

ОСТОРОЖНО, СПАМ!

Одновременно с распространением новейших информационных и коммуникационных технологий, все большую угрозу представляют сопутствующие им негативные явления, например, массовая рассылка не запрошенной получателями информации – спама.

О спаме написано уже немало, однако авторы полагают, что настоящая брошюра – первая публикация на русском языке, в которой комплексно рассматриваются все аспекты проблемы: технологический, экономический, этический и юридический.

Авторы постарались простым языком, не злоупотребляя специальной компьютерной и юридической терминологией, рассказать что такое спам и какой вред он наносит его заказчикам, получателям и обществу в целом.

В первую очередь брошюра предназначена для представителей малого и среднего бизнеса России и СНГ, которые являются основными заказчиками спамеров, однако может быть интересна и более широкому кругу читателей – сотрудникам юридического отдела компаний-поставщиков услуг связи, представителям законодательных органов власти, работникам правоохранительной системы и судебных органов.

- Хотите остаться без доступа к Интернету?
- Хотите упустить потенциальных клиентов?
- Хотите нанести ущерб репутации своей компании?
- Хотите, чтобы ваша реклама вызвала судебные иски?

Если на все вопросы вы дали отрицательный ответ, то эта брошюра для вас.

Публикация № 050401/d/1

© 2004-2006, Евгений Альтовский

© 2004-2006, МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех»

© 2006, Digital Millennium Foundation

МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех»

Е-mail: contact@ifap.ru

Сайт: www.ifap.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

Что такое спам?	4
История спама	6
Технологический аспект спама	8
Экономический аспект спама	10
Этический аспект спама	14
Юридический аспект спама	16

ЧТО ТАКОЕ СПАМ?

Спамом принято называть нежелательные сообщения, приходящие по электронной почте, по факсу, через службы и сервисы мгновенного обмена сообщениями – ICQ, SMS, пейджинговую связь – и т. п. Впрочем, **стопка рекламных листовок и брошюрок в обычном почтовом ящике – это тоже спам.**

Обычно, в виде спама распространяется реклама, но иногда и агитационные материалы, коммерческие предложения, предложения аферистов, так называемые «письма счастья» и даже просто ругательства. Известны случаи использования спама в целях так называемого «черного пиара» и рекламы интернет-сайтов экстремистских организаций.

По сути спам – это «информационный мусор», рассылаемый по каналам связи, **предназначенным для личного общения**, а не распространения информации методом «на кого бог пошлет».

Каждый способ распространения такого мусора имеет свои особенности. Чтобы не вникать в них и для простоты изложения мы рассмотрим лишь один вариант спама – рекламу, распространяемую с помощью электронной почты. Однако, большинство из сказанного будет в той же степени относиться и к другим видам «информационного мусора», распространяемого по иным каналам связи.



Основных отличительных признаков спама три.

1. **Незапрошенность сообщения получателями:** получатели не изъявляли желания получать информацию случайного содержания от неизвестных лиц.

2. **Безадресность рассылки:** распространители спама не знают, кто именно станет его получателем.

3. **Массовость рассылки:** спам рассылается огромными «тиражами», достигая подчас десятков миллионов копий.

Реклама, распространяемая с помощью спама, имеет **принципиальное отличие от рекламы, распространяемой традиционными способами** – через телевидение, радио или печатные издания. Размещая рекламу в газете или журнале, рекламодатель, по сути, дотирует издание соответствующего выпуска, благодаря чему читатель платит цену близкую к себестоимости издания, а зачастую и более низкую. Во многом благодаря дорогостоящей рекламе, существует общественное телевидение.

Кроме того, потребитель традиционной рекламы всегда может отказаться от ее получения, просто не покупая газету или переключившись на другой канал. Распространители спама такого выбора своим жертвам не дают – владелец обычного или электронного почтового ящика, факсимильного аппарата, пейджера не может предотвратить получение навязываемой ему информации.

Рассылки
100% гарантия возврата при прекращении 1 раз работы.

Рассылка по электронной почте - Direct E-Mail:
Самый быстрый и эффективный способ доставки информации. Доставка осуществляется в течение нескольких минут. Доставка осуществляется по адресу электронной почты. Адреса получателей можно вводить вручную или импортировать из файла. Адреса получателей можно вводить вручную или импортировать из файла. Адреса получателей можно вводить вручную или импортировать из файла. Адреса получателей можно вводить вручную или импортировать из файла.

