

**היבטים מוסריים של הסכמת מפעילי מנועי חיפוש
פופולאריים לצנזר את תוצאות החיפוש בשוק האינטרנט
הסיני: "גוגל" כמקרה מבחן.**



**Google:
Don't be evil.**

תוכן עניינים:

3	מבוא.....
4	פרק 1 – רקע:.....
4	1.1 שוק האינטרנט הסיני – תמונת מצב.....
5	2.1 סקירה - צמצום וחסימת מידע ע"י מפעילי מנועי חיפוש בשוק הסיני.....
6	3.1 הויכוח המוסרי על צנזורה וחופש הביטוי.....
8	פרק 2 - מקרה המבחן - "גוגל" בסין:.....
8	2.1 רקע:.....
8	2.1.1 חברת "גוגל".....
10	2.1.2 מעורבותה של "גוגל" בשוק הסיני והחלטתה לצנזר את מנוע החיפוש שלה.....
12	2.2 – ניתוח היבטיה המוסריים של החלטת "גוגל":.....
12	2.2.1 – ניתוח החלטת "גוגל" בראי גישת היחסיות התרבותית.....
	2.2.2 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי המסגרת התיאורטית של דונלדסון (Donaldson, 1990)
14	(זכויות בשוק הגלובלי).....
16	2.2.3 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי מודל בעלי העניין.....
20	2.2.4 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי מודל השלבים.....
24	פרק 3 - דיון ומסקנות - המוסריות של צנזורת מידע ע"י מפעילי מנועי חיפוש בפעילותם בשוק הסיני.....
26	סיכום.....
28	ביבליוגרפיה.....

מבוא

בשנים האחרונות אנו עדים להשפעה הולכת וגוברת של האינטרנט על כל תחומי חיינו יותר ויותר מהמידע שאנו ניזונים ממנו מגיע אלינו באמצעות כלי זה והחלטה לצנזר מידע זה הופכת, לפיכך, לבעלת חשיבות גבוהה יותר ויותר.

שוק האינטרנט הסיני, המונה יותר מ-220 מיליון גולשים, הוא כיום שוק האינטרנט הגדול בעולם ומוסיף לגדול בהתמדה. הפוטנציאל הטמון בשוק זה קורץ לחברות אינטרנט בינלאומיות אך מציב בפניהן דילמה אתית: האם לקבל את תכתיבי הממשלה הסינית ולצנזר את תוצאות מנועי החיפוש שלהן. השאלה אותה אבחן בעבודתי היא האם ניתן להצדיק מבחינה מוסרית את החלטתן של ענקיות אינטרנט בינלאומיות – "יאהו", "מיקרוסופט MSN" ו"גוגל" – להיכנע לתכתיבי הממשלה הסינית ולצנזר, בפעילותן בשוק הסיני, את תוצאות מנועי החיפוש שלהן.

מקרה המבחן שישמש אותי לניתוח מוסרי הוא של החלטת חברת "גוגל" להקים מנוע חיפוש מקומי לשוק הסיני, שבו מפעילה החברה צנזורה עצמית בהתאם להוראות הממשלה. ההחלטה להתמקד דווקא במדינותיה של "גוגל" נובעת משתי סיבות עיקריות: ראשית, מנוע החיפוש של "גוגל" הוא הפופולארי ביותר בעולם ובעל נתח שוק שעולה על אלו של "יאהו" ו"מיקרוסופט" גם יחד (כהן, 2008). שנית, "גוגל" מקפידה, יותר מכל מתחרותיה, לשווק את עצמה כחברה שמקפידה לשמור על רף מוסרי גבוה במיוחד בפעילותה העסקית. היומרה של "גוגל" לפעול באופן אתי, כפי שבא לידי ביטוי בסיסמת החברה "Don't be evil", גרמה להחלטתה לצנזר את תוצאות מנוע החיפוש שלה לספוג ביקורות רבות הרלוונטיות לניתוח המוסרי שאערוך בעבודתי.

את ההיבטים המוסריים של החלטת "גוגל" אבחן באמצעות ארבעה גישות ומודלים מדיסציפלינתיים מוסריים ועסקיים: גישת היחסיות התרבותית, המסגרת התיאורטית שאותה מציע דונלדסון במאמרו "זכויות בשוק הגלובלי" (Donaldson, 1990), מודל בעלי העניין ומודל השלבים.

הפרק הראשון בעבודה נותן רקע על שוק האינטרנט הסיני ועל פעילותן של מפעילות מנועי חיפוש פופולאריים בשוק זה. כן עוסק פרק זה בויכוח המוסרי על צנזורה וחופש הביטוי, תוך סקירת הטענות המרכזיים נגד צנזורה. **הפרק השני** בעבודה עוסק במקרה המבחן של מדיניות הצנזורה של חברת "גוגל" בשוק הסיני. פרק זה מחולק לשני תתי-פרקים. תת-הפרק הראשון מציג רקע כללי על חברת "גוגל" ועל מעורבותה בשוק הסיני. תת-הפרק השני מנתח את ההיבטים המוסריים של מדיניות הצנזורה של "גוגל", ומחולק גם הוא למספר חלקים: החלק הראשון מנתח את החלטת "גוגל" בהתאם לגישת היחסיות התרבותית. בחלק זה אטען כי בעוד שבאופן עקרוני ניתן להצדיק את ההחלטה על פי היחסיות התרבותית הרי שהגישה עצמה סובלת ממספר בעיות, שחלקן אינהרנטיות וחלקן נובעות ממורכבות המקרה הספציפי, קרי, מכך שבסין קיים שלטון דיקטטורי אשר מדכא את תושביה; החלק השני מנתח את ההחלטה בהתאם למסגרת התיאורטית של דונלדסון "זכויות בשוק הגלובלי". אטען, שעל פי דונלדסון לא ניתן להצדיק את החלטת "גוגל", מאחר שהיא אינה עומדת בחובתה המוסרית המינימאלית לשמור על זכויות בינלאומיות בסיסיות; החלק השלישי מנתח את ההחלטה לפי מודל בעלי העניין. בחלק זה אטען כי בהתאם

לגישת בעלי העניין כפלורליזם מוסרי, הרי ש"גוגל" פעלה באופן בלתי מוסרי, שכן הבעיה המוסרית החמורה ביותר בהחלטה קיימת מול הגולשים הסיניים, אשר סובלים ממדיניות הצנזורה של ממשלתם; החלק הרביעי מנתח את ההחלטה לפי מודל השלבים. אטען בו, שלאור הצעדים שנקטה "גוגל" למזער את נזקי מדיניותה, המצליחים להוות לכל הפחות פשרה טובה, וכן לאור ההסכמה החברתית הקיימת בארגון למדיניות זו, ניתן להצדיק מוסרית את החלטתה לצנזר את תוצאות מנוע החיפוש שלה.

החלק השלישי והאחרון בעבודה, עורך דיון מסכם ומבקש להסיק מסקנות לאור הניתוח המוסרי שנערך בחלק הקודם. בחלק זה אבקש להראות, כי על אף שקיימים יתרונות בעריכת ניתוח מוסרי בהתאם לגישות ומודלים שונים, הרי שלא ניתן בדרך זו להגיע להכרעה מוסרית ברורה בנוגע להחלטה של מפעילות מנועי חיפוש פופולאריים לצנזר את תוצאות החיפוש שלהן בשוק הסיני. זאת מאחר שההגות המוסרית כוללת מגוון רב של אקסיומות סותרות, אשר ניסיון לשלב ביניהן, מבלי לקבל עקרון מוסרי אחד, או לחלופין, לקבוע היררכיה של עקרונות מוסר, אינו יכול להוביל לתוצאות עקביות.

פרק 1: רקע

1.1 שוק האינטרנט הסיני – תמונת מצב

החלטתן של מפעילי מנועי חיפוש לפעול בשוק הסיני נראית טבעית לאור כלכלתה הצומחת של סין בשנים האחרונות. בשנת 2006 צמחה כלכלת המדינה ב-11.1% (CIA world factbook, 2008). אוכלוסיית סין מונה כ-1.32 מיליארד איש, מתוכם כוח עבודה של 795.3 מיליון. המדינה מקיימת קשרים כלכליים עם מדינות רבות בעולם. בשנת 2006 בלבד הגיע שווי הייצוא שלה ל-969.7 מיליארד דולר, בעוד שווי הייבוא שלה הוערך ב-751.9 מיליארד דולר (שם). בעשור הבא צפוי כוח הקנייה של המדינה להיות הגדול בעולם (Khanna, 2007).

כמו השוק הסיני כולו, כך צומח גם שוק האינטרנט במדינה. נכון לסוף שנת 2007 מנה שוק זה כ-162 מיליון משתמשים ופרשנים העריכו כי יעקוף בגודלו את השוק האמריקני בתוך שלוש עד חמש שנים (אונג וליו, 2007). הם טענו: כבר בשנת 2008 הגיע מספר הגולשים במדינה למעל 220 מיליון והפך את סין לבעלת שוק האינטרנט הגדול בעולם (AP, 2008). כך, בתקופה של עשר שנים גדל מספר הגולשים במדינה ב-1625% (Dann & Haddow, 2008).

שוק האינטרנט הסיני גבר אולי על זה האמריקני בגודלו, אך לא בשימוש החופשי ברשת שהוא מאפשר. כחלק ממאמצי השליטה של ממשלת סין על המידע הזורם ברשת, מושקעים משאבים עצומים ברגולציה, מעקב וחסויה של התנהלות המשתמשים השונים באינטרנט (Hachigian, 2001; Rayburn & Conrad, 2004). אחד האמצעים המרכזיים בהם משתמשת הממשלה הסינית הוא הפעלת "חומת האש הגדולה"¹ שמאפשרת חסימה של אתרים רבים ובניהם קישורים לתוצאות חיפוש של מפעילי המנועים (Dann & Haddow, 2008).

¹ חומת אש היא מערכת לניטור וחסימת התקשורת בלתי רצויות דרך [רשת התקשורת](#) שהמחשב מחובר אליה, המיושמת [כתוכנת מחשב](#) או [כחומרה](#) ייעודית

אמצעי נוסף שבו נוקטת ממשלת סין הוא הפעלת כוחות שיטור שאוכפים את תקנות הצנזורה הרשמיות הקובעות אלו חומרים אסורים לפרסום באינטרנט. התקנות חלות על כל דרכי השימוש הנפוצות ברשת – אימיילים, בלוגים, צ'אטים, פורומים וכו'. תקנות אלה מנוסחות בצורה מעורפלת ואינן מספקות הנחיות ברורות וחד-משמעיות לגבי אלו תכנים אינם מותרים להפצה ברשת (Reyburn & Conrad, 2004; Lacharite, 2002).

הכלים הללו מהווים אמצעי צנזורה בידי הממשלה הסינית כלפי תכנים שהיא אינה מעוניינת שאזרחיה ייחשפו אליהם. תכנים אלו כוללים בין השאר מידע שגורם למשטר להיראות רע או נותן במה למתנגדיו. בין השאר חוסמת הממשלה קישורים למידע על טיבט, על טבח הסטודנטים בכיכר "טיאנמיין", על תנועת ה"פאלון גונג" ועוד (Wu, 2007).

ממשלת סין משקיעה מאמצים ומשאבים אדירים בצנזור רשת האינטרנט, ואף מסתייעת לשם כך בטכנולוגיות של חברות מערביות (Dann & Haddow, 2008). עם זאת המדינה אינה יכולה לשלוט במידע העובר ברשת באופן מושלם וקיים קושי, שהולך וגדל יחד עם מספר המשתמשים, לנתר באפקטיביות את העברתו. גורם נוסף שתורם לקושי הוא העובדה שכללי הצנזורה, לא זו בלבד שמנוסחים באופן מעורפל, אלא אף נאכפים באופן שרירותי ובלתי עקבי. ההחלטה אלו אתרים לחסום נתונה בידי המשרד לביטחון פנים (Ministry of State Security) שהחלטותיו מתקבלות ללא דפוס הנראה לעין. התוצאה הנה שאתרים רבים נחסמים ונפתחים לסירוגין (Lacharite, 2002). חברות אינטרנט זרות שמעוניינות לפעול בסין נאלצות לבחור בין קבלת תכתיבי הממשל לבין ויתור על שוק האינטרנט הגדול בעולם. כפי שנראה בתת הפרק הבא, בחרו ענקיות האינטרנט "מיקרוסופט", "יאהו" ו"גוגל" לפעול בהתאם לכללי הצנזורה הנהוגים בסין ולהפעיל צנזורה עצמית על שירותי האינטרנט שלהן.

