

Spammerien Kootut Selitykset - Ei-toivottu viestintä Internetissä

[Etusivu](#)

Spämmerien kootut selitykset

Kun spämmeri jää kiinni, on selitysten vuoro. Olen koonnut tälle sivulle useimmin nähtyjä tekosyitä. Jos olet spämmeri ja haluat selittää käytöstäsi, niin keksi jotain uutta, kiitos.

Uutisryhmässä [sfnet.viestinta.roskapostit](#) käydyssä keskustelussa annettiin tämän dokumentin alkuperäisen version kirjoittamiseen hyödyllisiä kommentteja, joista kiitokset.

Sisällys

- [“Meidän viestimme eivät ole spämmiä”](#)
- [“Emme riko mitään lakia”](#)
- [“Spämmäys on halpaa”](#)
- [“Miksi yhdestä viestistä nousi tällainen haloo?”](#)
- [“Spämmi on helppo tuhota”](#)
- [“Meidän listaltamme pääsee helposti pois”](#)
- [“Spämmäys säästää puuta”](#)
- [“Meidän spämmimme ovat parempia kuin muiden spämmit”](#)
- [“Olemme saaneet vain positiivista palautetta”](#)
- [“Spämmin vastustajat vastustavat sähköistä kauppaa”](#)
- [“Spämmereilläkin on sananvapaus”](#)
- [“Osoitteesihan oli julkinen!”](#)
- [“Spämmistä pääsee eroon vaihtamalla sähköpostiosoitteen”](#)
- [“Spämmiongelmalle ei voi mitään”](#)
- [“Haastan teidät oikeuteen!”](#)
- [Linkkejä](#)

“Meidän viestimme eivät ole spämmiä”

Spämmäys on ”määritelmän mukaan” (ks. [SvrVukk](#)) saman viestin lähettämistä usealle vastaanottajalle tai useaan uutisryhmään ilman vastaanottajien ennakosuostumusta tai hyväksyntää, viestin sisällöstä riippumatta.

Asia on siis erittäin yksinkertainen. Usealle henkilölle lähetetty oleellisesti samansisältöinen viesti on spämmäystä, jos viestien lähettämiseksi ei ole vastaanottajien lupaa tai hyväksyntää. Jos vastaanottajat ovat antaneet suostumuksensa viestien lähettämiseen tai he muuten hyväksyvät sen, ei kyse ole spämmäyksestä.

“Emme riko mitään lakia”

Ei-toivottujen sähköpostimainosten lähettäminen luonnollisille henkilöille on Suomessa [laitonta](#).

Muiden kuin luonnollisten henkilöiden, siis yritysten ja yhteisöjen, spämmäys *voi* olla laillista. Yritys- ja yhteisöspämmikin rikkoo kuitenkin melkein aina jotain lakia. Lakia on rikottu, jos esimerkiksi muille kuin luonnollisille henkilöille lähetettyä spämmiviestiä ei voi heti sitä vastaanottaessa selvästi ja yksiselitteisesti tunnistaa markkinoinniksi. Jos sähköpostiosoitteistassa on luonnollisten henkilöiden osoitteita (etunimi.sukunimi@yritys.example), muodostaa se henkilörekisterin. Spammeri voi rikkoa henkilötietolakia, jos sähköpostiosoitteistasta ei ole tehty [henkilötietolain](#) vaatimaa ennakkoilmoitusta tietosuojavaltuutetulle, rekisteriä käytetään sen alkuperäisen käyttötarkoituksen vastaisesti (käyttötarkoitussidonnaisuus, henkilötietolaki 7 §) tai spämmiviestissä ei anneta käytetyn henkilörekisterin tietoja henkilötietolain 25 § vaatimalla tavalla.

Spämmäys on [epäeettistä liiketoimintaa](#), riippumatta siitä, onko se laitonta tai ei. Useimmille lienee selvää, että kaikki, mikä on laillista, ei ole hyväksyttävää. Se, että spämmäys on *melkein* aina myös lain vastaista toimintaa, ei tietenkään paranna kuvaa spämmereistä.