Почтовая Рассылка - Direct Mail:

Кол-во отправлений	1000	5000	10000	15000	20000	30000
Цена в руб. за одно отправление при массе письма до 20 гр. без НДС	7,86	7,28	6,94	6,84	6,12	5,68

В стоимость рассылки включены:

- услуги доставки
- услуги хранения
- услуги печати

Факс-модерная Рассылка

- Вы забыли заправить струйные картриджи Hewlett Packard?
- Вас посетил клиент?
- Заправка картриджа лазерного принтера?
- Вы решили, что заправить струйные картриджи не стоит?
- Очень жаль. Это значит, что **Вы** забыли заправить картриджи словесами.

Осуществляем заправку лазерных и струйных картриджей. Струйные картриджи заправляются только в мастерской на профессиональном оборудовании при помощи USA-технологии. Заправка 100% гарантия.

В результате, получатели спама испытывают примерно те же чувства, что и прохожие, к которым пристаёт чрезмерно общительный пьяница. Только общительные пьяницы попадают сравнительно редко, **а спам мы получаем десятки и даже сотни раз за день.**

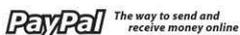
ИСТОРИЯ СПАМА

Термин «спам» происходит от торговой марки SPAM, под которой одна американская компания выпускала мясные консервы. Компания пыталась сбыть залежалый товар с помощью назойливой рекламной кампании. Таким образом, уже в самом названии «спам» дана характеристика этому явлению – **агрессивной, навязчивой рекламе сомнительных товаров или услуг.**

Днем рождения спама принято считать 3 мая 1978 года, когда сотрудник отдела маркетинга американской компании DEC разослал приглашение на организованную компанией презентацию новых моделей компьютеров. В то время не существовало глобальной информационной сети Интернет, поэтому приглашение получили лишь несколько тысяч абонентов сети ArpaNet, к которой был подключен сам родоначальник спама.

За прошедшее с тех пор годы информационные и коммуникационные технологии шагнули далеко вперед. Сегодня спам, рассылаемый из одной точки сети Интернет, может получить любой из десятков миллионов пользователей электронной почты. Неудивительно, что у нечистоплотных дельцов появился соблазн использовать современные средства коммуникаций в своих целях.

На заре возникновения спама к услугам его распространителей – спамеров – прибегали даже всемирно известные компании. Сегодня отношение к спаму со стороны общества настолько



Security Measures - Are You Traveling?

PayPal is committed to maintaining a safe environment for its community of buyers and sellers. To protect the security of your account, PayPal employs some of the most advanced security systems in the world and our anti-fraud teams regularly screen the PayPal system for unusual activity.

We recently noted one or more attempts to log in to your account from a foreign country. If you accessed your account while traveling, the attempt(s) may have been initiated by you.

Because the behavior was unusual for your account, we would like to take an extra step to ensure your security and you will now be taken through a series of identity verification pages.

IP Address	Time	Country
193.230.222.158	Jun 30, 2005 12:47:01 PDT	Romania
193.230.222.150	Jul 11, 2005 18:37:55 PDT	Romania
193.230.222.150	Jul 13, 2005 16:42:16 PDT	Romania
193.230.222.150	Jul 13, 2005 16:58:03 PDT	Romania

[Click here to verify your account](#)

негативно, что **клиентами спамеров в основном становятся те, кому терять нечего** – распространители порнографии, торговцы чудо-снадодбьями и аферисты.

В силу объективных причин, развитие российского сегмента сети Интернет началось позже, чем в других технологически-развитых странах. Связанные с Интернет негативные явления, такие как спам, распространение порнографии и эпидемии компьютерных вирусов, стали серьезной проблемой для России только в последние годы.

Do you know about SUPER VIAGRA?.
No???... Listen about this revolutionary product!

- * Fix Erectile Dysfunction
- * Increase Sex Drive
- * Boost Sexual Performance
- * Fuller & Harder Erections
- * Increase Stamina & Endurance
- * Quicker Recharges
- * Lasts all weekend
- * Less side effects than Viagra
- * Works in less than 15 minutes

and... BEST price on the Internet!!!
LEARN MORE!

Зачастую, российские клиенты спамеров лишь сделав заказ, узнают, что распространение рекламы подобным образом **незаконно, неэтично, и наносит серьезный ущерб имиджу** рекламодателя.

