг болохыг Фэйсбүүк (Facebook)-ийн ажилтнууд хүртэл хүлээн зөвшөөрдөг. Жишээлбэл, Фэйсбүүк (Facebook)-ийн анхны хөрөнгө оруулагчдын нэг бөгөөд Марк Цукербергийн зөвлөх Рожер МакНэми энэ оны эхээр “Бизнесийн загвар нь зар сурталчилгаанаас хамаардаг бөгөөд энэ нь эргээд хэрэглэгчдийн анхаарлыг татаж, илүү олон зар харуулж чадах эсэхээс хамаардаг. Хүмүүсийн анхаарлыг татах хамгийн сайн аргуудын нэг бол тэднийг цочирдуулах, уур хилэн, айдас зэрэг сэтгэл хөдлөлийг нь өдөөх.” гэж өгүүлсэн.¹⁷⁶

Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөг дэмжих, хамгаалах асуудлаарх НҮБ-ын Тусгай илтгэгч “Хиймэл оюун ухаант хайлтын программууд нь мэдлэгийг түгээхэд асар их нөлөөтэй. Контент цуглуулагч болон мэдээллийн сайтууд нь хувь хүнд үзүүлэх мэдээллийг сонгохдоо сүүлийн үеийн болон чухал үйл явдлуудад биш харин өргөн хүрээний өгөгдлийн багц дээр үндэслэн хэрэглэгчдийн сонирхол, мэдээний түүхэд үндэслэн таамаглах хиймэл оюун ухаан бүхий программд тулгуурлан мэдээллийг сонгодог. Иймд хиймэл оюун ухаан нь хүмүүсийн үздэг, тэр байтугай үзэхийг хүсдэг мэдээллийг бүрдүүлэхэд чухал боловч ихэвчлэн далд үүрэг гүйцэтгэдэг”¹⁷⁷

¹⁷⁰ Human Rights Committee, ‘General Comment No.34, Article 19: Freedoms of opinion and expression’, CCPR/C/GC/43, 12 September 2011, para.11.

¹⁷¹ For example, Alex Madrigal, The Atlantic, How YouTube’s Algorithm Really Works, November 2018 <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/11/how-youtubes-algorithm-really-works/575212/>

¹⁷² Kevin Roose, The Making of a YouTube Radical, The New York Times, June 2019 <https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/08/technology/youtube-radical.html>

¹⁷³ Recode Decode, Full Q&A: Former Google lawyer and deputy U.S. CTO Nicole Wong, September 2018 <https://www.vox.com/2018/9/12/17848384/nicole-wong-cto-lawyer-google-twitter-kara-swisher-decode-podcast-full-transcript>

¹⁷⁴ Mark Zuckerberg, A Blueprint for Content Governance and Enforcement, November 2018, <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/a-blueprint-for-content-governance-and-enforcement/10156443129621634/>

¹⁷⁵ Facebook letter to Amnesty International – see Annex. The company also points to its efforts to reduce the virality of hate speech and other content moderation measures.

¹⁷⁶ Roger McNamee, I Mentored Mark Zuckerberg. I Loved Facebook. But I Can’t Stay Silent About What’s Happening, Time, 17 January 2019, <https://time.com/5505441/mark-zuckerberg-mentor-facebook-downfall/>

¹⁷⁷ David Kaye 2018, para 11

хэмээн онцолжээ. Тусгай илтгэгч мөн “Хиймэл оюун ухаанд суурилсан системийн хувьд мэдээлэл дамжуулах явц нь мэдээллийн олон талт байдал, үзэл санаагаа чөлөөтэй илэрхийлэх эрхтэй зөрчилддөг тодорхойгүй хүчинд захирагддаг” гэжээ.¹⁷⁸

Олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн сенсацижуулалт нь мэдээж шинэ үзэгдэл биш бөгөөд зөвхөн интернэтээр хязгаарлагдахгүй. Гэхдээ олон нийтийн мэдээллийн хэрэгслийн санал болгох цэс нь “муу үг модон улаатай” гэдгээс хамаагүй илүү нөлөөлдөг. Энэ нь платформдоо хэрэглэгчдийг удаан байлгахын тулд хуйвалдааны онолууд, эмэгтэйчүүдийг үзэн ядах, арьс өнгөөр ялгаварлан гадуурхах үзлүүд зэрэг хэт туйлширсан контентийг хэрэглэгчдээ системтэйгээр шахдаг. Жишээлбэл, нэгэн эрдэм шинжилгээний судалгаагаар “Интернэт орчинд дүрвэгсдийн эсрэг хандлага өндөр байх үед Фэйсбүүк (Facebook) хэрэглээ өндөртэй бүс нутагт дүрвэгсдийг үзэн ядсан гэмт хэрэг дагаад нэмэгдсэн” болохыг тогтоожээ.¹⁷⁹ Үүний нэгэн адил Гүүгл (Google)-ийн Ютүүб (Youtube) платформын цаанах алгоритмууд нь олон янзын хортой үр дагаварыг авчирдаг байна (доорх хэсгийг уншина уу).

Платформуудын алгоритм нь хор нөлөөтэй контентэд давуу эрх олгохын зэрэгцээ тодорхой хэлбэрийн мэдээллийг хорих замаар ялгаварлан гадуурхалтыг бий болгож, үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрхэд халддаг. Жишээлбэл, ЛГБТИ нийгэмлэгүүд Ютүүб (Youtube)-ийн алгоритм нь автоматаар насны хязгаарлалт тавих эсвэл димонетайз буюу видео бүтээгчдийг зар сурталчилгаанаас орлого олох боломжгүй болгох зэргээр ЛГБТИ агуулсан видеог блоклож эсвэл дардаг хэмээн шүүмжилжээ.¹⁸⁰ Харин Ютүүб (Youtube) манай компани “ЛГБТ контентыг автоматаар доош нь хийддэггүй” хэмээн дээрх мэдэгдлийг үгүйсгэн байна.¹⁸¹

КЕЙС СУДАЛГАА: ЮТҮҮБ (YOUTUBE)-ИЙН РАДИКАЛЖУУЛАХ ЭКОСИСТЕМ

Эрдэмтэн Зейнеп Туфекки¹⁸², Ютүүб (Youtube)-ийн инженер асан Гийом Часлот¹⁸³, Нью Йорк Таймс¹⁸⁴ болон бусад судлаачдын судалгаагаар Ютүүб (Youtube)-ийн санал болгох алгоритм нь хуурамч, өдөөн хатгасан контентэд давуу байдал олгодог болохыг баримтжуулжээ.

Онолын хувьд дарамтласан болон үзэн ядсан үг яриа нь Ютүүб (Youtube)-ийн бодлоготой зөрчилдөнө. Практикт энэ шугамыг давах шахсан эсвэл давсан материал нь хүмүүсийн анхаарлыг татдаг, Ютүүб (Youtube)-д ашигтай байдаг тул платформд хэвээр үлдээдэг байна. Зар сурталчилгааны үзэлтийн тоогоор мөнгө олдог учраас хүмүүсийг платформ дээр удаан байж, илүү олон зар харуулах нь Ютүүб (Youtube)-д ашигтай. Компаний өөрийнх нь хэлснээр хэрэглэгчдийн платформ дээр өнгөрүүлсэн нийт цагийн 70 хувь нь алгоритмаар санал болгосон шинэ материал байдаг ажээ.¹⁸⁵

“Өгөгдөл ба нийгэм” судалгааны төвийн судлаач Бекка Льюсийн 2018 оны нэг тайланд Ютүүб (Youtube)-ийн санал болгох систем нь хор учруулж болзошгүй, арьс өнгөөр ялгаварлан гадуурхах үзэл гаргасан бичлэгүүдийн хандалтыг ч мөн орлого олох боломж олгодог

¹⁷⁸ David Kaye 2018, para 30

¹⁷⁹ Karsten Müller and Carlo Schwarz, Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime, University of Warwick, May 2018, https://warwick.ac.uk/fac/soc/economics/research/centres/cage/manage/publications/373-2018_schwarz.pdf; Amanda Taub and Max Fisher, Facebook Fueled Anti-Refugee Attacks in Germany, New Research Suggests, New York Times, 21 August 2018

¹⁸⁰ Julia Alexander, LGBTQ YouTubers are suing YouTube over alleged discrimination, The Verge, August 2019 <https://www.theverge.com/2019/8/14/20805283/lgbtq-youtuber-lawsuit-discrimination-alleged-video-recommendations-demonetization>

¹⁸¹ Ibid

¹⁸² Zeynep Tufekci, YouTube, The Great Radicalizer, The New York Times, March 2018 <https://www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html>

¹⁸³ Chaslot's site, “Daily YouTube Recommendations,” seeks to track YouTube's recommendations for over a thousand channels. See <https://algotransparency.org/>. See also How an ex-YouTube insider investigated its secret algorithm, Guardian (UK), <https://www.theguardian.com/technology/2018/feb/02/youtube-algorithm-election-clinton-trump-guillaume-chaslot>.

¹⁸⁴ Max Fisher and Amanda Taub, How YouTube Radicalized Brazil, New York Times, 11 August 2019, <https://www.nytimes.com/2019/08/11/world/americas/youtube-brazil.html>

¹⁸⁵ Max Fisher and Amanda Taub, How YouTube Radicalized Brazil, New York Times, 11 August 2019

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

талаар тайлбарлажээ.¹⁸⁶ Льюс 2018 оны “Алтернатив нөлөөлөл: Ютүүб (Youtube) дээрх риактори барууны үзлийг түгээх нь” гэх судалгаагаараа Ютүүб (Youtube)-ийн алгоритмыг хэрэглэн худал мэдээлэл, үзэн ядалтын үг хэллэгээс ашиг олдог АНУ-ын хэт барууны “influencers” буюу цахим сүлжээнд нөлөөлөгчдийн сүлжээг харуулсан байна. Тэрээр Ютүүб (Youtube)-ийн санал болгох алгоритм болон хэт барууны үзэлтэй Ютүүб (Youtube)-ийн хэрэглэгчдийн нэгдсэнээр “хэрэглэгчид хэт туйлширсан контентод өртөхөд илүү хялбар” болгож, радикализмыг өөгшүүлсэн цахим орчныг үүсгэж буйг харуулжээ.¹⁸⁷ Ютүүб (Youtube) нь залуучуудын хамгийн их хэрэглэдэг мэдээллийн эх сурвалж учраас энэ нь хурцаар тавигдах асуудал мөн хэмээн тэрээр бичжээ.¹⁸⁸ “Ютүүб (Youtube) дээрх нөлөөлөгчдийн асар том сүлжээ нь залуу үзэгчдэд риактори барууны үзлийг ухуулж, тэднийг радикалжуулж байна” гэж дүгнэсэн байна.¹⁸⁹ Мөн тус алгоритм нь худал мэдээлэл болон цуу яриаг түгээхэд тусалдаг. Ижилхэн худал агуулгатай өөр өөр видеонуудыг автоматаар нэгтгэснээр Ютүүб (Youtube) нь нэг санааг илэрхийлэх олон эх сурвалж байгаа мэт төөрөгдөл үүсгэдэг. Бодит байдал дээр энэхүү санаа нэгтэй байдал нь алгоритмаар бүтээгдсэн байдаг: Бразилд явагдсан хувалдааны кампанит ажлын бай болсон эмэгтэйчүүдийн эрхийн төлөө тэмцэгч Дебора Динизийн хэлснээр “холболтыг үзэгч бий болгосон юм шиг санагдах боловч үнэндээ холболтыг систем бий болгодог”.¹⁹⁰ Энэ мэт нэг талын баримталсан хандлага нь бүх олон нийтийн мэдээллийн хэрэгсэлд түгээмэл байдаг.¹⁹¹

Энэхүү тайлангийн зарим асуултын хариуд Ютүүб (Youtube)-ээс контентыг санал болгох арга хэлбэртээ өөрчлөлт оруулах болсоноо зарласан ч (анх удаагаа зарлаж байгаа биш) өнөөг хүртэл эдгээр өөрчлөлт зөвхөн АНУ-д цөөн тооны видео бичлэгт хамаарч байна.¹⁹² Ютүүб (Youtube) доромжилсон контентоос мөнгө олохыг зөвшөөрч байгаа явдлыг олон нийт хүчтэй шүүмжилсээр байна.¹⁹³ Гэвч “асуудалтай контентуудад арга хэмжээ авбал бизнест нөлөөлөх учраас цааргалж байна” гэх буруушаалтыг Ютүүб (Youtube)-ийн гүйцэтгэх захирал үгүйсгэсэн юм.¹⁹⁴ Ютүүб (Youtube)-ийн санал болгох тохиргоог тасралтгүй сайжруулсаар байгаа хэмээн Гүүгл (Google) мэдэгджээ.¹⁹⁵

ЯЛГАВАРЛАН ГАДУУРХАЛТ

Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн бизнесийн загварын үндэс болсон зорилтот сурталчилгаа, хувь хүний профайл үүсгэхийн өөр нэгэн том эрсдэл бол хувийн аж нэгжүүдийн захиалгаар эсвэл платформууд өөрсдөө хэсэг бүлэг хүмүүст зориулан тусгай контент үзүүлж, ялгаварлан гадуурхалтыг өөгшүүлэх, ингэснээр хүн бүр эрх тэгш байх зарчмыг алдагдуулах явдал юм.¹⁹⁶ Ялгаварлан гадуурхалаас ангид байх, хуулийн өмнө эрх тэгш байх, ямар нэгэн ялгаварлан

¹⁸⁶ Rebecca Lewis, *Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*, Data & Society, September 2018, <https://datasociety.net/output/alternative-influence/>

¹⁸⁷ Ibid, p 36.

