Не звони мне!

Если бы я был депутатом Государственной Думы или, на худой конец, заместителем министра коммуникаций и связи, то я бы, разумеется, получал бы большую зарплату, премию по итогам сессии, пользовался бы служебным автомобилем, квартирой и проездным в метро.

А еще бы иногда (редко) делал бы что-нибудь хорошее для отрасли. Ну, просто вот так воспитан, что за получаемые деньги необходимо что-то делать. В рамках служебной компетенции, конечно. И написал бы какой-нибудь хороший законопроект, от которого в Стране стало бы хоть чуточку лучше и светлее.

Но я не депутат. И не замминистра. Возможно, это именно потому, что воспитание не позволяет просто пользоваться служебным транспортом, квартирой и проездным в метро. Но, скорее всего, от собственной лени и частых приступов прокрастинации, острых реакций на стресс и прочих панических атак.



Поэтому я просто напишу вот сюда, а там уж как получится. Может быть, эти строки прочитает кто-то из получающих завышенные зарплаты и премии по итогам сессий и им станет стыдно за "пакет Яровой", "черные списки", "Ревизор" или за "обеспечение устойчивости критической инфраструктуры". Но почему-то уверен - не станет.

Итак, начну, как мне это нравится - "от печки".

В чем смысл, предназначение и резон существования телекоммуникаций? Правильно. Телекоммуникации существуют для того, чтобы передавать сообщения из пункта "А" в пункт "Б". Именно так и переводится слово: "теле" - далеко, а "коммуникация" - сообщение. Сообщения на расстоянии.

Причем, в акте коммуникации всегда должны присутствовать, как минимум, две стороны - передающая и получающая. Всегда есть тот, кто хочет проинформировать о чем-то, и кто-то быть информированным. Так было всегда со времен там-тама, сигнальных костров и азбуки Морзе.

Но прогресс не стоял на месте, и возникли печатные станки и средства массовой информации. Теперь некто мог передать сообщения широкому кругу лиц и донести до масс некую точку зрения. Так, собственно, возникла реклама. И пропаганда. Впрочем, речь идет не о том, как была построена человеческая цивилизация. И тем более не о том, что СМИ используются в не очень мирных целях. Речь идет о том, что наука о телекоммуникациях развивалась. И в итоге были изобретены интернет, мобильный телефон, СМС и колл-центры. То есть, возникла возможность организации массовых коммуникаций между теми, кто хочет продвинуть свою информацию, и тем, кто информацию желает получить. Причем, в отличие от СМИ (информирование неопределенного круга лиц), прямые коммуникации отличаются своей персонифицированностью и возможности учета, вплоть до количества и длительности контактов. То есть, поднимаем телефонную трубку и начинаем методично обзванивать всех абонентов из справочника. Или даже прямым перебором цифровых кодов.

И со временем развития информационных систем это стало достаточно дешево - обращаться прямо и непосредственно.

Как вы уже догадались из пассажа выше, я хочу сегодня рассказать про телефонный спам.

Для начала немного статистики. Цифры очень просты и официальные с Росстата:

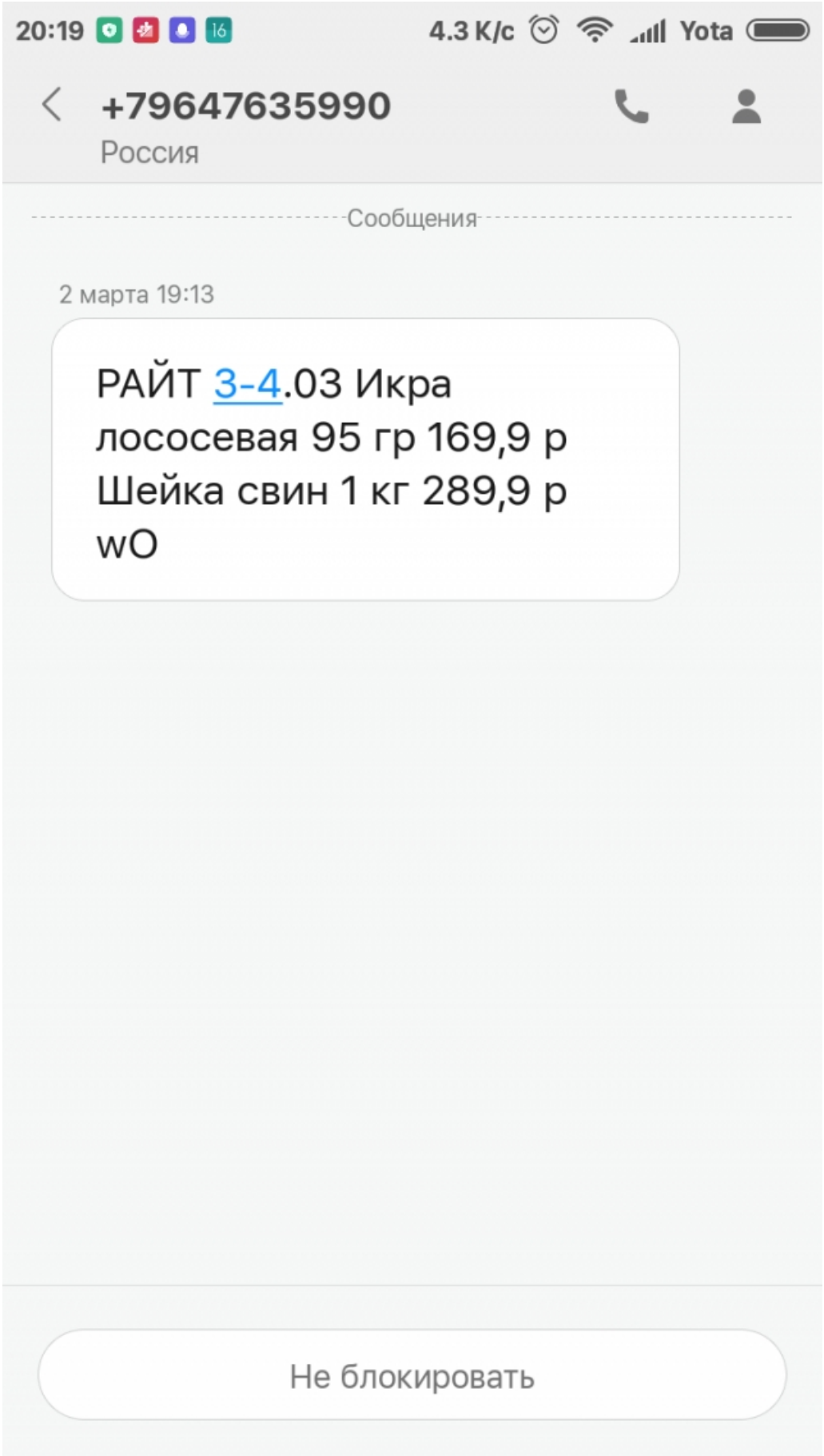
- Количество печатных изданий в России в 2015 году выпустили 0,9 млрд. экземпляров. В 2014-ом - было миллиард.
- Писем отправлено чуть больше - 1,5 млрд. штук.
- Количество телефонных аппаратов - 24,8 миллионов за все про все, включая таксофоны. И по ним люди наговорили 360,2 миллиона часов.