Цель этой брошюры – объяснить, какой вред спам наносит его заказчикам, получателям и обществу в целом.

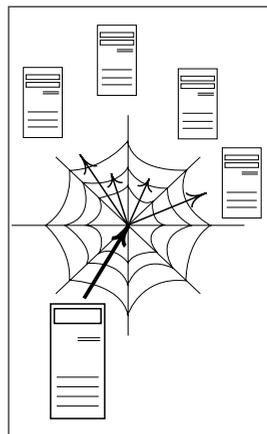
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СПАМА

Технологическая сторона деятельности спамеров состоит из двух основных этапов:

- сбор адресов электронной почты будущих жертв – получателей спама;
- рассылка спама по собранным адресам.

Для сбора адресов спамеры используют специальные программы, действующие по тому же принципу, что и системы для поиска информации в Интернет - Yandex, Rambler, Google и др.

Цель этих программ – найти в известных им ресурсах сети Интернет символ @. Особый интерес у спамеров вызывают ресурсы, предназначенные для общения между пользователями Интернет, – форумы, виртуальные клубы по интересам, электронные доски объявлений и т. п., – все те места, где **посетители часто оставляют свои адреса электронной почты.**



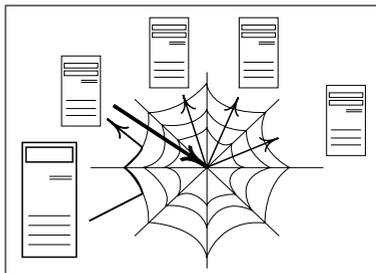
По заданному алгоритму программа определяет, входит ли найденный символ @ в состав адреса электронной почты. Если программа решит, что нашла адрес, то он заносится в базу данных, которая затем будет использована для рассылки спама.

Рассылка спама технически отличается от обычной переписки по электронной почте. Обычное сообщение электронной почты отправляется его автором в адрес одного или нескольких получателей, количество которых редко превышает десяток. Время, необходимое для отправки такого сообщения, измеряется секундами.

Спамеры рассылают свои сообщения в адрес сотен тысяч или даже миллионов получателей. Соответственно рассылка каждого сообщения спамеров занимает несколько часов. За это время поставщик услуг по доступу к Интернет – интернет-провайдер, – услугами которого

воспользовались спамеры, может обнаружить факт рассылки и прервать ее. Даже если рассылка не будет замечена провайдером вовремя, плата за отправку такого большого объема информации сделает спам экономически невыгодным.

Понимая это, а также желая сохранить анонимность, спамеры производят рассылку с чужих компьютеров, подключенных к Интернет по скоростному каналу. Для этого не обязательно иметь доступ к самому компьютеру – контроль над ним можно получить с помощью специальных вредоносных программ – компьютерных вирусов.



Средства массовой информации регулярно информируют общественность о новых эпидемиях компьютерных вирусов, поражая воображение количеством зараженных компьютеров по всему миру и последствиями сбоев в их работе. Меньше внимания уделяется **причинам, по которым создаются все новые и новые вирусы.**

Времена, когда компьютерные вирусы создавались из чистого хулиганства, прошли. Современные вирусы имеют явную цель – предоставить заинтересованному лицу доступ к зараженным компьютерам через сеть Интернет. Все ресурсы зараженного компьютера становятся доступными создателю вируса или тому, по чьему заказу был создан вирус.

Значительную долю заказчиков компьютерных вирусов составляют спамеры. Не покидая места своего нахождения, они могут посылать зараженному вирусом компьютеру любые команды. В результате рассылка спама, заказчик которого находится в России, может происходить из любой страны – США, Китая или Германии.

При этом **владелец зараженного компьютера даже не заметит**, что его компьютер используется для рассылки спама или в иных неблагоприятных целях. Прозрение наступит лишь после того, как интернет-провайдер отключит владельца зараженного компьютера от Интернета за рассылку спама и выставит соответствующий счет за услуги связи.

Можно ли считать этичной рекламой, которая заведомо наносит материальный ущерб?

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СПАМА

Предлагая свои услуги заказчикам, спамеры утверждают, что спам – самый дешевый, эффективный и при этом абсолютно законный вид рекламы. **Все эти утверждения ложны.** Юридический аспект спама мы рассмотрим позже, а сейчас посчитаем: так ли на самом деле дешев и эффективен спам, как утверждают спамеры.