“Spämmäys on halpaa”

Spämmin lähettäminen on käytännössä ilmaista - lähettäjälle. Tämä on spämmiongelman ydin. Koska viestien lähettäminen ei maksa lähettäjälle käytännössä mitään, ei mainostajalla ole merkittävää taloudellista motiivia rajata kohderyhmäänsä, toisin kuin esimerkiksi postitse tai puhelimitse tapahtuvassa suoramarkkinoinnissa. Siksi esimerkiksi madridilaisen ravintolayrittäjän kannattaa lähettää sähköpostimainoksiaan samalla myös rovaniemeläisille - siitä kun ei aiheudu hänelle merkittäviä lisäkuluja.

Vastaanottajat maksavat spämmäyksestä aiheutuneet kulut. Euroopan komission teettämän selvityksen mukaan spämmiongelma aiheutuu roskapostin vastaanottajille maailmanlaajuisesti noin kymmenen miljardin euron kulut vuodessa, tai joitakin euroja kuussa per yksittäinen käyttäjä. Tarkkoja lukuja on mahdotonta antaa, mutta myös muiden arvioiden mukaan **spämmäyksestä aiheutuu yksittäisille vastaanottajille suuruusluokaltaan parin euron kulut kuukaudessa** (mm. Internet Week 4.5.1998, [Gartner Group 1999](#); [SpamCopin tehokkaiden spämmisuodatuspalvelujen](#) käyttö maksaa noin kolme euroa kuukaudessa). Internet-palveluntarjoajille roskapostista aiheutuvat kulut (järemmästä postijärjestelmästä ja sen ylläpidosta aiheutuvat kulut, palkkakulut, asiakkaiden menetyksestä aiheutuvat kulut - spämmiongelma on merkittävä syy palveluntarjoajan vaihtamiseen - jne.) lankeavat tietysti viime kädessä palveluntarjoajien asiakkaiden - siis spämmin vastaanottajien - maksettavaksi, vaikka spämmistä aiheutuvia kuluja ei liittymämaksussa eritelläkään.

Spämmistä aiheutuvaa vaivaa on vaikeampi mitata rahassa. Kuitenkin jotain laskelmia voi tehdä. Erittäin konservatiivisillakin oletuksillakin kulut ovat merkittävät. Joitakin vuosia sitten [keskimääräinen käyttäjä sai noin kaksi spämmiä päivässä](#) - nykyään määrä on suurempi. Oletetaan, että tämä keskimääräinen käyttäjä, jonka tuntipalkka on 20 euroa, käyttäisi kymmenen sekuntia yhden spämmin tuhoamiseen. Kymmenen sekuntia voi olettaa kuluvan yhden spämmin käsittelyyn: sen varmistamiseen, että spämmiviesti ei ole aiheellista postia, ja spämmin tuhoamiseen. Jos käyttäjä [valittaisi spämmistä](#) tai yrittäisi poistaa itsensä spammerin listalta ([SvrVukk](#)), olisi tarvittava aika tietysti huomattavasti pidempi. Yhden spämmin tuhoamiseen tarvittava työaika maksaisi siis tässä esimerkkitapauksessa kuusi senttiä. Vuodessa työaikaa kuluisi yhteensä kahden tunnin - tai 40 euron - verran. Internetissä on

reilut 200 miljoonaa käyttäjää. Pelkästä hukkaan heitetystä työajasta aiheutuvat kulut olisivat tässä esimerkkitapauksessa maailmanlaajuisesti siis noin *kahdeksan miljardia euroa vuodessa*.

Sähköpostimainosten lähettäminen 100.000 vastaanottajalle on mainostajalle käytännössä ilmaista. Vastaanottajalle yhden spämmin käsittely siis maksaa pelkästään menetettynä työaikana noin kuusi senttiä. Tämän lisäksi tulevat muut kulut (Internet-palveluntarjoajalle aiheutuneet kulut, yhteismaksut jne.). Voidaan siis sanoa, että yhden spämmin käsittely maksaa vastaanottajalle ”ainakin” kymmenen senttiä. 100.000 spämmin lähettäminen on spämmierille ilmaista, mutta vastaanottajille mainoskampanja maksaisi esimerkkitapauksessa yhteensä 10.000 euroa.