1.2 סקירה - צמצום וחסמת מידע ע"י מפעילי מנועי חיפוש בשוק הסיני

כאמור, נעזרת ממשלת סין בחברות פרטיות לשם ביצוע מדיניות חסימת המידע ברשת. בבת-פרק זה אסקור בקצרה את פעילותן של שלוש מפעילות מנועי החיפוש המובילות בעולם - "מיקרוסופט", "יאהו" ו"גוגל" – בסין. בחרתי להתמקד בחברות הללו מכיוון שככל שגדל המידע ברשת והשימוש בו נעשה משמעותי יותר לחיינו, כך הופכת פעולת החיפוש לממשק העיקרי של הגולש מול כמות המידע הנראית כאינסופית (בטל, 2006). החלטתן לצנזר או שלא לצנזר את מנועי החיפוש שלהן הופכת אם כן, למשמעותית במיוחד.

"מיקרוסופט" לוקחת חלק בתכנית הצנזורה העצמית של הממשלה הסינית, תוך עמידה בתקנות ובכללים שמסדירים את זרימת המידע ברשת במדינה. כך, חיפוש מושגים כמו "דמוקרטיה", "חופש" ו"הפגנה" בפורטל הסיני של מיקרוסופט, מעלה התראה כי הגולש ביקש חומר אסור ובקשה ממנו להסיר מילים אלה משורת החיפוש (Dann & Haddow, 2008). מדיניות זו של "מיקרוסופט" זיכתה אותה בביקורות רבות וחבר בהנהלתה, ג'ק קראמהולץ, אף התבקש להופיע בפני ישיבה מיוחדת של ועדת החוץ של

הקונגרס האמריקני שעסקה בנושא. קראמהולץ טען, בתגובה לביקורות על החלטתה של "מיקרוסופט" לשתף פעולה עם מדיניות הצנזורה, כי כל חברה שמבקשת לעשות עסקים במדינה זרה מחויבת לעמוד בחוקים של אותה מדינה. הוא הוסיף ששום מדינה, כולל ארצות הברית, לא תאפשר לחברה פרטית לפעול בתחומיה תוך הפרת החוק המקומי (שם). גם מייסד "מיקרוסופט", ביל גייטס, הגן על החלטת החברה, בטענה שבטווח הארוך פעילות עסקית של חברות זרות בסין תגדיל את החופש ואת זרימת המידע במדינה (שם).

מדיניותה של "יאהו" בשוק הסיני מהווה היענות גדולה אף יותר לדרישות הממשלה לא זו בלבד ש"יאהו" מפעילה צנזורה עצמית על תוצאות מנוע החיפוש שלה, היא אף סוגרת אתרים בשרתיה ואפילו מוסרת פרטים אישיים על משתמשים בשירותיה לשלטונות הסיניים (שם). כך לדוגמה, בשנת 2003 מסרה יאהו פרטים על המשתמש לי זי (Li Zhi), שפרסם באינטרנט ביקורות שבהן הוא מאשים פקידי ממשל בשחיתות. מסירת המידע הסתיימה בהטלת עונש מאסר של שמונה שנים על זי. דוגמה נוספת הוא המשתמש שי טאו (Shi Tao), שנאסר לעשר שנים בגין "שימוש אסור" באינטרנט. גם עליו קיבלו השלטונות הסיניים מידע מ"יאהו". בישיבת ועדת החוץ של הקונגרס טענה החברה שלא ידעה מה אופי החקירה שמתנהלת נגד גולשים אלו כשמסרה את המידע אודותם, וכן שמסירת המידע התבצעה בהתאם לחוק הקיים בסין, שאי ציות לו היה חושף את עובדי "יאהו" בסין לסכנת העמדה לדין ועונשי מאסר (שם).

"גוגל" הייתה האחרונה מבין שלוש החברות להיכנס לפעילות עסקית בסין וככזו הייתה גם האחרונה להפעיל מדיניות של צנזורה עצמית. סיסמת החברה "Don't be evil" ומשימתה המוצהרת "לארגן את כל המידע שבעולם ולהופכו זמין ושימושי לכל אחד" (Google Inc, 2008a), גרמו לה לספוג ביקורות רבות על מדיניותה בשוק הסיני. בפרק 2 של עבודה זו אעשה שימוש ב"גוגל" כמקרה מבחן לדיון במדיניות הצנזורה העצמית של חברות אינטרנט בסין. בפרק זה אתאר בהרחבה את מעורבותה של "גוגל" בשוק הסיני ואת החלטתה לצנזר את מנוע החיפוש שלה.

1.3 הויכוח המוסרי על צנזורה וחופש הביטוי.

בתת-פרק זה אסקור תחילה כמה מן הנימוקים המוסריים המרכזיים המושמעים בעד חופש הביטוי ונגד הפעלת צנזורה על מידע. לאחר מכן אבקש לבחון עד כמה תקפים טיעונים אלו ככל שמדובר בצנזורה באינטרנט, כפי שמפעילה ממשלת סין.

אחד ההוגים המרכזיים שעסקו בצידוקים להגנה על חופש הביטוי הוא ג'ון סטיוארט מיל. בספרו "על החירות נותן מיל בסיס פילוסופי מוסרי לחופש הביטוי והמידע ומתנגד לצנזורה. מיל מציג שלושה טיעונים מרכזיים (מיל, 2006): ראשית, השמעת דעות ועמדות היא חשובה מכיוון שהן יכולות להכיל אמת (לפחות חלקית), והגבלה של חופש הביטוי עלולה למנוע חשיפה של אמיתות שנית, ללא אפשרות לאתגר עמדות רווחות, עלולות עמדות אלה להיחלש באופן פרדוקסאלי, משום שהפיכתן למובנות

מאליהן מצמצמת את החשיבה עליהן והעיסוק בהן. הגבלות על חופש הביטוי ימנעו מאנשים לאתגר את הדעות הרווחות הללו. שלישית, מיל תופס את היכולת לבחור בחירה רציונאלית בין אלטרנטיבות שונות, בהתאם לתפיסת הטוב של האדם, כאלמנט חשוב בחיים הטובים ובמימושם. חסימת מידע על ערכים ודרכי חיים חלופיות וכמו כן חסימת ביקורות על דרכי החיים המוכרים מונעת מאנשים להרהר, לחשוב ולבחור בין אלטרנטיבות או לכל הפחות מצמצמת את האלטרנטיבות המוכרות לבחירה. למען לאפשר את מימוש החיים הטובים, חופש מידע וביטוי הוא הכרחי וצנזור מידע זה הנו פסול מוסרית.

יחד עם זאת מיל מודע לבעייתיות שקיימת כאשר שימוש בחופש ביטוי פוגע באדם אחר, למשל, על ידי חשיפת מידע אישי (פגיעה בפרטיות) או על ידי פגיעה בשם הטוב. קיימים סוגים שונים ורבים של פגיעות שנעשות באמצעות מימוש של חופש הביטוי, כגון הסטה לפגיעה פיסית בבני אדם וברכוש, הסטה לגזענות ועוד. לפיכך מציע מיל את עקרון הנזק, שפירושו שיש להתיר כל מעשה כל עוד הוא אינו פוגע באחרים (שם).

עמדתו של מיל בנוגע לחשיבות חופש הביטוי מקבלת ביטוי בסעיף 19 לעצרת זכויות האדם של האו"ם (Universal Declaration of Human Rights, 1948) שקובע שחופש הדעה, הביטוי והמידע הינם זכויות אדם בסיסיות. הצהרה זו מעידה, לפחות לכאורה, על קבלה אוניברסאלית של הערכים התומכים בביטוי חופשי ומתנגדים לצנזורה, בהיותה חתומה ע"י כל המדינות החברות באו"ם.

האופי החופשי והאנרכיסטי של האינטרנט בראשית ימיו, בצירוף להיותו מדיה גלובלית חסרת גבולות, עורר דיון בנוגע לשאלת הצנזורה של מדיה זו (Ebbs & Rheingold, 1997). גון ווקרט (Weckert, 2000) במאמרו "מה כל כך רע ברגולציה באינטרנט?", טוען שאין זה בלתי מוסרי לצנזר את האינטרנט, כפי שאין זה בלתי מוסרי להגביל מדיות אחרות ומתבסס על עקרון הנזק של מיל להצדקת טענותיו. ואולם, מאמרו של ווקרט עוסק בצנזורה של תכנים פורנוגרפיים, גזעניים או של הסטה לפשעים ואינו מתייחס לסוג הצנזורה הפוליטית שקיים בסין.

הצנזורה על האינטרנט בסין היא חלק ממדיניות רחבה יותר של הממשל להגביל את חופש הביטוי במדינה על מנת למגר התנגדויות פוליטיות. כך, נאסר על אזרחי סין להפגין, לבקר בפומבי את פקידי הממשל ולסחור באופן חופשי במידע, אלא אם מאשרת הממשלה פעולות אלה בהוראת שעה (Dann & Haddow, 2008). ניתן לראות שלא ניתן להצדיק מדיניות זו על בסיס עקרון הנזק של מיל: ההגבלות על חופש הביטוי, וביניהן הרגולציה של האינטרנט, לא מגינות על חפים מפשע אלא מחזקות את האידיאולוגיה והשליטה של המפלגה השלטת הצנזורה הקיימת בסין (ראה פרק 1.1) שחוסמת מידע על בסיס פוליטי, אידיאולוגי ולמען למנוע ביקורת על הממשל, שרודפת וחוסמת מידע על תנועות רוחניות (כגון ה"פאלון גונג"), על ההיסטוריה המקומית (כיכר "טיאנמן") ומטילה צנזורה בצורה שרירותית

(Kalathil,2003) (Lacharite,2002) , אכן מונעת חשיפה של אמיתות, מונעת מלאתגר קונספציות רווחות ומונעת מימוש של החיים הטובים לפי מיל.

בהתאם לערכים שמתווה מיל ניתן לקבוע, אם כן, שהצנזורה שהשלטון הסיני מפעיל ומחייב אחרים להפעיל אינה מוסרית. לאור מסקנה זו אבקש לבחון בהמשך העבודה את מוסריות החלטתן של מפעילי מנועי חיפוש גדולים לקבל את תכתיבי הממשל הסיני לקחת חלק באותה צנזורה על מנת לבחון סוגיה זו. אנתח את מעורבותה של חברת האינטרנט "גוגל" בשוק הסיני כמקרה מבחן. הניתוח המוסרי של מקרה המבחן ייערך על פי מספר גישות ומודלים שנעשה בהם שימוש בדיסציפלינת המוסר והעסקים גישת היחסיות התרבותית, המסגרת התיאורטית שמציע דונלדסון (Donaldson, 1990) במאמרו "זכויות בשוק הגלובאלי", מודל בעלי העניין ומודל השלבים.

פרק 2 - מקרה המבחן - "גוגל" בסין:

2.1 רקע:

2.1.1 חברת "גוגל".

א. "גוגל": לידתה והצגתה

"גוגל" הנה אחת מחברות האינטרנט הגדולות בעולם, שהונה מוערך כיום בכמאה וחמישים מיליארד דולר (NASDAQ.com, 2008). החברה היא חברה ציבורית, שהונפקה לבורסה ב-19.8.2004 (בטל, 2006). השם "גוגל" לקוח מהמילה "גוגול", שמו של המספר המורכב מהסיפרה אחת ואחריה מאה אפסים. מייסדי החברה בחרו לקרוא לה על שם מספר ענק זה כדי להדגיש את היקפה הרחב של הרשת ושל השירות הניתן על ידיהם (שם).

