

## ПОЛИТИЧЕСКИЙ СПАМ – НОВОЕ ЯВЛЕНИЕ В РОССИЙСКОМ ИНТЕРНЕТЕ

*Прежде всего определим, что такое спам и чем же он так опасен. Существуют различные определения, самого термина «спам» (от английского SPAM – Spiced hAM – дословный перевод ветчина со специями, примечательно, что в американском сленге spiced означает привкус, а ham означает плохую игру, таким образом, Spiced hAM на жаргоне звучит примерно как привкус плохой игры). Термин «спам» ведет свое происхождение от старого (1972) скетча английской комик-группы Monty Python Flying Circus, в котором посетители ресторанчика, пытающиеся сделать заказ, вынуждены слушать хор викингов, воспевающий мясные консервы (SPAM). В меню этого ресторана все блюда состоят из содержимого этих консервов. Действительно знакомая навязчивость.*

**О**пределение термина «спам» мы сформировали как навязанное пользователю электронное послание. Итак, чем же опасен спам. Сегодня в сфере компьютерных технологий и бизнеса наибольший ущерб вопреки обыденному мнению наносят не вирусы и хакеры, а рассылаемая произвольно по электронным адресам реклама, именуемая спамом. По данным информационного агентства Вашингтон Профайл, ущерб от действий спамеров только в октябре 2003 г. в мировом масштабе превысил 10 миллиардов долларов. Наиболее активно несанкционированная рассылка по электронной почте поступала из США, России, Украины и Китая.

Компания Symantec, опросившая 500 американских компаний малого бизнеса, выяснила, что 61% из них намереваются полностью отказаться от использования электронной почты для рассылки деловой корреспонденции, если ситуация со спамом ухудшится. 55% постоянно меняют адреса электронной почты, чтобы избавиться от навязчивых спамеров.

Примечательно, что исследователи из проекта Pew Internet and American Life пришли к выводу, что миллиарды ненужных пользователям Сети писем, а попросту – спам, основательно подорвали доверие почти половины интернетчиков к электронной почте.

Некоммерческая группа Pew Internet опросила 1400 пользователей Сети и обнаружила, что по вине спама каждый четвертый стал реже пользоваться e-mail. Более половины признались, что из-за спама им все труднее находить и читать действительно нужные письма.

Абсолютное большинство сообщили, что, опасаясь спамеров, не оставляют свой адреса где попало. Приблизительно 7% сказали, что они приобрели товары или воспользовались услугами, которые предлагались в рекламных рассылках.

Треть пользователей «кликали» на ссылки, чтобы получить большее количество информации. Две трети рассказали, что пытались отписаться от рассылок, «кликая» на ссылки, оставленные спамерами, тем самым способствуя распространению спама. По

разным оценкам, в настоящее время спам – это около половины всей электронной почты, которая означает потраченные впустую миллиарды долларов.

Спам позволил создать целую отрасль экономики. Только в США действует несколько десятков компаний, производящих программное обеспечение для борьбы со спамом. Одновременно действует множество фирм, которые обслуживают интересы спамеров. Некоторые исследователи считают, что бурное развитие спама стало косвенным последствием развития интернет-компаний (дот-комов) 1990-х годов. Именно дот-комы ввели в обиход термин «интернет-маркетинг», составной частью которого и является рассылка рекламных сообщений на произвольно подобранные адреса. Подобная деловая практика позволяла и позволяет выживать множеству мелких фирм, не имеющих финансовой возможности использовать традиционную рекламу.

По сообщениям Washington ProFile (<http://www.washprofile.org/>), если изучить статистику рассылаемых писем, то мы увидим, что 14% несанкционированных писем по электронной почте составили послания жуликов, 14,5% – порнография, 21% – реклама товаров, 16% – предложения финансовых услуг. Количество спама, рассылаемого мошенниками, увеличивается рекордно быстрыми темпами: по сравнению с сентябрьским уровнем 2003 года в октябре оно выросло на 40%.

Согласно данным аналитического отчета «Спам: итоги 2003 года», подготовленного компанией «Ашманов и Партнеры», ушедший год прошел под знаком спама. Из побочного раздражающего фактора он превратился в крупномасштабную угрозу электронной почте. Данные различных опросов показывают, что обычные пользователи, чья работа не связана с Интернетом и IT-технологиями, могут из-за спама существенно сократить объемы электронной переписки или даже вообще отказаться от использования электронной почты.