Spämmien vastaanottamisesta aiheutuu siis kuluja vastaanottajille. Sen lisäksi spämmiin liittyy usein piirteitä, kuten luvattomasta osoitteiden käsittelystä aiheutuva yksityisyyden loukkaus, joita ei voi yksiselitteisesti mitata rahassa.

“Miksi yhdestä viestistä nousi tällainen haloo?”

Spämmäyksestä nousee yleensä iso haloo vasta sen jälkeen, kun spämmeri alkaa vängätä vastaan; yleensä käyttäen tässä dokumentissa esitettyjä argumentteja.

Spämmissä ei koskaan ole kyse - [määritelmän mukaan](#) - vain yhdestä viestistä.

Jos *sinä* saisit spämmätä ja jos kukaan ei puuttuisi [epäeettiseen ja mahdollisesti laittomaan](#) toimintaasi, niin silloin saisivat muutkin spämmätä. Jos spämmiongelmaan ei puututtaisi, räjähtäisi se käsiin. Ilman käyttäjyhteisön suorittamaa yhteisöllistä valvontaa blokkilistoineen ja viranomaisvalvontaa spämmiongelma olisi kertaluokkaa pahempi.

[Suomessa on reilut 200.000 yritystä](#). Jos kaikki näistä yrityksistä lähettäisivät yhden spämmin viikossa kaikille suomalaisille käyttäjille, saisi jokainen siis 200.000 spämmiä viikossa, tai 30.000 spämmiä päivässä, postilaatikkoonsa. Kaikki yritykset tuskin kuitenkaan spämmäisivät kaikkia käyttäjiä viikottain, mutta erittäin konservatiivisillakin oletuksilla spämmiä tulisi paljon: jos vain 1 % yrityksistä (2.000 yritystä) lähettäisi spämmiä yhdelle prosentille suomalaisista käyttäjistä (suuruusluokaltaan kymmenelle tuhannelle vastaanottajalle) kerran kuussa, mikä olisi siis spämmereille käytännössä ilmaista, saisivat käyttäjät keskimäärin spämmin päivässä postilaatikkoonsa - aktiivisemmat käyttäjät luultavasti huomattavasti enemmän. Jos laskuihin otetaan mukaan kaikki EU:n yritykset, tai jos yritykset lähettäisivät enemmän mainoksia tai suuremmalle kohderyhmälle (osoitteiden kerääminen kun on suhteellisen helppoa ja 100.000 kotitaloudenkin spämmäys olisi mainostajalle käytännössä ilmaista), tulisi keskimääräisen käyttäjän sähköpostilaatikkoon viikossa helposti sata spämmiviestiä tai enemmän. (Monille aktiivisille verkon käyttäjille tulee nykyäänkin satoja spämmiviestejä viikossa.)

[Erään arvion mukaan](#) yhden spämmiviestin vastaanottamisesta aiheutuu spämmäyksen uhrille suuruusluokaltaan kymmenen sentin kulut. Tyypillinen 100.000 vastaanottajan spämmilähetys maksaa siis vastaanottajille yhteensä ehkä noin 10.000 euroa tai enemmän. (Sadoille tuhansille tai jopa miljoonille vastaanottajille lähetetyt spämmilähetykset ovat valitettavasti Internetin arkipäivää.) **Yksittäisestäkin spämmilähetyksessä spämmäyksen uhrin siis maksavat haluamattaan tyypillisesti kymmenien tuhansien eurojen laskun.**

Jos spämmiongelmaan ei puututa, voi se tehdä sähköpostijärjestelmästä täysin käyttökelvottoman.

“Spämmi on helppo tuhota”

Kuinka nopeasti tuhoat kymmenen tekstiviestimainosta tai mobiililaitteeseen vastaanotettua sähköpostiviestiä? Ongelmana ei ole vain yksi spämmi. Vaikka *yhden* spämmiviestin käsittelyyn menisikin parhaassa tapauksessa vain noin kymmenen sekuntia (sen varmistaminen, että kyseessä on roskaposti, ja viestin tuhoaminen), [ovat vastaanottajille yhdestäkin spämmilähetyksestä yhteensä aiheutuvat kulut](#) ja vaiva erittäin merkittävät, koska spämmäyksessä ei koskaan ole kyse vain yhdestä viestistä.