- Количество мобильных аппаратов (абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи) - 284 миллиона.
- Ну, еще контрольный выстрел - всего в России имеется 8,7 тысяч телевизионных станций любого назначения.

И все эти цифры были названы только для того, чтобы продемонстрировать вам логику принятия решений о способе коммуникаций, например, для продвижения каких-либо услуг/товаров. Ну, то есть, если вы продавец ~~счастья~~, то вам нужно как-то о себе заявить и рассказать, что вы такие замечательные и прекрасные, а ваши товары/услуги необходимы и полезны.

И некоторые коммерсанты находят, что самым простым, дешевым и эффективным способом достучаться до потребителя является позвонить "с предложением выгодной сделки".

Или, еще проще - отправить СМС-ку. Вот так, например:



Телефон спамера - не скрываю. Потому что вот этот вот "шейка свин" мне сообщение отправил, не спросив моего на то разрешения. Не думаю так же, что кто-то воспримет это как рекламу и купит икры лососевой.

Итак, проблема понятная - спам по телефонным линиями и в смс-сообщениях. И наше государство (любимое Отечество) пытается бороться с этим явлением. Как могут.

Например, года четыре назад даже начиналась некая кампания по "борьбе" - вот что писал

Интерфакс в ноябре 2013 года:



В РОССИИ 12:15, 12 ноября 2013

Борьба с SMS-спамом начинается

В Совете Федерации готовят законодательную базу для борьбы с рассылкой SMS-спама. В случае принятия закона абоненты будут получать рекламные SMS только при своем согласии, как в большинстве стран Евросоюза

Фото: Reuters

Правда, потом решили, что более интереснее блокировать ссылки или пилить "хранилища Яровой", но суть не в этом. Проблему внесли в повестку и как-то попытались.

Хотя кое-какие инструменты существовали и ранее: основным инструментом борьбы с SMS-спамом являются нормы ст. 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" (далее – закон о рекламе). Так, распространение рекламы допускается только при условии предварительного согласия абонента на ее получение. При этом в спорных ситуациях, касающихся рассылок, рекламораспространитель обязан доказать наличие такого согласия.

Но в 38-ФЗ ни слова не сказано, что нельзя звонить с рекламой, кроме того, что "2. Не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки)".

Но стало ли меньше спама, меньше рассылок?

Да, стало. Потому что таки в 2014 году вышел 272-ФЗ, вносящий изменения в "Закон о связи", где ответственность за спам повесили на операторов связи. Логично.

Это привело только к росту цен на легальную рассылку, ужесточились правила присоединения для смс-агрегаторов, но почти никак не решило собственно проблему - спам просто стал чуточку дороже и стал окончательно нелегальным. Причем, технологически спам даже стал более доступным - достаточно менять симки в специальных смс-шлюзах, и продолжать-продолжать отравлять среду токсичными отходами рекламной индустрии...