משימתה המוצהרת של "גוגל", כפי שהיא מוגדרת באתר החברה, היא "לארגן את כל המידע שבעולם ולהפכו זמין ושימושי לכל אחד" (Google Inc, 2008a). במסגרת משימה זו, התרחבו עיסוקיה של "גוגל", מאז הקמתה בשנת 1998, לתחומים רבים, ביניהם שירותי דואר אלקטרוני, אתר שיתוף וידאו, שיתוף תמונות, פרויקט "גוגל פרינט" שמטרתו לסדר את ספרי הקריאה בעולם באינדקס חיפוש, שירות צילומי לוויין ועוד. עיסוקה המרכזי של החברה היה ונשאר מנוע החיפוש שלה (google.com), המשרת מיליוני גולשים ברחבי העולם מדי יום (בטל, 2006).

מייסדיה של "גוגל", לארי פייג' וסרגיי ברין, נפגשו לראשונה בקיץ 1995 במהלך סיור באוניברסיטת "סטנפורד", אותו ערך ברין, דוקטורנט בשנתו השנייה באוניברסיטה, לסטודנטים ששקלו להירשם בה ללימודים. היכרותם של ברין ופייג', שהחלה ברגל שמאל והתאפיינה בויכוחים בלתי פוסקים בין השניים, הובילה בסופו של דבר ליצירת קשרי חברות ביניהם, לאחר שהחל פייג' את לימודי הדוקטורט שלו ב"סטנפורד" (שם). הדוקטורט של פייג', שעסק במיפוי הקישורים ברשת האינטרנט ובניסיון למצוא

ולסווג הפניות לאחור² (שם), ריתק את ברין והוא החליט להצטרף לפרויקט ולתרום לו מכישרונו המתמטי. שיתוף הפעולה בין השניים הוביל ליצירת האלגוריתם "פייג'-רנק" (PageRank), על שמו של פייג'³ (שם). האלגוריתם, המאפשר דירוג אתרי אינטרנט לפי מספר הקישורים אליהם ואופיים, היווה את פריצת הדרך למנוע החיפוש "גוגל". הגרסה הראשונה של "גוגל" עלתה לאתר "סטנפורד" באוגוסט 1996 והפכה ללהיט בקרב חובבי הטכנולוגיה באוניברסיטה.

מנוע החיפוש שייסדו ברין ופייג' השיג תוצאות טובות מאלו של מנועי החיפוש הגדולים של אותה תקופה, אך צרך משאבי מחשב רבים לשם התמודדות עם הגידול ברשת האינטרנט. צמד הסטודנטים היה חסר יכולת כלכלית להתמודד עם הפרויקט לבדו והמשאבים שהפנתה האוניברסיטה לפרויקט לא הספיקו. בסוף שנת 1998 נפגשו השניים עם אנדי בקטולשיים, ממקימי החברה הטכנולוגית "סאן מיקרוסיסטמס", שהיה פעיל בהשקעות בחברות מתחילות בקטולשיים התרשם ממנוע החיפוש והחליט להשקיע בו סכום של מאה אלף דולר (שם). בעקבות ההשקעה הוקמה חברת "גוגל" רשמית ב-7.9.1998, כשפייג' מכהן בתפקיד מנכ"ל החברה וברין בתפקיד הנשיא (שם).

בשנת 1999 הצליחו פייג' וברין לגייס מעל לעשרים וחמישה מיליון דולר ממשקיעים והחברה כללה כבר למעלה משישים עובדים. במרס 2001 הצטרף לחברה אריק שמידט, שקיבל על עצמו את תפקיד המנכ"ל ויושב הראש שלה. כטיפוסים חזקים ודעתניים, לא ויתרו פייג' וברין על כוחם בחברה והם חולקים את ניהולה עם שמידט במסגרת מבנה משולש המבוסס על הסכמה ושותפות (שם).

רבים מייחסים את הצלחתה של "גוגל" למודל העסקי המהפכני בו בחרה, המאפשר למפרסמים לקבל תנועה איכותית לאתריהם ולשלם על תנועה זו בלבד, קרי, על פי מספר הפעמים שגולשים נכנסו למודעת הפרסומת במקום על פי מספר הגולשים הכללי באתר המפרסם. מודל עסקי זה הוכיח את עצמו והניב לחברה צמיחה חסרת תקדים. בסוף שנת 2001 הכיל האינדקס של "גוגל" מעל לשלושה מיליארד מסמכים ובתחילת שנת 2002 שירתה החברה שאלות חיפוש ביותר מארבעים שפות (שם). באותה שנה הרוויחה החברה כמעט 100 מיליון דולר מתוך הכנסות ברוטו של ארבע מאות וארבעים מיליון (שם). נסיקתה המטאורית של החברה נמשכה, ובעת הנפקתה בשנת 2004 הוערך שווי השוק שלה בכחמישים מיליארד דולר (שם), שווי שממשיך וגדל משמעותית עד היום.

ב. "Don't be Evil": התנהלותה האתית של "גוגל"

הסיסמה "Don't be Evil" נולדה ב-19 ביולי 2001 בפגישה של תריסר עובדים ותיקים ב"גוגל", שנתכנסה למען ניסוח ערכי הליבה של החברה, בכדי שאלו יוכלו להיות מופצים לכל העובדים החדשים שהצטרפו בעקבות הצמיחה המטאורית שחוותה החברה (שם). האווירה בפגישה הייתה של התלהבות וקלילות, והמשתתפים החלו למנות את עקרונות היסוד שצריכים, לדעתם, לייצג את "גוגל". לאחר

² ב"הפניות לאחור" הכוונה להיפוך כיוון הקישורים באינטרנט כך שהאתר יכול "לדעת" אילו אתרים מפנים אליו.

³ האלגוריתם לוקח בחשבון הן את מספר הקישורים לאתר מסוים והן את מספר הקישורים לכל אחד מהמקשרים ובסופו של דבר אתרים פופולאריים עלו לראש רשימת האנוטציות שלהם והאתרים הפופולאריים פחות נשרו לתחתית הרעיון להשתמש בדירוג האתרים לצורך חיפוש נראה טבעי (בטל, 2006).

שנזרקו לחלל האוויר מיני קלישאות מהסוג הקל והנוח ("להתייחס לכולם בכבוד", "להגיע בזמן לפגישות" וכדומה), פלט המהנדס פול בוכהייט: "במקום כל זה אפשר פשוט לומר "Don't be Evil". שלוש המילים הללו הפכו במהרה לסלוגן החברה, והשפעתן הורחבה עם הזמן מהיחסים הפנים-חברתיים של עובדי "גוגל", לאופן שבו שואפת החברה לנהוג כלפי העולם. סיסמה פשטנית זו קנתה את ליבם של מעריצים רבים, אך באותה עת הציבה לחברה סטנדרטים בלתי מציאותיים בעולם גלובלי מורכב, והפכה את החברה למטרה נוחה לביקורת, שלא פסחה עליה גם במקרה של פעולותיה בסין (O'Rourke IV & Harris & Ogilvy, 2007).

הקושי ליישם את הסיסמה היומרתית בחיי היומיום של עובדי החברה, ניכר באופן בו נוסח הקוד האתי של "גוגל". קוד זה, שהוא למעשה קוד התנהגות לעובדים, כולל סעיפים רבים המספקים כללי התנהלות של העובדים בינם לבין עצמם וכלפי גורמים חיצוניים, אך אינו מציג חזון אתי כולל, שביכולתו להכווין את החברה כולה. הקוד מתרכז בנהלים פנימיים ובמחויבותם של העובדים לשמור על החוק ועל יושר בהתנהלותם העסקית. ניתוח של קוד ההתנהגות בגרסתו המעודכנת (הקוד מעודכן מפעם לפעם ועודכן לאחרונה ב-30 בינואר 2007), אינו נותן לנו כלים שבאמצעותם נוכל לשפוט את מרבית החלטות החברה, כגון החלטת הצנזורה בשוק הסיני. ניתן לומר רק שאין בקוד זה דבר הסותר את החלטת "גוגל" (Google Inc, 2008b).

דוגמה להתנהלותה של "גוגל" בהתאם לעקרון "Don't be Evil", ניתן למצוא במאבקה נגד משרד המשפטים האמריקני בדצמבר 2005. משרד המשפטים שלח זימון למפעילי שירותי החיפוש בארה"ב, הדורש מהם למסור פרטים אישיים של גולשים, לצורך חקירה של פדופילים באינטרנט. "גוגל", וכמה חברות נוספות כמו "יאהו" ו"מיקרוסופט", נדרשו להעביר דגימה של מיליון חיפושים שנערכו במהלך שבוע מסוים. בעוד שמתחרותיה נענו לדרישת משרד המשפטים, "גוגל" סירבה והחלה בהליכים משפטיים נגד הזימון, וזאת על מנת להגן על פרטיות הגולשים (O'Rourke IV et al., 2007). החלטה זו, יחד עם מחויבותה המוצהרת לא להיות רשעית, זיכתה את החברה בפופולריות רבה. "גוגל", שהסתמכה על יחסי ציבור ודחתה את אמצעי השיווק המסורתיים, יכולה הייתה לזקוף הרבה מהצלחתה לזכות המוניטין האתי שלה. מוניטין זה עמד למבחן עקב החלטתה לצנזר את תוצאות החיפוש בשוק הסיני, שעל השתלשלותה אעמוד בפרק הבא.

2.1.2 מעורבותה של "גוגל" בשוק הסיני והחלטתה לצנזר את מנוע החיפוש שלה.

על אף חומת האש ומנגנוני הצנזורה שמופעלים ברשת האינטרנט בסין, משתמשי "גוגל" הצליחו לעיתים להשיג גישה למידע שהממשלה הסינית ביקשה לצנזר. בתגובה לכך החלה הממשלה הסינית בסתיו 2002, לנתק לסירוגין את הגישה לאתר גוגל.קום (שם). הדבר הקשה עוד יותר את השימוש באתר "גוגל", שגם כך היה איטי ובלתי יעיל בשל מנגנוני החסימה משתמשים שניסו לבצע חיפוש באמצעות "גוגל" נתקלו בקישורים חסומים ובזמן המתנה משמעותי לקבלת התוצאות

(O'Rourke IV et al., 2007; Wu, 2007). הצנזורה הסינית על "גוגל" המשיכה כשבשנת 2004 השיקה "גוגל" גרסה סינית של שירות החדשות שלה "google news", המרכז ידיעות חדשותיות ממקורות שונים. ממשלת סין הגיבה בחסימת השירות במדינה (Wu, 2007).

הפגיעה בחוויית השימוש ב"גוגל", כתוצאה מאמצעים אלו, פגעה קשות בנתח השוק של החברה בסין כך, למשל, בשנת 2006 החזיקה "גוגל" ב-25.3% בלבד משוק החיפוש הסיני, לעומת 62.1% בהם החזיק המתחרה העיקרי שלה בשוק זה, מנוע החיפוש הסיני Baidu, שהוקם כחיקוי ל"גוגל" (שם). הפסדה של "גוגל" ל-Baidu היה אחד הגורמים שדירבנו אותה, בינואר 2006, להקים את שירות החיפוש המקומי google.cn.