Kun käyttäjä näkee spämmiviestin, on hän jo maksanut spämmin vastaanottamisesta ja spämmistä on aiheutunut häiriö. Spämmin vastaanottaminen vie aikaa ja resursseja: palveluntarjoajien pitää esimerkiksi hankkia kalliimpia palvelimia ja viestien lataaminen mobiililaitteille on hidasta ja kallista. Spämmi voi estää muiden viestien vastaanottamisen, minkä vuoksi käyttäjän on hankittava enemmän

resursseja, kuin hän muuten tarvitsisi: sähköpostilaatikko tai kännykän tekstiviestimuisti voi esimerkiksi täyttyä spämmiviesteistä siten, että kaikkien viestien vastaanottaminen estyy.

“Meidän listaltamme pääsee helposti pois”

Usein spämmerit puolustelevat tekojaan sillä, että markkinoinnista on helppo kieltäytyä. Tätä kutsutaan *opt-out-malliksi*.

Opt-out ei kuitenkaan ole toimiva ratkaisu:

- [Kokemus on osoittanut](#), että spämmerit käyttävät poistopyyntöjä osoitelähteenä spämmäykseen. Tietenkään yksikään spämmeri ei julkisesti myönnä syyllistyvänsä tällaiseen. Miksi spämmin vastaanottajan pitäisi uskoa, että juuri sinä (jos olet lähettänyt spämmiä) et syyllistyisi poistopyyntöistä tai spämmivalituksista kerättyjen osoitteiden spämmäykseen, kun jopa [Financial Times on syyllistynyt tällaiseen](#)? Eikä listalta poistuminen ole useinkaan niin helppoa kuin spämmeri antaa ymmärtää. Poistumispyynnön jättäminen voi esimerkiksi vaatia nettiyhteyden avaamista kommunikaattorilla. Ihmisillä voi olla useita sähköpostiosoitteita - pitäisikö ne kaikki “poistaa” listoilta? Spamhaus-projektin sivuilla [kerrotaan opt-out-listoista](#), kuten myös [Yhdysvaltain kauppakomission \(FTC\) sivulla](#).
- Jos jokainen mainostaja lähettäisi yhdenkin spämmin kaikille, riittäisi se tukkimaan sähköposti-järjestelmän.
- Jokaisen spämmerin opt-out-listalle hankkiutuminen ei ole käytännöllistä tai edes mahdollista. Erilaisille opt-out-listoille hankkiutuminen olisi kokopäiväinen työ. Opt-out-periaate on esimerkiksi siitä, miten spämmerit haluavat siirtää kaikki kulut ja vaivat spämmäyksen uhreille. [Vastaa-nottajat maksavat spämmäyksestä aiheutuneet kulut](#). Opt-out-periaate tarkoittaa, että spämmin vastaanottajien pitäisi myös nähdä vaivaa spämmerien ([yleensä laittomien](#)) henkilörekisterien ylläpitämiseksi.

“Spämmäys säästää puita”

Se, että spämmäys säästää luontoa perinteiseen suoramarkkinointiin verrattuna, on yllättäen yksi yleisimmistä spämmerien käyttämisestä argumenteista. Spämmäystä puoltavana argumenttina tämä on samaa luokkaa kuin “talousrikos ei vaaranna terveyttä, toisin kuin rehellinen ruumiillinen työ”.

Itse asiassa spämmäys ei edes säästä luontoa: koska “perinteisen” suoramarkkinoinnin lähettäminen maksaa jotain *myös* lähettäjälle, ei perinteistä suoramarkkinointimateriaalia koskaan lähetettäisi yhtä helposti ja samassa mittakaavassa vaikka “100.000 kotitalouteen”.

On totta, että sähköinen viestintä voi säästää luontoa. Sähköposti on myös tehokas ja luontoa säästävä suoramarkkinoinnin väline - kunhan mainosten lähettämiseen on vastaanottajien suostumus.