¹⁸⁸ The report cites a Pew Research Center study showing over 90% of adults 18-24 use YouTube: http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/pi_2018-03-01_social-media_0-01/.

¹⁸⁹ Rebecca Lewis, <https://twitter.com/beccalew/status/1042054175201185792>

¹⁹⁰ Max Fisher and Amanda Taub, *How YouTube Radicalized Brazil*, New York Times, 11 August 2019

¹⁹¹ Giovanni Luca Ciampaglia, Filippo Menczer, *Biases Make People Vulnerable to Misinformation Spread by Social Media*, The Conversation, 21 June 2018 <https://www.scientificamerican.com/article/biases-make-people-vulnerable-to-misinformation-spread-by-social-media/>

¹⁹² YouTube, *Continuing our work to improve recommendations on YouTube*, 25 January 2019, <https://youtube.googleblog.com/2019/01/continuing-our-work-to-improve.html>

¹⁹³ YouTube, *Taking a harder look at harassment*, 5 June 2019 <https://youtube.googleblog.com/2019/06/taking-harder-look-at-harassment.html>

¹⁹⁴ YouTube, Susan Wojcicki: *Preserving openness through responsibility*, August 2019, <https://youtube-creators.googleblog.com/2019/08/preserving-openness-through-responsibility.html>

¹⁹⁵ YouTube, *The Four Rs of Responsibility, Part 1: Removing harmful content*, 3 September 2019, <https://youtube.googleblog.com/2019/09/the-four-rs-of-responsibility-remove.html>

¹⁹⁶ Chris Gillard, *Friction-Free Racism*, Real Life magazine, 15 October 2018, <https://reallifemag.com/friction-free-racism/>



гадуурхалтгүйгээр хуулиар хамгаалагдсан байх зэрэг нь хүний эрхийг хамгаалахтай холбоотой үндсэн суурь зарчим юм.¹⁹⁷

Профайл үүсгэхийн тулд хүмүүсийг хувийн онцлог, итгэл үнэмшил, зан төлөв зэргээр нь ялгадаг. Сурталчлагч болон улс төрийн намууд өнгөрсөн хугацаанд Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн платформыг ашиглан зорилтот бүлгүүдэд мэдээлэл хүргэхдээ (тодорхой бүлгүүдийг оруулах эсвэл оруулахгүй байх тухай шийдвэр гаргахдаа) хүмүүсийн хувийн мэдээлэлд тулгуурладаг – жишээ нь “18-аас доош насны”¹⁹⁸, “олон орны соёлд талтай”¹⁹⁹, “эх орноосоо урвах үзэлд сонирхолтой”²⁰⁰, “Йозеф Геббельсийг (Нацист удирдагч асан) сонирхдог”²⁰¹, “50%-иас доогуур орлоготой”²⁰², “донтолтын төвүүдийг сонирхож байгаа”²⁰³, “үр хөндөлтийг сонирхож байгаа”²⁰⁴ “цагаан геноцид сонирхож байгаа”²⁰⁵ эсвэл “бэлгийн чиг баримжаа”²⁰⁶ зэрэг багтана.

Ийнхүү тохиолдол бүр нь заавал хүний эрхийг зөрчсөн гэсэн үг биш юм. Хэрэглэгчдийн өөрсдийн сонирхолд нийцүүлэн бүтээгдэхүүн сурталчилах нь аль нэг эрх, эрх чөлөөг зөрчихгүй. Гэвч хүмүүсийн эрх, тэр дундаа эдийн засаг, нийгэм, соёлын эрхтэй шууд холбоотой тохиолдолд Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн сурталчлааг зорилтот бүлэгт чиглүүлэх явдал нь ялгаварлан гадуурхах өндөр эрсдлийг бий болгож байгаа юм.

Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зар сурталчилгааны бодлого нь ялгаварлан гадуурхахыг аль эртнээс хориглосоор ирсэн.²⁰⁷ Гэвч Фэйсбүүк (Facebook) олон жилийн турш сурталчлагчдад (орон сууц, ажлын байр, бүр санаа зовоосон зүйл бол улс төрийн зар сурталчилгаа) бүлгүүдийг үндэс угсаа, нас зэрэг хамгаалагдсан ангиллаар нь сонгох эсвэл ялгахыг зөвшөөрдөг болохыг эрэн сурвалжлах сэтгүүлчид нотлоод байна.²⁰⁸ Энэ оны эхээр Фэйсбүүк (Facebook) иргэний эрхийн төлөөх бүлгүүдтэй шүүхээс гадуур тохиролцоонд хүрч,²⁰⁹ АНУ-д орон сууц, ажил эрхлэлт, зээлийн зар сурталчилгаа хүргэхдээ хүмүүсийг нас, хүйс, зип код эсвэл хамгаалагдсан онцлог чанартай холбоотой эсвэл холбоотой мэт харагдах аливаа сонирхолд тулгуурлан сурталчилгааг чиглүүлэхийг хатуу хязгаарлах болжээ. Гэвч эдгээр арга хэмжээ нь зөвхөн АНУ-ын газар нутаг эсвэл АНУ-д байгаа хүмүүст чиглэсэн сурталчилгаанд хамаарах бөгөөд дэлхийн бусад улс орны хүмүүс, эдгээр ялгаварлан гадуурхалд өртөх эрсдэлтэй хэвээр байна.

¹⁹⁷ Human Rights Committee, General Comment No.18: Non-discrimination, 10 November 1989, para.1.

¹⁹⁸ Facebook, About age-based targeting, <https://www.facebook.com/help/103928676365132> (“The minimum age on Facebook is 13, so all ads will be targeted only to people who are at least 13 years of age.”)

¹⁹⁹ ProPublica, Facebook Promises to Bar Advertisers from Targeting Ads by Race or Ethnicity. Again., July 2018 <https://www.propublica.org/article/facebook-promises-to-bar-advertisers-from-targeting-ads-by-race-or-ethnicity-again>

²⁰⁰ Guardian (UK), Facebook labels Russian users as ‘interested in treason, July 2018, <https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/11/facebook-labels-russian-users-as-interested-in-treason>

²⁰¹ Los Angeles Times, Facebook decided which users are interested in Nazis - and let advertisers target them directly, February 2019, <https://www.latimes.com/business/technology/la-fi-tn-facebook-nazi-metal-ads-20190221-story.html>

²⁰² Google, About demographic targeting, <https://support.google.com/google-ads/answer/2580383>

²⁰³ In 2018, Facebook started to restrict addiction treatment centre advertising to certified organisations – but only in the USA. See Facebook, Restricting Ads for Addiction Treatment Centers and Bail Bonds, 9 August 2018, <https://www.facebook.com/business/news/restricting-ads-for-addiction-treatment-centers-and-bail-bonds>

²⁰⁴ Google Advertising Policies, Healthcare and Medicines, <https://support.google.com/adspolicy/answer/176031> (this category is not available in a number of countries.)

²⁰⁵ The Intercept, “Facebook Allowed Advertisers to Target Users Interested in “White Genocide” - Even in Wake of Pittsburgh Massacre,” available at <https://theintercept.com/2018/11/02/facebook-ads-white-supremacy-pittsburgh-shooting/>. This category has since been disabled.

²⁰⁶ The ability to target users by sexual orientation on Facebook was available up until February 2019. BuzzFeed, Facebook Has Blocked Ad Targeting By Sexual Orientation, 21 March 2018 <https://www.buzzfeednews.com/article/alexkantowitz/facebook-has-blocked-ad-targeting-by-sexual-orientation>.

²⁰⁷ Facebook Ad Policy, Prohibited Content: Discriminatory Practices, https://www.facebook.com/policies/ads/prohibited_content/discriminatory_practices

²⁰⁸ Julia Angwin and Terry Parris Jr., Facebook Lets Advertisers Exclude Users by Race, 28 October 2016 <https://www.propublica.org/article/facebook-lets-advertisers-exclude-users-by-race>

²⁰⁹ Facebook, Doing More to Protect Against Discrimination in Housing, Employment and Credit Advertising, 19 March 2019, <https://newsroom.fb.com/news/2019/03/protecting-against-discrimination-in-ads>; ACLU, Summary Of Settlements Between Civil Rights Advocates And Facebook, 19 March 2019, <https://www.aclu.org/other/summary-settlements-between-civil-rights-advocates-and-facebook>

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

Хамгийн гол нь тус компаниудын зар сурталчилгааг чиглүүлэх чадварыг гуравдагч этгээд ашиглан ялгаварлан гадуурхах эрсдэлээс гадна зар сурталчилгааг хүргэж буй арга нь өөрөө ялгаварлан гадуурхалд хүргэж болзошгүй.²¹⁰ Алгоритмын системийн оновчлол нь “хамааралтай” эсвэл илүү “үнэ цэнтэй” хэрэглэгчдийг сонгох зэргээр зар сурталчилгаа хүргэхдээ өөрөө шууд ялгаварлан гадуурхах эрсдэлийг нэмэгдүүлдэг.

2019 оны 3 дугаар сард АНУ-ын орон сууц, хот байгуулалтын газар Фэйсбүүк (Facebook)-ийг орон сууцаар ялгаварлан гадуурхсан, тэр дундаа өөрийн зар сурталчилгааны системээр дамжуулсан хэргээр шүүхэд өгч, Фэйсбүүк (Facebook)-ийн механизмыг “хамгаалагдсан ангиллаар хэрэглэгчдийг санаатайгаар онилдог эсвэл хасдаг сурталчлагчтай адил ажилладаг” гэж мэдээлжээ.²¹¹ Харин хариуд нь Фэйсбүүк (Facebook) энэ мэдээллийг эсэргүүцэж, “АНУ-ын орон сууц, хот байгуулалтын газар ямар ч нотлох баримтгүй бөгөөд манай хиймэл оюун ухааны системүүд тэгдэг болохыг олж мэдсэн” гэж мэдэгдэв.²¹² Мөн АНУ-ын орон сууц, хот байгуулалтын газар нь Гүүгл (Google) болон Твиттер (Twitter)-ийн сурталчилгааны үйл ажиллагааг судалж байгаа гэж мэдээлж байна.²¹³

UIH.MN
СУДАЛГААНЫ САН

²¹⁰ Muhammad Ali, Piotr Sapiezynski, Miranda Bogen, Aleksandra Korolova, Alan Mislove, Aaron Rieke, Discrimination through optimization: How Facebook’s ad delivery can lead to skewed outcomes, April 2019, <https://arxiv.org/abs/1904.02095>; Carnegie Mellon University, Questioning the Fairness of Targeting Ads Online, July 2015, <https://www.cmu.edu/news/stories/archives/2015/july/online-ads-research.html>

²¹¹ United States Department of Housing and Urban Development v Facebook, Charge of Discrimination, 28 March 2019, https://www.hud.gov/sites/dfiles/Main/documents/HUD_v_Facebook.pdf

²¹² Facebook statement in ProPublica, HUD Sues Facebook Over Housing Discrimination and Says the Company’s Algorithms Have Made the Problem Worse, March 2019, <https://www.propublica.org/article/hud-sues-facebook-housing-discrimination-advertising-algorithms>

²¹³ Washington Post, HUD is reviewing Twitter’s and Google’s ad practices as part of housing discrimination probe, 28 March 2019, <https://www.washingtonpost.com/business/2019/03/28/hud-charges-facebook-with-housing-discrimination/>

4. ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРӨЛ ХАРИУЦЛАГЫГ СУЛРУУЛЖ БАЙНА

*«Программ хангамжийн ертөнцөд, ялангуяа
платформуудын хувьд ялагч бүхнийг авдаг.»*

Билл Гейтс, Майкрософт компаний үүсгэн байгуулагч²¹⁴

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар нь тэдэнд ихэнх хүмүүс дижитал ертөнц болон дэлхийн “олон нийтийн орон зай”-тай харьцдаг гол сувгуудад бараг бүрэн хяналт тогтоох боломжийг олгосон бөгөөд цаашлаад түүхэн хэмжээний “эрх мэдэл, хүч” болж хувирсан юм. Тэднээс өмнө дэлхийн хоёр тэрбум гаруй хэрэглэгчдийн мэдээллийн урсгалыг зохицуулах, эрэмбэ тогтоох чадвартай аж ахуйн нэгж байгаагүй.

Эдгээр компаний төвлөрсөн эрх мэдэл, хүч нь олон талт байдаг. Европын Комиссын Ерөнхий зөвлөх Пол Немиц “Тэргүүлэгч технологийн компаниуд”-ын гарт төвлөрч буй өвөрмөц эрх мэдэл нь 4 үндсэн элементийг агуулах бөгөөд тэдгээрийг хамтад нь цогц байдлаар авч үзэх ёстой гэжээ. Эдгээр нь тэдэнд улс төр, зах зээлд нөлөөлөх боломжийг олгож буй мөнгөний эрх мэдэл; ардчилал, яриа хэлэлцээний дэд бүтцийг захирах эрх мэдэл; хувийн мэдээллээр дамжуулан хувь хүнийг захирах эрх мэдэл, тэр мэдээллээ өөрсдийн ашиг сонирхлын төлөө ашиглах чадвар болон хиймэл оюун ухааны инновацийн давамгайлал хэмээн тайлбарлажээ.²¹⁵

Энэхүү төвлөрсөн эрх мэдэл нь бизнес загварын хүний эрхийн нөлөөлөлтэй салшгүй холбоотой бөгөөд нэг нь нөгөөгөө нөхцөлдүүлж байдаг. Цахим орчинд хүний хувийн нууцтай байх эрх ихээр зөрчигдөх болсон нь тандалтад суурилсан компаниуд интернэтийн үндсэн үйлчилгээг хяналтандаа авсантай холбоотой. Үүний зэрэгцээ тус компаниуд сурталчилгааны орлогыг хувийн нууц болон бусад эрхээс дээгүүрт тавьсаны үр дүнд өнөөгийн ноёрхлыг тогтоож чадсан юм.