Вот так выглядит инструментарий профессионального смс-спамера:



Впрочем, вы можете наказать спамера, если достало окончательно. Для этого вам нужно (более подробная инструкция легко гуглится, но вот, например, такая ссылка):

1. Получить заведомо нелегальное сообщение или звонок.
2. Зафиксировать этот факт. Причем, если с СМС - все понятно, то со звонком сложнее технически - нужно звонок записать. Это несложно, просто тогда вам нужно писать вообще все свои звонки, ибо вы же не знаете, когда свершится п.1
3. Подаете жалобу в Федеральную Антимонопольную Службу. Это тоже несложно - достаточно написать сообщение (даже по электронной почте некоторые отделения принимают) и приложить доказательства факта рекламного сообщения из п.2
4. Потом ФАС запросит у вас разрешение на получение детализации счета у оператора связи (телефонных соединениях, СМС-сообщениях, иных переданных данных на/от (абонентский номер телефона в сети оператора сотовой связи, название оператора сотовой связи). В противном случае ведомство не сможет запросить необходимые данные у оператора связи и привлечь его или заказчика рассылки к административной ответственности (письмо ФАС России от 31 октября 2013 г. № АК/43077/13).
5. Все.

Осталось подождать 60 дней, пока внутри ведомств совершается некая административная магия. Обычно, нарушители как-то наказываются - список дел о нарушении публикуется. Вот здесь можно полистать.

Как видно, дел там достаточно много, что подтверждает наличие проблемы. Уж если граждане жалуются в таких объемах, то что-то явно не работает.

Кроме того, некоторые дела разваливаются из-за правовой неопределенности и/или ушлости корпоративных юристов. Например, сразу же на первой странице (я просто ткнул в первое определение) - дело №128/16 от 27.03.2017. УФАС по Новосибирской области было вынуждено

отказать в дальнейшем производстве по отношению к ООО "Компания БКС". Абонент получал рекламные звонки от БКС. Но, "как пояснило Общество, на телефонный номер абонента действительно производились адресные звонки, но не рекламного характера, а в целях повышения финансовой грамотности населения".

Кроме того, БКС предоставили бумагу-анкету, где номер абонента был указан в качестве контактного для обратной связи. И неважно, что подпись там совершенно другого лица. А еще заявитель не предоставил записи разговора. Определение - производство по делу прекратить.

Впрочем, есть еще один способ наказания спамеров по "Закону о персональных данных", но там производство еще более запутанное и сложное.

Как итог: действующее законодательство неэффективно и несовершенно.

Причем, хочу особо отметить, что во всей этой истории:

1. Абонент никак не защищен от спама вообще, потому что нарушения определяются после собственно нарушения.
2. Рынок легальной рекламы фактически закрыт из-за высоких рисков для добросовестных игроков и, разумеется, никак не регулируется в отношении "серого сектора".
3. В конечном итоге - за все платят операторы связи, потому что это именно они вовлекаются в эти все административные дрязги, хотя они всего лишь выполняли свою основную функцию - передача информации из пункта "А" в пункт "Б".

Единственные, кто в этой ситуации остаются при экономическом профите - это юристы и административные работники, которые как бы при деле и получают зарплату за то, что толкут воду в ступе и переливают из пустого в порожнее. Непыльная работка.

Вот тут-то и нужен грамотный (ну где ж его взять-то?!!) депутат и по- хорошему отраслевой лоббист, который бы встал бы и сказал: "ХВАТИТ ЭТО ТЕРПЕТЬ!" и создал бы наконец хороший и умный закон, который бы все три вышеперечисленных пункта охватывал бы.

И да, это довольно сложная проблема, для решения которой необходимо понимание функционирования рынка, знание проблем заинтересованных сторон, и просто здравый смысл. Но таких нет, даже в отраслевом министерстве. И это печально.

Поэтому, попробую я, раз больше некому. Но только высказаться на страницах Nag.Ru, потому что больше-то и негде.

Как решить проблему спама в сетях электросвязи? Да очень просто! Нужно просто поискать как с этой проблемой справляются в других странах. Ну, право слово, Россия никогда не была лидером в развитии телекоммуникационных технологий, и уж тем более вовсе никакая не уникальная страна, где проблемы коренным образом отличаются от общемировых.

Окей, Гугл, и нам открываются:

- The Do Not Call Register в Австралии.
- The National Do Not Call List (DNCL) в Канаде
- The National Customer Preference Register (NCPR) в Индии (!)
- The New Zealand Name Removal Service в Новой Зеландии
- The Telephone Preference Service (TPS) в Великобритании
- The National Do Not Call Registry - США
- Do Not Call (DNC) Registry - Сингапур

И это лишь малая часть. На самом деле, вы же не думаете, что в странах, где рыночной экономике сильно больше лет, чем Российской, никто никогда не пробовал спамить по телефону? Разумеется, спамили. И, разумеется, некоторой категории граждан это не нравилось. И, разумеется, эту проблему решали, или пытались решить, на государственном уровне.

Давайте, я не стану перечислять, как и что работает в разных странах, а просто расскажу, как это сделано в США. США - ~~это для того, чтобы потроллить определенную политическую ориентацию граждан~~ потому что там столкнулись с явлением телефонного спама в особо изощренной форме и, скорее всего, в эпических масштабах.

Ну, потому что уровень телефонизации был одним из самых высоких в мире. А еще всем известна страсть американского народа к продажам и коммерции. Я знаю - я ещё в журнале "Крокодил" в 1982 году карикатуры видел, что за рекламу американцы душу продали:



Итак, как это работает.

Всё достаточно просто. В далеком 2003 году в "Федеральной комиссии по торговле" (Federal Trade Commission) создали специальный реестр, который так и называется - "Не звони мне". Или на национальном языке США - Do Not Call. Можно убедиться.

