

## Obtěžující spamy i jako cesta k účtu

12. 3. 2015 15:30

**Téměř nepředstavitelné množství 62 biliónů nevyžádaných obchodních zpráv, čili spamů, doputuje ročně do e-mailových schránek po celém světě, uvedl nedávno s odvoláním na studii německý Die Welt. Spamy a stížnosti na ně patří také k nejčastější agendě Úřadu pro ochranu osobních údajů (ÚOOÚ), který v souvislosti s nevyžádanými obchodními sděleními udělil loni doposud nejvyšší pokutu.**



Foto: **Martin Kovář**

Popisek: **Počítač, internet, klávesnice. Ilustrační foto.**

„Bylo to 480 000 Kč společnosti eMarketing CZ za hromadné a opakované šíření nevyžádaných obchodních sdělení,“ vysvětluje **RNDr. Igor Němec**, předseda [ÚOOÚ](#).

„Společnost zhruba rok rozesílala obchodní sdělení v rozporu se zákonem, protože neprokázala, že adresáti poskytli souhlas se zasláním sdělení ani nebylo prokázáno, že jde o zákazníky společnosti.“

Již z výše uvedeného je zřejmé, co charakterizuje obchodní sdělení zasílaná především mailem, ale také SMS, prostřednictvím sociálních sítí nebo telefonicky. Jde o **moderní trend marketingu** s minimálními náklady, mimořádně vysokou výtěžností, přesným zacílením a prokazatelným měřením úspěšnosti tohoto typu reklamy. Ruku v ruce s moderními trendy a nepopíratelnými přednostmi jde však také **vyšší agresivita** a narušování soukromí zákazníka.

Kde je ona zmíněná hranice mezi povoleným a zakázaným? Pravidla zasílání obchodních sdělení řeší zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

Charakteristika spamu jako **nevyžádaného** obchodního sdělení je celkem výstižná. Z řady pravidel, jimiž se obchodní sdělení musejí řídit, je první to, že s přijetím zprávy, která

podporuje přímo či nepřímo zboží, služby nebo podnikající osobu, musí zákazník předem souhlasit. A to dobrovolně, kvalifikovaně a vědomě. Není tedy náhoda, že k zajištění tohoto souhlasu používají obchodníci mnohé triky. Nejen, že jsou potenciální zákazníci vyzýváni k souhlasu se zasláním obchodních sdělení až poté, co byli poprvé osloveni, ale tento souhlas bývá často předvyplněn nebo je uschován mezi obchodními podmínkami či pokyny.

„Dokonce jsme se setkali s tím, že prodejce podmiňoval uzavření obchodu v e-shopu tím, že zákazník vyplní souhlas se zasláním další nabídky. I tento nátlak zákon pochopitelně zakazuje,“ upozorňuje Igor Němec.

Kromě souhlasu adresáta musejí řádná obchodní sdělení obsahovat i **další náležitosti**:

- být jasně a zřetelně označena jako obchodní sdělení (možná poněkud překvapivě se to týká i newsletterů nebo přání k svátkům),
- obsahovat totožnost odesílatele, jehož jménem se komunikace uskutečnila,
- zřetelně uvádět platnou adresu, na niž by adresát mohl odeslat žádost o ukončení takové komunikace,
- případně zákazníkovi poskytnout možnost jasně, zřetelně, jednoduchým způsobem, zdarma nebo na svůj účet udělit či odmítnout souhlas s využitím jeho elektronického kontaktu při zaslání každé jednotlivé zprávy.

Na druhou stranu **není nutné** žádat zákazníka o tento souhlas pokaždé, když mu chce obchodník nabídnout nové zboží či službu. Stačí souhlas na začátku komunikace, pokud se další nabídky týkají obdobného okruhu zboží či služeb stále stejného výrobce. Kontakty pak lze i pomyslně **předávat jiným výrobcům**, pokud je sdělení koncipováno jako nabídka obdobného zboží a především jsou-li dodržena pravidla, že odesílatelem je původní nabyvatel souhlasu a je možné jednoduše a zdarma další komunikaci ukončit.

Z tohoto pohledu se zdá nepříliš praktické v poslední době rozšířené **nakupování databází** klientů, což sice zákon nezakazuje, ale staví již zmíněné překážky – buď bude odesílatelem ten, kdo souhlas získal (a tím i právo disponovat kontaktem pro zaslání konkrétních obchodních nabídek), nebo je nutné získat nový souhlas od každého adresáta ze seznamu. Souhlas se zasláním obchodního sdělení není v žádném případě možné chápat jako paušální nebo udělený předem neurčenému okruhu odesílatelů. Odpovědi na nejčastější dotazy týkající se nevyžádaných sdělení najdete na [webových stránkách úřadu](#).

Pokuty udělované ÚOOÚ však **nejsou jedinou možností**, jak se spamům bránit. Společnost Seznam.cz od letošního dubna zpřísní pravidla antispamové politiky, protože podle údajů uveřejněných na Novinkách.cz osm z deseti e-mailů odeslaných na Seznam.cz jsou nevyžádaná obchodní sdělení. Veškerá hromadně odesílaná korespondence bude muset mít tzv. platný **digitální podpis**, jinak bude automaticky vyhodnocena jako spam.

Podle odborníků se sice četnost spamů mírně snižuje, ale jejich **nebezpečnost narůstá**. Mezi nejoblíbenějšími tématy spammerů v loňském roce bylo charitativní polévání vodou Ice Bucket Challenge. Akci, do jejíž propagace se nadšeně pustily i některé české televizní hvězdičky, provázal spam, který lákal ke zhlédnutí videa s dalším účastníkem akce a obsahoval program umožňující útočníkům ovládnout napadený počítač.

Nejllepší prevencí proti záplavě nevyžádaných obchodních sdělení je **vlastní opatrnost** při nakládání s osobními údaji. Hlídat si komu a za jakých podmínek je sdělujeme a každému porušení pravidel se jednak bránit, ale také sledovat, jakou elektronickou poštu dostáváme, a v rámci bezpečnosti ji v případě pochyb raději vůbec neotevírat. Nabídka na předražené hrnce nebo nechtěnou dovolenou nemusí být zdaleka to nejhorší, co nás může potkat. Hrozí zavirování počítače, ztráta cenných údajů nebo dokonce vyluxované bankovní konto.

V únoru se českým internetem šířila vlna spamů, jejichž prostřednictvím se podvodníci snažili vystrašit příjemce varovnou zprávou a přitom jim propašovat do počítače virus, jehož pomocí se mohli dostat k internetovému bankovníctví. Podle odborníků šlo o nejen velmi sofistikovaný útok, ale také o nebývale masový útok, protože směřoval k miliónům českých uživatelů internetu.



*Partner článku*

<http://www.krajskelisty.cz/stredocesky-kraj/8002-obtezujici-spamy-jsou-i-cesta-k-vyluxovani-bankovniho-konta-upozornuje-urad-na-ochranu-osobnich-udaju-za-nevyzadane-mail-y-se-nezdraha-ukladat-i-staticove-pokuty.htm>

<http://www.vzory.cz/uouu/obtezujici-spamy-i-jako-cesta-k-uctu/#.VQklluEv-QI>

<https://www.youtube.com/watch?v= hpPNkRVKFg>