Средняя стоимость услуг спамеров по рассылке рекламного письма в адрес 1 миллиона человек составляет 150 долларов США. Размещение сопоставимого по объему текста рекламного модуля в газете с тиражом миллион экземпляров обойдется примерно в 500 долларов.

Казалось бы, разослать спам в три раза дешевле, чем дать объявление в газету. Однако, что на самом деле получает клиент спамеров? Чтобы понять насколько эффективна окажется реклама с помощью спама, рассмотрим гипотетический случай с московской туристической компанией, предлагающей путевки в Сочи.

Допустим, **хотя проверить это невозможно**, спамер действительно разослал рекламу заказчика по 1 миллиону адресов электронной почты.

1. Часть писем уйдет в никуда, так как адреса, по которым рассылался спам, уже не существуют – были закрыты своими владельцами, брошены ими или вообще никогда не существовали. Спамеры часто утверждают, что они проверяют существование всех адресов в своих списках рассылки. На самом деле не существует способа, который позволяет на 100% убедиться в наличии адреса электронной почты.

Даже если адрес и существует, невозможно проверить пользуется ли им до сих пор его владелец, читает ли он приходящую на этот адрес почту. Точных данных о количестве писем, которые никогда не будут прочитаны по изложенным причинам, быть не может. По приблизительным оценкам от 15 до 60 процентов писем, разосланных спамерами, уходят в пустоту.

2. Часть писем будет заблокирована спам-фильтрами и не дойдет до адресатов. Эффективность спам-фильтрации зависит от ряда факторов, и составляет 95-98%. Это означает, что у рекламы гипотетической турфирмы есть в лучшем случае **1 шанс из 20 достичь потенциального клиента.**



3. Часть писем придет в адрес людей, которые в силу своей территориальной удаленности от рекламодателя при всем желании не смогут воспользоваться его услугами. Трудно представить, чтобы получатели рекламы из других городов поехали за путевками в Москву.

Оценить географический разброс владельцев адресов, по которым была разослана реклама заранее невозможно – адрес электронной почты в большинстве случаев не содержит сведений о местонахождении своего владельца. Учитывая, что по статистике в Москве находится около 50% всех российских пользователей Интернет, можно, соответственно, предположить, что 50% рекламы турфирмы попадет к тем, кто **заведомо не является ее потенциальным клиентом.**

4. Часть писем придет в адрес людей, которые в силу своего финансового положения, предпочтений или иных обстоятельств не смогут или не станут покупать путевки в Сочи. Например, студент предпочтет поехать на юг «дикарем», а хорошо обеспеченный человек выберет Турцию или Таиланд.

5. Часть писем придет в адрес людей, которые могут и хотят поехать в Сочи, но не станут иметь дела с данной турфирмой, **возмущенные таким способом рекламы.** Многие получатели спама удаляют его, даже не читая.

6. Часть писем придет в адрес людей, которые просто не знают русского языка. Даже если они его и знают, то зачастую не смогут прочесть полученный спам или не захотят разбираться в электронных «каракулях». Спамеры регулярно пытаются обмануть спам-фильтры и перемежают тексты своих посланий случайными символами и даже целыми словами. В результате, спам может выглядеть как на этой картинке – много найдется желающих вникать в суть подобного послания?

С тем же успехом турфирма могла бы нанять людей, которые станут кричать среди ночи в спальном районе «Покупайте путевки в здравницы Сочи!». Безусловно, кого-то из жильцов окружающих домов это предложение заинтересует, но бесцеремонно разбуженное криками большинство придет в ярость и намнет горе-рекламодателю бока.

Размещая рекламу в газете, на радио или телевидение, рекламодатель всегда знает свою потенциальную аудиторию – ее размер, место проживания, средний уровень доходов, интересы и т.д. Эти данные ему сообщат в рекламной службе и подтвердят результатами собственных исследований, данными независимых экспертов, исследующих рынок рекламы.

Заказывая рассылку рекламы у спамеров, рекламодатель абсолютно ничего не знает о потенциальной аудитории. Неудивительно, что такая реклама вызывает не самые добрые чувства у ее получателей. Ведь заводя адрес электронной почты для личной переписки или служебной корреспонденции, человек совершенно не ожидает получать десятки рекламных сообщений от неизвестных лиц.

