

Facebook i Twitter sprzedawały dane twórcom narzędzi do inwigilacji

13 października 2016

Na rynku są już narzędzia umożliwiające policji inwigilowanie uczestników protestów w oparciu o dane z social mediów. To może oburzać, ale dodatkowo wyszło na jaw, że m.in. Facebook, Twitter i Instagram miały porozumienia z twórcami tych narzędzi.

W ubiegłym tygodniu pisano, że policja w USA zbiera informacje o uczestnikach demonstracji poprzez monitorowanie mediów społecznościowych. Policjanci używają do tego celu specjalnych narzędzi analitycznych jak Geofeedia albo Media Sonar. Dzięki temu stróże prawa wchodzą w posiadanie informacji kto uczestniczył w proteście, kto mógł widzieć określone zdarzenia itd.

Samo zbieranie takich informacji jest kontrowersyjne. Poza tym twórcy narzędzi do analizy wręcz reklamują swoje produkty jako przeznaczone dla „sektora publicznego”. Ze stron tych produktów nie dowiesz się wszystkiego o ich działaniu. Jeśli chcesz kupić dostęp do Geofeedia albo Media Sonar, musisz podać swoje dane i dopiero konsultant udzieli Ci wybranych informacji. Widać wyraźnie, że twórcy tych narzędzi chcieli by pewne rzeczy pozostały między nimi a organami ścigania.

Organy ścigania są zobowiązane do udzielania informacji publicznej. Ten fakt wykorzystała organizacja American Civil Liberties Union (ACLU), która najpierw pozbierała informacje o tym ile agencji policyjnych korzysta z analizy social mediów.

Następnie ACLU dotarła do e-maili, jakie przedstawiciele Geofeedia wysyłali do organów ścigania próbując sprzedać swój produkt. Jeden z takich e-maili wyraźnie mówi o tym, że

Geofeedia nie pobiera danych zwykłymi kanałami. Dostawca narzędzia do inwigilacji płaci Twitterowi, ma też jakąś umowę z Instagramem.

Kolejny e-mail z roku 2016 mówi, że Geofeedia weszła w „poufne prawnie wiążące porozumienie z Facebookiem”. To porozumienie ma dawać dostęp do danych, których nie ma żadna konkurencja.

ACLU dodatkowo ustaliła, że Instagram i Facebook udostępniły deweloperom Geofeedia dostęp do swoich API, które umożliwiały m. in. pobieranie postów z określonych lokalizacji oraz powiązanych z określonymi wydarzeniami lub miejscami. Współpraca w tym zakresie została zakończona 19 września. Również Twitter zakończył współpracę z Geofeedia po wcześniejszych nieudanych próbach zmiany umowy w taki sposób, aby dane nie mogły służyć do inwigilacji.

Jak już pisaliśmy, sama analiza social mediów nie jest niczym nadzwyczajnym. Korzystają z tego różne firmy i media, ale w przypadku organów ścigania sprawa staje się kontrowersyjna. Narzędzia do analizy oferują „nielimitowane przechowywanie danych”. Organy ścigania mogą więc gromadzić ogromne ilości informacji o osobach, które nie są przestępcami czy podejrzanymi. Do gromadzenia tych informacji dochodzi przy okazji protestów społecznych, a więc de facto dochodzi do masowego zbierania informacji o osobach wyrażających określone poglądy.

Wszyscy wiedzą, że firmy takie jak Facebook i Twitter zarabiają na sprzedaży danych. Zwykle jednak te firmy nie informują przed rejestracją, że Twoje dane mogą być przekazane policji jeśli będziesz wyrażać swoje poglądy! Owszem, Twitter czy Facebook nie przekazywały danych policji, ale jednak przekazywały je firmie reklamującej produkty do inwigilacji adresowane do policji. Niby dane zostają w „prywatnych rękach”, a tak naprawdę trafiają do władz.

Na co dzień przedstawiciele Facebooka i Twittera lansują się

na obrońców wolności słowa. Facebook publikuje swój raport przejrzystości, w którym niby to uczciwie informuje jak często był zmuszony do udzielania informacji władzom. Niestety ten raport nie obejmuje danych przekazanych za pośrednictwem producentów narzędzi do inwigilacji. Te dane Facebook przekazał bez nakazu, dobrowolnie, jeszcze wziął za to pieniądze.

Nikt nie broni zarabiać w taki sposób, natomiast wypada być przejrzystym. Firmy powinny ujawniać swoją politykę współpracy z twórcami narzędzi takich jak Geofeedia czy Media Sonar. Zdaniem ACLU byłoby najlepiej, gdyby twórcy social mediów ustalili, iż nie przekazują danych deweloperom narzędzi do inwigilacji (a szczególnie do monitorowania przynależności politycznej, etnicznej, rasowej itd.). Firmy powinny też jasno dać do zrozumienia co robią by egzekwować takie polityki. Powinny istnieć mechanizmy zgłaszania informacji o możliwych naruszeniach takiej polityki.

Autorstwo: Marcin Maj

Źródło: DI.com.pl