



[Žmogaus kova prieš valdžią - tai atminties kova prieš užmaršumą](#) :: Your Favorite Site

Už reklaminių laiškų siuntimą - tūkstantinės baudos

Užsikimšusios elektroninio pašto dėžutės ir bendrovių tinklai verčia ir lietuvius ieškoti efektyvių kovos būdų

Didžiąją dalį jau ir lietuvaičių gaunamų elektroninių laiškų sudaro nepageidaujami reklaminiai laiškai. Bendrovės "Microlink Data", aptarnaujančios "delfi.lt" sistemą, duomenimis, "spam'as" sudaro apie 80 proc. naktinio ir 30 proc. dieninio elektroninio pašto srauto. Per valandą sulaikoma po 10-20 tūkst. laiškų. Vienas pigiausių ir efektyviausių problemos sprendimo būdų - nedalyti savo elektroninio pašto adreso kam papuola, o registruojantis į konferencijas, prenumeruojant naujienas naudoti ne darbinį, o atsarginį pašto adresą. Blokuoja laiškus Nors nepageidaujami reklaminiai laiškai jau ir dabar sukelia įvairių problemų. Kiekvieną dieną pasaulyje išsiunčiama daugiau nei 60 milijardų laiškų. Tam, kad elektroninis paštas ir toliau išliktų svarbia verslo ir kasdieninio gyvenimo dalimi (šiuo metu 21 iš 100 lietuvių - internautas), tenka ieškoti vis tobulesnių kovos su virtualiais reklamos agentais būdų. Vieni Lietuvos interneto tiekėjų blokuoja "užsirekomendavusių" reklamos agentų siunčiamas žinutes, atpažįstant jų adresus, kitiems vartotojams neleidžiama vienu metu išsiųsti laiško daugiau kaip 20 adresatų, o taip pat naudojami įvairūs filtrai, kitokios specialios priemonės. Kaip kovoti su nepageidaujamų laiškų siuntėjais konsultuoja nemažai įvairių interneto svetainių, jose sukaupia ir įvairių šalių įstatymai, nuo reklamos ginantys elektroninio pašto vartotojus (pavyzdžiui, <http://www.spamlaws.com>, <http://www.mindworkshop.com/alchemy/nospam.html>, <http://spam.abuse.net>). Renka iš tinklapių ir naujienų grupių Lietuvoje veikiančių bendrovių atstovai teigė, kad blokuoti nepageidaujamus laiškus įmanoma, tačiau tai daryti efektyviai yra sunku. Patariama naudoti sistemas, kurios filtruoja įvairius interneto informacijos srautus, tad galima blokuoti ne tik tam tikro turinio laiškus, gautus iš nurodytų adresatų, bet ir laiškus su prikabintomis programomis. Vienos didžiausių užsienio elektroninio pašto tarnybos "Hotmail" vartotojai ketinami saugoti bendrovės "Brightmail" specialistų. Jų sukurta tam tikra sistema sugeneruoja 200 milijonų atsitiktinių elektroninio pašto adresų, kurie patalpinami įvairiose naujienų grupėse ir tinklapiuose, iš kurių, kaip nustatė bendrovės specialistai, "spam'eriai" surenka vartotojų pašto adresus. Į šias pašto dėžutes gauti reklaminiai laiškai išanalizuojami, nustatomos jų charakteristikos, o pagal jas "Brightmail" programinė įranga, įdiegta kliento tarnybinėse stotyse, filtruoja "spam'ą". Pašto adresas išvilioja apgaule Mažėjant iš pornografijos platinimo internete gaunamoms pajamoms, pornografijos industrijos atstovai griebiasi naujų suktybių, kaip pritraukti vartotojus. Pažinčių skelbimais apgaudinėjami vieniši internautai kviečiami užsisakyti mokamas paslaugas, kurios neva padės susirasti trokštamą partnerį. Panašūs pažinčių skelbimai, vėliau nukreipiantys į pornografijos tinklapius, pasirodė portale "Yahoo.com", o taip pat populiarioje užsienio pažinčių svetainėje "Match.com". Susidomėjusiems siūloma susitikti realiaame gyvenime, tačiau prieš tai jie turi pamatyti savo "išrinktąją/jį" interneto puslapyje. Už šį virtualų pasimatymą neretai reikalaujama sumokėti tam tikrą sumą pinigų. Gavę aukos elektroninio pašto adresą, pornografijos platintojai tiesiog užverčia jį nepageidaujamais pornografinio turinio reklaminiais laiškais. Trečdalis - pornografinė reklama Kartu su įvairiais reklaminiais pasiūlymais į pašto dėžutes atkeliauja ir nemažai