Логотип реестра простой, но очень понятный:



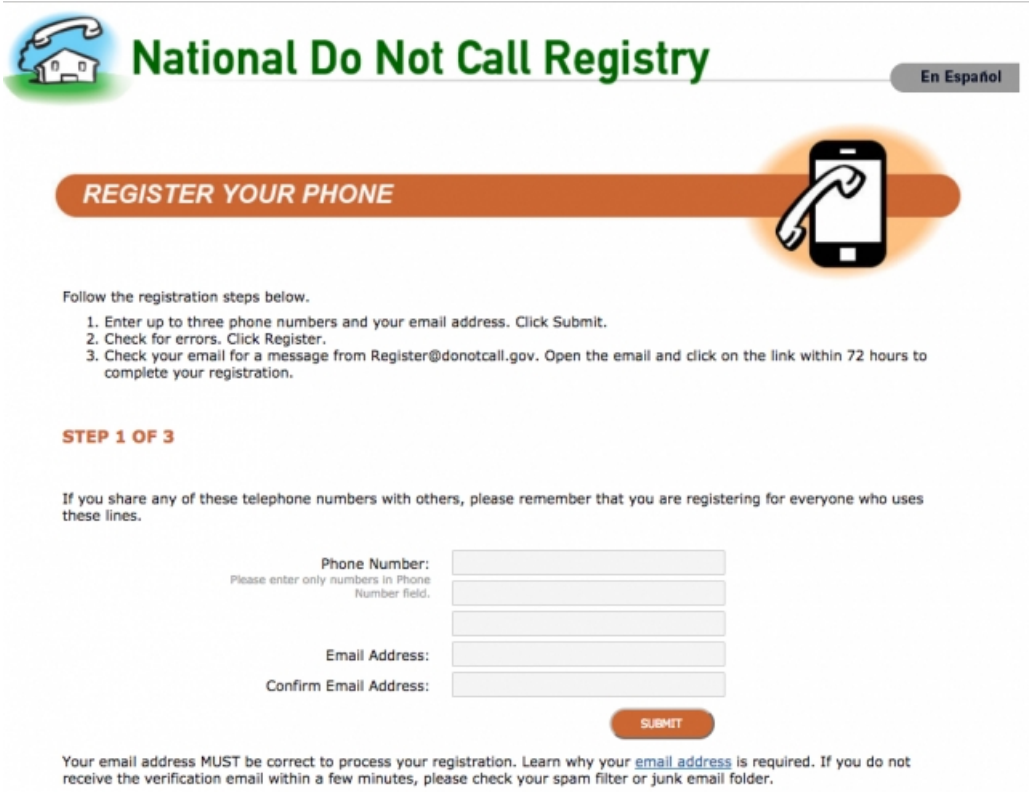
Реестр имеет две заинтересованные стороны. Прежде всего, это обычные граждане, которые могу распоряжаться собственным телефонным номером и внести его в реестр DNC. Или изъять номер из реестра. Другая сторона - телемаркетологи. Они получают доступ к реестру за соответствующую плату и попросту не имеют права делать звонки номерам, которые занесены в реестр.

Но тем, кто не внес номер в реестр - МОГУТ! И совершенно легально, не ссылаясь на липовые анкетки или совершенные конклюдентные действия, которые никто доказать не может, потому что "галочку на сайте" они попросту придумали.

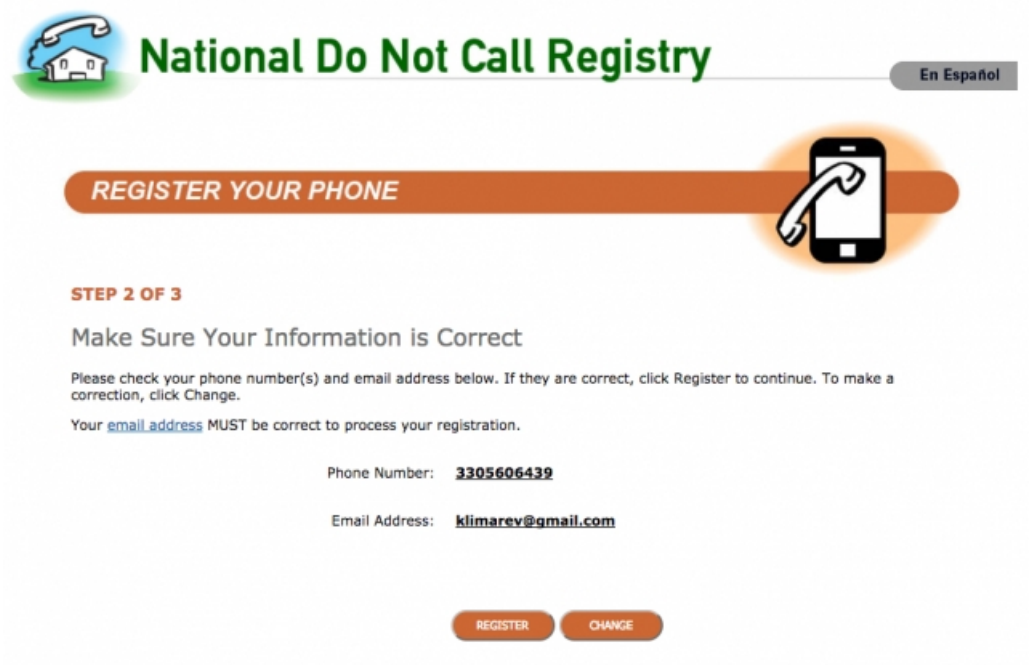
Но по порядку:

Для начала самое простое - граждане.