Платформуудын энэхүү эрх мэдэл нь тэдний хүний эрхийн нөлөөллийг улам хурцатгаад зогсохгүй тэдэнд хариуцлага тооцох эсвэл хохирсон хүмүүс үр дүнтэй хохиролоо барагдуулахад хэцүү нөхцөл байдлыг бий болгоод байна.

²¹⁴ The Verge, Bill Gates says his ‘greatest mistake ever’ was Microsoft losing to Android, June 2019

²¹⁵ Paul Nemitz, Principal Adviser in the European Commission (writing in his personal capacity), Constitutional democracy and technology in the age of artificial intelligence, October 2018. The analysis refers to the power of Google, Фэйсбүүк (Facebook), Microsoft, Apple and Amazon.

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ИНТЕРНЭТ ХАНДАЛТЫН ТӨЛБӨР НЬ ТАНДАЛТ БОЛОХ НЬ

Дижитал эрин үед интернэт хандалт хүний эрхийг хангахад нэн чухал гэдгийг бүгд хүлээн зөвшөөрнө. 2011 онд НҮБ-ын Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөний асуудлаарх Тусгай илтгэгч “интернэтийн өвөрмөц, өөрчлөлт авчрах чадвар нь хувь хүмүүст үзэл бодлоо илэрхийлэх эрхээ эдлэх боломжоос гадна хүний бусад олон эрхийг эдлэх боломжийг олгож, нийгмийн бүхэлдээ урагшлахад тусладаг” хэмээн хүлээн зөвшөөрчээ.²¹⁶ 2016 онд НҮБ-ын Хүний эрхийн зөвлөлөөс “интернэтийн үйлчилгээг олгох, хүртээмжийг өргөжүүлэхдээ хүний эрхэд суурилсан цогц хандлага, түүнчлэн интернэтийг нээлттэй, хүртээмжтэй байх”-ын ач тусыг онцолсон байна.²¹⁷

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь дижитал ертөнцийн “гүүр” болохын хувьд (дээрх 1-р хэсэгт дурдсанчлан) цахим орчин дахь хүний эрхийн хэрэгжилтэд чухал нөлөө үзүүлдэг. Интернэт хэрэглэгчдийн дийлэнх нь тус компаниудын үзүүлж буй үйлчилгээнээс хамааралтай байна. Иймд эдгээр платформ нь цахим орчинд хүмүүс эрхээ хэрэгжүүлэх үндэс бөгөөд үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөө, тайван жагсаал цуглаан зохион байгуулах болон бусад эрхээ эдлэх зорилгоор өдөр бүр ашигласаар байна.²¹⁸

Үүний зэрэгцээ, эдгээр компанийн платформ цахим орчинд ноёрхож байгаа учраас тандалтад суурилсан бизнес загварыг “зөвшөөрөхгүйгээр” интернэтэд буюу сүлжээнд холбогдох боломжгүй. “Сүлжээний нөлөө” гэдэг нь хүмүүс найз нөхөд, гэр бүлийн гишүүд нь байнга хэрэглэж буй нийгмийн сүлжээг орхих боломжгүй болохыг хэлнэ. Платформ нь хүний хувийн нууцыг одоогийнхоос илүү хамгаалдаг байхад эсвэл Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) тухайн платформыг худалдаж авахаас өмнө бүртгүүлсэн хүмүүс одоо зайлшгүй шаардлагатай интернэт үйлчилгээнээс татгалзах эсхүл компаниудын тандалтыг зөвшөөрөх гэсэн “хуурамч” сонголттой тулгарч байна. Дэлхийн зарим оронд Фэйсбүүк (Facebook) нь интернэттэй ижил утгатай болжээ. Мөн дэлхий даяар ухаалаг гар утасны дийлэнх нь Гүүгл (Google)-ийн Андроид (Android) үйлдлийн системийг ашиглаж байна. Тус компаниудын үйлчилгээнд бүртгүүлээгүй хүмүүсийн хувьд ч гэсэн тэдний өгөгдөл олборлолтод өртөхгүйгээр интернэт ашиглах туйлын хэцүү болжээ.²¹⁹

Хүмүүс интернэтэд нэвтэрч, эрхээ эдлэхийн тулд үзэл бодлоо илэрхийлэх, ялгаварлан гадуурхалтаас ангид байх эрхэнд нь хөндлөнгөөс халдахад суурилсан системд бүртгүүлэх шаардлагатай болж байгаа нь өөрөө зөрчилдөөнтэй асуудал юм. Тийм ч учраас Хүний эрхийн зөвлөлөөс “интернэтийн хүртээмжийг хангах, өргөжүүлэхэд хүний эрхэд суурилсан хандлага чухал” гэсэн байр суурьтай эрс зөрчилдөж байна.²²⁰ 2019 оны 6 дугаар сард НҮБ-ын шинжээчдийн бүлэг “Дижитал орон зай бол төвийг сахисан орон зай биш. Түүний бодит бүтэц, зохицуулалт, ашиглалтын түвшинд өөр өөр бүлгүүд өөрсдийн ашиг сонирхолыг хэрэгжүүлж байна. Гэхдээ олон улсын хүний эрхийн эрх зүйн зарчмууд уг орон зайн цаашдын хөгжлийн төвд байх ёстой”²²¹ хэмээн үзжээ.

UIN.MN
СҮЛЭЛЭГЧИЙН САН

²¹⁶ Frank La Rue, Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Report to the Human Rights Council, 16 May 2011, UN Doc A/HRC/17/27

²¹⁷ UN Human Rights Council, The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet, June 2016, UN Doc A/HRC/32/L.2019

²¹⁸ “In the digital age, the exercise of the rights of peaceful assembly and association has become largely dependent on business enterprises, whose legal obligations, policies, technical standards, financial models and algorithms can affect these freedoms.” Clément Nyaletsossi Voule, Special Rapporteur on the rights to freedom of peaceful assembly and of association,

²¹⁹ Julia Angwin, Dagnet Nation: A Quest for Privacy, Security, and Freedom in a World of Relentless Surveillance, 2014; Kashmir Hill, Goodbye Big Five, Gizmodo, January 2019

²²⁰ UN Human Rights Council, The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet, June 2016, UN Doc. A/HRC/32/L.20

²²¹ OHCHR, UN experts stress links between digital space and human rights at RightsCon, Tunis, 13 June 2019 www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=24696

ХОР УРШИГ ТАРЬСАН ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРӨЛ

Хүмүүсийн дижитал ертөнцөд нэвтрэх арга замд тавих Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эрх мэдэл нэмэгдсээр байгаа нь цахим орчинд хувийн нууц дордохын гол шалтгаан болж байна. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн интернэтийн үндсэн сувгуудад тавих давамгайлал өсч, бусад хувилбар буурахын хэмжээгээр компаниудын тандалтын цар хүрээ, гүн зэрэгцэн өссөнийг олон судалгаа харуулж байна.²²²

Анх Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хоёулаа өрсөлддөг байхдаа хэрэглэгчдэд хавтгай тандалтыг зөвшөөрөх үйлчилгээний нөхцөл тулгадаггүй байсан. Фэйсбүүк (Facebook)-ийн анхны нууцлалын бодлогод “Бид хэрэглэгчийн хувийн мэдээллийг цуглуулахын тулд күүки ашиглагддаггүй бөгөөд ашиглахгүй” гэж заасан байна.²²³ Гүүгл (Google)-ийн анхны нууцлалын бодлогод хэрэглэгчдийн талаарх мэдээллийг сурталчлагчидтай хуваалцдаг гэж мэдэгдсэн боловч “бид хувь хэрэглэгч бус, хэрэглэгчдийн бүхэлтгэсэн нийлмэл” гэсэн нь одоогийн хувийн чанартай, зорилтот зар сурталчилгааны загвараас тэс өөр байна.²²⁴

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компани өөрсдийн хувийн мэдээллийн нууцлалыг хүндэтгэх болсон үеэсээ эхлэн өнөө үед өргөн тархаж буй тандалтын бизнесийн загвар руу аажмаар шилжсээр байна. Гүүгл (Google) нь 2016 онд нууцлалын бодлогоо өөрчилж, өөрийн зар сурталчилгааны Дабл Клик (DoubleClick) сүлжээний Гүүгл (Google) Маркетинг Платформ болгон нэрээ өөрчилсөн) өгөгдлийг бусад платформоос цуглуулсан хувийн мэдээлэлтэй нэгтгэх болсноор тандалтад суурилсан бизнес загвар болох сүүлийн алхамаа хийсэн юм.²²⁵ Энэ нь компани хувийн мэдээлэлд тулгуурлан танигдах боломжтой хүмүүст чиглэсэн сурталчилгаа шууд хийх боломжтой гэсэн үг юм. Үүний хариуд, хувийн мэдээллийн сэтгүүлч Жулиа Ангвин “Гүүгл (Google) элсэн дээр гаргасан нууцлалын сүүлчийн ул мөрөө чимээгүй арилгалаа” хэмээн мэдэгджээ.²²⁶ Фэйсбүүк (Facebook) 2014 онд үүнтэй төстэй алхам хийж, зорилтот сурталчилгаанд вэб хайлтын өгөгдлийг ашиглахаа зарласан юм.²²⁷

Зах зээлд хэдийнэ давамгайлах байр суурь эзэлсэн учраас энэхүү алхамыг хийж чадсан. Өрсөлдөөнт зах зээлийн үед интернэт хэрэглэгчид өөрсдийн хувийн нууцад ийм их хэмжээний халдлага хийхийг тэвчихгүй бөгөөд өөр үйлчилгээ рүү шилжинэ гэдэг нь уг компаниудын анхны бизнес загвараас харагдаж байна. Гэвч одоо хэрэглэгчид тэдний шаардлагыг хүлээн зөвшөөрөхөөс өөр аргагүй учраас Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд хувийн нууцыг уландаа гишгэж чадах болжээ.²²⁸

²²² See for example Zuboff, 2018; Dina Srinivasan, The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist's Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers' Preference for Privacy, 16 Berkeley Bus. L.J. 39, 2019

²²³ Facebook, The Facebook Privacy Policy (2004), cited in Dr Liza Lovdahl Gormsen & Dr Jose Tomas Llanos, Facebook's Anticompetitive Lean in Strategies, June 2019, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3400204(Gormsen and Llanos, 2019)

²²⁴ Google, Privacy Policy, June 1999, <https://policies.google.com/privacy/archive/19990609?hl=en&gl=ZZ>

²²⁵ Google, Privacy Policy, June 2016, <https://policies.google.com/privacy/archive/20160325-20160628?hl=en&gl=ZZ>

²²⁶ Julia Angwin, Google Has Quietly Dropped Ban on Personally Identifiable Web Tracking, ProPublica, 21 October 2016, <https://www.propublica.org/article/google-has-quietly-dropped-ban-on-personally-identifiable-web-tracking>

²²⁷ AdAge, Facebook To Use Web Browsing History For Ad Targeting, June 2014, <https://adage.com/article/digital/facebook-webbrowsing-history-ad-targeting/293656>

²²⁸ “Online communications platforms ...can be compared to utilities in the sense that users feel they cannot do without them and so have limited choice but to accept their terms of service. Providers of these services currently have little incentive to address concerns about data misuse or online harms, including harms to society” UK House of Lords Select Committee on Communications, Regulating in a Digital World, March 2019, para 45. Facebook challenged this conclusion, stating that “to the contrary, we know that if we do not protect people’s data, we will lose their trust”. See Facebook response to Amnesty International, in Annex below.

ХҮНИЙ ЭРХИЙН ЗӨРЧИЛ НЬ ЭРХ МЭДЛИЙН ТӨВЛӨРЛИЙГ ДААМЖРУУЛДАГ

Үүний зэрэгцээ тандалтад суурилсан бизнес загвар нь платформуудын давамгайлал, цар хүрээг асар хурдацтай нэмэгдүүлэх хандлагатайн дээр хувийн нууцтай байх эрх болон бусад эрхийн зөрчил нь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-т эрх мэдлийг төвлөрүүлэхэд тусалж байна. Илүү их мэдээлэл цуглуулахын хэрээр компаниуд хүмүүсийн харилцах гол арга замд илүү хяналт тавих боломжтой болсон. Хэрэв компаниуд хувийн нууцтай байх эрхийг дээдлэсэн загвар ашигласан бол ийм зүйл болохгүй байх байсан.