Кроме того, в отличие от традиционных рекламоносителей – газет, журналов, телевизионных и радио программ, которые фактически дотируются рекламодателями, **получатель спама вынужден платить за получение рекламы** – ведь подключение к Интернет стоит денег.

Людам, которые не пользуются электронной почтой, иногда бывает трудно представить себя на месте получателей спама. Сделать это поможет простая аналогия со звонками на мобильный телефон, в которых неизвестный звонящий рассказывает о турфирме продающей путевки в Сочи. Телефон звонит регулярно, каждый час, днем и ночью, дома, на работе, в транспорте, в гостях. А владелец телефона **вынужден оплачивать каждый подобный звонок**, как и любой другой, из своего кармана.

Можно ли считать эффективной рекламу, которую неизвестно кто увидит? Если вообще увидит...

ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СПАМА

Как было сказано ранее, спам наносит прямой материальный урон его получателям, не говоря уже о косвенном – времени, потраченном на его удаление. Одно это говорит о том, что спам, безусловно, неэтичен. Согласно результатам исследования, проведенного Digital Millennium Foundation, ущерб, который спамеры ежегодно наносят российским пользователям Интернета, составляет не менее 60 млн. долларов.

Еще больший ущерб спам наносит поставщикам услуг по доступу к Интернет – интернет-провайдерам. Провайдеры вынуждены постоянно расширять свои каналы передачи данных, закупать новое коммуникационное оборудование и нести иные расходы, связанные с передачей через их сети сверхпланового потока данных, которые никому не нужны.

Картина ущерба от спама была бы неполной без учета ущерба, наносимого компьютерными вирусами, используемыми для захвата компьютеров с целью дальнейшей рассылки через них спама. По оценкам экспертов, **ущерб только от одной «эпидемии» компьютерного вируса LoveSan составил десятки миллионов долларов.**

Спам наносит и моральный ущерб. Обнаруживая в своем почтовом ящике гору «информационного мусора» вместо писем от друзей и коллег, вряд ли можно испытать какие-либо чувства, кроме раздражения.

Фактически **спамеры вторгаются в личное жизненное пространство** получателей «информационного мусора», так как электронная почта, так же как и обычная почта или телефонная



предназначены для личного общения между людьми. Для обезличенного общения и обращений предназначены средства массовой информации и митинги.



Неудивительно, что в странах, которые у нас принято называть «развитыми» – США и Западной Европе, ни одна уважающая себя компания – начиная с транснациональных корпораций и заканчивая китайской закуской – не пользуется услугами спамеров. Спам на Западе – удел аферистов, сутенеров и распространителей чудо-снадобий.

Вы хотите, чтобы ваши товары или услуги ассоциировались с такими видами деятельности?

ЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СПАМА

В законодательстве США и Западной Европы существует прямой запрет на деятельность спамеров и сопутствующую ей активность. Наиболее известные законодательные акты в этой области – американский CAN-SPAM Act (Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act of 2003) и директива Евросоюза № 2002/58/EC (Directive on Privacy and Electronic Communications).

В России пока не существует эффективных юридических норм прямого действия, предусматривающих ответственность за распространение спама. В то же время, нельзя сказать, что деятельность российских спамеров совершенно законна.

Согласно части 4 статьи 29 Конституции РФ, «каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом». Однако это право не подразумевает автоматически возникающей обязанности кого бы то ни было получать информацию.

Пункт 1 статьи 62 Федерального закона «О связи» прямо указывает, что «пользователь услугами связи вправе передать, получить, либо отказаться от получения сообщения». Однако ответственность за лишение получателя сообщения возможности отказаться от его получения, законом, не предусмотрена.

Согласно пункту 1 статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации «не допускаются действия граждан и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах».

То есть Гражданский кодекс связывает пределы осуществления гражданских прав с ценностными критериями, носящими нравственно-правовой характер: **не использовать право во зло другому** и действовать разумно и добросовестно.

Таким образом, навязывание информации, распространение информации против воли ее получателей, таким способом, что получатели не могут предотвратить получение этой информации и вынуждены нести убытки в связи с ее получением, с юридической точки зрения является **злоупотреблением конституционным правом** на свободу распространения информации.

Отношения, возникающие в процессе и в результате деятельности спамеров, обычно не выходят за пределы частного права. В случае отсутствия законодательной нормы прямого действия, подобные отношения регулируются обычаями делового оборота, определяемыми статьей 5 Гражданского кодекса РФ как «сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством».

