

28. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ ОГРАНИЧЕНИЯ СПАМА В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

Акименко А.В., Иваненко Д.А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Орлова Е.И. – старший преподаватель

Аннотация. Проблема спама в интернет-рекламе заключается в распространении нежелательной и непрошенной рекламы пользователю, которую они не запрашивали. Спам в интернет-рекламе может принимать различные формы, включая электронные письма, сообщения в социальных сетях, всплывающие окна и т.д. Он может содержать неправдивую информацию, навязчиво продвигать товары или услуги, а также нарушать приватность и безопасность пользователей. Для борьбы с проблемой спама в интернет-рекламе применяются различные подходы, в том числе законодательные меры, такие как антиспамовые законы, запрещающие нежелательную рекламу и предусматривающие санкции для нарушителей.

В современном мире интернет-реклама является важной частью маркетинговых стратегий многих компаний. Однако, наряду с легальной рекламой, существует проблема распространения спама, который представляет собой нежелательную и непрошенную рекламу, доставляемую пользователям различными способами.

В настоящее время существует серьезная проблема в сфере рекламы – это массовая отправка нежелательной рекламы по Интернету, известная как спам. С начала 21-го века специалисты обнаружили, что пользователи получают огромное количество непрошенных коммерческих и других сообщений, достигая цифры в два миллиарда долларов США. Это создает проблемы для пользователей, так как они тратят свое время на загрузку нежелательных сообщений и замедление передачи действительно важной информации. Кроме того, распространение спама нарушает информационные права граждан, так как получатели вынуждены тратить время на чтение и удаление нежелательных сообщений. В некоторых случаях доля спама в почтовых ящиках может достигать значительных объемов, что может блокировать получение действительно важных сообщений [1].

Важно отметить, что распространение спама также является незаконным. А именно из-за способов, которыми спамеры получают доступ к электронным адресам своих «потенциальных жертв». Они могут отслеживать интернет-адреса посетителей определенных веб-сайтов или получать доступ к базам данных абонентов интернет-провайдеров. Программы-боты сканируют веб-сайты в поисках электронных адресов, и таким образом полученные адреса попадают в руки спамеров. В последнее время все чаще к нежелательным рекламным сообщениям прикрепляются файлы не только с антиобщественной информацией, но и с вредоносными компьютерными программами.

Исследователи отмечают, что основная причина возникновения этого явления заключается в материальной выгоде. Рассылка спам-писем на сети Рунет стоит около пяти долларов за отправку на 500 тысяч адресов, но конечная стоимость зависит от количества, так как в таком случае, при очень большом запросе поставщики спама могут снижать цену. Эффективность спам-рассылок значительно превосходит эффективность традиционной интернет-рекламы в виде баннеров. В то время как средний процент кликов на баннерную рекламу составляет около одного процента, эффективность спам-рассылок составляет от трех до пяти процентов и выше.

Из-за того, что спам в несколько раз дешевле, чем другие виды интернет рекламы, проблема регулирования интернет рассылки является наиболее острой в данный момент времени [2].

Наиболее важным направлением борьбы со спамом является применение законодательных мер. Сегодня в Республике Беларусь распространение спама запрещено. В соответствии с п. 1 ст. 12

Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. (в ред. от 06.01.2024 г.) «О рекламе»: «Размещение (распространение) рекламы посредством телефонной, телексной, факсимильной, сотовой подвижной электросвязи, электронной почты, за исключением социальной рекламы и случая, предусмотренного пунктом 2 настоящей статьи, без согласия абонента или адресата на получение рекламы, данного рекламодателю или рекламораспространителю в письменной форме путем составления текстового документа, включая документ в электронном виде (в том числе электронный документ), запрещается. Рекламодатель обязан по первому требованию абонента или адресата в течение одного рабочего дня со дня поступления такого требования обеспечить прекращение размещения (распространения) рекламы в адрес этого абонента или адресата, а рекламораспространитель – в этот же срок прекратить размещение (распространение) такой рекламы. В случае, если согласие абонента или адресата на получение рекламы включается в договор на оказание услуг телефонной, телексной, факсимильной, сотовой подвижной электросвязи, электронной почты, заключаемый с абонентом или адресатом в письменной форме, абонент или адресат должен быть проинформирован о праве требовать от рекламораспространителя незамедлительного прекращения размещения (распространения) рекламы в его адрес, о чем в договоре должна

содержаться соответствующая отметка, удостоверенная собственноручной подписью абонента или адресата либо подписью абонента или адресата с использованием средств связи и иных технических средств, компьютерных программ, информационных систем или информационных сетей, если такой способ подписания позволяет достоверно установить, что соответствующий текстовый документ подписан абонентом или адресатом, и не противоречит законодательству и соглашению сторон» [3]. Согласно п. 1 ст. 13.9. Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем или должностным лицом государственного органа законодательства о рекламе – влечет наложение штрафа в размере от пяти до десяти базовых величин, на индивидуального предпринимателя – от десяти до двадцати пяти базовых величин, а на юридическое лицо – от двадцати до пятидесяти базовых величин [4].

Интернет-реклама представляет особые вызовы для традиционных правовых норм о рекламе. Эти нормы не всегда учитывают технические особенности сети Интернет, а также возникают проблемы с определением юрисдикции и контролем нарушителей.

Для борьбы со спамом необходимо разработать законодательные меры, которые учитывают специфические особенности электронной рассылки рекламных сообщений.

Однако юридические меры должны дополняться другими подходами. Это может включать развитие технических средств для фильтрации спама, образование общественного сознания о проблеме спама и его последствиях, а также международное сотрудничество для более эффективного пресечения глобальных спам-операций.

Решение проблемы спама нельзя сводить к принятию каких-то изолированных нормативных актов. Оно может быть только комплексным и включать согласованные действия по крайней мере по нескольким направлениям.

Кроме нормативных правовых актов или каких-либо иных юридических способов защиты пользователей от спама, важными являются проведение разъяснительной работы о противоправности спама и о необходимости борьбы с ним. Практически все «жертвы» спамерских рассылок единодушно осуждают деятельность тех, кто без их согласия захламляет их электронные почтовые ящики. В то же время необходимо следовать достаточно простым рекомендациям, чтобы если не ликвидировать, то по крайней мере минимизировать возможности получения спама. Следует отметить также необходимость фильтрации спама контента как со стороны пользователя, так и со стороны интернет-провайдера, установление штрафных (административных) санкций для тех, кто не будет соблюдать установленные правила.

В целом, борьба со спамом требует объединенных усилий и применения различных подходов. Законодательство, образование, технические средства и штрафные санкции должны работать совместно для эффективной борьбы со спамом и защиты интересов пользователей.

Список использованных источников:

1. Якушев, М. А. Четыре способа остановить спам: разъяснять, программировать, принимать законы и штрафовать // *Независимая газета*. 2003. - 20 июня.
2. Юрасов, А.В. *Основы электронной коммерции* / А.В. Юрасов М.: Телеком, 2008. - 480 с.
3. *О рекламе: Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г. в ред. Закона Респ. Беларусь от 06.01.2024 г.* // Консультант Плюс: Беларусь. *Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2024*
4. *Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях принят Палатой представителей 18 дек. 2020 г.; одобр. Советом Респ. 18 дек. 2020г. с изм. и доп. по состоянию на 25.02.2024г.* - Минск : Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.01.2021. 177 с..