Нэгдүгээрт, “сүлжээний нөлөө” гэж нэрлэгддэг эдийн засгийн үзэгдэл платформ олон хэрэглэгчтэй байх тусам хэрэглэгчдэд ч, бусдад ч илүү үнэ цэнэтэй болдог. Онлайн платформууд, түүнчлэн тэдний ардах бизнес загвар нь эдгээр сүлжээний нөлөөнд өртөмтгий байдаг. Тэдний найзууд нь бүгд байдаг учраас хэрэглэгчид Фэйсбүүк (Facebook)-т нэгддэг. Үүнтэй адилаар хамгийн их үзэгчтэй болохоор зар сурталчилгаа эрхлэгчид Ютүүб (Youtube) рүү хошуурдаг. Энэ нь цасан бөмбөлгийн нөлөөтэй ижил бөгөөд аливаа сүлжээ, платформ томрох тусам хүмүүс үүнээс илүү хамааралтай болсноор платформын байр суурь улам бэхждэг. Ингэснээр хэрэглэгчид платформын орхих эсхүл шинэ өрсөлдөгч гарч ирэхэд улам хэцүү болдог.

Өгөгдөл цуглуулж, дүн шинжилгээ хийх бизнес загвар нь тодорхой өгөгдөлд суурилсан сүлжээг бий болгодог.²²⁹ Илүү их хэмжээний өгөгдөл хуримтлуулах нь компаний зан төлөвийг урьдчилан таамаглах машин сургалтын загвар, алгоритмаа сайжруулахад тусладаг. Эдгээр урьдчилан таамаглах функцууд нь хүмүүсийг платформ дээр байлгаж, нэмэлт мэдээлэл үүсгэх, мөн мэдээллийн урсгалын хяналтыг хадгалахад эргээд ашиглагддаг. Урьдчилан таамаглах функцууд сайжрах тусам сурталчилгааны орлого өсч, платформын үнэ цэнэ, зах зээл дэх компаний эрх мэдлийг нэмэгдүүлдэг.

Уламжлалт сүлжээний нөлөө нь энэхүү системийн санал хүсэлтийн гогцоотой хосолсноор платформуудын цар хүрээ, нөлөө хурдацтай өргөжихөд чухал үүрэг гүйцэтгэсэн бөгөөд улмаар дижитал ертөнцөд Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) шиг эрх мэдлийг төвлөрүүлсэн юм. Дэлхий ертөнц өөрчлөгдөн эдийн засгийн хөдөлгөгч нь ‘Аливаа зүйлсийн интернэт’, өгөгдлийн аналитик ба хиймэл оюун ухаан болсноор өгөгдлийн сан, хамгийн дэвшилтэт хиймэл оюун ухаан, машин өөрөө сурах технологи дахь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хяналт нь цаашдаа тэдний байр суурийг бататгах болно. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн дэмжлэгтэй өөрөө суралцах тогтолцоо ТензорФлоу (TensorFlow) болон ПайТорч (PyTorch) нь хиймэл оюун ухаан хөгжүүлэгчдийн хэрэглэдэг гол хэрэгсэл болжээ.²³⁰

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд өгөгдөлд суурилсан давуу тал болон түүнээс олж авсан санхүүгийн чадлаа ашиглаж зах зээлийн өрсөлдөгч гарч ирэхэд саад учруулж байна. Тэд: Нэг үйлчилгээг нөгөөтэй нь “холбох”, нэг талбар дахь давамгайллаа ашиглан өөр газар дахь давамгайллаа нэмэгдүүлэх,²³¹ өөр нэг нь; өөрсдийн платформ дээр байж болох өрсөлдөгчдийнхөө үйлчилгээний зэрэглэлийг бууруулах (жишээлбэл, хайлтын үр дүн);²³² мөн ижил төстэй эсвэл өрсөлдөх боломжтой үйлчилгээг санал болгож буй компаниудыг хуулбарлах эсвэл компанийг шууд худалдан боомилох²³³ зэрэг олон аргуудыг ашигладаг. Энэ аргуудыг салбарынхан мэддэг болж, Цахиурын хөндийн хөрөнгө оруулагчид Гүүгл (Google) болон

ОН.МН
СУДАЛГААНЫ САН

²²⁹ Gormsen and Llanos, 2019

²³⁰ Jeff Hale, Which Deep Learning Framework is Growing Fastest?, KDnuggets, April 2019, <https://www.kdnuggets.com/2019/05/which-deep-learning-framework-growing-fastest.html>

²³¹ European Commission, Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine, 18 July 2018, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4581_en.htm

²³² European Commission, Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service, 27 June 2017, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_en.htm. See also, The Case Against Google, The New York Times, 20 Feb 2018, www.nytimes.com/2018/02/20/magazine/the-case-against-google.html

²³³ See, for example: Wired, If you can't build it, buy it: Google's biggest acquisitions mapped, September 2017; Billy Gallagher, Copyscat: How Facebook Tried to Squash Snapchat, Wired, February 2018; New York Post, Facebook boasted of buying Instagram to kill the competition: sources, February 2019

Фэйсбүүк (Facebook)-ийн “хөнөөх бүс”²³⁴ гэж тодорхойлдог. Өрсөлдөгч нь байр сууриа олж болохгүй эдийн засгийн салбар, цорын ганц байж болох бизнесийн загвар нь Гүүгл (Google) эсвэл Фэйсбүүк (Facebook)эд компаниа зарах явдал юм.

ЭРХ МЭДЭЛ НЬ КОРПОРАЦИЙН ХАРИУЦЛАГАД СААД БОЛЖ БАЙНА

Дээр дурдсанчлан Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг тэргүүлэгч технологийн компаниудын олон талт эрх мэдэл болон засгийн газруудын тэднийг зохицуулах чадваргүй байдал бол “эдийн засгийн хүчин ба оролцогчдын хамрах хүрээ, нөлөөлөл” болон “түүний сөрөг үр дагаврыг зохицуулах нийгмийн чадавх”-ын хоорондын “засаглалын ялгаа”-ны гол жишээ юм. НҮБ-ын Бизнес ба хүний эрхийн асуудал хариуцсан тусгай илтгэгч Жон Ругги уг заагийг даяаршлын бий болгосон бизнес ба хүний эрхийн бэрхшээлийн “суурь шалтгаан” хэмээн нэрийджээ.²³⁵

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь платформ, үйлчилгээг тандах замаар маш их нарийвчилсан мэдээллийг хуримтлуулдаг болсон бөгөөд орчин үеийн амьдралын бараг бүх талбарын мэдээлэл нь нэг талаас компаниуд, нөгөө талаас засгийн газар, интернэт хэрэглэгчдийн хооронд асар их мэдээллийн тэгш бус байдлыг бий болгоод байна. Зубофф “Хувийн хяналтын капитал хүн төрөлхтний түүхэнд хэзээ ч харж байгаагүй мэдлэгийн тэгш бус байдлын тогтолцоог бий болгосон. Тэд бидний тухай бүгдийг мэддэг харин бид тэдний талаар бараг юу ч мэдэхгүй” хэмээн мэдэгджээ.²³⁶

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн платформууд гэрлийн хурдаар цар хүрээгээ тэлж, хил хязгаарыг давж байгаа ч улс орнууд эдгээр компаний хүний эрхэд үзүүлэх үр нөлөөнд гүйцэж зохицуулалт хийж чадахгүй байна.²³⁷ Тус зөрүүг Цахиурын хөндийн ахмад зүтгэлтнүүд ч гэсэн ил тод хүлээн зөвшөөрч байгаа ба Майкрософт компаний гүйцэтгэх захирал Брэд Смит “Дижитал технологиос өөр бараг ямар ч ямар ч технологи ийм удаан хугацаанд бүрэн зохицуулалтгүй явж байгаагүй” гэв.²³⁸ Марк Цукерберг мэдээллийн нууцын асуудалд “засгийн газар, хууль тогтоогчид илүү идэвхтэй үүрэг гүйцэтгэхийг уриалсан” байна.²³⁹ 2014 онд Гүүгл (Google)-ийн гүйцэтгэх захирал асан Эрик Шмидт болон тухайн үед Гүүгл (Google) санаанууд (Google Ideas)-ын тэргүүн байсан Жаред Коэн нар “Онлайн ертөнц бол дэлхийн хамгийн засаглалгүй том ертөнц”²⁴⁰ гэж мэдэгджээ. Гүүгл (Google) өөрөө “олон улсын эрх зүйн орчин технологийн шинэчлэлийн хурдаас хоцорч байгаа нь аксиоматик”²⁴¹ гэж мэдэгджээ.

Хэдийгээр томоохон технологийн компаниудын эсрэг дэлхий даяарх мэдээллийн хамгаалалт, өрсөлдөөн болон татварын байгууллагууд олон зохицуулалтын арга хэмжээ авсан боловч өнөөг хүртэл эдгээр нь үндсэндээ тандалтад суурилсан бизнесийн загварын үндсэн хөдөлгөгчийг тасалдуулж чадахгүй байна.

Сүүлийн үеийн томоохон жишээнээс дурдвал 2019 оны 6 дугаар сард АНУ-ын Холбооны Худалдааны Комисс Кембриж Аналитикаг мөрдөн байцаалтын үр дүнд Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эсрэг хамгийн өндөр буюу 5 тэрбум долларын торгууль ногдуулж, нууцлалын хэд хэдэн шинэ

²³⁴ The Economist, American tech giants are making life tough for startups, 2 June 2018

²³⁵ John Ruggie, UN Special Representative on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises, Report to Human Rights Council, April 2008, A/HRC/8/5

²³⁶ https://www.democracynow.org/2019/3/1/age_of_surveillance_capitalism_we_thought

²³⁷ See e.g. UK House of Lords Select Committee on Communications, Regulating in a Digital World, March 2019: “regulation of the digital world has not kept pace with its role in our lives.” Deloitte Insights, The future of regulation, June 2018, <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/public-sector/future-of-regulation/regulating-emerging-technology.html>; Daniel Malan, The law can't keep up with new tech. Here's how to close the gap, World Economic Forum, June 2018, <https://www.weforum.org/agenda/2018/06/law-too-slow-for-newtech-how-keep-up>

²³⁸ NPR, Microsoft President: Democracy Is At Stake. Regulate Big Tech, September 2019

²³⁹ Mark Zuckerberg, The Internet needs new rules. Let's start in these four areas, Washington Post, March 2019

²⁴⁰ Schmidt and Cohen, The New Digital Age, 2014,

²⁴¹ Google, submission to Office of the United High Commissioner for Human Rights on the right to privacy in the digital age, 2018

АВАРГА ТАНДАГЧИД
ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

шаардлага тавьсан байна.²⁴²

Хэдийгээр уг торгууль нь түүхэн дэх хамгийн том хувийн нууцлалыг хамгаалах арга хэмжээ боловч Фэйсбүүк (Facebook)-ийн жилийн эргэлт, ашигтай харьцуулбал бага дүн юм. Үүнийг торгууль ногдуулахыг зарласны дараа Фэйсбүүк (Facebook)-ийн хувьцааны үнэ өссөнөөс харж болно.²⁴³ Хамгийн гол нь уг хэрэг хавтгайрсан тандалт, хэрэглэгчдийн профайл үүсгэх, сурталчилгаа хүргэх суурь бизнесийн загварыг огт хөндөөгүй юм. Холбооны Худалдааны Комиссар Рохит Чопра шүүхийн шийдвэртэй санал зөрж буй мэдэгдэлдээ “энэхүү зөрчлийг гаргахад хүргэж буй компаний бүтэц, санхүүгийн зорилгод торгууль дорвитой өөрчлөлт оруулахгүй. Мөн энэхүү ял шийтгэл нь компани олныг хамарсан хяналт, сурталчилгааны тактикт ямар ч хязгаарлалт тавихгүй байна” гэж бичжээ.²⁴⁴

Гэхдээ хандлага өөрчлөгдөж байна. Одоо олон оронд зохицуулагчид болон хууль тогтоогчдын дунд өрсөлдөөнийг дэмжих, мэдээллийн хамгаалалтыг сайжруулах замаар Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн давамгайлах эрх мэдэлтэй тулах сонирхол нэмэгдэж байна.