הקמת google.cn הותנתה על ידי הממשלה הסינית בכך ש"גוגל" תצנזר בעצמה את התכנים האסורים מתוצאות החיפוש באתר. ההחלטה ליישר קו עם מדיניות הצנזורה הסינית ולעבור מהשלמה פסיבית עם צנזור תוצאות google.com, ללקיחת חלק אקטיבי במדיניות זו, לא התקבלה בחברה בקלות בהתייחסותה הפומבית להחלטה שקיבלה, הצדיקה הנהלת החברה את פעולותיה בכך שהתועלת הצפויה מן ההחלטה תהיה גדולה מן הנזק שיצמח ממנה. הנהלת החברה טענה שבעוד שהסכמה לצנזר את תוצאות החיפוש אינה עולה בקנה אחד עם מדיניותה של "גוגל", הרי שהאלטרנטיבה – למנוע מהמשתמשים הסיניים שימוש במנוע חיפוש יעיל – עולה בקנה אחד עם מדיניות החברה עוד פחות (O'Rourke IV et al., 2007). כמו כן, ניסתה "גוגל" למזער את נזקי החלטתה בכמה אמצעים. ראשית, קיבלה החברה החלטה ללוות כל חיפוש שהחיל תוצאות מצונזרות בהודעה לגולשים שקיימות תוצאות אשר אינן מופיעות לדרישת הממשלה הסינית. סרגיי ברין הסביר שמדיניות זו נועדה להעיר את תשומת לב הגולשים לצנזורה שמפעילה ממשלתם (Dann & Haddow, 2008; Wu, 2007). שנית, החליטה "גוגל" שלא לכלול בשירות הסיני המקומי שירותים אחרים של החברה, שמערבים מידע אישי של הגולשים, כגון שירות דואר אלקטרוני ובלוגים, וזאת מחשש שהממשלה הסינית תעשה במידע זה שימוש כנגד אותם גולשים (O'Rourke IV et al., 2007). נוסף על כך, הזכיר ברין, שלמשתמשים הסיניים קיימת עדיין גישה לאתר google.com, שאותו ממשיכה "גוגל" לא לצנזר (Wu, 2007).

החלטתה של "גוגל" לשתף פעולה עם הממשלה הסינית עוררה תגובות סוערות, הן מצד משתמשים ברחבי העולם והן מצד ארגונים העוסקים בזכויות אדם וחופש הביטוי. התגובות החריפות נבעו, בין היתר, מהתחושה כי ההחלטה אינה עולה בקנה אחד עם מחויבותה המוצהרת של החברה לאפשר חיפוש חופשי ולהפוך את המידע בעולם לזמין ושימושי לכולם, כפי שבא לידי ביטוי במוטו שלה "Don't be evil".

כך, סקר של המהדורה המקוונת של ה-*Financial Times*, שבחן את עמדת הציבור האמריקני על החלטת הצנזורה, העלה כי 68% מתוך 1697 המשתתפים בסקר, סברו כי "גוגל" נוהגת ברשעות ("Google is being evil"), לעומת 19% בלבד שסברו כי "גוגל" אינה נוהגת ברשעות (FT.com) (online survey, 2006).

החלטתה של "גוגל" זכתה לגלים של ביקורת גם מצד ארגונים שונים בעולם. "עיתונאים ללא גבולות", ארגון בינלאומי להגנה על חופש העיתונות, תקף את החלטת הצנזורה וטען שהיא מקלה על

ממשלת סין לשלוט בתכנים המופיעים באינטרנט (O'Rourke IV et al., 2007). "human rights" (HRW) "watch", ארגון זכויות האדם הגדול בארצות הברית שחוקר מקרים של הפרת זכויות אדם ברחבי העולם, האשים את "גוגל" בשיתוף פעולה עם מדיניות הצנזורה הסינית וטען שללא שיתוף פעולה של חברות אמריקניות עם מדיניות זו, ממשלת סין תתקשה ליישם אותה באפקטיביות (שם). ארגונים נוספים, ביניהם ארגונים פרו-דמוקרטיים וארגונים שנאסרו על ידי הממשלה הסינית, תקפו אף את ההחלטה (Wu, 2007).

הביקורת על "גוגל" לא נעדרה גם מן המערכת הפוליטית בארצות הברית הקונגרס האמריקני קיים מספר דיונים בנושא חופש המידע באינטרנט, בהם הושמעה ביקורת חריפה על החלטת הצנזורה. כך, למשל, תקף חבר הקונגרס הרפובליקני מטעם מדינת אייווה, ג'ים ליץ', את שיתוף הפעולה "המחליא" של "גוגל" עם מדיניות הצנזורה הסינית וטען שהוא הופך את החברה לפונקציונרית של המשטר הסיני (שם). חבר קונגרס נוסף, תום לנטוס, הגדיל לעשות והשווה את המעורבות של "גוגל" בשוק הסיני לשיתוף הפעולה של חברות אמריקניות עם המשטר הנאצי בשנים שקדמו למלחמת העולם השנייה (O'Rourke IV et al., 2007).

בתגובה לביקורות נגדה, הסביר וינט קורף, סגן נשיא "גוגל", שלמוטו "Don't be evil" יש משמעות נלווית, והיא ש"גוגל" מתחייבת שלא לפעול בניגוד לחוק. מאחר שבסין החוק מחייב צנזורה, הרי שהחלטתה של "גוגל", המהווה את הרע במיעוטו בנסיבות הקיימות, היא בהתאם למשימתה המוצהרת ואינה סותרת את המוטו שלה.

2.2 – ניתוח היבטיה המוסריים של החלטת "גוגל":

2.2.1 – ניתוח החלטת "גוגל" בראי גישת היחסיות התרבותית.

גישת היחסיות התרבותית היא גישה שנובעת מהתיאוריה החברתית הפונקציונליסטית, שלפיה המוסר חיוני בהבטחת תפקוד החברה ויציבותה. יחסיות תרבותית טוענת שערכים מוסריים הם יחסיים לתרבות מסוימת (או תת תרבות מסוימת) ולכן כל ערכם, משמעותם ותוקפם של ערכי מוסר אלו נובעים מאותה חברה או תרבות ואינם בעלי משמעות אוניברסאלית או חיצונית לה (גבע, 2000). לפיכך, לפי גישה זו על איש העסקים הבינלאומי, שהולך לעשות עסקים בתרבויות שונות, לנהוג לפי מנהגי התרבות המקומיים ולהימנע מאימפריאליזם מוסרי⁴. מתוך כך, נראה שאם נחליט לקבל את גישת היחסיות התרבותית, אזי נקבל גם ביסוס מוסרי להחלטת "גוגל" שכן החברה פעלה על פי הנורמות והחוקים של התרבות המקומית – התרבות הסינית. כך למשל טוען גורמן (Gorman, 2005) שלתרבויות שונות פרשנויות שונות לגבי תוכן מקובל ותוכן שאינו מקובל וראוי לצנזור.

⁴ להטיל על אחרים את אמות המוסר שלנו (גבע, 2000)

גישת היחסיות התרבותית מעוררת ביקורות רבות. בטרם נקבל גישה זו על השלכותיה, עלינו לסקור ביקורות אלו (גבע, 2000) ולבחון האם הן רלוונטיות לניתוח החלטת "גוגל" לפעול בסין. ראשית, חסידי גישת היחסיות התרבותית מצדיקים את ערכיה של כל חברה, בטענה שהם דרושים למען שמירה על קיומה. עם זאת, ערכי המוסר הללו הם חלק מהותי מאותה החברה שעליה מבקשים לשמור, לכן ההצדקה לוקה במעגליות שנית, השאלה של הצדקה מוסרית היא אינה שאלה פונקציונאלית אלא עקרונית וככזו היא בודקת גם האם החברה ראויה להתקיים. ההנחה כי מה שקיים הוא גם מה שראוי היא כשל נטורליסטי (שם). אלו הן טענות כלליות כנגד הגישה, שטוענות כי היא סובלת מכשל אינהרנטי ולכן יש לזנוח אותה. מבלי להקל ראש בביקורות אלו, אין בכוונתי לוותר על בחינה מעמיקה יותר של החלטת "גוגל" בהתאם לגישת היחסיות התרבותית.

ביקורת שלישית היא כי גישת היחסיות התרבותית מקבלת נורמות התנהגות מבלי לבקר נורמות אלו ומבלי לבדוק האם הן משקפות ניגודיים מוסריים וסתירות חסרות גישור. סתירות כאלה אינן חסרות במרקם החיים הסיני. לדוגמה, בעוד שקיימת בסין חוקה מתקדמת המבטיחה זכויות ליברליות כמו חופש

ביטוי (CONSTITUTION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA)

(, 1982), פועל המשטר באופן הנוגד לחלוטין את החוקה גישת היחסיות התרבותית איננה מתייחסת לניגודים וסתירות אלו.

טענה רביעית היא כי היחסיות התרבותית משמשת לעיתים ככיסוי לשיקולים כלכליים חסרי התחשבות מוסרית ולכן יש לבחון בחשדנות החלטות המנומקות בטיעוניה, מחשש לאופורטוניזם מוסרי. בהיותה חברה עסקית המונעת משיקולים של רווח כלכלי ואינטרסים של בעלי מניות, קשה להוכיח שהחלטת הצנזורה של "גוגל" לא נבעה ממניעים אלו. בהקשר זה יש לזכור שכניסה לשוק זר היא בחירה ולא הכרח, ולכן "גוגל" יכולה לבחור להימנע מכך אם עשייה זו מפרה עקרונות מסר מוחלטים.

חמישית, בגישה זו מקבלים את הנהוג בחברה אחרת אך לא מסתכלים על החברה כמכלול על כל הקבוצות והמעמדות בה, אף שלפעמים הנורמות שמכתיבה הקבוצה השולטת פוגעות ומדכאות קבוצות חלשות. ואכן, בסין קיימות קבוצות שנרדפות, כמו קבוצות "פאלון גונג" ואחרות, ואימוץ של יחסיות תרבותית מצדיק קבלה של מצב זה כלגיטימי. מעבר לכך, כשבדקים את רצונותיהם של מרבית הגולשים בסין, כפי שנעשה בסקר שנערך בשנת 2005 בחמש ערים גדולות בסין, מגלים כי רק 7.6% מעוניינים בהמשך הצנזורה על האינטרנט (Dann & Haddow, 2008). מכאן, ההחלטה לקבל את תכתיבי הממשלה הסינית לא רק שאיננה בהכרח עולה בקנה אחד עם התרבות המקומית, שהיא תרבות הטרוגנית, אלא אף מהווה דיכוי של רוב העם הסיני בהתאם לתפיסותיה של קבוצת המיעוט השולטת לבסוף, ניתן לטעון כי האינטרנט והגלובליזציה דורשים להרחיב את התפיסה הפונקציונאלית הצרה של מדינה או שבט לפונקציונאליות ברמה בינלאומית. טענת היציבות החברתית, שבבסיסה תפיסת היחסיות התרבותית, פועלת נגד רעיון היחסיות ברמת השוק העולמי. כלומר למען פעולה יציבה של שוק בינלאומי דרושים כללי מוסר אוניברסאליים שיאפשרו לנהל עסקים בינלאומיים על בסיס שיקולים ארוכי טווח. גישת היחסיות התרבותית מקבלת את ההבדלים בין תרבויות שונות ולא מנסה לחפש את הערכים המשותפים להן מבחינה מוסרית, שיכולים, אולי, להיות ערכים אוניברסאליים.

קשיים אלו מעודדים אותי לחפש דרכים אחרות לבחון את החלטת "גוגל" להיכנס לשוק הסיני. ואולם, בכדי להתמודד עם קשיים אלו דרושים קריטריונים שלפיהם אוכל להעריך האם נורמה של מוסר יחסי – של תרבות מסוימת – היא ראויה (או אינה ראויה) ברמה אוניברסאלית. כמו כן, יש צורך למצוא את אותם כללי מוסר אוניברסאליים שלפיהם ניתן לבחון את התנהגות "גוגל".
Donaldson (1990), במאמרו "זכויות בשוק הגלובלי", מציע מסגרת תיאורטית שמספקת דרישות אלה ועל כך בתת פרק הבא.

2.2.2 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי המסגרת התיאורטית של דונלדסון (Donaldson, 1990) ("זכויות בשוק הגלובלי").