Будучи гражданином США и имея телефонный номер в той же стране - неважно, мобильный или стационарный - вы имеете право внести свой номер в список "Не звоните мне". Делается это либо через сайт, заполнением соответствующей формы:



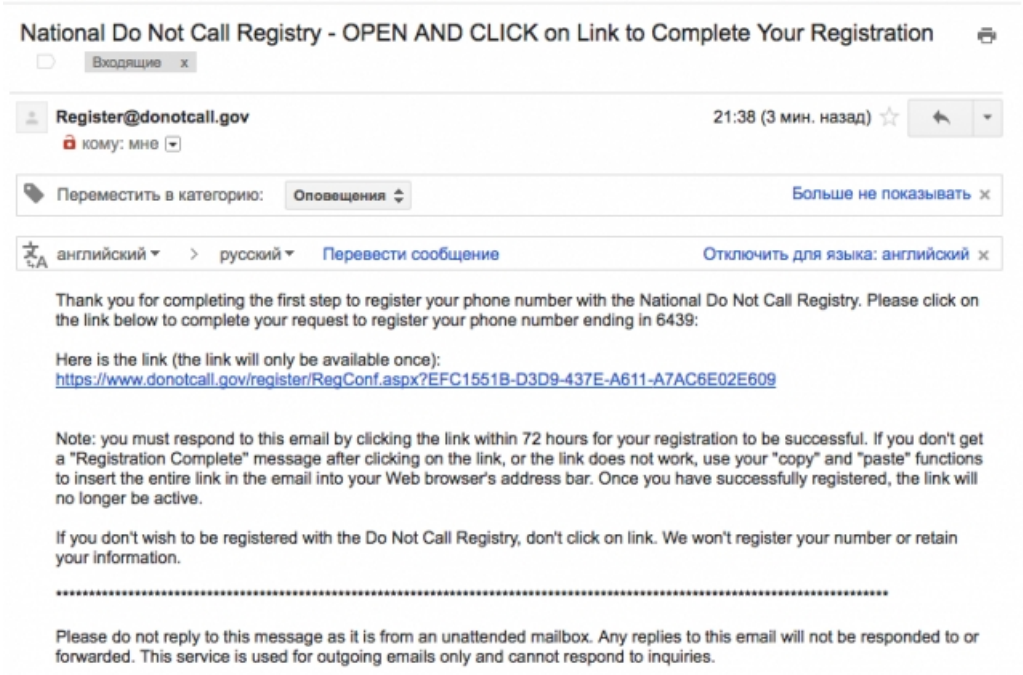
Вводим телефонный номер и электронную почту:



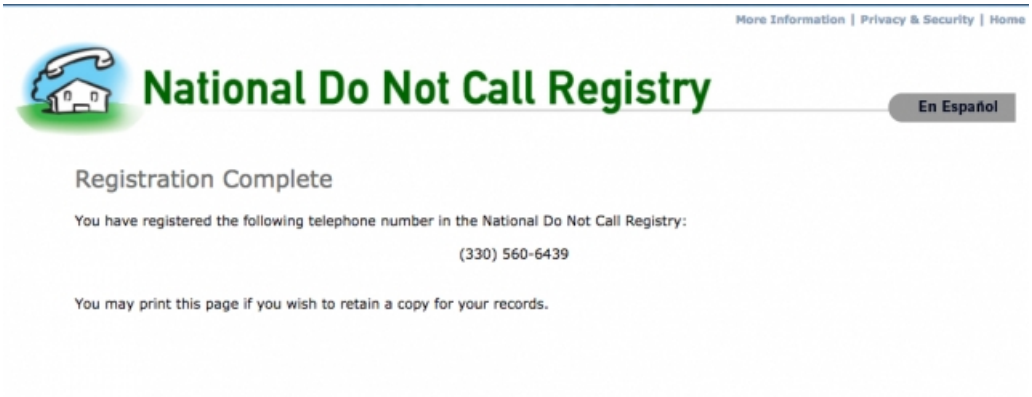
(номер я придумал) и жмем кнопку Register:



Далее, нам по электронной почте приходит вот такое письмо:



Кликаем по ссылке-подтверждению, и вуаля!



Но тем, кто не осилил премудрости интернетов, внести свой номер в реестр так же просто, как позвонить по телефону. Вот по этому +1-888-382-1222, а дальше вам ответит приятный мужской голос, попросит выбрать язык (можно на испанском) и называет голосом ваш номер.

В общем-то все.

Что происходит дальше - не стал разбираться. Номер в "боевую базу" попадет не позже, чем через месяц, и по задумке, мне должны прекратиться звонки рекламного характера из США.

Номер находится в базе не менее пяти лет, а "выбывшие" номера при смене хозяина чистятся. Процесс чистки я не до конца понял - видимо операторы как-то должны подавать эти данные на сверку с реестром.

Еще физлицо может проверить - находится ли его номер в реестре. Или пожаловаться на входящий номер. Форма там несколько сложнее:



Нужно вписать номер, с которого звонили, время звонка, указать, что это было - смс или голосовой вызов, указать тему входящего вызова и есть ли запись вызова.