Европын Холбооны “Мэдээлэл хамгаалах ерөнхий журам” хүчин төгөлдөр болсноос хойш Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) олон тооны заргатай тулгарч байна. Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хоёулангийнх нь Европ дахь төв байрладаг Ирланд улсын Мэдээллийг Хамгаалах Комиссоос зан байдлын дүн шинжилгээ, зорилтот сурталчилгаатай холбогдуулан тус хоёр компанид хэд хэдэн шалгалт явуулж байна.²⁴⁵ 2019 оны 1 дүгээр сард Францын мэдээлэл хамгаалах байгууллагаас зохих зөвшөөрөлгүйгээр хувь хүнд чиглүүлсэн зар сурталчилгаа явуулсан зөрчилтэй холбогдуулан Гүүгл (Google)-д 50 сая еврогийн торгууль ногдуулсан байна.²⁴⁶

АНУ-д Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хоёулаа Хууль зүйн яам, Холбооны Худалдааны Комисс, Төлөөлөгчдийн танхимын Шүүхийн дэд хороо болон хоёр тусдаа муж ерөнхий прокурорын бүлгээс монополийн эсрэг зэрэг мөрдөн шалгагдаж байна.²⁴⁷ Үүний зэрэгцээ, 2018 онд Калифорни АНУ-ын өнөөг хүртэл хамгийн дэвшилтэт хувийн нууцыг хамгаалах тухай Калифорнийн Хэрэглэгчийн Нууцлалын Хууль (CCPA)-ийг баталсан ба тус хуулиар Калифорнийн оршин суугчдад өөрсдийн нь талаар компаниуд ямар мэдээлэл цуглуулж, хуваалцаж байгаа талаар мэдээлэл авах, тухайн мэдээллийг худалдахаас татгалзах эрхийг олгосон юм.²⁴⁸

2019 оны есдүгээр сард дижитал бодлого, зохицуулалтын талаар өргөтгөхөөр Европын Холбооны Өрсөлдөөний асуудал эрхэлсэн комиссар Маргарете Вестагерыг дахин томилсон²⁴⁹ бөгөөд энэ нь Цахиурын хөндийн компаниудын эсрэг гаргасан хэд хэдэн монополийн эсрэг томоохон шийдвэрийн дараа “Тэргүүлэгч технологийн компаниуд”-ыг зохицуулах санаатай байгааг харуулж байна.²⁵⁰ АНУ болон Европоос гадна Австралийн өрсөлдөөний комисс Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эрх мэдлийн талаарх, томоохон тайлан гаргасан бөгөөд БРЕКСИТ-ийн таван орны дөрөв нь дижитал зах зээлийг судалсан анхны тайлангаа гаргажээ.²⁵¹

²⁴² US Federal Trade Commission, FTC Imposes \$5 Billion Penalty and Sweeping New Privacy Restrictions on Facebook, 24 July 2019, <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2019/07/ftc-imposes-5-billion-penalty-sweeping-new-privacy-restrictions>

²⁴³ MIT Technology Review, Facebook is actually worth more thanks to news of the FTC's \$5 billion fine, 15 July 2019

²⁴⁴ FTC, Dissenting Statement Of Commissioner Rohit Chopra, In re Facebook, Inc. Commission File No. 1823109, July 24, 2019

²⁴⁵ see Data Protection Commission Annual Report 25 May- 31 December 2018, Multinational Technology Companies Statutory Inquiries commenced, p 50; Data Protection Commission opens statutory inquiry into Google Ireland Limited, May 2019 <https://www.dataprotection.ie/en/news-media/press-releases/data-protection-commission-opens-statutory-inquiry-google-ireland-limited>

²⁴⁶ Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), The CNIL's restricted committee imposes a financial penalty of 50 Million euros against GOOGLE LLC, 21 January 2019. Google has appealed the decision.

²⁴⁷ Marcy Gordon and Matt O'Brien, Associated Press, As feds loom, states hit Facebook, Google with new probes, 6 September 2019, <https://www.apnews.com/5d4d10e28b4841c8a3a723095d4c0d16>

²⁴⁸ California Consumer Privacy Act (CCPA), 2018, <https://oag.ca.gov/privacy/ccpa>

²⁴⁹ Wall Street Journal, EU Commissioner Who Targeted Tech Giants Gets Second Term, 10 September 2019,

²⁵⁰ For example, the Commission fined Google €4.34 billion fine for illegally using its Android mobile operating system to “cement the dominance of its search engine”, and €1.49 billion over “misuse of its dominant position” in online search advertising. Google has appealed both rulings.

²⁵¹ Australian Competition and Consumer Commission, Holistic, dynamic reforms needed to address dominance of digital platforms,

2019 оны 2 дугаар сард Германы өрсөлдөөний газраас Фэйсбүүк (Facebook)-ийн эсрэг нэгэн түүхэн шийдвэр гаргасан нь өрсөлдөөн ба мэдээлэл хамгаалал хоёрыг нэгдмэл аргаар шийдвэрлэснээр тандалтад суурилсан бизнесийн загварын үндсэн хөшүүргийг хэрэгжүүлэх байв. Энэхүү шийдвэрээр Фэйсбүүк (Facebook)-ийг Ватсапп, Instagram зэрэг өөр өөр платформуудын хооронд өгөгдлийг нэгтгэхийг зөвшөөрч, компани эдгээр платформ дээрх хяналтаа ашиглах чадварыг шууд сорьсон. Гэвч бүсийн шүүх Фэйсбүүк (Facebook)-ийн²⁵² давж заалдах шатны шүүхийн шийдвэрийг түдгэлзүүлсэн.²⁵³

Энэ хандлага нь “Тэргүүлэгч технологийн компаниуд”-ын өөрийгөө зохицуулах эрин үе дуусч байгааг харуулж байна. Хууль сахиулах арга хэмжээ болон шинэ хууль тогтоомжийн хослол нь технологийн компаниудад төрийн хяналт нөлөөлөхүйц хэмжээний үр дүнд хүргэх магадлалтай. Эдгээр хүчин чармайлтын дүнд нь Гүүгл (Google)-ийг баталгаажуулах боломжтой болсон болон Фэйсбүүк (Facebook) нь хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэг хариуцлагаа биелүүлдэг болсон. Гэхдээ засгийн газар үүнийг хувь хүмүүс болон олон нийтийг корпорацийн оролцогчдын хор хөнөөлтэй үйл ажиллагаанаас “үр дүнтэй бодлого, хууль тогтоомж, зохицуулалт, шүүлт”, тэр дундаа дамжуулан хамгаалах баталгаажуулах ёстой технологийн салбарын ирээдүйн зохицуулалт нь олон улсын хуулиар хүлээсэн төрийн үүрэгт нийцэж байна гэж үзэж байна.²⁵⁴

БАЙГУУЛЛАГЫН ЛОББИ ХИЙХ ҮЙЛ ЯВЦ

Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн зохицуулалтыг сулруулахыг эрэлхийлж буй нэг арга бол өргөн хүрээтэй корпорацийн лобби хийх нөөц, эдгээрийг ашиглах явдал юм. Компаниуд лоббидож байгааг анхаарах нь чухал ба энэ хүчин чармайлт нь бүгд мөнгө биш бизнестэй холбоотойгоор лоббид зарцуулдаг нь Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) хүний эрхийн үр дагавартай гэх мэт бусад олон асуудлыг хамардаг. Гэвч, Компаниудын лоббид зарцуулж буй өндөр тоо нь тэдний эрх мэдэл, нөлөө, улс төрийн байдлыг харуулах болно. Жишээлбэл, Гүүгл (Google) 2018 онд Европын Холбооны лоббид 8 сая гаруй евро, Фэйсбүүк (Facebook) 3.5 сая гаруй евро зарцуулсан.²⁵⁵ Европын Холбоог лоббидохын тулд тухайн жилдээ бусад компанийг бодвол Гүүгл (Google) илүү их мөнгө зарцуулсан ба Майкрософт, Шелл, Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг араас нь оржээ.²⁵⁶ Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) нь Европын Холбооны “Мэдээлэл хамгаалалтын ерөнхий журам”-ын эсрэг ихээхэн лобби хийсэн. Энэ журам 2018 онд Европын Холбооны бүх гишүүн орнуудад шууд хэрэгжих боломжтой болсон. Компаниуд АНУ-ын Засгийн газарт лобби хийхэд илүү их мөнгө зарцуулдаг гэж АНУ дахь лоббигийн зарцуулалтыг хянадаг нам бус, ашгийн төлөө бус байгууллага “хариуцлагатай улс төр” мэдэгджээ.²⁵⁷

26 July 2019, <https://www.accc.gov.au/media-release/holistic-dynamic-reforms-needed-to-address-dominance-of-digital-platforms> ; Brazil's Administrative Council for Economic Defense (CADE), *Cade releases report on digital economy*, September 2019, http://www.cade.gov.br/cade_english/press-releases/cade-releases-report-on-digital-economy-during-the-vi-brics-competition-conference

²⁵² Germany's Federal Cartel Office (Bundeskartellamt), *Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources*: Background information, 7 February 2019, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook_FAQs.pdf

²⁵³ Herbert Smith Freehills, *German FCO's landmark Facebook decision suspended on appeal*, 27 August 2019, <https://hsfnotes.com/crt/2019/08/27/german-fcos-landmark-facebook-decision-suspended-on-appeal>

²⁵⁴ UN Guiding Principles on Business and Human Rights, Guiding Principle 1

²⁵⁵ See European Union's Transparency Register: Google profile, <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=03181945560-59>; Facebook profile, <http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=28666427835-74>

²⁵⁶ Statista, *The companies spending the most on EU lobbying*, 29 April 2019, <https://www.msn.com/en-us/finance/news/the-companies-spending-the-most-on-eu-lobbying/ar-BBWoSWM>

²⁵⁷ See, e.g. Laura Kayali, *Inside Facebook's fight against European regulation*, Politico, 23 January 2019, <https://www.politico.eu/article/inside-story-facebook-fight-against-european-regulation/>

АВАРГА ТАНДАГЧИД

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

Гүүгл (Google) 2018 онд АНУ-ын засгийн газрыг лоббидохын тулд 21.2 сая ам.доллар зарцуулсан (өмнө жилийнхээс 17.6%-иар өссөн), Фэйсбүүк (Facebook) 12.6 сая ам.доллар зарцуулсан (өмнөх жилээс 9.6%-иар өссөн).²⁵⁸ Технологийн компаниуд өөрсдийн аргуудыг бататгахын тулд өргөн хүрээний судалгааны төвүүдийг санхүүжүүлдэг.²⁵⁹ Техникийн компаниуд төрийн түвшний хувийн нууцыг хамгаалах хуулиудыг хүчингүй болгох хууль тогтоомж, Монополийн эсрэг болзошгүй үйлдлээс урьдчилан сэргийлэх, түүнчлэн холбооны боломжит үйл ажиллагааг дэмжих зорилгоор хоёуланг нь лоббидож байна. Технологийн компаниуд ч Калифорний хэрэглэгчийн нууцлалын тухай хууль мөн Иллинойс мужийн биометрийн мэдээллийн нууцлалын тухай хууль зэрэг муж улсын түвшний эдгээр санаачилгыг эрс эсэргүүцэж шахаж байна.²⁶⁰

Эцэст нь, энэ лобби зөвхөн Европ, АНУ-д хязгаарлагдахгүй.²⁶¹ Де Гуардиан (The Guardian) сэтгүүлд мэдээлснээр энэ оны эхээр Фэйсбүүк (Facebook)-ийн баримт бичгүүд болох “Их Британи, АНУ, Канад, Энэтхэг, Вьетнам, Аргентин, Бразил, Малайз болон бүх 28 мужид дэлхий даяар нөлөөллийг олж авахыг оролдсон олон зуун хууль тогтоогч, зохицуулагчдыг онилсон дэлхийн хэмжээний нууц лобби ажиллагаа” алдагдсан.²⁶²

Энэхүү тайланд хариулахдаа Гүүгл (Google) өөрийн санхүүжүүлдэг гуравдагч этгээдэд зориулсан ил тод байдлын жагсаалтаа болон түүний лоббитой холбоотой ил тод мэдээллүүдээ онцолжээ.²⁶³ Фэйсбүүк (Facebook) нь лобби хийх үйл ажиллагаа явуулахдаа хууль тогтоомж холбогдох бүх шаардлагыг дагаж мөрддөг гэж мэдэгддэг.²⁶⁴

БЭРХШЭЭЛИЙГ ДАВАХ

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк зэрэг платформууд хэт томорсон нь мэдээлэл цуглуулж ашиглах зориулалттай бизнесийн үйл ажиллагаанаас болж хохирсон хүмүүсийн эрхийг сэргээх, хохирлыг арилгах үр дүнтэй арга олох ажлыг бэрхшээлтэй болгож байна. Зөрчигдсэн эрхийг сэргээх нь бүхэл бүтэн системийн эсрэг хийх тэмцэл болж хувирсан.²⁶⁵

Мэдээлэл хадгалах хууль журмыг сахиж мөрдөхгүй байгаа нь хамгийн том асуудал болж байна. Мэдээлэл хадгалах талаар хамгийн дэвшилттэй Европт хүртэл гарсан зөрчлийг мөрдөн байцааж, хариуцлага хүлээлгэх тал дээр хүний нөөц болон чадамж дутмаг байна.²⁶⁶ Мөн хувь хүмүүс “хүний эрхийн мэдлэг дутмаг, хуулийн нарийн төвөгтэй процесс, өндөр зардал, санхүүгийн

²⁵⁸ See The Center for Responsive Politics, Lobby Firm Profiles: Google, <https://www.opensecrets.org/lobby/firmsum.php?id=D000022008&year=2018>; Facebook, <https://www.opensecrets.org/lobby/clientsum.php?id=D000033563&year=2018>

²⁵⁹ Lee Fang, Silicon Valley-funded privacy think tanks fight in DC to unravel state-level consumer privacy protections, *The Intercept*, 16 April 2019, at: <https://theintercept.com/2019/04/16/consumer-privacy-laws-california/>

²⁶⁰ See, e.g. Kang and Vogel, Tech giants amass a lobbying army, NYT and Fang, Silicon Valley-funded privacy think tanks fight in DC, *The Intercept*, April 2019

²⁶¹ For California Consumer Privacy Act, see, e.g. Kartikay Mehrotra, Laura Mahoney and Daniel Stoller, Google and other tech firms seek to weaken landmark California data-privacy law, *Los Angeles Times*, 4 September 2019, <https://www.latimes.com/business/story/2019-09-04/google-and-other-tech-companies-attempt-to-water-down-privacy-law>. For Illinois Biometric Information Privacy Act, see, e.g. Russell Brandom, Facebook-backed lawmakers are pushing to gut privacy law, *The Verge*, 10 April 2018, <https://www.theverge.com/2018/4/10/17218756/facebook-biometric-privacy-lobbying-bipa-illinois>

²⁶² Carole Cadwalladr and Duncan Campbell, Revealed: Facebook’s global lobbying against data privacy laws, *The Guardian*, 2 March 2019, <https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/02/facebook-global-lobbying-campaign-against-data-privacy-laws-investment>

²⁶³ Google, Our Principles and Standards of Business Conduct, <https://www.google.com/publicpolicy/transparency/>, and Trade Associations and Membership groups, https://services.google.com/fh/files/misc/trade_association_and_third_party_groups.pdf

²⁶⁴ Facebook response, see Annex below.