С начала 2003 года количественный рост спама, по данным «Спам: итоги 2003 года», превзошел все, даже самые пессимистичные прогнозы, дававшиеся в конце прошлого года. Если в конце 2002 года спам составлял 30–40% от общего числа электронных писем, то уже через

год его доля выросла до 75–80% всей входящей корреспонденции в публичных почтовых службах российского Интернета, а «благодарить» за это следует всего пару сотен человек, самых активных спамеров, на долю которых приходится 80–90% всех мусорных писем в мире.

Взрывной рост количества спама вынуждает крупные интернет-сервисы внедрять новые технологии фильтрации почты. Каждый пытается бороться со спамом по-своему и устанавливает системы от разных производителей. Большое разнообразие предлагаемых решений говорит о том, что ни одно из них не является по-настоящему эффективным.

Абсолютно очевидно, что спам наносит серьезный урон развитию ИКТ и ряду отраслей экономики, образования (в частности, из-за спама значительно затрудняется процесс дистанционного образования) и т. д., но нас интересуют не столько экономические опасности спамерского движения, сколько политический аспект данного явления.

Последнее время в Рунете, помимо уже функционирующего политического спама (под политическим спамом мы понимаем рассылаемую по электронным адресам без ведома и согласия получателя политическую пропаганду), появился (можно сказать даже зародился) партийный спам (под партийным спамом мы понимаем незапрашиваемую получателем рассылку электронных посланий, организуемую политическими партиями либо от их имени).

Примеры политического спама в Интернете встречаются не так часто, как, например, коммерческий спам (коммерческим спамом является рассылка рекламных сообщений о товарах и услугах без ведома и согласия получателя). Однако электронная почта все-таки используется в политических целях. Так, например, в январе 2003 года США запустили в Интернете кампанию, в рамках которой тем, кто знает что-либо о производстве в Ираке оружия массового поражения, предлагается пожаловаться по электронной почте куда следует. Соответствующая «электронная листовка» (спам) была разослана по всем доступным иракским электронным адресам.

Приемы массовой и что самое главное – бесплатной рассылки, разумеется, не могли обойти стороной деятелей политичес-

ких партий и различные PR-агентства, специализирующиеся на предвыборной агитации. Так, в российском Интернете появился партийный спам.

Началось все 26 марта 2003 года, когда многие пользователи Сети получили спам якобы от «Единой России».

По мнению Н. Шермана, сам текст письма, адресованного «Уважаемому руководителю», уже наводил на определенные мысли в связи с рядом несоответствий. А некоторые цитаты просто вызвали умиление у подкованных в политических вопросах пользователей.

«Генеральный совет и Центральный исполнительный комитет партии настоятельно рекомендует организовать на базе вашего предприятия (организации) первичную партийную ячейку и обеспечить вступление в нее новых членов (не менее 5% от списочного состава сотрудников)»...

«Учитывая высокую государственную значимость обозначенной задачи, надеемся, что вы со всей ответственностью отнесетесь к ее выполнению и дальнейшей работе на благо нашего Отечества»... и т. д.

Письмо, помимо основного текста, содержало образец заявления для вступления в ряды «Единой России», а также список адресов и телефонов городских и окружных отделений партии.

Представители «Единой России» гневно опровергли свою причастность к этой рассылке и заявили, что от их имени Рунет «заспамили» конкуренты – КПРФ или СПС, чтобы подорвать доверие интернетовской общественности к «Единой России».

Ситуация, сложившаяся с насильственной рассылкой сообщений от имени «Единой России», вызвала оживленный интерес аналитиков в области массовых коммуникаций. Вот как прокомментировал ситуацию Иван Давыдов, заместитель генерального директора Агентства стратегических коммуникаций:

– Сами «единоороссы», безусловно, этого не делали, хотя бы потому, что:

а) спам рассылался через «анонимайзеры», а зачем самим «единоороссам» прятать концы;

б) такая рассылка – повод затеять судебное разбирательство, а недооценивать юрисконсульты партии власти не стоит;

в) в «Единой России» работают люди не настолько глупые, как многим хотелось бы, вряд ли они отчаялись на столь бессмысленную провокацию.

Здесь мы позволим себе частично не согласиться с аргументами уважаемого Ивана Давыдова. Мы, конечно, не беремся утверждать, что спам рассылали «единоороссы», однако доводы И. Давыдова нам кажутся не совсем убедительными. Поэтому, абстрагируясь от конкретной ситуации, позволим себе поспорить с гном Давыдовым. Начнем с того, что аргументы «а» и «б» взаимообъясняющие. А именно – рассылка могла проводиться партией через «анонимайзер» из-за боязни судебных разбирательств и для того, чтобы можно было свалить вину за рассылку на неких «доброжелателей». И самим получателям писем может не понравиться такого рода реклама, поэтому разумная партия могла бы и подстраховаться, не указав адрес отправителя.