Aikoinaan eräs amerikkalainen spämmeri jopa luuli, että spämmiä vastustavat kuuluvat puu- ja paperiteollisuuden etuja ajavaan Puutavarakartelliin. Tietenkään mitään Puutavarakartellia ei ole olemassa ([There Is No Lumber Cartel - TINLC](#)).

“Meidän spämmimme ovat parempia kuin muiden spämmit”

Kaikki spämmerit ovat sitä mieltä, että heidän spämminsä ovat kiinnostavampia kuin muiden spämmit. Tai lyhyempiä (“eihän siinä ollut mukana edes Word-tiedostoa”). Tai “kohdennettua suoramarkkinointia” (edelleen, toisin kuin muiden lähettämät spämmit). Tai muuten parempia.

“Olemme saaneet vain positiivista palautetta”

Spämmerit saavat yleensä *omien sanojensa mukaan* runsaasti positiivista palautetta sähköpostitse. Yleensä tosin nämä positiivista palautetta antavat [eivät jostain syystä halua kertoa tätä julkisesti](#).

Kun asiaa on tutkittu, on osoittautunut, että ihmiset eivät pidä spämmistä. [Gartner Groupin tekemän tutkimuksen](#) mukaan kokonaista kolme prosenttia Internetin käyttäjistä pitää spämmistä. Tämä tulos on spämmiä inhoavalle suurelle enemmistölle tuskin mikään yllätys.

Suurin osa spämmistä tuhoetaan roskapostista ärsyyntyneenä, ja valituksetkin lähetetään yleensä Internet-palveluntarjoajalle ja viranomaisille - ei spämmerille itselleen. Spämmeri ei siis välttämättä aina näe negatiivista palautetta. Ja vaikka näkisikin, niin paatunut spämmeri tuskin kertoisi sitä julkisesti.

“Spämmin vastustajat vastustavat sähköistä kauppaa”

Spämmiä vastustavat eivät vastusta sähköistä kauppaa. He vastustavat erästä sähköisen kaupankäynnin ei-toivottua lieveilmiötä, joka voi pahimmillaan tuhoata sähköpostin viestintämuotona. Jos esimerkiksi tekstiviestispämmerit olisivat 90-luvulla onnistuneet pilaamaan tekstiviestijärjestelmän viestintämuotona, niin kännyköiden tekstiviestijärjestelmää hyödyntäviä eettisesti toimivia yrityksiä olisi tuskin koskaan syntynyt (kuten on käynyt monessa Yhdysvaltojen osavaltiossa : ()).

Sähköinen suoramarkkinointi on osoittautunut tehokkaaksi tavaksi tiedottaa tuotteista ja palveluista - kunhan vastaanottajat ovat antaneet siihen suostumuksensa. Spämmäys sen sijaan on mainostajalle tehokkaimpia tapoja menettää maineensa.

Yritysten pitää ottaa toiminnassaan huomioon lait ja [yleisesti hyväksytyt käytäntösäännöt](#). Ihan mitä tahansa ei voi tehdä.

“Spämmereilläkin on sananvapaus”

[Perustuslaki](#) takaa jokaiselle sananvapauden:

12 § Sananvapaus ja julkisuus

Jokaisella on sananvapaus. Sananvapauteen sisältyy oikeus ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennakolta estämättä. Tarkempia säännöksiä sananvapauden käyttämisestä annetaan lailla. - -

Sananvapaus ei kuitenkaan velvoita ketään vastaanottamaan tai lukemaan sähköpostiviestejäsi. Toisin sanoen, jokaisella on oikeus kieltäytyä vastaanottamasta viestejäsi.

Sananvapaus ei myöskään tarkoita sitä, että sinulla olisi oikeus ilmaista mielipiteesi millä keinolla tahansa. Mainosta ei saa esimerkiksi liimata talon seinään ilman talon omistajan lupaa. Tai välittää kaiuttimella kaupungilla keskellä yötä, siten että kaikki kadun varrella asuvat sen kuulevat. Tai lähettää sähköpostilla ilman vastaanottajan lupaa.

“Osoitteesihan oli julkinen!”