²⁶⁵ The right to an effective remedy has been recognized under various international and regional human rights treaties and instruments and also as a rule of customary international law. See e.g. Article 8, Universal Declaration of Human Rights; Article 2 (3), International Covenant on Civil and Political Rights; Article 2, International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights.

²⁶⁶ see for example, Reuters, European regulators: We’re not ready for new privacy law, May 2018, <https://uk.reuters.com/article/us-europe-privacy-analysis/european-regulators-were-not-ready-for-new-privacy-law-idUKKBN11915X>; European Union Agency for Fundamental Rights (FRA), Access to data protection remedies in EU Member States, 2013, p 46, https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra-2014-access-data-protection-remedies_en.pdf

нөхөн төлбөр авч чаддаггүй” зэргээс болж өөрийн эрхийг хамгаалах тэмцэлд төдийлөн оролцохгүй байгаа.²⁶⁷ Ерөнхийдөө зарим нэгэн ахиц гарсан ч хүний эрхийг зөв зохистойгоор хэрэгжүүлэхэд бэрхшээлтэй байсаар л.²⁶⁸

Хүний зөрчигдсөн эрхийг нөхөн сэргээх нэг хэлбэр бол зөрчил гарахаас өмнөх байдалд нь буцаан оруулах юм. Гэвч системтэйгээр тандах, хувийн мэдээллийг мэдэгдэлгүйгээр ашиглаж буй өнөөгийн нөхцөлд энэ нь бараг боломжгүй зүйл. НҮБХЭХ: “Хүний нууцад халдсан хэргийн хор уршгийг залруулах боломжгүй ... Хувийн мэдээллийг хадгалах, хуваалцах, зориулалтыг өөрчлөх нь хялбархан байгаа нь хувь хүний эрхэд одоо болон ирээдүйд шинэ аюул заналхийлж байгааг харуулж байгаа юм” гэж тэмдэглэсэн.²⁶⁹

Компаний үйл ажиллагаа нь компани хүний эрхийг зөрчсөн тохиолдолд тэдний эрхэд хэрхэн нөлөөлж байгаа талаарх мэдээллийг олж авах нь хүмүүст үр дүнтэй арга хэмжээ авах, эрхээ шаардах боломж олгоход амин чухал юм.²⁷⁰ Гэвч Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг интернэт хэрэглэгчдийн хоорондох мэдээллийн тэгш бус байдал, мөн тунгалаг байдал зэргээс мэдээллийг хэрхэн цуглуулах, боловсруулах, хуваалцах үйл явц нь хувь хүмүүс эрхэнд нь хэрхэн нөлөөлсөн эсэх талаар дэлгэрэнгүй мэдээлэл авах боломжгүй гэсэн үг юм.²⁷¹ Жишээ нь, Фэйсбүүк (Facebook) Кембрижийн Аналитика цуглуулсан мэдээллээр академич Дэвид Кэррол хоёр жил Кембрижийн Аналитикагаас өөрийн өгөгдлийг сэргээх боломжгүй байсан ч үүнийг оролдсон бөгөөд эрэн сурвалжлах сэтгүүлчид үүнийг илрүүлсэн. Хэрэв хэрэг явдал болоогүй байсан бол Кэррол өөрийн мэдээллийг буруугаар ашигласан гэдгийг мэдэхгүй өнгөрөх байсан байна.²⁷²

Үзэл бодлоо илэрхийлэх эрх чөлөөний асуудлаарх НҮБ-ын илтгэлд Тусгай илтгэгч хиймэл оюун ухаан ерөнхийдөө хэрхэн ажилладаг талаар онцолж, эрхээ сэргээхэд эрхэд саад учруулж байгаа талаар дурджээ.²⁷³ Мэдээлэл өгөхтэй холбоотой алгоритмын системд нөлөөлж буй цар хүрээ, эрхүүд, тэр ч байтугай оршин тогтнолын талаар мэддэггүй” нэгэн бэрхшээл бий. Компаний алгоритмууд байнга дасан зохицож байдаг тул энэ тунгалаг байдал тэдгээрийн үр дүн улам бүр нэмэгдэж, өөрчлөгдөж байгаа талаар системийн зохион бүтээгчид хүртэл тайлбарлаж чадахгүй байх магадлалтай.²⁷⁴

Эцэст нь, алгоритмын нэгдмэл шинж чанар нь Гүүгл (Google)-ийн хэмжээнд нөлөөлдөг харин Фэйсбүүк (Facebook)-ийн системүүд нь хувь хүний түвшинд нөхөн төлбөр авахад бэрхшээлтэй тулгардаг. Засах системүүд нь ихэвчлэн ийм том тархсан цар хүрээтэй нөлөөллийг удирдахад зориулагдаагүй байдаг.²⁷⁵ Дижитал эрх, технологийн мэргэжилтнүүд болох Лилиан Эдвардс, Майкл Веал нар “Өгөгдөл хамгаалах арга үндсэндээ хувь хүний эрх дээр суурилдаг ... харин алгоритмын хор хөнөөл ихэвчлэн бүлгүүдийг ангилж, дордуулах байдлаар үүсдэг тогтолцоо юм.”²⁷⁶

²⁶⁷ Noyb, Making Privacy a Reality, 2017, p 8, https://noyb.eu/wp-content/uploads/2017/11/concept_noyb_public.pdf

²⁶⁸ Consumers International, The state of data protection rules around the world, May 2018, p 5 <https://www.consumersinternational.org/media/155133/gdpr-briefing.pdf>; Privacy International, The Keys to Data Protection, August 2018, p 7, <https://privacyinternational.org/sites/default/files/2018-09/Data%20Protection%20COMPLETE.pdf>

²⁶⁹ OHCHR, Right to Privacy in the Digital Age, A/HRC/39/29, 2018, para 56

²⁷⁰ Amnesty International, Injustice Incorporated: Corporate Human Rights Abuses and the Right to Remedy, 2014, p 157

²⁷¹ The Human Rights, Big Data and Technology Project, University of Essex, Submission to OHCHR on The Right to Privacy in the Digital Age, 2018, p 8

²⁷² Wired, One Man's Obsessive Fight to Reclaim His Cambridge Analytica Data, January 2019, <https://www.wired.com/story/one-mans-obsessive-fight-to-reclaim-his-cambridge-analytica-data/>

²⁷³ David Kaye, 2018, para 40

²⁷⁴ AI Now Institute, Annual Report, 2017, p 30 https://ainowinstitute.org/AI_Now_2017_Report.pdf

²⁷⁵ Berkman Klein Center for Internet & Society, Artificial Intelligence & Human Rights: Opportunities & Risks, p 55 https://cyber.harvard.edu/sites/default/files/2018-09/2018-09_AIHumanRightsSmall.pdf?subscribe=Download+the+Report

²⁷⁶ Edwards and Veale, 2017, p22

АВАРГА ТАНДАГЧИД ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

ДҮГНЭЛТ, ЗӨВЛӨМЖ

Мэдээлэл ашиглах бизнесийн загвар Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) компаниудад урьд өмнө байгаагүй өргөн цар хүрээтэйгээр нууц мэдээллийг удирдах боломж олгосон. Тэдний энэ систем нь бүх тивд буюу дэлхийн хүн амын гуравны нэгийг хамарч байгаа. Эдгээр компанийн одоогийн баримталж буй бодлого нь хувь хүний нууц төдийгүй бусад эрхэд ноцтой аюул даллаж байна.

Гэвч энэ бүхэн дээрх хоёр компаниар хязгаарлагдахгүй. Мэдээлэл цуглуулах бизнесийн загвар нь хамгийн том технологийн компаниудад ашиглагдахын зэрэгцээ зар сурталчилгаа, дата наймаалагчид, гарааны бизнесүүд, технологийн биш компаниудад хүртэл ашиг олох, бизнесээ тэлэх арга зам нь болсон. Энэ загвар нь одоо интернэтийн гол чиглэл болж өргөжсөн бөгөөд “Интернэт”-ээр дамжин бидний гэр оронд хүртэл нэвтэрч эхлээд байна.

Фэйсбүүк (Facebook), Гүүгл (Google) нар бизнесийн загвараа тэдний хувьд өсөх хамгийн хурдан арга байсан учраас сонгосон. Одоо тэдний сонголт гүн гүнзгий бөгөөд хүний эрхийн үр дагавар өргөн цар хүрээтэй байх нь тодорхой байна.

Тандалтад суурилсан бизнестэй холбоотой хүний эрхийн хохирлын цар хүрээ, нарийн төвөгтэй байдал, бүтцийн шийдлүүдэд “Ухаалаг зохицуулалт” шаардлагатай болно. Энэ нь технологич, эрдэмтэн судлаачид, иргэний нийгэм, бодлого гэсэн өргөн хүрээний оролцогчдын салбар хоорондын сэтгэлгээ шинжээчид болон бодлого боловсруулагчид, аль хэдийн чухал ач холбогдолтой байдаг эрдэм шинжилгээний байгууллага, эдгээр асуулт дээр ажилладаг идэвхтэй байнгын мөрдөн байцаалт, дүн шинжилгээ хийж зохих шийдэлд хүрэх шаардлагатай болно.

Хувийн нууцад нүүрлэж буй эрсдэлийг олон жилийн өмнө олж харсан. 20 жилийн өмнө тандалтын системийн суурь бүрэлдэх үеэс л хувийн нууцийг хамгаалагчид цахим орчин дахь хүний хувийн мэдээллийг ялган таниж эхэлснээр ямар аюул учирч болох, хуулийн хамгаалалт зайлшгүй хэрэгтэй байгааг анхааруулсаар ирсэн. 2000 онд Цахим Хувийн Мэдээллийн Төвийн захирал Марк Ротенбург АНУ-ын сенатад “Жилийн өмнө бид бизнесийн байгууллагууд дотоод журмаараа хүний хувийн нууцийг хамгаалах боломж байхгүйг анхааруулсан. Цаашид интернэт хэрэглэгчдийг таних төлөвлөгөөг олон нийт эсэргүүцсэн тэмцэл гарна гэж бид үзэж байна” хэмээн мэдэгдсэн юм.²⁷⁷

Гэвч одоо энэ асуудлыг шийдэх боломж бүрдэж байна. Технологийн том компаниудын хамгийн ашигтай бүтээгдэхүүнд олон нийтийн анхаарлыг хандуулснаар хувийн мэдээллийг хамгаалахад төрийн зохицуулалт зайлшгүй шаардлагатай болсныг ойлгуулсан. Хэдий тийм ч төрийн зохицуулалт нь иргэдийн үзэл бодлоо илэрхийлэх болон бусад эрхэд эрсдэл дагуулж болзошгүй. Иймд аливаа зохицуулалт нь хүний эрхийг дээдлэх зарчимд үндэслэсэн байхын зэрэгцээ хүний нууцтай байх эрх болон бусад эрхийг зөрчиж буйд тандалтын бизнесийг зохицуулах үндсэн шаардлагад тохирсон байвал зохино. Мэдээлэл хамгаалах хууль журмыг системтэйгээр, өргөн хүрээнд зөрчиж байгааг яаралтай зохицуулж гаргасан хуулийг чанад мөрдүүлэх шаардлагатай байна.

²⁷⁷ Marc Rotenburg, On Internet Privacy and Profiling, Testimony to US Senate Commerce Committee, June 2000, <https://epic.org/privacy/internet/senate-testimony.html>. The company referred to was ad tech company DoubleClick, which was later acquired by Google.

Хүний эрхийн хууль, эрхийг хамгаалах, хүндэтгэх талаар нэн даруй, үр дүнтэй арга хэмжээ авах, оролцогчдын хувийн нууцын тал дээр улсуудын хүлээх стандартад үүрэг, хариуцлагыг тодорхой зааж өгсөн байдаг. 2016 онд Хүний эрхийн зөвлөлөөс засгийн газрууд хийх ёстой хүний эрх, үндсэн эрх чөлөөг онлайнээр сурталчлах, хамгаалах, түүний дотор муж улсын хувьд “хууль, дүрэм журам, бодлого, бусад арга хэмжээг батлах, хэрэгжүүлэх, шаардлагатай тохиолдолд шинэчлэх хувийн мэдээлэл болон хувийн нууцыг онлайнээр хамгаалах талаар” олон арга хэмжээг тодорхойлсон.²⁷⁸

Фэйсбүүк (Facebook) болон Гүүгл (Google)-ийн ямар ч тал дангаараа ажиллахгүй бөгөөд мөрдөх, ашиглах талаар илүү хатуу хязгаарлалт тогтоох, хувийн мэдээлэл нь өгөгдлийн төвлөрөл, хүч чадлын асуудлыг шийдэхгүй бол хангалттай биш байх болно. Үүний зэрэгцээ улам бүр нэмэгдэж “Тэргүүлэгч технологийн компаниуд”-ыг “задлах” хэрэгтэй гэж санал болгож буй улс төрчид, сэхээтнүүд системийн асуудлыг шийдэж чадахгүй. Тандалтад тулгуурласан цогц арга хэмжээ авахыг шаардахгүй бол бизнес загвар нь өөрөө хүний эрхийн зөрчил юм.