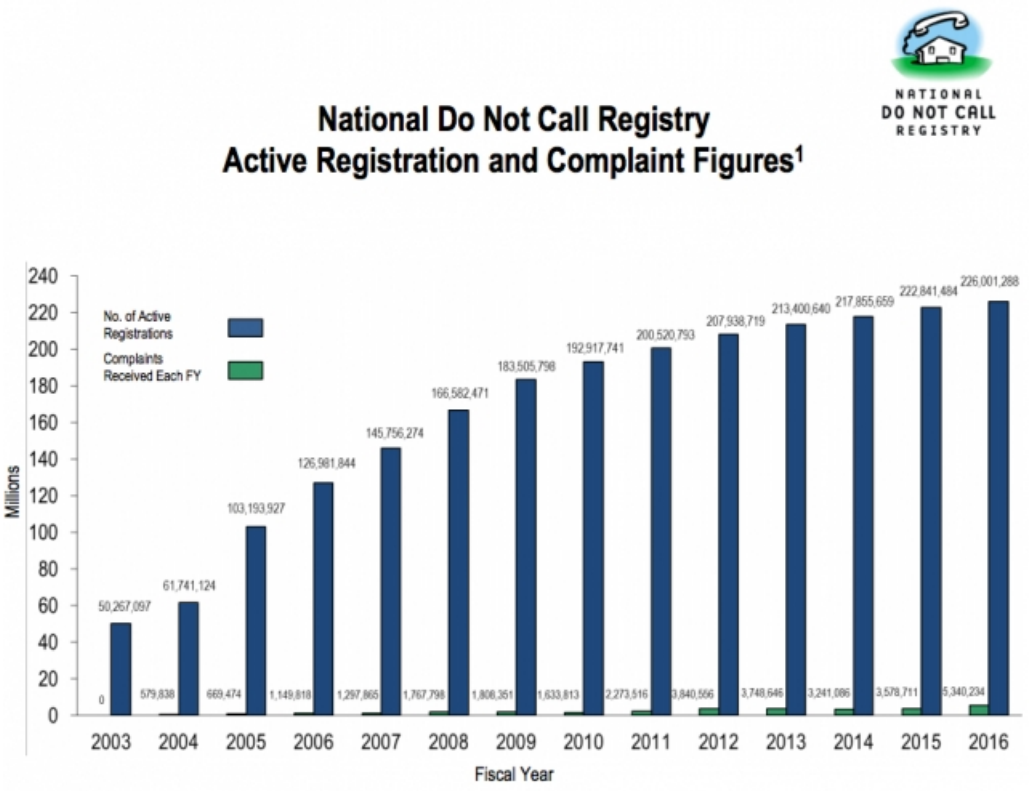
К сожалению, эту форму я не прошел - нужно было ввести зарегистрированный номер, а регистрируют только номера из зоны +1. Поэтому я получил экран, что "ничем помочь не могут" и текстовые разъяснения, что:

1. Из-за огромного объема жалоб они не могут обработать все заявки. Особенно много нежелательных звонков приходится на robocall, с которыми нужно бороться еще настойчивее.
2. Рекомендации, что если вы получаете незаконные звонки - не разговаривать с этими нехорошими людьми, а сразу стучать на спамера.
3. Извинения, что технологии развиваются столь быстро, что сотрудники FTC пока не поспевают за прогрессом. Но они стараются.

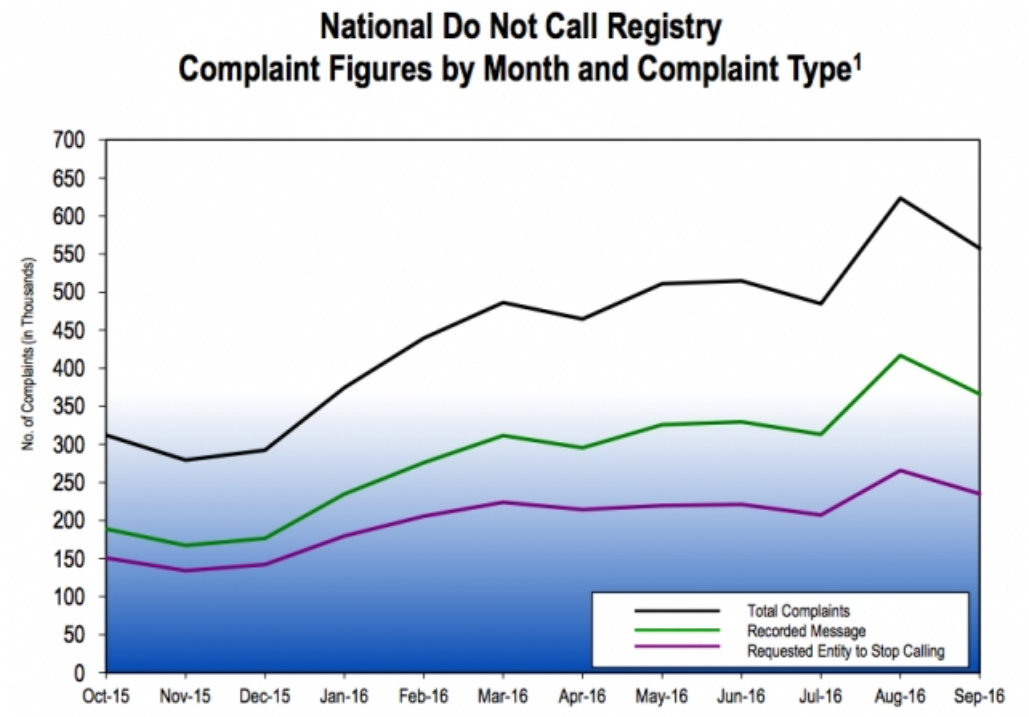
На самом деле, проблема назойливых звонков, конечно же не решена целиком и полностью. Но все же FTC с сервисом Do Not Call удается сдерживать количество недобросовестной рекламы и довольно эффективно. Иначе, в стране был бы совсем ад с телефонным спамом. По результатам опросов, DNC сократил количество нежелательных звонков примерно в шесть раз: примерно с тридцати вызовов в месяц до шести. Результат не идеальный, но все же неплохой.