Joskus spämmerit väittävät, että osoitteen julkistaminen tarkoittaa sitä, että siihen saa lähettää spämmiä. Jos osoitetta ei olisi julkistettu esimerkiksi verkkosivuilla tai nyysseissä, niin spämmerin osoitteidenkerääjä ei olisi voinut kerätä sitä ([yleensä laittomaan](#)) henkilörekisteriinsä. Tai sitten spämmeri voi väittää, että osoitteen antaminen nettikaupalle tarjouspyyntöä varten tarkoittaisi sitä, että ihmiselle saa lähettää mainoksia.

[Laki](#) vaatii kuitenkin vastaanottajan *ennalta antamaa suostumusta* sähköpostimainosten lähettämiseen. Pelkkä sähköpostiosoitteen julkaiseminen ei muodosta laissa tarkoitettua etukäteistä suostumusta.

Sähköpostiosoite on tarkoitettu viestintää varten, mikä tarkoittaa sitä, että jos sitä käyttää, ei sitä voi käytännössä pitää salassa. Jos ylipäätään haluaa, että ihmisillä (muillakin kuin joille on erikseen osoitteen kertonut) on mahdollisuus lähettää itselleen henkilökohtaisia viestejä sähköpostitse, pitää osoite käytännössä julkistaa. Vaikka osoitetta ei itse julkistaisikaan, niin joku kaverisi lähettää kuitenkin sähköisen onnittelukortin käyttäen jotakin epämääräistä palvelua tai laittaa osoitteen verkkosivulleen, josta spämmerin osoitteidenkerääjä sen löytää.

Käytössä olevan osoitteen joutumista spämmerien listoille voi toki yrittää hidastaa, mutta sitä ei voi varmasti estää. (Hyvällä tuurilla aktiivisessa käytössä oleva osoite voi säilyä spämmivapaana pitkäänkin,

[Gartnerin tutkimuksen](#) mukaan viiteen prosenttiin yli neljä vuotta vanhoista osoitteista ei tullut yhtään spämmiä.)

“Spämmistä pääsee eroon vaihtamalla sähköpostiosoitteen”

Spämmerit haluavat siirtää kaikki spämmäyksestä aiheutuvat kulut ja vaivat spämmin vastaanottajille. Siksi ei olekaan yllättävää, että monen spämmerin mielestä [osoitteen julkaiseminen oikeuttaa spämmin lähetykseen](#) ja että spämmistä pääsee helposti eroon vaihtamalla sähköpostiosoitteen aina, kun vanhaan osoitteeseen alkaa tulla liikaa spämmiä.

Sähköpostiosoitteen vaihtaminen ei kuitenkaan ole yksinkertainen operaatio. Aina se ei edes ole mahdollista. Jos osoite on esimerkiksi muotoa etunimi.sukunimi@yritys.example, pitäisi osoitteen vaihtamiseksi muuttaa joko nimeä tai työpaikkaa.

Sähköpostiosoite on monelle puhelinnumeroakin tärkeämpi yhteystieto. Osoitetta ei yksinkertaisesti voi vaihtaa kevyin perustein. Jokainen, joka on joskus vaihtanut puhelinnumeron, tietää kuinka paljon vaivaa siitä voi aiheutua. Vanha numero säilyy ihmisten osoitekirjoissa pitkään. Kun puhelinnumeroa tai sähköpostiosoitetta vaihtaa, pitää uusi osoite lisäksi muuttaa kaikkiin painettuihin materiaaleihin, kuten käyntikortteihin ja yrityksen esitteisiin.

“Spämmiongelmalle ei voi mitään”

Joskus spämmerit perustelevat toimiaan sillä, että muutkin spämmäivät. Spämmerien mukaan spämmäystä on turha vastustaa, koska sitä ei kuitenkaan voi koskaan kokonaan estää. Koska ulkomaalaisetkin spämmäivät, niin miksi suomalaisetkin eivät saisi?