Donaldson (1990) במאמרו נותן שלושה קריטריונים שביחד מאפשרים לאבחן מהן זכויות בסיסיות בינלאומיות שעל כולם (אנשים, מדינות ותאגידים בינלאומיים) לכבד: 1 – שהזכויות מגנות על דבר בעל חשיבות יתרה שכן טענות בעלות חשיבות שולית, אפילו אם הן לגיטימיות, אינן מקבלות את המעמד של זכויות. 2- הזכות חשופה לאיומים משמעותיים, חוזרים ונשנים. זאת מכיוון שאחרת הטענות לגבי הגנה על דבר מה בעל חשיבות רבה יורחבו ללא גבול. 3- תנאי שאומר שניתן לעמוד כלכלית בהגנה על הזכות וגם שתהיה הוגנות בחלוקת הנטל שהגנה זו מחייבת הסיבה לכך היא שמוסרית לא ניתן להאשים אדם או גוף בכל דבר שהוא לא היה יכול למנוע אותו עקב חוסר אמצעים וגם לא צודק ע"י עמידה בחובה מוסרית לפגוע באחרים בצורה לא הוגנת.

Donaldson משתמש בקריטריונים אלה ומציע רשימה של עשר זכויות שאותן הוא מגדיר כבסיסיות ברמה הבינלאומית: חופש תנועה, הזכות לבעלות על רכוש, חופש מעינויים, הזכות למשפט הוגן, הזכות ליחס ללא אפליה, הזכות לביטחון פיזי, חופש ביטוי והתאגדות, הזכות לחינוך מינימאלי, והזכות להשתתפות פוליטית. לפי Donaldson ישנן שלוש רמות של עמידה בחובה מול הזכות הראשונה, לא לפגוע בזכות בצורה ישירה. השנייה, לסייע להגן על הזכות מפגיעה. והשלישית, לסייע למי שנפגעה זכותו. הוא דורש מישויות שונות רמות חובה שונות ומבדיל בין מדינות יחידים ובין תאגידים בינלאומיים למטרות רווח. לתאגיד בינלאומי יש חובה מינימאלית לכבד את הזכויות ברמה הראשונה, כלומר, לא לפגוע בזכויות בצורה ישירה, ובחלק מהזכויות גם ברמה השנייה של לסייע להגן על הזכות מעבר לכך אין הוא דורש יותר מתאגידים⁵.

מתוך הזכויות הבינלאומיות ש-Donaldson מציע אבחן האם "גוגל" עמדה בחובתה המוסרית המינימאלית כתאגיד בינלאומי מול אותן זכויות, כלומר אבדוק האם לפי המאמר ניתן להשמיע כנגד "גוגל" טענה מוסרית.

⁵ דונלדסון מבדיל בין חובה מינימאלית שלעסק אין שיקול דעת אם לקיימה לבין חובה מקסימאלית, שקיומה נתון לשיקול דעתו של העסק, אם כי כל עשייה מוסרית מעבר לנדרש מוערכת

הזכות שקופצות לעין לבדיקה במקרה של "גוגל" בסין היא הזכות לחופש הביטוי וההתאגדות לגבי זכות זו Donaldson דורש עמידה בחובה ברמה הראשונה וגם בשנייה (בניגוד לארבע זכויות הראשונות שלגביהן הוא דורש עמידה רק ברמה הראשונה).

Donaldson במאמרו נותן את הדוגמה הבאה: תאגיד בינלאומי משתף פעולה עם חוקים שמגבילים את חופש התנועה, שהיו קיימים בשלטון האפרטהייד. Donaldson טוען שעל אף שתפקיד ממשלת האפרטהייד היה חיוני בפגיעה בחופש התנועה של השחורים במדינה, התאגיד גם הוא פגע בזכות זו ואפילו ברמה הראשונה של פגיעה ישירה. באופן דומה ניתן לומר ששיתוף הפעולה של "גוגל" עם הממשלה הסינית והפעלתו של שירות חיפוש מצונזר בסין מהווה פגיעה בזכות לחופש הביטוי וההתאגדות ואי עמידה ברמה הראשונה של החובה הניצבת מול זכות זו. ניתן להתווכח ולומר שבכל זאת "גוגל" לא חסמה לסינים את האתר העולמי הלא מצונזר שלה ושהוסיפה הודעה על קיום הצנזור – הודעה שלא קיימת אצל המתחרים. אך בסופו של דבר טיעונים אלו אינם חזקים מספיק, במיוחד לאור הדרישה מהחברה לעמוד גם ברמה השנייה של החובה העומדת מול הזכות זו שדורשת סיוע למניעת הפגיעה "גוגל", ניתן לטעון, נתנה לגיטימציה לפגיעה בחופש הביטוי, ע"י פתיחת שירות מצונזר משלה, ועל ידי כך שלא עשתה צעדי מחאה כלפי פגיעה זו. לפיכך, אכן מצאתי שלפי Donaldson "גוגל" פגעה בזכות בסיסית בינלאומית בפעולתה בסין ועל כן פעלה בדרך לא מוסרית בהקשר זה יש לציין שמסמך האו"ם בנוגע לנורמות אחריות של תאגידים טרנס-לאומיים⁶ לשמירה על זכויות האדם המעוגנות בהצהרת זכויות האדם של האו"ם (שחופש הביטוי וההתאגדות נכללים בהן), קובע שלתאגידים יש אחריות לקדם ולהבטיח זכויות אלו (Dann & Haddow, 2008).

בזכויות האחרות ברשימה "גוגל" לא פגעה ישירות ועמדה בחובתה מהרמה הראשונה. לגבי הזכויות האחרות הדורשות גם את הרמה השנייה של עמידה בחובה - הזכות ליחס ללא אפליה, הזכות לביטחון פיזי, הזכות לחינוך מינימאלי והזכות להשתתפות פוליטית – ניתן לטעון שאם "גוגל" מודעת להפרתן ע"י שלטונות סין ולא מוחה או פועלת בדרך אחרת לסייע בהגנתן, אזי גם בחובתה המינימאלית כלפיהן לא עמדה החברה. איני מתכוון לדון בכך בעבודה זו, גם משום שכבר ביססנו טענה מוסרית כנגד חברת "גוגל" וגם כי יש לחקור זכויות אלה בנפרד ואין בהיקף עבודה זו מקום לכך.

2.2.3 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי מודל בעלי העניין.

2.3 מודל בעלי העניין

⁶ "Norms on the responsibilities of transnational corporations and other business enterprises with regard to human rights." [http://www.unhcr.ch/huridocda/huridoca.nsf/\(Symbol\)/E.CN.4.Sub.2.2003.12.Rev.2.En?Opendocument](http://www.unhcr.ch/huridocda/huridoca.nsf/(Symbol)/E.CN.4.Sub.2.2003.12.Rev.2.En?Opendocument)

בתת פרק זה אבחן את החלטת "גוגל" להיכנס לשוק הסיני לפי מודל בעלי העניין, המתאר ומנתח את מערכת היחסים בין תאגיד כלכלי לבין הסביבה שבה הוא פועל (גבע, 2000). מודל בעלי העניין, שהנו כלי המיועד, בין השאר, למנהלי עסקים המעוניינים לבחון החלטות בהתחשב גם בהשלכותיהן המוסריות, ישמש אותי על מנת לבחון האם החלטת "גוגל" להיכנס לשוק הסיני הינה בלתי מוסרית. מודל בעלי העניין מחולק לשלוש רמות: הרמה האמפירית, הרמה האינסטרומנטאלית והרמה הנורמטיבית (שם). ניתוח הרמה האמפירית והאינטרסים ודרכי ההשפעה של הרמה האינסטרומנטאלית יובאו בטבלה בעמודים הבאים:



טבלת מודל בעלי
העניין

המשך הרמה האינסטרומנטלית:

מה כדאי (יעיל) ל"גוגל" לעשות בנוגע לכניסתה (והפעלת הצנזורה) או אי כניסתה לשוק הסיני :
ל"גוגל" כדאי להקים אתר מקומי ומצונזר בסין, משום שבהתחשב במימדי השוק והרווח הפוטנציאלי מצד אחד ופעולת המתחרים האמריקאים בשוק זה והצלחתם לצמוח ולהתקיים למרות הביקורת מצד שני, צפוי שהחברה תוכל להרוויח מכך.

3. הרמה הנורמטיבית:

מה ראוי לעשות מבחינה מוסרית?

קפיטליזם קנטיאני – לפי תפיסה רב שילוחית זו על המנהל להיות שלוח של כל בעלי העניין מבלי להעדיף אינטרס של בעל עניין אחד על פני אינטרס של בעל עניין אחר. מקור גישה זו הוא בצו הקטגורי של קאנט לניסוחיו השונים, שמכיל בתוכו ערכים של שיווין והדדיות ואכן, מהצו הקטגורי בא התוקף המוסרי גם לחוסר העדפה של בעל עניין ספציפי על אחר וגם להכרה של אינטרסים כבעלי חשיבות כשלעצמם ולא מתוקף יכולתם להשפיע (גבע, 2000). ואולם, בניסיון ליישם גרסה זו של בעלי העניין למקרה של "גוגל" בסין, אנו נתקלים בבעיה, שכן לבעלי עניין שונים יש אינטרסים סותרים ולא ניתן ליישם את התפיסה השילוחית לטובת כולם. כך לדוגמה, האינטרסים של ממשלת ארה"ב ושל קבוצות הלחץ המבקשות לקדם דמוקרטיזציה בסין, ולכן לא רוצות ש"גוגל" תסכים לצנזר את תוצאות החיפוש שלה, סותרים את האינטרסים של ממשלת סין, המעוניינת להמשיך ולשלוט כדיקטטורה על המדינה ולכן רוצה ש"גוגל" תפעל בארצה לפי התנאים שלה. בעיה נוספת בתפיסה הרב שילוחית היא שתפיסה זו מתעלמת מהעובדה שהתאגיד הוא גוף פרטי והמנהל מתחייב לנאמנות לבעלי התאגיד. זהו פרדוקס בעלי העניין, שכן בכל דרך עקבית שיבחר המנהל הוא יקלע לבעיה מוסרית כשלוח של כל בעלי העניין בצורה שווה המנהל עושה מוסר ללא עסקים ועל ידי כך מועל באמון הבעלים ומתעלם ממהות העסק כפרט; בעוד שנאמנות לבעלי המניות בלבד גוררת עסקים בלא מוסר. בעיות אלה יוצרות צורך לבחון את הסוגיה בגישה אחרת.

גישת בעלי העניין כפרדוקס מוסרי – גישה זו פותרת את הפרדוקס המוסרי בכך שהיא מכירה בשליחות המנהל לבעלי המניות בלבד. עם זאת, אין הדבר פותר אותו מחובה מוסרית לבעלי העניין האחרים מתוקף היותו פרט בחברה, כלומר שליחותו לבעלי המניות לא מסירה ממנו חובות מוסריות שיש לכל אדם בחברה (שם). אך בניסיוני ליישם גישה זו אני מוצא קושי לקיים את רצון בעלי המניות של "גוגל" לרווח ולהיכנס לשוק הסיני מבלי לפגוע בזכות הבסיסית של תושבי סין לחופש ביטוי ומידע הפרדוקס כבר לא אימנטי בגישה נורמטיבית זו, אך בפועל כשמנסים ליישם אותה במקרה זה, הפרדוקס

אינו נפתר. זאת, משום שנשארנו ברמת הדיון המוסרי, ללא עקרונות ברורים מנחים לקביעת היחס בין בעלי המניות לשאר בעלי העניין, ולכן נבחן את הנושא לפי גישה אחרת

גישת בעלי העניין כפלורליזם מוסרי - גישה זו נולדה מתיאוריית הקניין שמכירה בזכות הקניין כחלק ממכלול זכויות ורואה בזכות זו "חבילה" של זכויות (להשתמש בנכס, למכור אותו וכו'). משמעות זכות הקניין כחלק ממכלול זכויות מגביל את הזכות מצד אחד, כמו להימנע משימוש לא חוקי בנכס, אך מצד אחר הגבלות אלו מאפשרת ליהנות מזכות הקניין. הגבלה של הזכות היא בכדי לשמור על זכויות אחרות, שללא שמירה עליהן זכות הקניין מאבדת משמעות או יורדת בחשיבותה עקרונות הצדק המחלק יכולים לתת לנו מדדים שלפיהם נוכל להעריך את משמעות זכות הקניין, לדוגמא בסוציאליזם הצרכים יוצרים זכויות קניין, לפחות מוסרית (בעוד לפי צדק ליברלי התרומה תעניק זכות קניין). גישת הפלורליזם המוסרי מיישמת עקרונות מוסר שונים על בעלי עניין שונים, בעוד שהחזקה (עניין) היא זו שמעניקה את התוקף המוסרי לאינטרסים של בעלי העניין בניהול העסק (ולפיה בוחרים את תורת הצדק והמוסר שיוכל להעניק לה תוקף מוסרי) (שם). באופן יישומי יותר, יש לבחון כל מקרה לגופו ולתת עדיפות לבעל העניין שהבעיה המוסרית מולו היא החריפה ביותר. במקרה של "גוגל" בסין הבעיה המוסרית החריפה ביותר היא מול תושבי סין, שהפגיעה בהם ע"י ממשלתם היא הגדולה ביותר. לפיכך, בהתייחסות מולם, על "גוגל" להעדיף להתחשב באינטרסים שלהם ולא לשתף פעולה עם הממשלה הסינית. זהו, לטעמי, ה"פתרון" המוסרי שמתקבל מיישום מודל זה.