Энэхүү тайлан нь хүний эрхийн үзэл баримтлалыг мэтгэлцээнд нэвтрүүлэх, цаашдын боломжит арга замыг зааж өгөх хүчин чармайлт билээ.

УЛС ОРНУУДАД ӨГӨХ ЗӨВЛӨМЖ

- Засгийн газар зайлшгүй шаардлагатай дижитал үйлчилгээнд нэвтрэх, ашиглах боломжоор хангах; Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook)-ийн дэд бүтцийг оруулаад хаа сайгүй байдаг тандалтыг ямар ч нөхцөлд зөвшөөрөхгүй. Энэ нь сурталчилгаа хийгч этгээд болон бусад гуравдагч этгээдэд “хянагдахгүй байх” эрхийг баталгаажуулах хууль тогтоомжийг хэрэгжүүлэх.
- Эн тэргүүнд компаниуд хувийн мэдээллийг нь цуглуулах, боловсруулах, хуваалцахыг “зөвшөөрсөн” хувь хүмүүсийн тухай маркетинг эсвэл сурталчилгаа, үйлчилгээг болзол болгон ашиглахаас урьдчилан сэргийлэх.
- Засгийн газрууд өгөгдөл хамгаалах зарчмуудын дагуу хүний эрхийг дээд зэргээр хангасан, мэдээлэл хамгаалах хуулиудыг гаргаж, мөрдөх. Эдгээр хуулиар цуглуулж болох хувийн мэдээллийн хэмжээ, хамрах хүрээ, ямар зорилгоор ашиглахыг хатуу хязгаарлах, мөн компаниудын мэдээллийг боловсруулахыг хязгаарлах; Хэрэглэгчид цаашид өөрсдийн хувийн мэдээллийг харуулах эсэхийг эхнээс нь тодорхой болгох, хүний эрхийг хүндэтгэх үүрэг хариуцлагад үл нийцэх байдлаар цаашид боловсруулахгүй байхыг шаардах.
- Засгийн газар нь Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) болон бусад томоохон технологийн компаниудын зөрчлийг бодитойгоор шалгаж, шийтгэх хангалттай нөөц, туршлагатай үндэсний зохицуулагчидтай байх. Тэд мөн хохирол арилгах механизмын үр дүнтэй, өвөрмөц байдлыг хангах.
- Засгийн газрууд бие даасан техникийн шинжээчид болон нөлөөлөлд өртсөн бүлгүүдтэй бодитоор зөвлөлдөж, алгоритмын системийн дизайн, боловсруулалт, хэрэгжилтэд тавих хяналтыг баталгаажуулах зохицуулалтыг бий болгож, эдгээр системтэй холбоотой хүний эрхийн хохирол, түүний дотор сөрөг нөлөөллүүдэд хуулийн дагуу хариуцлага хүлээлгэхийг баталгаажуулах.
- Технологийн компаниудад алгоритмын системтэй холбоотой эсвэл бизнесийн загвараас үүдэлтэй эрсдэл, зүй бус үйлдлүүд хүний эрхийн нөлөөллийг тодорхойлж, шийдвэрлэхийн тулд хүний эрхийн зохих шалгалт явуулахыг засгийн газрууд хуулийн дагуу шаардах.
- Засгийн газар бүх нийтийг хамарсан, хүний эрхэд ээлтэй интернэтийн бодлогыг хэрэгжүүлэх ёстой. Үүнд зах зээлийг тасалдуулах арга хэмжээ, компаний тандалтад суурилагагүй бизнесийн загваруудыг дэмжих зэрэг орно.

²⁷⁸ UN Human Rights Council, The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet, June 2016, UN Doc A/HRC/32/L.20

- Хүмүүсийг тандалтад суурилсан бизнесийн загвараас илүү хувийн нууцыг хүндэтгэдэг хувилбар сонгох эрхээ бодитоор хэрэгжүүлэх боломжтой болгохын тулд засгийн газрууд зохицуулалтын тогтолцоог батлах буюу мөрдүүлэх ёстой. Үүнд зөвхөн өгөгдөл зөөвөрлөх бус харилцан ажиллах чадварыг хангах арга хэмжээ багтсан бөгөөд ингэснээр хүмүүс үйлчилгээ хооронд нийгэмд хохирол учруулахгүйгээр шилжих, сүлжээний нөлөөллийг бууруулах.
- Технологийн компаниудын нөлөөллөөс үүдэлтэй хүний эрхийн хохирлыг хаана ч тохиолдож болох, тэр дундаа охин компаниудын (гадаад эсвэл дотоодын) үйл ажиллагааны улмаас учирсан хохирлыг арилгах үр дүнтэй арга замыг Засгийн газар баталгаажуулах.
- Засгийн газрууд дижитал үйлчилгээнд хамрагдахдаа аливаа мэдээллийн хамгаалалт, хувийн нууцлал болон хүний эрхийн бусад зөрчлүүдийн эсрэг үр дүнтэй арга хэмжээ авах эрхийг ойлгуулахын тулд дижитал боловсролын үр дүнтэй хөтөлбөрүүдийг хэрэгжүүлэхэд хөрөнгө оруулалт хийх, дэмжих ёстой.

КОМПАНИУДАД ӨГӨХ ЗӨВЛӨМЖ

- Гүүгл (Google) болон Фэйсбүүк (Facebook) зэрэг мэдээллээр ашиг олдог компаниуд хүний эрхийг дээдэлсэн бизнесийн загварт шилжих арга замыг эрж хайх. Үүний тулд хүний эрхэд нөлөөлж буй бизнесийн загвартаа хүний эрхийг хангах бодлогыг тусгаж, хүний эрхийг зөрчсөн тохиолдолд үүнийг хэрхэн шийдэх талаар ил тодоор зарлах.
- Технологийн компаниуд хүний эрхийг зөрчиж болзошгүй бодлого, журмыг лоббидохгүй байвал зохино. Тэд хүний эрхийг хамгаалахдаа төр хүний эрхэд сөргөөр нөлөөлж болох боломжийг дутуу үнэлэхгүй байх.
- Технологийн компаниуд бизнесийн үйл ажиллагаанаасаа шалтгаалсан хүний эрхийн зөрчлийг арилгаж, хохирлыг заавал арилгах ёстой.

UIH.MN
СУДАЛГААНЫ САН

Dear Tanya and Joe,

Thank you for the opportunity to respond to the summary of your forthcoming report about human rights and Facebook's business model. While we appreciate the opportunity to engage with Amnesty International on these important issues, we respectfully disagree with your conclusion that our practices are inconsistent with human rights principles.

Like many other online companies, Facebook is supported through the sale of advertising. This enables billions of people around the world to connect and express themselves, on an unprecedented scale. Amnesty International itself has benefited from this ability to connect: The organization has relied on [Facebook ads](#) and other Facebook products to reach supporters, raise money, and advance your mission.

Our business model is what allows us to offer an important service where people can exercise foundational human rights—to have a voice (freedom of expression) and be able to connect (freedom of association and assembly). That's why we were disappointed to see that Facebook's clear contributions to human rights (and human rights organizations) are not mentioned in the "summary of analysis" you shared with us. There are countless examples of how people have used Facebook to advance human rights around the world. And, as a company, we're committed to respecting human rights, including the right to privacy. Our longstanding membership in the Global Network Initiative (GNI)—and our adherence to the governance, privacy, and freedom of expression standards enshrined in the GNI Principles and Implementation Guidelines—reflect this commitment. As you know, these standards are grounded in the [UN Guiding Principles for Business and Human Rights](#) (UNGPR), the [Universal Declaration of Human Rights](#) (UDHR), and the [International Covenant on Civil and Political Rights](#) (ICCPR). We are independently assessed every two years on our implementation of our obligations as a GNI member company.

This is an important moment for human rights at Facebook. We recently updated our staffing and leadership on human rights issues, and have just issued [new Community Standards Values](#) that explicitly refer to human rights principles. We're engaged in multiple, major, human rights impact assessments, and are about to launch one of this decade's most exciting rights-related experiments, Facebook's Oversight Board. Accompanied by the recent explicit [commitment of our top leadership to freedom of expression](#), and in the midst of designing a significant new initiative for human rights defenders, you can be confident there is much more rights-related work to come.

It also an important moment for privacy at our company. Our robust privacy review process, which brings together a cross-company group of experts to review new products and privacy-related changes to existing products, is about to become even stronger as we implement our recent settlement with the Federal Trade Commission. The settlement requires an unprecedented level of accountability, imposing controls that have never before been required of a company in our industry.

We appreciate the opportunity to respond to the summary you sent us, but we are deeply concerned that it contains a number of inaccuracies and faulty assumptions, the most serious of which we outline here:

1. **Facebook's Business Model and "Surveillance."** Describing Facebook's business model -- which involves selling ads in order to offer services for free -- as "surveillance-based" elides the crucial difference between services that people voluntarily sign up to use, and the involuntary government surveillance that defines the arbitrary interference with privacy, home, family, or correspondence envisaged under article 17 of the International Covenant on Civil and Political Rights.
2. **Data Collection.** We do not "collect as much data about people as possible" or infer people's sexual identity, personality traits or sexual orientation. In fact, we only require

facebook

Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025

people to provide their name, age, gender, and contact information when they sign up for Facebook. We do not have access to the contents of anyone's email.

3. **Non-users.** Like other companies that provide technologies to other websites and apps, we may receive information about non-users when they use those websites and apps. This is part of the basic function of the Internet. We do not use non-user information to build profiles about people.
4. **Interoperability.** Part of our vision for enabling people to message across our apps is making those messages end-to-end encrypted. This means we will collect **less** data about people -- not more, as the summary suggests.
5. **Social plugins.** We do not store data from social plugins (such as the Like button) in identified form unless that's necessary for safety, fraud prevention or security.
6. **Free Basics.** The purpose of Free Basics was not to "gain access to new sources of data." Free Basics does not store information about the things people do or the content they view within any third-party service available through Free Basics.
7. **Engagement.** Our News Feed algorithm is not designed to "maximise engagement." The goal of News Feed is to connect people with the content that is most interesting and relevant to them. Our focus is on the quality of time spent on Facebook, not the amount.
8. **Discrimination and transparency.** The summary fails to mention the many changes we have made to our ads systems in order to help prevent discrimination -- measures that remain unmatched in the industry. Facebook is far from the only place where advertisers run ads for opportunities like housing, employment and credit and we've made fundamental changes for how these ads run on our services. Many of the interest segments mentioned in the summary have also been removed. Transparency is a significant part of how we're addressing this issue, and we have made it easier to see all the ads running on Facebook, regardless of whether they are shown to you.
9. **App Developers.** The summary similarly fails to mention the work we have done to limit the misuse of people's information that we saw in the Cambridge Analytica matter. The summary's suggestion that we recently suspended 10,000 developers because of suspected data misuse is flatly incorrect.
10. **Law enforcement.** Far from "contributing" to unlawful government surveillance, we actively push back against it, scrutinizing every request we receive to ensure it complies with accordance with our terms of service, applicable law, and international human rights standards.

You will note that our processes far exceed the minimum standards set out in the UN's latest guidance on this issue, *The Right to Privacy in the Digital Age*. We hope these points -- and the additional context below -- will help you revise your arguments on surveillance, privacy, and proportionality as you finish your report.

We fully recognize that Facebook has made mistakes in the past, and are committed to continually improving our services and incorporating feedback from the people who use them. We would welcome the opportunity to engage further with you on your report and the important issues it raises.

Sincerely,

Steve Satterfield
Director, Privacy & Public Policy

facebook

Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025

Facebook's Business Model and Data Practices

Your summary characterizes Facebook's business model as "surveillance-based." We strongly disagree with this suggestion.

First, it is important to note that **no one is obliged to sign up for Facebook**. The decision to use our family of apps is entirely voluntary and personal. A person's choice to use Facebook's services, and the way we collect, receive or use data -- all clearly disclosed and acknowledged by users -- cannot meaningfully be likened to the involuntary (and often unlawful) government surveillance and interception of communications defining the kind of arbitrary interference with home, correspondence, or family life envisaged under article 17 of the International Covenant on Civil and Political Rights.

Second, Facebook's business model is not, as your summary suggests, driven by the collection of data about people. Like many other online companies, Facebook is supported through the sale of advertising. As you correctly note, we do not sell data; we sell ads. Doing so allows us to **offer a service that enables everyone to exercise foundational human rights—to have a voice (freedom of expression) and be able to connect (freedom of association and assembly)**.

While using the data we collect and receive is an important part of showing effective ads, it is incorrect to suggest that our business model is driven by the desire to collect "as much data about people as possible." Data collection is not an end in itself for Facebook, but rather is the way we provide relevant and useful services to people and organizations. **The only data we require people to provide when signing up for Facebook are the person's name, age, gender, and contact information**. We also enable people to express their gender identity in ways that go beyond male and female.

Over time, as people use our products, we may receive additional data (e.g., the Pages a person likes, the posts and ads they click on), and this data helps us provide content and services that are more relevant to them, such as determining which posts and ads appear higher up in their News Feeds.