On totta, että mitään epäeettistä tai rikollista toimintaa ei voi kokonaan estää. Spämmiongelmaan ei ole olemassa yhtä ainoaa ratkaisua. Spämmiongelmaan *voi* vaikuttaa. Keinoja ovat muun muassa

- Yhteisöllinen vaikuttaminen. Internetissä on vahva spämmin vastainen kulttuuri. Käyttäjyhteisö valistaa muita käyttäjiä, palveluntarjoajia ja mainostajia. Tarvittaessa vaikuttamiseen voidaan käyttää [estolistoja](#) ja kuluttajaboikotteja.
- Tekniset keinot:
 - Suodatus. Spämmiongelmaa voi yrittää lievittää [suodattamalla roskapostia](#). Suodattaminen ei välttämättä ole helppoa eikä ilmaista. Täydellistä spämmisuodatinta, joka suodattaisi kaikki spämmit, mutta ei muuta kuin spämmiä, ei ole olemassa.
 - Sähköpostijärjestelmän kehittäminen. Postinvälityksen arkkitehtuuriin on esitetty monen kaltaisia muutoksia. Jotkut ehdotuksista ovat hyviä, useimmat huonoja. Esimerkkejä ehdotuksista:
 - * [Daniel Bernsteinin Internet Mail 2000](#)
 - * [Microsoftin Sender ID -ehdotus](#), joka [kaatui siihen](#), että Microsoft väitti omistavansa ehdotuksen toteuttamiseen tarvittavia [ohjelmistoideapatentteja](#), joita ei olisi saanut vapaasti käyttää standardin toteuttamiseen
- [Internet-palveluntarjoajat](#). Internet-palveluntarjoajien käyttöehdot kieltävät yleensä spämmäyksen.
- Viranomaistoiminta. Viranomaiset valvovat, että spämmäyksen kieltäviä [lakeja](#) noudatetaan.
- Yhteiskunnallinen vaikuttaminen. Spämmiasioissa vaikuttavia järjestöjä ovat muun muassa [EuroCAUCE](#) ja [EFFI](#).

Edellä mainitut keinot eivät ratkaise roskapostiongelmaa kokonaan, mutta yhdessä ne kuitenkin mahdollistavat tehokkaan puuttumisen asiaan.

“Haastan teidät oikeuteen!”

Spämmerit perustelevat toimiaan heppoisesti ja jotkut uhkailevat heidän toimintaansa arvostelevia jopa vahingonkorvausvaateilla tai oikeustoimilla. Nämä uhkaukset ovat melkein aina perusteettomia ja tehty vain pelottelotarkoituksessa, tarkoituksena vaientaa epämiellyttävä kritiikki (“cartooney threats”). Mikään ei tietenkään estä spämmeriä tekemästä asiasta rikosilmoitusta tai viemästä asiaa oikeuteen - oikeuslaitoksen on tutkittava typerätkin jutut. Onneksi uhkaukset kuitenkin melkein aina jäävät vain uhkauksiksi.

Yritysten on kestettävä voimakaskin toimintaansa koskeva kritiikki. Esimerkiksi kunnianloukkauksäännökset suojelevat vain henkilöitä, eivät yrityksiä. Yrityksissä työskentelevistä henkilöistä rikoslais-sa sanotaan erikseen, että “kunnianloukkauksena ei pidetä [tosiasioihin perustuvaa] arvostelua [vaikka arvostelu olisi halventavaakin], joka kohdistuu toisen menettelyyn - - elinkeinoelämässä - - ja joka ei selvästi ylitä sitä, mitä voidaan pitää hyväksyttävänä” (RL 24:9).

Spämmäystä saa kutsua epäeettiseksi liiketoiminnaksi. Spämmerien toiminnasta ja tekojen [laillisuudesta](#) saa keskustella julkisesti, kunhan pysyttelee totuudessa. Asiallinen on tietysti syytä olla muistakin kuin juridisista syistä: kovaakin kritiikkiä voi esittää asiallisesti.

Linkkejä

- [Standard Spammer Whines](#)

[[PDF](#), [TXT](#)]

<http://kaip.iki.fi/spam/SpammerienKootutSelitykset.html>

Puolusta sähköisiä oikeuksiasi. Liity [EFFIn](#) jäseneksi.

[Kai Puolamäki](#), Kai.Puolamaki@iki.fi