

## «СПАМ - что это такое?»

**Источник материала:**

[Вирус-лист Касперского - О СПАМЕ](#)

Для того чтобы эффективно бороться со спамом, необходимо четко определить, что именно подразумевается под словом «спам». Нередко провайдеры и владельцы сетей предпочитают руководствоваться «презумпцией виновности», относя к спаму практически всю почту, которую не запрашивал получатель. За последние полтора года эксперты изучили все существующие виды и категории спама и пришли к выводу, что при огульном отнесении к спаму любого нежелательного или рекламного письма возникает большая опасность потерять деловую почту.

«Бытовые» определения спама как «нежелательной почты» или «незапрошенной рекламной рассылки», которые можно услышать от пользователей, провайдеров или владельцев компьютерных сетей, не выдерживают критики.

Поскольку при фильтрации спама главное — не навредить получателю почты, необходимо дать более взвешенное определение.

Вот наиболее точное определение спама: **спам — это анонимная массовая незапрошенная рассылка.**

Это определение довольно хорошо соотносится с мировой практикой и определениями спама, положенными в основу американского и европейского законодательства о спаме. Кроме того, это определение можно эффективно использовать на практике. Поясним его смысл.

- **Анонимная рассылка:** мы все страдаем в основном именно от автоматических рассылок со скрытым или фальсифицированным обратным адресом. В настоящее время не существует спамеров, которые не скрывали бы своего адреса и места рассылки.
- **Массовая рассылка:** именно массовые рассылки, и только они, являются настоящим бизнесом для спамеров и настоящей проблемой для пользователей. Небольшая рассылка, сделанная по ошибке человеком, не являющимся профессиональным спамером, может быть нежелательной почтой, но не спамом.
- **Непрошенная рассылка:** очевидно, подписные рассылки и конференции не должны попадать в категорию «спама» (хотя условие анонимности и так в значительной мере это гарантирует). Важны также и категории, которые мы сознательно не включили в определение спама.

Например, в определение спама часто включают словосочетания «рекламная рассылка» или «коммерческое предложение». На наш взгляд, это неправильно.

Дело в том, что значительная часть спама не преследует рекламных или коммерческих целей. Существуют рассылки политического и агитационного спама, есть также «благотворительные» спамерские письма (призывающие помочь каким-нибудь несчастным).

Отдельную категорию составляют мошеннические письма (так называемые нигерийские письма с предложениями обналичить большую сумму денег или вовлекающие в финансовые пирамиды), а также письма, направленные на кражу паролей и номеров кредитных карт («фишинг»).

Еще бывают так называемые «цепочечные письма», то есть письма с просьбой переслать их знакомым («страшилки», «письма счастья») и т. п. Есть также вирусные письма, содержащие завлекательный текст и вирусы под видом игрушек, картинок, программ («настоящая история Белоснежки», «С Новым годом!» и т. п.). Все эти письма, как правило, нельзя отнести к рекламе, хотя они являются очевидным спамом.

### **Спам и целевые коммерческие предложения**

Из данного выше определения следует, что коммерческое предложение, явно направленное на адрес получателя и с реальным обратным адресом, — это не спам.

Таким образом, мы не считаем спамом непрошеное рекламное письмо, например, приглашение на семинар, посланное лично директору фирмы. Или предложение горнолыжного тура в Шамони с настоящим обратным адресом турфирмы.

Кому-то это может показаться возмутительным, странным и нелогичным, но мы считаем, что делать это различие необходимо — и теоретически, и практически.

Такое письмо также может быть нежелательным и вызывать раздражение. Заметим, что такие письма во многих случаях тоже можно распознать и отфильтровать технически, наряду со спамом. Например, Kaspersky Anti-Spam имеет рубрики «Семинары/Конференции», «Туризм» и тому подобные.

Однако прежде чем удалять письма данных категорий, системному администратору стоит согласовать политику обработки спама с отделом маркетинга и PR. Вполне возможно, что им нужны подобные письма. Например, коммерческие сотрудники туристических фирм часто с интересом читают туристические предложения и даже спам, а организаторы семинаров и сотрудники кадровых отделов хотели бы получать все приглашения на семинары.

### **Нежелательная почта**

Кроме спама и целевых коммерческих предложений существует еще один вид почтовых сообщений, который часто путают со спамом. Это нежелательная почта. В некоторых случаях незапрошенное и ненужное сообщение спамом не является.

Вот некоторые примеры нежелательной почты, которую получатель не заказывал и/или не желает получать:

- **Разного рода ошибки:** ошибки автоматических рассылщиков — технический сбой службы рассылки, запросы на подтверждение подписки на рассылку или какой-то сервис; ошибки людей - например, человек ищет однокурсника, а получатель имеет ту же фамилию и похожий адрес.

- **Разнообразная техническая корреспонденция:** сообщения о доставке письма и других ошибках; автоматические сообщения от антивирусных программ о вирусах в отправленном с вашего адреса письме; экстраординарные или рутинные сообщения от администраторов сервисов (например, о том, что почтовый сервис будет недоступен, или о появлении вируса и пр.). Такие письма для получателя часто выглядят как незапрошенные.
- **Новые возможности общения и бизнеса:** деловое письмо от частного лица (фирмы) частному лицу (фирме). Такое письмо часто может служить началом нового контракта, дела, бизнеса. Прямое письмо менеджеру корпорации от рекрутингового агентства — адрес обычно получен неофициально, само письмо справедливо трактуется компанией как угроза бизнесу, в то же время такие письма очень полезны рынку труда и капитала.
- И, естественно, **личные письма от тех, с кем получатель никогда ранее не переписывался:** письма от старых знакомых, друзей, агитаторов (например, агитация жителей района против загрязнения парка, и т. п.).

Любое из этих писем является незапрошенным, ибо принимающая сторона его явно не запрашивала. С другой стороны, выбрасывать подобную почту без прочтения нельзя. Из этого следует, что признаки массовости и анонимности являются необходимыми для распознавания тех, кто делает бизнес на спаме.

### **Политика обращения со спамом и нежелательной почтой**

Итак, мы разделяем все незапрошенные сообщения, попавшие в ваш почтовый ящик, на следующие категории:

1. спам, имеющий все признаки анонимной массовой рассылки;
2. целевые коммерческие предложения;
3. нежелательная почта.

Спам, несомненно, нужно фильтровать, а затем сохранять в особых папках или помещать в карантин, а иногда сразу удалять — согласно политике компании. Вторую и третью категорию писем также возможно распознавать и фильтровать, но с ними нужно обращаться более осторожно. В компании могут быть разные отделы, которые хотели бы получать различные категории непрошеной почты (администраторам нужны сообщения от сервисов и антивирусов, кадровикам — приглашения на семинары).

Таким образом, системный администратор должен вводить тщательно продуманную политику обработки почты, включающую не только уничтожение спама, но маршрутизацию и хранение незапрошенной и даже нежелательной почты.