Your summary misstates the nature of the data we collect and receive from people. **We do not read the content of people's emails, nor do we infer people's sexual identity, personality traits or sexual orientation. We also do not use the content of people's messages to other people for ad targeting.**

Third, it is vitally important to note the range of controls we give people over the data we collect, store and use. We provide strong controls to allow people to decide what is right for them. This is why we offer tools such as [Access Your Information](#), [Ad Preferences](#) and "Why am I seeing this ad?", all of which we are constantly working to [improve](#). We also recently started rolling out a new way for users to view and control [off-Facebook activity](#), and to disconnect this information from their accounts. **These tools provide unprecedented levels of transparency and control**, and strongly surpass the minimums defined in paragraph 30 the UN's most recent thinking on this topic, [The Right to Privacy in the Digital Age](#). Our steady introduction of privacy-protected tools like these belies the summary's suggestion that "Facebook can afford to abuse privacy." To the contrary, we know that if we do not protect people's data, we will lose their trust.

As noted above, data allows us to make ads more relevant. Not only is this a better experience for people; it also has been crucial for the millions of small businesses who have access to the same powerful tools that large businesses do, allowing them to reach people who are more likely to be interested in their products, services, or causes. The efficiency that data brings to advertising has helped businesses and other organizations around the world to grow and

facebook

Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025

advance important causes, including freedom of assembly and association; rights to freedom of expression and political participation; and of course, the right to development.

The summary's suggestion that our goal of making our services more interoperable will enable us to aggregate *more* data about people is flatly incorrect. As our CEO Mark Zuckerberg explained, our vision for the future operation of our services involves making them end-to-end encrypted — which means we will receive **less data about people, not more**. End-to-end encryption means that we'll be unable to access the content of people's messages for advertising—or for any other reason.

It is also worth noting that, other than for security purposes and guarding against fraud, **Facebook no longer stores data from social plugins (such as the Like Button) with user or device identifiers**. The limited data that we do keep for security and fraud investigations is stored in separate, access-controlled tables to help ensure that only the relevant security or integrity employees have access to that information. Once the investigation concludes, the data is deleted unless we determine abusive activity has occurred and further action is necessary to protect our products and users.

Although it is correct that we may receive information about people without Facebook accounts when they use a website or app that includes a social plugin (or other Facebook technology), **we do not build profiles about non-users**.

The report's characterization of our Free Basics service is inaccurate. **The Free Basics privacy statement makes clear that the service is not a "data extraction exercise."** To the contrary, Free Basics safeguards people's privacy through strong protections. **Most importantly, Free Basics does not store information about the things people do or the content they view within any third-party service.** Rather, in order to provide access to those services free of data charges, Free Basics temporarily stores only the domains or names of the third-party services visited, after which this information is aggregated or otherwise de-identified. Free Basics continues to be an important tool for bringing more people online and providing a baseline of connectivity for people around the world.

Improving People's Experiences in News Feed

Amnesty's executive summary incorrectly suggests that our algorithms are designed to promote sensationalist content because people are more likely to engage with that content. **The actual goal of Facebook's News Feed is to connect people with the content that is most interesting and relevant to them. Our focus is on the quality of time spent on Facebook, not the amount.** Because the space in each user's News Feed is limited, Facebook's algorithms prioritize posts that are predicted to spark [meaningful conversations](#) — including posts from close friends, family, and pages users interact with frequently. This type of content is prioritized over public content, including posts from businesses, brands, and media.

We have also taken steps to reduce the incidence of content that may be engineered to game engagement on Facebook, but that results in a negative or harmful experience for users. For example, we've introduced systems to detect and reduce the distribution of content such as [engagement bait](#), [hoaxes](#), [fake news](#), and [clickbait](#). And we have worked very hard, and successfully, to [reduce the virality of hate speech and other inflammatory content in many countries at risk of violence](#).

We also believe in giving users more information about and control over what they see on Facebook, including on News Feed. In March 2019, we [announced a new transparency initiative](#) called "Why I am seeing this post?" which gives users access, for the first time ever, to ranking information about each post in their Feed. We also have tools that allow users to further

facebook

Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025

personalize how they experience News Feed, such as [viewing posts in chronological order](#) or [choosing to see posts from a particular Page of person](#) at the top of Feed.

Taking Action to Prevent Discrimination and Improve Transparency

One of our top priorities is protecting people from discrimination on Facebook. Our [advertising policies](#) have long prohibited discrimination, and we require all advertisers globally to certify compliance with our non-discrimination policy in order to run ads on Facebook.

We are now making [fundamental changes](#) in how U.S. housing, employment and credit opportunity ads can run on Facebook. We will not allow advertisers to target these ads to people based on age, gender, ZIP code or any interests describing or appearing to relate to protected characteristics. These changes will be fully implemented by the end of 2019; they're the result of [settlement agreements](#) with leading civil rights organizations and ongoing input from civil rights experts. This settlement also included a **commitment that we work with the civil rights community and other experts to study the potential for bias in connection with the algorithms we (and others in the industry) use to show people relevant content and ads.**

Even before the settlement, we had made changes to the ads system, which advertisers use to select the audience for their ads. We [removed thousands of categories](#) from that could potentially relate to protected characteristics. Our review of these audience selection options is continuous and informed by feedback from outside experts.

We are also **building a new section of our Ad Library** that will give people the ability to search for and view all current housing ads in the U.S. by location chosen by the advertiser, regardless of whether a person is in the intended audience. We'll introduce similar sections for U.S. employment and credit ads next year.

These transparency efforts build on our efforts referenced in the report to bring greater transparency to political and issue ads on Facebook. Among other things, these efforts are intended to address so-called "dark ads" that you refer to. We continue to [work on more ways to provide transparency](#) in this space, and we appreciate the feedback we have received from the organizations cited in your report.

Addressing Potential Misuse of Facebook Platform Data by Third-Party App Developers

The Cambridge Analytica matter involved a third-party app developer — Aleksandr Kogan — who violated Facebook's policies by selling users' information to a third party, Cambridge Analytica. When we became aware of this issue, we took action quickly to investigate, and we secured sworn certifications from Kogan, Cambridge and others that they had deleted the relevant data. In 2018, reports surfaced that Cambridge may have not, in fact, deleted the data it received from Kogan.

We recognize that Cambridge involved a breach of trust, and we have taken a number of steps to help prevent something like it from happening again. These steps include:

- Reducing the kinds of data that people may share with app developers;
- Preventing apps that a person has not used for more than 90 days from continuing to access a person's data through Facebook;
- Strengthening our App Review process by requiring more apps to submit to upfront review before being able to ask people to share their data;
- Conducting an investigation of apps that had access to large amounts of user information before we changed our Platform in 2015 to prevent people from sharing their friends' information with apps; and

facebook

Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025

- Suspending — and even suing — developers who fail to cooperate with this investigation.

With respect to this investigation, your report states “ten thousand . . . apps were suspended for potentially misusing data.” This is incorrect. As we explained in our [most recent update](#) on this investigation (which thus far has addressed millions of apps), we have suspended tens of thousands from around 400 developers. Suspension is not necessarily an indication that these apps were posing a threat to people. Many apps were not live but were still in their testing phase when we suspended them. It is not unusual for developers to have multiple test apps that never get rolled out. And in many cases, the developers did not respond to our request for information so we suspended them.

You are correct that carrying out an investigation of this kind is difficult, but it is not accurate to suggest that we do not have sufficient tools at our disposal to identify and take action against developers we have found to have violated our policies. **We are committed to taking strong action — including by taking developers to court, as we have done recently.**

Finally, our new agreement with the FTC also will bring its own set of requirements for oversight of app developers on our Platform. It will require developers to annually certify compliance with our policies. Any developer that fails to follow these requirements will be held accountable.

Protecting Privacy In Connection with Requests from Law Enforcement

Facebook discloses account records in response to valid legal requests [in accordance with our terms of service, applicable law, and international human rights standards](#). Because we are deeply concerned about protecting our users' data, **we carefully scrutinize every request to ensure it meets those requirements**. When we don't believe those standards have been met, we decline to provide the requested data and, if necessary, challenge the request in court. We've done this, for example, when the requesting government exceeded its authorities in making the data request, or we are concerned the request doesn't comply with international human rights standards.

We openly publish how we enforce our Community Standards, and how we respond to government data requests, in our regular [Transparency](#) Reports. They are worth studying.

Engaging With Government Officials on Important Public Policy Issues

As we've said in our [annual political engagement statement](#), public policy decisions can have significant implications for the people who use our services and the future direction of our company. Facebook regularly engages with government officials to discuss a range of policy issues as well as share information about our products and services. In doing so, we maintain compliance with all relevant laws and guidelines. All Facebook Personnel, including external consultants, who engage with government officials to discuss policy issues on our behalf receive training on the ethical standards required in all such interactions.


facebook


Address: 1 Hacker Way
Menlo Park, CA 94025


**ЭМНЕСТИ ИНТЕРНЭШНЛ НЬ
ХҮНИЙ ЭРХИЙН ТӨЛӨӨХ ДАЯН
ДЭЛХИЙН ХӨДӨЛГӨӨН БӨГӨӨД
НЭГ ХҮНД ТОХИОЛДОХ ШУДАРГА
БУС ЯВДАЛ Ч БИД БҮГДЭД
ХАМААТАЙ.**


УИН.МН
СУДАЛГААНЫ САН

Холбоо барих

 info@amnesty.org
mongolia.amnesty@gmail.com

 +44 (0)20 7413 5500
+976 7000 4708

 www.facebook.com/AmnestyGlobal
[www.facebook.com/Amnesty International](http://www.facebook.com/AmnestyInternational)
Mongolia - Монголын Эмнести Интернэшнл

 @AmnestyOnline

АВАРГА ТАНДАГЧИД:

ФЭЙСБҮҮК БОЛОН ГҮҮГЛИЙН БИЗНЕС ЗАГВАР ХҮНИЙ ЭРХЭД ХЭРХЭН ХАЛДДАГ БОЛОХ НЬ

Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн үйлчилгээ хэдий бодит үнэ цэнтэй ч, нөгөө талаас платформууд нь хэд хэдэн эрсдэлийг дагуулдаг. Эдгээр компаний тандалтад суурилсан бизнес загвар нь хэрэглэгчдийг “Фаустийн наймаа” буюу өөрийн үнэ цэнэтэй, хувийн мэдээллээ наймаалцахад хүргэдэг. Учир нь хүмүүс цахим орчинд хэрэглэхийн тулд хүний эрхийн зөрчилд суурилсан системийг ашиглахаас өөр аргагүйд хүрч байна. Юун түрүүнд дээрх бизнес загвар нь хувь хүний нууцтай байх эрхэд урьд өмнө байгаагүй өргөн хүрээнд халдаж байгаас гадна үүнийг дагаад үзэл бодлоо илэрхийлэх эрхээс авахуулаад итгэл үнэмшилтэй байх, ялгаварлан гадуурхлаас ангид байх зэрэг бусад эрхэд ноцтой заналхийлж байна.

Уг тайлангийн “Тандалтын бизнес” гэх эхний бүлэгт Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook)-ийн тандалтад суурилсан бизнес загвар хэрхэн хэдэн тэрбум хүнээс төлбөр авахгүйгээр үйлчилгээ үзүүлдгийг тайлбарлана. Харин олон нийт мөнгөн төлбөр биш хувийн мэдээллээрээ үйлчилгээний төлбөр төлдөг. Гүүгл (Google), Фэйсбүүк (Facebook) компаниуд энэхүү мэдээллийг цуглуулан улмаар хүмүүст дүн шинжилгээ хийж, тэднийг ангилж, сонирхол, онцлог шинж, ялангуяа зан байдлынх нь талаар таамаглал боловсруулж, эцэст нь үүнийг зар сурталчилгаанаас ашиг олоход ашигладаг.

“Хувийн нууцад халдах нь” хэмээх хоёрдугаар бүлэгт энэхүү нийтийг хамарсан тандалт нь хүний хувийн нууцтай байх эрхийн мөн чанарыг хэрхэн зөрчиж буйг тайлбарлана. Түүнчлэн хэрэглэгчид цахим сүлжээний компаниудын үйлчилгээг авахын тулд нэвтрэхдээ өөрсдийн хувийн мэдээллийг маркетинг, сурталчилгааны зориулалтаар ашиглахыг автоматаар “зөвшөөрсөн” гэж үзэж, мэдээлэлтэй харьцаж байгаа нь хэрэглэгчдийн хэнд, хэрхэн өөрийн мэдээллээ хуваалцахаа сонгох, шийдэх эрхэд халдаж байна.

Эцэст нь технологийн салбарын зохицуулалтгүй эрин үе дуусаж байгаа нь тодорхой бөгөөд цаашид төрийн зүгээс зохицуулалт шаардлагатай боловч технологийн салбарын зохицуулалт ямар хэлбэрээр явагдахаас үл хамааран төрөөс хүний эрхэд суурилсан хандлагыг баримтлах ёстой. Засгийн газрууд хүний эрхийг бүх нийтэд хүртээмжтэй болгож, эдлүүлэхэд чиглэгдсэн дижитал төрийн бодлого хэрэгжүүлэх, хувийн мэдээллийн тандалтыг багасгаж, эсхүл иргэдийн интернэтэд итгэх итгэлийг сэргээх зэргээр бүтцийн шинэчлэл хийх замаар тандалтад суурилсан бизнес загварын хүний эрхэд учруулж буй хор уршгийг бууруулах алхмуудыг авч хэрэгжүүлэх шаардлагатай байна.

UIH.MN
СУДАЛГААНЫ САН

ИНДЕКС: ASA 23/5183/ 2022
2022, НЭГДҮГЭЭР САР
ХЭЛ: АНГЛИ
amnesty.org

ЭМНЕСТИ
ИНТЕРНЭШНЛ

