

Google就隱私權議題與美國FTC達成初步和解，消費者團體呼籲FTC採取更嚴厲的手段



今年三月底，Google與美國聯邦貿易委員會(Federal Trade Commission, FTC)就Buzz案達成和解。2010年時FTC控告Google Buzz未確實保護消費者的個人資料，侵犯了消費者的隱私權，違反「聯邦貿易委員會法」(FTC Act)以及美國與歐盟所訂定之「安全港架構協議」(U.S.-EU Safe Harbor Framework)。FTC表示，Google搭配在其Gmail中的網路社交服務Buzz，讓Gmail使用者誤以為其可以自主決定是否加入該社群，但事實上縱使Gmail使用者選擇不加入，也無法完全移除此項服務。甚者，選擇加入Buzz的消費者，亦無法找到明確的方式，控制其分享的個人資料。FTC控告Google未取得消費者的同意，將Gmail的資料(通訊錄名單)供社交網路使用，構成目的範圍外的使用。

依據Google與FTC和解內容，Google必須執行一套更為嚴謹的隱私權制度，不得再有誤導消費者其個人資料開放程度的行為，並且在爾後二十年都需接受獨立機構的隱私審查。初步和解內容開放30天(至2011年5月2日)供社會大眾提供意見，之後FTC將提出最終和解內容。迄今為止，消費者團體提出的意見，包括要求FTC限制Google持有個人資料的時間，將隱私權保護制度適用到其所有的產品，對其儲存於雲端系統的個人資料進行加密動作，以及在進行個人資料蒐集前，應彈跳出視窗取得消費者同意等

值得注意的是，FTC在和解案中關於隱私權政策的客體所使用的語彙為「涵蓋資料」(covered information)而非「個人資料」(personal information)，「涵蓋資料」所包含的範圍除了傳統的「個人資料」，尚包含IP位址、個人實體位址，以及通訊名單等等。

本案是FTC首度依職權要求業者採取更為嚴謹的隱私權保護制度以保障消費者權益，亦是FTC初次依「安全港架構協議」所採取的行動。本案對於線上服務的隱私權保護無疑是一大進展，但亦有論者擔心嚴苛的隱私權保護制度，反將造成小公司或新業者市場參進的障礙，愈發壯大Google的市場地位。

除此之外，Google的Buzz服務亦被消費者以集團訴訟提起告訴，最終和解金為850萬美元。

隨著Google成為搜尋引擎界的龍頭，其近年的一舉一動皆備受美國以及歐洲管理當局嚴密注意，今年二月份時，Google即時街景服務亦因不當蒐集個人資料而被法國裁罰14萬美元。

相關連結

- [Network World website](#)
- [FTC website](#)
- [YAHOO News](#)
- [FindLaw website](#)
- [Infosec Island website](#)

謝孟珊

資深法律研究員 編譯整理

上稿時間：2011年04月25日

資料來源：

FTC website, 2010年3月30日，<http://www.ftc.gov/opa/2011/03/google.shtm>，最後瀏覽日：2011年04月22日

FindLaw website, 2010年3月31日，http://news.findlaw.com/ap/high_tech/1700/03-30-2011/20110330083500_04.html，最後瀏覽日：2011年04月22日

Infosec Island website, 2010年4月13日，<https://www.infosecisland.com/blogview/12823-FTC-Privacy-Enforcement-and-the-Google-Buzz-Settlement.html>，最後瀏覽日：2011年04月22日

YAHOO News, 2010年3月30日，http://news.yahoo.com/s/afp/20110330/pl_afp/usitcompanyprivacyinternetgoogleftc，最後瀏覽日：2011年04月22日

Network World website, 2010年4月21日，<http://www.networkworld.com/2011/042111-groups-push-for-additions-to.html>，最後瀏覽日：2011年04月22日



推薦文章