Согласно 309 статье Гражданского кодекса, «обязательства [между сторонами] должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований – **в соответствии с обычаями делового оборота**».

Общественная организация, объединяющая представителей интернет-сообщества русскоязычной части Интернет – Открытый форум интернет-сервис-провайдеров, – разработала свод правил поведения пользователей Интернет, восполнив тем самым пробелы в российском законодательстве. Свод правил, названный ОФИСИП-008, с точки зрения российского права является документально зафиксированным обычаем делового оборота.

Согласно ОФИСИП-008, «является **недопустимой массовой рассылка сообщений** посредством электронной почты и других средств персонального обмена информацией иначе как по явно и недвусмысленно выраженной инициативе получателей». Таким образом, нарушая ОФИСИП-008 спамеры нарушают гражданское законодательство Российской Федерации, что дает интернет-провайдерам **основание для разрыва договора** со спамером на предоставление последнему услуг по доступу к Интернет.

Получатели спама со своей стороны могут подать против спамера гражданский иск, с требованием возместить расходы, связанные с получением спама, а также моральный ущерб. В случае, если действия спамеров вызвали, например, сбой в работе почтового сервера, сумма такого иска может быть весьма значительной, увеличившись, в том числе, на сумму упущенной прибыли.

Кроме нарушения гражданского законодательства, деятельность спамеров зачастую входит в противоречие с Уголовным кодексом, законами «О рекламе», «Об авторском праве и смежных правах», «Об информации, информатизации и защите информации» и другими правовыми актами.

Государственные органы контроля за деятельностью в сфере рекламы могут наложить на спамера штраф за нарушение закона «О рекламе», который составляет до 500 МРОТ. Более того, **заказчик услуг спамеров может быть привлечен в этом случае к ответственности как соответчик.**

Однако по настоящему эффективной борьба со спамом может стать только после того, как в российском законодательстве появится эффективная норма прямого действия. Соответствующий законопроект, предусматривающий внесение дополнений в ФЗ «О связи» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях разработан в рамках Проекта «АнтиСпам».

Тем не менее, российские суды уже рассмотрели несколько гражданских и уголовных дел, связанных с распространением спама, и в каждом случае закон оказался на стороне пострадавших. В июне 2004 года впервые в российской практике спамер был привлечен к уголовной ответственности.

Вы хотите, чтобы реклама вашей компании была незаконна?
Вы хотите, чтобы вместо клиентов к вам пришла милиция?

**Если на все вопросы вы ответили отрицательно,
не становитесь клиентом спамеров – они не возместят ваши
потери, связанные с рассылкой спама.**

О Проекте «АнтиСпам»

В июне 2003 года МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» выступила с инициативой разработки антиспамовых поправок к российскому законодательству. В состав рабочей группы Проекта «АнтиСпам» вошли представители органов власти, эксперты в области информационных технологий, юристы и правозащитники. Целью Проекта стала разработка этических и юридических мер противодействия распространению спама.

В рамках Проекта был проведен анализ российского законодательства с целью выявления возможности противодействия распространению спама в рамках существующих нормативно-правовых актов. В 2004 году прошли расширенные заседания Рабочей группы Проекта, в которых приняли участие ряд независимых экспертов в области права и информационных технологий.

В результате реализации Проекта был сделан вывод о необходимости квалификации деятельности спамеров как административных и уголовных правонарушений и внесении соответствующих дополнений в российское законодательство.

В настоящий момент Рабочая группа Проекта подготовила дополнения к Федеральному закону Российской Федерации «О связи» и ряду других законодательных актов, согласно которой распространение спама будет признано незаконным.

Предполагается, что основная юридическая норма, касающаяся противодействия распространению спама, должна выглядеть следующим образом: *«формирование или передача сообщений электросвязи или почтовых отправлений пользователями услугами связи в адрес неопределенного круга пользователей услугами связи не допускается»*.

Все время существования Проекта к нему было привлечено пристальное внимание СМИ. Члены Рабочей группы Проекта участвовали в подготовке ряда статей, телевизионных и радиосюжетов, посвященных проблеме спама, целью которых было формирование негативного отношения к спаму в обществе.

Более подробная информация о Проекте «АнтиСпам» :
www.ifap.ru/as/