Что же касается аргумента «в», то хотим заметить, что партийный спам, вряд ли можно отнести к бессмысленным провокациям. В зависимости от его исполнения он может иметь как положительный, так и отрицательный эффект для той или иной партии, но вот бессмысленным называть его не совсем корректно. Ибо многие получатели спама его перечитывают, а это уже оказывает определенный эффект, к тому же само получение письма от партии уже предполагает определенную ответную реакцию. Например, если грамотно подойти к подбору электронных адресов получателей и содержанию электронных писем, то можно достичь эффекта, при котором получатели спама будут благодарны за оказанное им внимание.

По теории не исключен и такой вариант, при котором партия сама рассылает спам с агитацией от своего имени, после чего, обвиняя в этом «злодеянии» своих конкурентов, перекладывает всю вину на соперников, тем самым «убивая сразу двух зайцев». И агитация в сети проведена, и репутация конкурентов «подмочена».

В случае же, когда преследуется цель вызвать отвращение пользователей электронной почты от той или иной политической партии, можно от ее имени вбросить на каждый адрес несколько десятков или даже сотен одинаковых писем, пусть даже позитивного содержания. Эффект

будет сногшибательный: получатели множества одинаковых писем будут однозначно возмущены деятельностью партии, от имени которой письмо разослано.

Так что мы беремся утверждать, что партийный спам не является бессмысленным. И в подтверждение этого хотим заметить, что в период избирательной кампании в Государственную думу в Интернете было проведено несколько подобных рассылок. 26 марта 2003 года, помимо рассылки от имени «Единой России», через электронную почту разослали ряд листовок от имени депутата Государственной думы Сергея Митрохина, представляющего фракцию «Яблоко». От имени парламентария было разослано письмо с обратным адресом [mitrohin@yabloko.ru](mailto:mitrohin@yabloko.ru) (действительный адрес С. Митрохина), в котором содержались «предложения о сотрудничестве» и ссылка на персональный сайт депутата. В течение 3 дней в адрес партии в массовом порядке поступали возмущенные звонки и письма пользователей Интернета, некоторые из которых получили до 400 одинаковых сообщений.

16 апреля история политического спама в Рунете получила свое продолжение. На сей раз, массовая рассылка писем была произведена от имени коммунистов: «Товарищ! Это письмо предназначено для тех, кто работает на победу КПРФ на предстоящих 7 декабря 2003 года выборах в Государственную думу Российской Федерации. Мы продолжаем поиск сторонников в Москве и регионах. Сегодня нам требуются: журналисты и аналитики для работы в рамках редакции КПРФ.ру, печатных СМИ народно-патриотических сил и по заданиям предвыборного штаба; региональные представители для организации постоянного информационного обмена и участия в исследованиях и акциях партии».

Большой интерес представляет и появление предвыборного спама задолго до президентских выборов 2004 года. Так,

еще в декабре 2003 года неофициальный кандидат в президенты России Герман Стерлигов разослал ряд писем со своей развернутой предвыборной программой. В письме кандидат подробно излагал свою предвыборную программу и приводил тексты пяти указов, которые он якобы подпишет сразу после того, как будет избран главой российского государства. В их числе: запрет аборт, высылка всех иммигрантов и пересмотр итогов приватизации. Сообщение было подписано 24 декабря 2003 года.

Подобная акция проводилась от имени Г. Стерлигова не первый раз. Во время прошедшей предвыборной кампании по избранию мэра Москвы (а Стерлигов тогда был кандидатом на этот пост) в Сети появился вирус I-Worm.Sexer. После открытия вложенного файла на экране появлялась агитационная листовка за вышеназванного кандидата. Тогда Стерлигов заявил «Компьюленте», что он не имеет к авторам вируса и к самой идее подобного способа агитации никакого отношения. «Видимо, это излишне ревностные сторонники», – пошутил он. Однако после этого листовки такого же содержания и вида были встречены в московском метро. На выборах 7 декабря Герман Стерлигов получил поддержку 3,65% москвичей (третье место). Такое массовое распространение новой предвыборной технологии, в частности предвыборного спама, грозит пользователям Интернета лавинообразно увеличивающимся потоком политического спама уже в ближайшие годы, а если учесть постоянно увеличивающийся объем различных маркетинговых посланий, то уже пришло время бить тревогу.

В связи с этим законодателям следует ускорить работу над регулированием потоков незапрашиваемых электронных посланий для создания эффективного барьера на пути спама, пока данное явление не приняло поистине угрожающий характер.