2.2.4 – ניתוח החלטת "גוגל" לפי מודל השלבים.

מודל השלבים הנו מודל שמאפשר לסייע למנהלים לקבל החלטות מעשיות בעלות אופי מורכב, תוך התחשבות בסוגיות המוסריות הכרוכות בהן. המודל מיועד באופן ספציפי לקבלת החלטות מוסריות, וזאת באמצעות ניתוחן בהתאם לתורות מוסר שונות. בגרסתו המורחבת שפותחה על ידי גבע (שם) מתייחס המודל אף לסגולות נפש ולהסכמה חברתית כשלבים בדרך להכרעה

שלב מקדים:

1. הנתונים הרלוונטיים: ראה לעיל פרק 2.1.2.
2. השאלה המוסרית שניצבת בפני "גוגל": האם פעולת הצנזור העצמי של תוצאות החיפוש שלה באתר, לגולשים בסין (כשהמענות מפעולה כזו תמנע מ"גוגל" לפעול בשוק הסיני) פסולה מוסרית?
3. הפתרון שנבחן: מודל השלבים יישמש אותי בכדי לבדוק האם ההחלטה להסכים לתכתיבי ממשלת סין ולצנזר את תוצאות החיפוש הינה החלטה מוסרית.

שלב א' – הערכה על בסיס עקרונות:

תועלתנות:

כשמבקשים ממנהלי "גוגל" להצדיק מוסרית את החלטתם הם טוענים, כאמור, שהתועלת הצפויה מן ההחלטה תהיה גדולה מן הנזק שיצמח ממנה. תורת המוסר שמצדיקה טיעונים תועלתנים כאלו היא התועלתנות. לפי התועלתנות תוצאות המעשים הן שקובעות את מוסריותם ועל מנת להיחשב כמוסריות תוצאות המעשים נדרשות להסב יותר אושר או הנאה לכלל החברה מנזק או כאב (שם). אין משמעות לחלוקת האושר בחברה, אלא רק לסיכום האושר הכולל.

לצורך ניתוח החלטת "גוגל" בכלים תועלתניים, אנסח את התועלות והנזקים האפשריים מההחלטה ולאחר מכן אשקול את היחס ביניהם לצורך הכרעה מוסרית.

נזקים אפשריים: מכיוון שגם אם "גוגל" לא הייתה נכנסת לסין עדיין הרשת הייתה מצונזרת לגולשים הסיניים וגם חברות אמריקאיות ענקיות אחרות כגון "מיקרוסופט" כבר פועלות ומצונזרות בסין, אזי לטווח הקצר לא הייתה פגיעה בגולשים הסינים מעצם ההצטרפות. לעומת זאת, ייתכן שלטווח הארוך מהלך זה, שכולל מתן לגיטימציה לצנזור, יפגע במאמצים להתאגדות של חברות טכנולוגיה של מדינות דמוקרטיות לא לשתף פעולה עם ממשלת סין וכך להקשות עליה טכנית להצליח לשלוט על המרחב הווירטואל הענק (O'Rourke IV et al., 2007). התארגנות כזו הצליחה בעבר, כשבשנת 1999 דרשה ממשלת סין מ"מיקרוסופט" וחברות אחרות למסור מידע על קוד ההצפנה של מערכתיהן. החברות יצרו קואליציה והודיעו כי אם ייכפה עליהן למסור את המידע הן יפסיקו את פעילותן העסקית בסין לצמיתות בעקבות האיום הגמישה הממשלה את דרישותיה והושגה פשרה (Dann & Haddow, 2008).

נזק אפשרי נוסף הוא פגיעה במוניטין של "גוגל", שאם תהיה קשה ותפגע בהכנסות החברה, עלולה לגרום לחברה לפטר עובדים, כך שייפגעו גם משפחותיהם. נזק אפשרי נוסף הוא למתחרים הסיניים שיפסידו רווחים בעקבות כניסת "גוגל" לשוק.

תועלות אפשריות: התחרות בשוק הסיני תוביל להגדלת המאמצים של החברות לשפר את שירותיהן לצרכנים ולמשתמשים כך שהמשתמשים ירוויחו; הקמת מרכז שירות בסין ייצור מקומות תעסוקה חדשים לעובדים סיניים ויתמוך בכלכלה הסינית; הצלחת "גוגל" בשוק הסיני תגדיל את הכנסותיה ואת ערך המנייה שלה ותניב רווחים לאלפי המשקיעים בה.

טענה נוספת לתועלת שתניב החלטת "גוגל", היא כי הגלובליזציה ועשיית עסקים עם סין יעזרו בטווח הארוך לקדם את הדמוקרטיזציה והחופש בסין (O'Rourke IV et al., 2007; George, 2003). טענה זו שנויה במחלוקת לאור שכן מדובר בתועלת פוטנציאלית עתידית, לעומת הנזק הממשי שמתקיים כיום (Dann & Haddow, 2008), אולם בהנחה שהיא נכונה, הרי שמדובר בתועלת משמעותית.

מבחינה של התועלות האפשריות מול הנזקים האפשריים נראה שידן של התועלות היא על העליונה ולכן אפשר לומר שהחלטת "גוגל" היא מוסרית, לפי התועלתנות, שכן היא תואמת את העיקרון של מירב האושר למירב בני האדם בפועל.

דאוונטולוגיה:

זכויות וחובות: לבעלי המניות זכות חיובית להרבות רווחים, שמטילה חובה חיובית על מנהלי "גוגל" לסייע להם למקסם רווחים אלו. פעילות בשוק האינטרנט הסיני הענק והצומח אכן מתיישבת עם זכות זו.

לעומת זאת, לתושבי סין זכות שלילית לחופש הביטוי ולחופש המידע (Universal Declaration of Human Rights, 1948; Weckert, 2000) ועל "גוגל" חובה שלילית להימנע מלפגוע בזכותם זו. מכיוון שזכות שלילית היא מוחלטת וגוברת על זכויות חיוביות (גבע, 2000) ההכרעה תהיה שהחלטת "גוגל" אינה מוסרית. גם לפי בחינה של הצו הקטגורי של קאנט ההחלטה הנבדקת אינה מוסרית נציב את ההחלטה אל מול הצו ונשאל האם אנו רוצים שבתנאים דומים (שוק גדול ורווחי, משטר דיקטטורי שמגביל ומנסה לשלט על הידע ואינו מאפשר חופש פעולה) כל אדם או חברה (מסחרית) יסכימו לחבור לשוק ולצנזר את עצמם בהתאם לדרישות הממשל המעוניין למנוע כל התנגדות וביקורת כלפיו. נשאל גם, בהתאם לניסוח אחר של הצו, האם ההחלטה רואה בני אדם לא רק כאמצעי אלא גם כתכלית בפני עצמה התשובה המתבקשת של קאנט לשתי השאלות תהיה שלילית משמע, כי ההחלטה אינה מוסרית. למען להחיל את הצו הקטגורי יש להניח שהאדם הוא אוטונומי (אוטו-עצמי, נומוס-חוק), בעל תבונה ויכולת לחוקק לעצמו חוקים ולגלות את כללי המוסר (שם). צנזור מידע על מנת למנוע ביקורת על השלטון ולקדם את ערכי המפלגה אינה רואה באדם מחוקק מוסרי אוטונומי. מעבר לכך, עשיית עושר תוך כדי הליכה כנגד העקרונות המוצהרים של החברה (להפוך את כל המידע בעולם לזמין ונגיש לכל) ותוך כדי פגיעה בזכויות גולשי סין, איננה פעולה שרואה בתושבי סין גם תכלית לכשעצמם אלא אמצעים לעשיית עושר בלבד. לכן, לפי הדאונטולוגיה ההחלטה הנבדקת אינה מוסרית

צדק:

סוציאליזם: אם נקבל שמידע חופשי (לא מצונזר) הוא צורך, ונבדוק האם הצורך קיים ע"י שאלונים, נגלה (לא במפתיע) שגולשים רבים בסין הם בעלי צורך זה (Lacharite, 2002). מאחר שלגולשים הסיניים, כמו לגולשים במדינות אחרות, קיים צורך במידע חופשי, הרי שמדיניות הצנזורה של "גוגל" אינה מקיימת דין שווה לשווים, אלא מספקת תוצאות שונות לצרכים שווים. על כן החלטה אינה מוסרית בהתאם לסוציאליזם.

הצדק כהוגנות (רולס): לפי רולס אנשים מאחורי "מסך הבערות" יבססו אמנה חברתית על בסיס מספר עקרונות, שאחד מהם הוא עקרון החירות שמבטיח שיווין זכויות יסוד (גבע, 2000). לכן, רולס לא יקבל את השלטון הדיקטטורי בסין כמוסרי ומכאן יראה בפעילות "גוגל" בסין, שמסייעת למשטר בשליטתו על האוכלוסייה באמצעות קביעת המידע שיהיה זמין עבורו, גם כן כבלתי מוסרית, לפי עקרון הצדק כהוגנות הצדק כחופש (נוזיק): ביסוד "תורת הזכאות" של נוזיק עומד העיקרון שיש לקחת ולתת "מכל אחד לפי רצונו לתת ולכל אחד לפי הרצון לתת לו" (שם). במבט ראשון נראה שאין בעיה מוסרית לפי נוזיק, שכן ל"גוגל" זכות לתת את השירות כפי שהיא רוצה לתת אותו, אך מבט מעמיק בתפיסתו של נוזיק מגלה שהוא מאמין בתפיסה השוללת מהמדינה כל קיום עצמאי שמעבר לקיום אזרחיה. המדינה אינה ישות מוסרית והחלטותיה הכלכליות הן גזירות שרירותיות הפוגעות באזרחים מסוימים למען אחרים במסווה של פעולה למען טובת הכלל. נוזיק מבסס על הצו של קאנט "לראות בכל אדם גם תכלית" את הזכות השלילית לחירות (שם). מתוך כך הוא היה שולל מוסרית את המשטר הסיני ולכן למרות שבעיקרון

ל"גוגל" חופש בקביעת דרך פעולתה, ואין היא פועלת באופן לא מוסרי, המסגרת שבה היא פועלת אינה מוסרית ולכן ההכרעה בהתאם לגישת צדק זו אינה חד משמעית.