pornografinių reklamos laiškų. Bendrovės "Nexor" duomenimis, kasmet pornografinių reklamos laiškų kiekis išauga 20 procentų. Jau minėta nepageidaujamus laiškus filtruojančia įranga prekiaujanti kompanija "Brightmail" atliko tyrimą, kurio metu buvo stebima, kiek reklaminių laiškų su pornografiniu turiniu bus persiųsta per vieną parą. Apie 55 procentų reklaminių laiškų buvo susiję su pinigais, pavyzdžiui, pasiūlymai išmokyti, kaip sumažinti skolas, greitai praturtėti, kvietimai pabandyti laimėti elektroniniuose kazino ir panašiai. Antrąją vietą pagal gautą kiekį užėmė pornografinio turinio laiškai - apie 30 procentų viso "spam'o", gauto per 24 valandas. Trečioje vietoje liko reklaminiai laiškai, susiję su sveikatos apsauga. Jie sudarė 10 procentų visų reklaminių laiškų. Piniginės baudos Iš pradžių patariama kreiptis ne į pareigūnus, o į interneto paslaugų teikėjus, ypač jei jūsų ramybės drumstėjas yra užsienio šalyje. Juk jį rasti (taigi ir sutramdyti) kur kas sunkiau nei savo tautiečius. Tačiau įstatymai, ginantys mūsų pašto dėžutes nuo nepageidaujamų pasiūlymų pasididinti krūtis, įsigyti naują Britni Spirs kompaktinį diską ar akis paganyti po nuogus kūnus, priimti ne tik užsienio šalyse. Lietuvoje yra įtvirtinta "opt-in" sistema, kuri reiškia, kad norint siųsti masinius komercinius elektroninio pašto laiškus, reikalingas išankstinis tokio pašto gavėjo sutikimas. Tokie reikalavimai numatyti ir Reklamos įstatyme, ir nuo 2003 metų sausio 1 dienos įsigaliojusioje naujoje Telekomunikacijų įstatymo redakcijoje. Pažeidusiems šias Reklamos įstatymo nuostatas juridiniams asmenims Nacionalinė vartotojų teisių apsaugos taryba gali skirti baudą nuo 1000 iki 10 tūkst. litų. Fiziniai asmenys, nevykdantys Nacionalinės vartotojų teisių apsaugos tarybos reikalavimo nutraukti tokią reklamą, gali būti baudžiami nuo 500 iki 1000 litų bauda. Pakartojus pažeidimą, bauda gali padvigubėti. Pigiau nei įprastu paštu Specialistų atlikti tyrimai parodė, jog 90 procentų bendrovių, užsiimančių reklama internete, ketina padidinti šiam reklamos rinkos sektoriui skiriamas išlaidas. Didžiuoliais kiekiais elektroniniu paštu platinti reklaminė informacija yra itin pigu - kur kas pigiau ir efektyviau negu įprastu paštu, nes siuntėjas nemoka už išsiųstų laiškų kopijų skaičių. Tačiau Izraelio Techniono technologijos instituto darbuotojų teigimu, tuo daugiau vartotojų įrašoma į adresato eilutę rašant elektroninį laišką, tuo mažiau gavėjų jį perskaitys. Tyrėjai sukūrė naują pašto dėžutę ir iš jos siuntė žmoniems laišką, kuriame klausiama apie vieną iš instituto fakultetų. Kai laiškas buvo siunčiamas iš karto daugeliui adresatų, į jį atsakydavo tik apie 16 procentų gavėjų. Tuo tarpu siunčiant kiekvienam iš adresatų atskirai, atsakomumas išaugo iki 50 procentų, o kas trečias atsakymas buvo labai informatyvus. Kenčia ir nuo draugų, kolegų Nenuilstantys interneto srautų tyrėjai nustatė, kad ne tik reklaminiai laiškai užkemša pašto dėžutes ir kompanijų tinklus. Kiekvieną savaitę įvairių JAV bendrovių darbuotojai gauna iki 30 elektroninio pašto laiškų iš pažįstamų žmonių su juokingomis nuotraukomis, video- ar muzikos įrašais, kurie užkemša kompanijų tinklus ir sumažina jų našumą iki 50 procentų. Nustatyta, jog iš draugų gaunami elektroninio pašto laiškai apkrauna kompanijų tinklus tiek pat, kiek ir nepageidaujamas "spam'as". Nemažai ir Lietuvos internautų ne vieną kartą per mėnesį išsiunčia kolegoms ir pažįstamiems keletą megabitų dydžio laiškų su juokeliais ar ekrano užsklandomis, kurių kiekvienas tarnybinėse stotyse užima maždaug 160 tekstinių laiškų vietą. O kur dar atsargūs žmonės, kurie dėl viso pikto adresatui siunčia po kelis tokius pačius laiškus iš karto.