Например, есть вот такой отчет по результатам работы за 2016 год (по 30 сентября 2016). Не стану полностью приводить - кто захочет, может ознакомиться с первоисточником. Покажу лишь некоторые графики.

Всего в реестре сейчас значится более 226 миллионов номеров. А это порядка 75% вообще всех телефонных номеров в США. За год было получено 5,3 миллиона жалоб.



Распределение полученных жалоб по месяцам последнего фискального года:



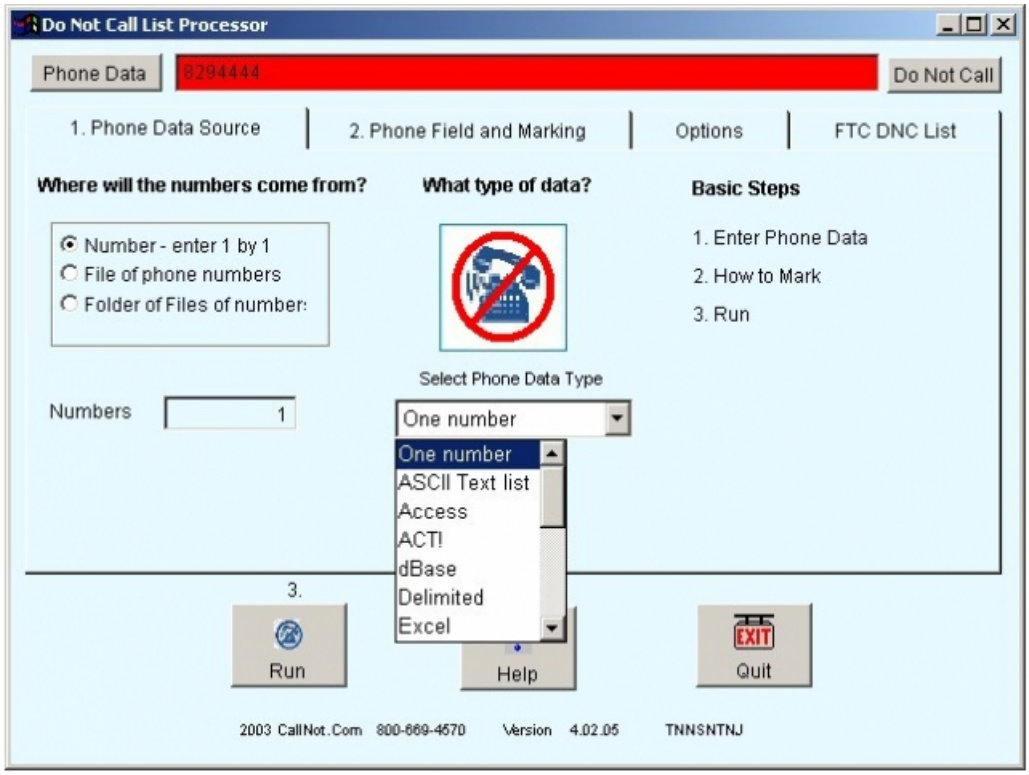
Количество жалоб растет. И довольно прилично. Но FTC старается злодеев выявлять и примерно наказывать. За тот же фискальный год были выдвинуты тысячи исков против спамеров. Наиболее крупные:

- Оштрафовали (на первый раз - $16K, но там суд еще продолжается, как я понял) компанию Salvat, за то, что они сделали порядка 1,6 миллионов звонков с помощью робота-обзвонщика. И отключили от сетей общего пользования.
- Некую контору под названием "USA Vacation Station" оштрафовали на $1,2 миллиона за то, что они как раз создали некую систему robocall и продавали ее услуги. Там что-то невероятное с количеством звонков - чуть ли не 100 тысяч жалоб только про них.
- Рекордного же штрафа добилась компания Sprint Corporation (это один из мобильных операторов связи, ныне принадлежит японскому Softbank). Их в 2014 году оштрафовали на 7,5 миллионов долларов, за то, что они не могли оградить своих абонентов от нежелательных звонков и не желали присоединиться к реестру DNC по принципиальным соображениям.

Но мы же еще не обсудили, как реестр DNC работает с телемаркетерами!

Очень просто. Для того чтобы заниматься этим бизнесом в США, вам необходимо подключиться к системе и просто скачать базу номеров, на которые звонить нельзя. Синхронизация реестра осуществляется не чаще одного раза в сутки, но не реже одного раза в месяц.