שלב ב' - פתרון על פי הסגולה הטובה:

עקרונות המוסר בשלב א' לא סיפקו הכרעה מוסרית חד משמעית (לפי תועלתנות ההחלטה מוסרית, אך בהתאם לעקרונות האחרים היא אינה מוסרית) ולכן קיימת דילמה מוסרית אמיתית. נבדוק את הפתרון על פי הסגולה הטובה, אך לא נדמה אפשרויות חדשות לפעולה חיובית, מכיוון שמטרת השימוש, הפעם, במודל היא להחליט האם ההחלטה של "גוגל" הנה פסולה מוסרית, אין בכוונתי להציג מה "גוגל" הייתה יכולה לעשות לפי הסגולה הטובה, כפי שעשתה גבע (2001), אלא לבחון את הצעדים שבהם "גוגל" נקטה בפועל ולהכריע בהתאם לכך האם הגיעה לפחות לפשרה טובה לשם כך נבחן האם ביישום החלטת "גוגל" ניתן למצוא סגולות כגון אכפתיות, דאגה, יצירתיות ואחריות. כן נבדוק האם יישום ההחלטה מבטא את דמותה המוסרית של "גוגל" לפי ה"אני מאמין" שלה והאם דרך יישומה מצליח להוות מינימום של פשרה טובה (אף אם לא אופטימאלי) מבחינת כל השותפים. "גוגל" נקטה במספר צעדים על מנת למזער את נזקי החלטתה:

1. צירוף של הודעה לתוצאות החיפוש, המודיעה למשתמשים האם קיימות תוצאות מצונזרות לבקשת החיפוש בהוראת הממשלה (Dann & Haddow, 2008; Wu, 2007). הסגולות הטובות הבאות לידי ביטוי כתוצאה מצעד זה הנן מידה מסוימת של אחריות ודאגה כלפי הגולשים, מכיוון שכעת הם לפחות יודעים על קיומן של תוצאות נוספות בנושא שאותו הם מחפשים. כמו כן מידה של יצירתיות, לאור העובדה שאף מפעיל חיפוש מתחרה בסין לא נקט בצעד דומה. היצירתיות מאפשרת ל"גוגל" למזער נזקים ובאותו זמן לפעול בגדר המקובל על המשטר הסיני.
2. בחירה שלא להעביר שירותים נוספים כגון הדואר האלקטרוני הבלוגים לשרת בסין, כדי למנוע מצב שבו תידרש החברה למסור מידע אישי שמופיע בהם, ובכך תאלץ לפגוע בפרטיות הגולשים, כפי שקרה במקרה של יאהו (ראה פרק 1.2). בצעד זה באות לידי ביטוי מספר סגולות טובות: אכפתיות, אחריות ודאגה לגולשים, מכיוון שלמרות שהעברת השירותים הפופולאריים הללו לפעילות המקומית בסין הייתה יכולה לעזור ל"גוגל" לקדם את פעילותה העסקית במדינה, היא בחרה לוותר על כך, מתוך ראייה ארוכת טווח ורצון להימנע מפגיעה בגולשים ע"י השלטונות בסיועה.
3. ניסיון להתנגד לצנזורה ע"י שימוש בחוקי הסחר הבינלאומיים (ראגאבר, 2007). "גוגל" הפעילה שתדלנים בארה"ב למען אימוץ התייחסות לניסיונות להגביל את הרשת כאל מחסומי סחר בינלאומיים. הסגולות הטובות הבאות לידי ביטוי בהחלטה זו הנן יצירתיות ואכפתיות כלפי הגולשים: יצירתיות, מכיוון שדרך התייחסות הזו לא הייתה מקובלת ובאמצעותה יכולה "גוגל" לנסות ו"להילחם" במדיניות הצנזורה בסין, מבלי לחדול מלפעול שם. אכפתיות, מכיוון שהפעלת

השתדלנים, שעולה לחברה כסף ואינה נחוצה לשם פעילותה בסין מבטאת את ה"אני מאמין" שלה (ביסיון להפוך את המידע לזמין ונגיש לכול).

מבחינה של פעולות "גוגל", הנלוות להחלטתה לפעול בסין, אני מסיק שהושגה פשרה טובה: "גוגל" עדיין מנסה לפעול למניעת צנזורה ועושה מעשים שמשקפים סגולות טובות, ומצליחה לעשות זאת מבלי לפגוע ביתרון התחרותי שלה. עדיין מדובר בפשרה ולא בפיתרון אופטימאלי, שכן "גוגל" עדיין מצנזרת את תוצאות מנוע החיפוש שלה בסין, עם כל הבעייתיות שבכך.

שלב ג': הסכמה חברתית:

למעשה ידוע שקיימת הסכמה חברתית לשיתוף הפעולה של "גוגל" עם מדיניות הצנזורה של ממשלת סין, מכיוון שהפעולה ננקטה ללא התרעמות מצד העובדים, אולם בכל זאת אנסה להסביר מדוע ראשית, המתחרות הגדולות בתחום החיפוש, ובכלל חברות אמריקאיות רבות, פועלות בסין בתנאים דומים ואינן נתקלות במחאה חריפה מדי או בכזו שפוגעת בעסקים. שנית, רוב עובדי "גוגל" הם בעלי אופציות ומניות בחברה (סוכנויות הידיעות, 2007) ולכן יש להם אינטרס כלכלי להיכנס לשוק הסיני, בשל פוטנציאל השוק שלו. שלישית, הפעולות שננקטו שפורטו בשלב ב' במודל עזרו לרכך התנגדויות שעלולות היו להיווצר אצל העובדים, בכך שהן מאפשרות להם לחוש כי הם עדיין "יותר טובים" מהמתחרים. כל הסיבות הנ"ל, בשילוב עם העובדה שבקוד האתי של "גוגל", שמדבר באופן כללי על החובה "לא להיות רשעים", אך נמנע מלהגדיר "רשע" מהו, אינו מתייחס למורכבויות המוסריות שקיימות בעולם גלובלי רב-תרבותי, ואין בו כל סעיף הסותר החלטה הנוגעת לצנזורה (ראה פרק 2.1.1), מאפשרות להסיק הסכמה חברתית.

לסיכום, למרות הדילמה המוסרית מכיוון שקיימת פשרה טובה והסכמה חברתית, נראה כי על פי מודל השלבים, "גוגל" יכולה לבצע את הפעולה והיא איננה פסולה מוסרית.

פרק 3 - דיון ומסקנות - המוסריות של צנזורת מידע ע"י מפעילי מנועי חיפוש

בפעילותם בשוק הסיני.

בחלק 2 של עבודה זו ניתחתי את היבטים המוסריים השונים של החלטת "גוגל" לצנזר את תוצאות מנוע החיפוש שלה בסין, בהתאם לגישות ומודלים שונים מדיסציפלינת המוסר והעסקים. חשוב לציין, כי החלטת "גוגל" היא מקרה מבחן פרטי, שאיננו זהה בכל המקרים של "יאהו" ו"מיקרוסופט" אשר גם הן, כאמור, בחרו לקבל את תכתיבי הממשלה הסינית על מנת להשתלב בשוק האינטרנט של המדינה לכל אחד מן המקרים יש מאפיינים ייחודיים משלו וכמובן שיש מקום לבחון כל מקרה לגופו. עם זאת, לטעמי, יכול הניתוח המוסרי של החלטת "גוגל" לשרת אותנו גם לצורך הסקת מסקנות במקרים האחרים ולסייע

לנו לענות על השאלה האם מפעילות מנועי חיפוש פופולאריים פועלות באופן מוסרי כשהן בוחרות להפעיל צנזורה עצמית. זאת, משני טעמים מרכזיים: ראשית, "גוגל" הנה חברה בעלת תדמית ציבורית חיובית וממותגת כעליונה מבחינה מוסרית על מתחרותיה. הדבר נובע, כאמור, מסיסמת החברה "Don't be evil", מהקוד האתי שאימצה לעצמה ומפעילותה הפילנתרופית הרבה. מכאן, שניתן להניח כי אם מדיניותה של "גוגל" לוקה מבחינה מוסרית, קל וחומר כי אף המדיניות שנקטו מתחרותיה איננה מוסרית. שנית, כשבוחנים את שלושת המקרים – "גוגל", "מיקרוסופט" ו"יאהו" – ניתן לראות כי יש ביניהם קווי דמיון רבים ומשמעותיים. מדובר בשלוש חברות שמעניקות שירותי חיפוש דומים ובעלות מוטיבציות עסקיות דומות. כמו כן, הנזקים הנגרמים ממדיניות שלוש החברות בשוק הסיני הם זהים ומערך השיקולים שניצבו בפניהם בטרם קיבלו את החלטתם דומים גם כן מההיבט המוסרי. לפיכך, את המסקנות שאסיק בנוגע למוסריות מדיניותה של חברת "גוגל" ניתן, במידה רבה, להשליך גם על מפעילי מנועי החיפוש הבינלאומיים הפופולאריים האחרים.

המסקנה הראשונה שעולה מניתוח ההיבטים המוסריים של החלטת "גוגל" לצנזר את תוצאות מנוע החיפוש שלה בשוק הסיני, כפי שהוצג לעיל, היא שהכרעה מוסרית ברורה אינה קיימת, וזאת בשל מגוון תורות המוסר, גישות ההתייחסות והמודלים, שניתוח עקבי על פי כל אחד מהם מוביל לתוצאות שונות תפיסה אשר רואה בכללי המוסר כללים פונקציונאליים, שתפקידם המרכזי לסייע לשמור על יציבות החברה, אינה מייחסת לכללים אלו חשיבות מעבר לפונקציה החברתית שלהם. גישת היחסיות התרבותית, המבוססת על תפיסה זו, אינה מייחסת עדיפות מוסרית א-פריורית לכללי מוסר של תרבות אחת על פני השנייה, שכן שניהם משרתים את אותה פונקציה של תפקוד ויציבות החברה. מאחר שהחלטת "גוגל" תאמה את הנורמות החברתיות הקיימות בסין, הרי שעל פי גישת היחסיות התרבותית ניתן להצדיק אותה. עם זאת, גישת היחסיות התרבותית מעלה ביקורות רבות, שנוגעות הן להנחת היסוד שתפקידם של כללי המוסר הוא פונקציונאלי בלבד, והן לאופן יישום גישה זו בעולם גלובאלי, שבו נדרשים כללים אחידים לשמירה על יציבות השוק העולמי לאורך זמן. המסגרת התיאורטית שמציע Donaldson מבקשת להתמודד עם הצורך בכללי מוסר אוניברסאליים ומייחדת מקום לאחריות ולחובה של תאגידים, הפועלים בזירה הבינלאומית, בשמירה על כללים אלו. מסגרת זו, שאינה מבוססת על גישת הפונקציונאליזם החברתי, אינה מאפשרת לנו לראות בהחלטת "גוגל" החלטה מוסרית, שכן היא אינה עומדת בחובתה המוסרית המינימאלית לשמור על זכויות בינלאומיות בסיסיות.

על מנת לבחון את ההיבטים המוסריים של החלטה של תאגיד בשוק הבינלאומי באופן שלם יותר, ראוי לבחון את ההחלטה מנקודת ראותו של המנהל שמקבל אותה לשם כך בחרתי לנתח את החלטת "גוגל" בהתאם לשני מודלים, אשר אמורים לסייע למנהלים לקבל החלטות מעשיות בעלות אופי מורכב, תוך התחשבות בסוגיות המוסריות הכרוכות בהן. מודל בעלי העניין ומודל השלבים. מודל בעלי העניין מתאר ומנתח את מערכת היחסים בין תאגיד כלכלי לבין הסביבה שבה הוא פועל, תוך שהוא מאפשר למנהלי עסקים להבין את ההשלכות הפרקטיות והמוסריות, של החלטותיהם על כל הגורמים המושפעים מהן (גבע, 2000). מודל השלבים מיועד באופן ספציפי לקבלת הכרעות מוסריות, תוך שימוש בתורות מוסר

שונות, ובגרסתו המורחבת שפותחה על ידי גבע (שם) אף מתייחס לסגולות נפש ולהסכמה חברתית כשלבם בדרך להכרעה.

יישום מודל בעלי העניין על החלטת "גוגל" מעלה שכל החלטה שהייתה מקבלת החברה בנוגע לצנזור תוצאות החיפוש שלה הייתה יוצרת בעיות מוסריות, עקב ניגוד האינטרסים הקיים בין בעלי העניין. עם זאת, ובהתאם לגישת בעלי העניין כפלורליזם מוסרי, ניתן לזהות שהבעיה המוסרית הקשה ביותר קיימת מול הגולשים הסיניים, הסובלים מהחלטת הצנזורה. לפיכך, דומני שמודל זה מוביל אותנו למסקנה כי החלטת "גוגל" אינה מוסרית. מסקנה זו אף עולה בקנה אחד עם ניתוח מוסריות ההחלטה לפי Donaldson, שכן הפגיעה בחופש הביטוי, Donaldson רואה בו זכות אוניברסאלית בסיסית, היא אותה פגיעה חריפה בגולשים הסיניים, שמכשילה את ההחלטה על פי מודל זה לעומת מודל בעלי העניין, מוביל מודל השלבים למסקנה כי לאור הצעדים שנקטה "גוגל" למזער את נזקי מדיניותה וההסכמה החברתית הקיימת בארגון למדיניות זו, ניתן להצדיק מוסרית את החלטתה לצנזר את תוצאות מנוע החיפוש שלה.

לסיכום, כשבאים לבחון את היבטיה המוסריים של החלטת "גוגל", לא ניתן להגיע להכרעה ברורה. זאת מאחר שההגות המוסרית כוללת מגוון רב של אקסיומות סותרות, שניסיון לשלב ביניהן נראה מאולץ במקרה זה. לטעמי, אין אפשרות להגיע להכרעות מוסריות חד-משמעיות מבלי לקבל עקרון מוסרי אחד, או לחלופין, לקבוע היררכיה של עקרונות מוסר, כך שבמקרים שבהם העיקרון העליון אינו נותן מענה למקרה המעשי הספציפי, ניתן יהיה לחפש מענה בעקרון הבא בהיררכיה. מודל השלבים, המשלב בתוכו תורות מוסר שונות, איננו משיג מטרה זו, מאחר שהוא מתייחס אל עקרונות מוסר שונים כשווים, מבלי לקבוע היררכיה ביניהם.

התייחסות לכל עקרונות המוסר כאל בעלי משקל שווה אף מותירה פתח לאופורטוניזם מוסרי, בכך שהיא מאפשרת להצדיק כמעט כל החלטה, כל פעם באמצעות שימוש בעקרון ה'מתאים' לכך. מבחינה זו, קיימת בעייתיות בויתור על החיפוש אחר אמת מוסרית אובייקטיבית ואוניברסאלית, שהוא רלוונטי ביותר בעידן הגלובליזציה, בו ההשפעה של תרבויות אחת על השנייה ושל תאגידים כלכליים בינלאומיים על חיי אנשים בעולם כולו גדולה מאי פעם.

עם זאת, יש לזכור כי ישנם גם יתרונות רבים בשימוש בכלים השונים שדיסציפלינת המוסר והעסקים מציעה לנו. ניתוח החלטות מוסריות בהתאם למספר גישות ומודלים שונים עשוי להועיל לנו בכך שהוא מחייב אותנו לחשוב על כל ההיבטים המוסריים של המקרה. בכך הוא עשוי למנוע מגורמים חשובים להחלטה לא להילקח בחשבון, ואף מחייב את מקבל החלטה לצאת מהמסגרת המזשבתית הקבועה שלו ולבחון היבטים במדיניותו שלרוב אינם נלקחים בחשבון על ידו, אף כי השפעתם על אנשים אחרים עלולה להיות מכרעת.

סיכום.

בעבודה זו בחנתי האם ניתן להצדיק מבחינה מוסרית את החלטתן של ענקיות האינטרנט הבינלאומיות "יאהו", "מיקרוסופט MSN" ו"גוגל" לצנזר, בפעילותן בשוק הסיני, את תוצאות מנועי החיפוש שלהן. באמצעות מקרה המבחן של פעילותה של חברת "גוגל" בשוק הסיני, ניתחתי את ההיבטים המוסריים של מדיניות זו של ענקיות האינטרנט, לאור גישות ומודלים מדיסציפלינת המוסר והעסקים: גישת היחסיות התרבותית, המסגרת התיאורטית "זכויות בשוק הגלובלי", מודל בעלי העניין ומודל השלבים. במסגרת העבודה נתתי רקע על שוק האינטרנט הסיני ועל פעילותן של מפעילות מנועי חיפוש פופולאריים בשוק זה; הצגתי את הויכוח המוסרי על צנזורה וחופש הביטוי, תוך סקירת הטיעונים המרכזיים נגד צנזורה; לאחר מכן ניתחתי את מקרה המבחן של מדיניות הצנזורה של "גוגל" בשוק הסיני, בהתאם לארבעת הגישות והמודלים הנ"ל; לסיכום, עמדתי על המסקנות המוסריות הסותרות ששימוש בכלים אלו הניב ועל משמעות סתירות אלה.

הויכוח על מדיניותן של ענקיות אינטרנט בסין נמשך גם היום. אחת המחלוקות המרכזיות בויכוח זה הנה בין אלו המאמינים כי מעורבות עסקית של חברות בינלאומיות בסין תסייע לקדם את תהליכי הדמוקרטיזציה במדינה ולפתוח אותה לעולם, לבין אלו שאינם מאמינים בכך, או שסבורים כי בין כך או כך שיתוף פעולה עם מדיניות של פגיעה בחופש הביטוי איננו יכול להיות מוצדק מוסרית. מחלוקת זו מחריפה על רקע המתחים הפנימיים הקיימים במדיניותה של ממשלת סין עצמה, אשר מחד מבקשת להתקבל על ידי העולם, בין אם דרך שיתוף פעולה כלכלי עם מדינות אחרות ובין אם דרך השתלבות תרבותית, המתבטאת למשל באירוח אולימפיאדת 2008 בבייג'ין, ומנגד ממשיכה להגביל את יכולתם של אזרחיה להתעדכן בנעשה בעולם באמצעות מדיניות צנזורה בלתי מתפשרת. השאלה איזה מהאינטרסים הללו של הממשלה הסינית יגבר בסופו של דבר, וכן מהי ההשפעה של מפעילות מנועי החיפוש על כך – האם הן בעיקר מסייעות למשטר להגביל את חופש המידע, או שמא מסייעות בעיקר לתהליכי הדמוקרטיזציה והפתיחות – היא שאלה שודאי תתחיל להתברר בעתיד הקרוב.

מקורות בעברית:

- בטל ג' (2006). *החיפוש*. ירושלים: הוצאת עברית.
- אונג ג', ליו ג' (2007). *קשה להגיד גוגל בסינית*. אוהזר 10, יולי, 2008 מ
<http://www.haaretz.com/captain/pages/ShArtCaptain.jhtml?contrassID=11&subContrassID=4&itemNo=935048>
- גבע א' (2000). *מוסר ועסקים מושגים ועקרונות*. תל-אביב: בית ההוצאה לאור של האוניברסיטה הפתוחה.
- גלילי ש' (2006). *האם חומת האש הסינית תשרוד?*. אוהזר 10, יולי, 2008 מ
<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3315230,00.html>
- כהן מ' (2008). *IDC: הפרסום באינטרנט בארה"ב זינק ב-27% ב-2007*; נתח השוק של גוגל ירד לראשונה מזה שנתיים. אוהזר 15, יוני, 2008 מ
http://www.themarker.com/tmc/article.jhtml?ElementId=mc20080212_88829
9
- מיל ג' (2006). *על החירות*. ירושלים: מרכז שלם.
- סוכנויות הידיעות (2007). *שיטה חדשה לתגמל עובדים? גוגל השיקה תוכנית ניסיונית שמאפשרת לעובדים למכור אופציות לכל המרבה במחיר*. אוהזר 15, יוני, 2008 מ
http://world.themarker.com/tmc/article.jhtml?ElementId=nh20070222_07&layer=hp&layer2=&layer3=world
- ראגאבר כ' (2007). *גוגל נלחמת בצנזורה באמצעות חוקי הסחר הבינלאומיים*. אוהזר 11, אוגוסט, 2008 מ
<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3417097,00.html>

- AP (2008). סין 2008: יותר גולשים מארה"ב. אוהזר 11, מאי 2008 מ

<http://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3519003,00.html>

מקורות באנגלית:

- *CIA - The World Factbook*. (n.d.). Retrieved June 2, 2008, from <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>
- *CONGRESSIONAL-EXECUTIVE COMMISSION ON CHINA ANNUAL REPORT* (2007). Retrieved June 15, 2008 from http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=110_house_hearings&docid=f:38026.pdf
- *CONSTITUTION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA* (1982). Retrieved August 02, 2008 from <http://english.peopledaily.com.cn/constitution/constitution.html>
- Donaldson T.J. (1990). Rights in the Global Market In A. Geva (Ed.), *Business Ethics Reader* (pp. 575-598). Tel-Aviv: Open university
- Ebbs, G., & Rheingold, H. (1997). Censorship on the information highway. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 7(1), 59-60(2).
- Elijah Dann, G., & Haddow, N. (2008). Just Doing Business or Doing Just Business: Google, Microsoft, Yahoo! and the Business of Censoring China's Internet. *Journal of Business Ethic*, 79, 219-234.
- "Is Google being 'evil'?" An online survey and discussion board hosted by Financial Times' online edition. (2006) Retrieved June 2, 2008, from <http://www.ft.com/cms/6c2bf1ce-91b7-11da-bab9-0000779e2340.html%3Fq=Y%26a=tpc%26s=646099322%26f=890094803%26m=1211053511%26showpollresults=Y>
- George, C. (2003). The Internet and the Narrow Tailoring Dilemma for "Asian" Democracies. *The Communication Review*, 6(3), 247-268(22).
- Geva A. (2001). Regulation and Ethics in Business: The Israeli Bank-Share Case. *Business and Politics*, 3(3), 297-320.

- *Google Corporate Information* (2008). Retrieved June 2, 2008 from <http://www.google.com/intl/en/corporate/index.html> (Google Inc, 2008a)
- *google code of conduct* (2008). Retrieved June 2, 2008 from <http://investor.google.com/conduct.html> (Google Inc, 2008b)
- Gorman, G.E. (2005). China-bashing in the internet censorship wars. *Online Information Review*, 29(5), 453-456(4).
- Hachigian N. (2001). China's cyber-strategy, *Foreign Affairs*, 80(2),118–133.
- Kalathil, S. (2003). China's new media sector: keeping the state in. *The Pacific Review*, 2(2), 489-501(13).
- Khanna T. (2007). China + India the Power of Two, *Harvard Business Review*, December, 60-69.
- Lacharite, J. (2002). Electronic Decentralisation in China: A Critical Analysis of Internet Filtering Policies in the People's Republic of China. *Australian Journal of Political Science*, 37(2), 333-346(14).
- Mclaughlin A. (2006). *Google in China*. Retrieved June 4, 2008, from <http://googleblog.blogspot.com/2006/01/google-in-china.html>
- *NASDAQ Summary Quotes - Stock Prices - Stock Research* (2008). Retrieved June 1, 2008 from <http://quotes.nasdaq.com/asp/SummaryQuote.asp?selected=GOOG&symbol=GOOG>
- O'Rourke IV J.S., Harris B. & Ogilvy A. (2007). Google in China: government censorship and corporate reputation. *Journal of Business Strategy*, 28, 12-20.
- Rayburn, M.J., & Conrad, C. (2004). China's Internet Structure: Problems and Control Measures. *International Journal of Management*, 21, 471-481.
- *Universal Declaration of Human Rights* (1948). Retrieved June 15, 2008 from <http://www.unhcr.ch/udhr/lang/eng.htm>
- Weckert, J. (2000). What is so bad about Internet content regulation?. *Ethics and Information Technology*, 2(2), 105-111(7).
- Wu X. (2007). Stakeholder identifying and positioning (SIP) models: From Google's operation in China to a general case-analysis framework (Electronicversion). *Public Relations Review*, 33, 415-425.