Как вы будете использовать эту базу данных технически - никого не волнует. Но весь софт, связанный с колл-центрами и телефонными вызовами в США давно имеет эту незамысловатую функцию. Выглядит как-то так:



Услуга эта платная. Стоимость подключения к реестру - ровно $61 в месяц за каждый код региона (штата или округа, некоторые штаты имеют несколько региональных кодов ABC, плюс DEF). Или $16714 за "федеральный охват" - это ровно 274 региональных кода.

Процедура довольно простая, а оплатить все можно банально банковской карточкой.

Собственно, на эти деньги реестр и живет.

Однако если не подключаться к системе и заняться телемаркетингом с собственной кухни, то вы рискуете получить штраф в размере $40,654, причем автоматом. Там никто не будет разбираться. Просто если кто-то из ваших визави по телефону настучит на звонки рекламного характера с приложением записи разговора, то просто придет чек на оплату, а в телефонную компанию уйдет приказ об отключении вас от услуги. Если чек не будет оплачен в течение полугода - придут судебные исполнители и вынесут мебель с вашей кухни.

В отчетах указывается, что таким образом ежегодно наказываются сотни коммерсантов-самоучек.

Далее. Что происходит, если телемаркетер все же звонит по номерам, занесенным в реестр - ничего необычного. Сначала делается предупреждение, потом второе. Потом происходит тоже самое, что и для нелегалов - штраф в $16K автоматом и отключение от оператора.

На самом деле, там имеется множество уловок, конечно. Но упорных все-таки ловят и наказывают уже кратно - см. примеры выше.

Но есть и легальные способы "донести" некоторую информацию по телефону. Например, звонить по номерам даже внесенным в реестр имеют право некоммерческие организации и политические партии. Но только в целях проведения опросов и "информационных сообщений". И такие организации, тем не менее, обязаны стать на учет и подключиться к реестру, но освобождаются от уплаты.

Далее, звонить на номера, внесенные в реестр DNC можно, когда:

- Делается информационное сообщение, не имеющее цели заставить что-то купить. Например, это

может быть сообщение авиакомпании об отмене рейса, например.
- Если делается опрос и/или исследование общественного мнения. Здесь как раз кроется множество уловок, которыми нагло пользуются, и сейчас идут дебаты об отмене этого исключения.
- Исключительно "политические заявления" - например, о чем-то событийном или пригласительном.
- "Бизнес-бизнес" звонки. То есть, если телефонный номер зарегистрирован на организацию, то звонить можно. Доказывание факта, что вызываемый номер принадлежит организации, возложен на вызывающую сторону. Факт может быть подтвержден наличием этого телефона в каком-нибудь публичном бизнес-справочнике.
- Звонки о пожертвованиях. Но тоже очень строгое отношение, если это робоколл или количество жалоб превысит разумное значение (не знаю сколько).
- Звонки "по делу", если ранее были установлены бизнес-отношения и потребитель в явной форме не требовал прекратить звонить. И/или с момента завершения отношений (грубо говоря, после последней сделки) прошло не более 18 месяцев.
- Звонки разрешены, если имеется письменное разрешение звонить в рекламных целях. ЭЦП тоже принимается.

Вот как-то так.

Теперь вернемся в Россию и обозначим отличие подходов к регулированию рынка телемаркетинга:

- В отличие от России, подход Do Not Call базируется не на явном разрешении, а на явном запрещении. То есть, если я явно не запретил мне звонить и слать СМС, то это делать можно. И не нужно никаких "галочек" на сайте.
- Запрет спамить можно сделать централизовано. То есть, если я запрещаю звонить мне с рекламными целями, то это вообще всем. А потом уже разрешаю тем, кому захочу. Что делает рынок довольно цивилизованным. Ну, мало ли, кому я захочу разрешить мне звонить? Может я действительно желаю знать, когда "Шейка свин" опустится в цене до 219 рублей и тут же куплю вагон.
- Подход с централизованным запретом и централизованным же подключением телемаркетологов к реестру DNC выводит из "серой зоны" колл-центры и рекламные компании. И позволяет вести их учет и контроль, причем, руками самих же телемаркетеров. Это позволяет сильно экономить.
- Оплата взносов за доступ к реестру позволяет содержать штат сотрудников, которые этот реестр поддерживают. Американцы в этом отношении очень хитро поступили - ни копейки лишней из бюджета. Самоокупаемость.
- Создается действительно легальный рынок телемарктинга, потому что компании, данные которых находятся в реестре, по логике должны дорожить своим Goodwill. Ну, заказчики же тоже не идиоты - обращаются за услугами в белые компании, потому что риски здесь не только репутационные, но и вполне себе выражены в суммах штрафов - от 40 тысяч долларов до буквально миллионов. Следовательно, создаются условия по исполнению законов, а не изобретению методов их обхода. Впрочем, разное бывает. Но в большинстве случаев это должно работать.

На этом, разрешите закончить, потому что и так очень много написал, а дальше там начинаются какие-то совершенно тонкие детали в законотворческом разрезе. А я, как вы помните, не депутат и не замминистра. Больших зарплат не получаю и служебным автомобилем не пользуюсь.

Спасибо за внимание!

Ну, и гифка традиционная. Как без нее. Это телефонные спамеры передают привет настоящему замминистра:

[Не звони мне!]