

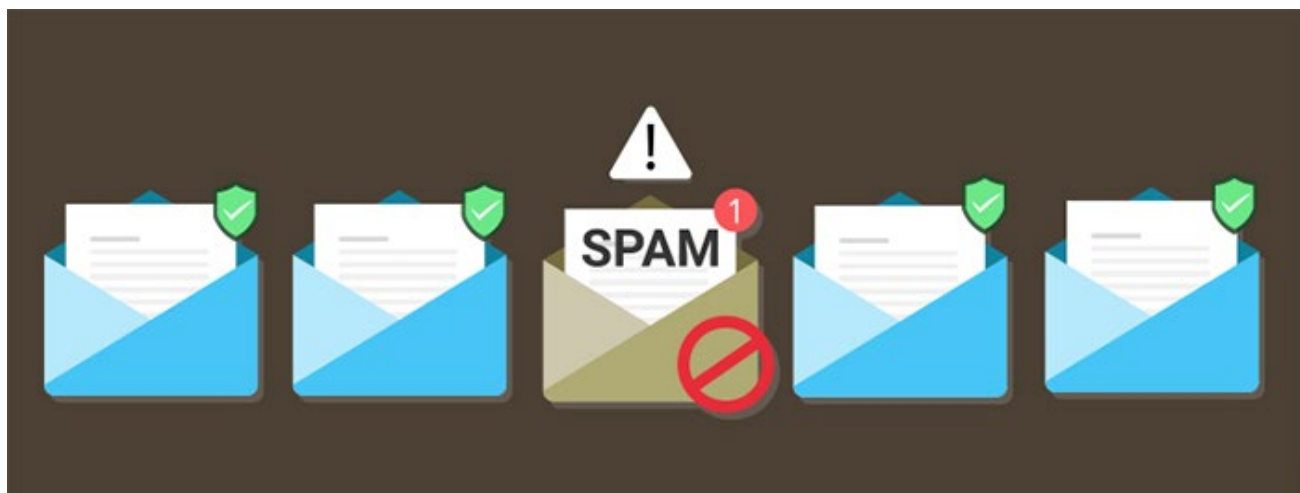
# اسیم چیست و چرا مورد استفاده قرار می‌گیرد؟



نویسنده: مهران منصوری فر

اسپم چیست و چرا مورد استفاده قرار می‌گیرد، چه هزینه‌هایی را در پی دارد و چگونه می‌توان از شر اسپم‌ها خلاص شویم در این مقاله از مدیروب به این موارد می‌پردازیم.

وقتی صحبت از اسپم می‌شود چه چیزی به ذهنتان خطور می‌کند؟ قرص‌های معجزه‌آسایی که پزشکان دیجیتالی برای رشد مجدد موهایتان نسخه می‌کنند؟ یا ایمیل‌های تکراری که تنها با فرستادنشان برای سایر دوستانتان، وعده یک شبه ثروتمند شدن را به شما می‌دهند؟ معمولا زمانی سر و کله اسپم یا هرزنامه‌ها (spam) پیدا می‌شود که شما با آدرس پست الکترونیکی‌تان (ایمیل) در یک وبسایت ثبت نام می‌کنید. اگر ایمیل شما هنوز به انباری از اسپم‌های جورواجور روی هم تلنبار شده تبدیل نشده است، نگران نباشید! چراکه دیر یا زود برای هر دارنده ایمیلی اتفاق می‌افتد و اگر از ماهیت و نحوه عملکرد آنها آگاهی نداشته باشیم، عواقبش برگشت ناپذیر خواهد بود.



### منظور از اسپم (spam) چیست؟

اسپم (spam) استفاده از سیستم پیام رسانی برای ارسال پیام به عده زیادی از افراد بدون درخواست خودشان است که با هدف پخش تبلیغات بازرگانی، آگاهی بخشی غیر تجاری و یا اهداف غیر قانونی (اکثرا تلاش برای بدست آوردن اطلاعات شخصی یا مالی افراد) انجام می‌پذیرد.

اگرچه شناخته شده‌ترین شکل spam، اسپم ایمیل است که به آن هرزنامه نیز گفته می‌شود، اما این اصطلاح در مورد سوء استفاده‌های مشابه در سایر رسانه‌ها نیز به کار برده می‌شود. اسپم در رسانه‌هایی مثل پیام‌رسانی فوری، گروه‌های خبری، موتور جستجوگر وب، در وبلاگ‌ها، پیامک، انجمن‌های اینترنتی، اپلیکیشن‌های موبایلی و تبلیغات تلویزیونی نیز درست مثل اسپم ایمیل یا (هرزنامه) صدق می‌کند.

اصطلاح اسپم (Spam) از سریال کمدی بریتانیایی سیرک پرنده مانتی پایتان (Monty Python's Flying Circus) برگرفته شده است. در این سریال دو مشتری وارد کافه‌ای می‌شوند و قصد دارند تا از منوی کافه برای خود غذا سفارش دهند. منویی که تمام سفارشاتش بجز یکی، شامل اسپم است. هم‌زمان که پیشخدمت از روی منو با صدایی آهنگین شروع به خواندن می‌کند، قطعه موسیقی پخش می‌شود که واژه اسپم به طرز عجیبی در آن تکرار می‌شود. تکرار فراوان این واژه اشاره به حضورش در همه جا بعد از جنگ جهانی دوم

دارد. Spam در اصل عنوان نشان تجاری شرکت تولید گوشت خوک کنسروی هُرمِل (Hormel) است که در طول جنگ جهانی دوم محبوبیت بسیاری کسب کرد. چرا که گوشت به اندازه کافی برای تغذیه سربازان در دسترس نبود و آن‌ها مجبور بودند به گوشت‌های کنسروی (Spam) روی آورند. علت بکار بردن این واژه برای کاربرد اینترنتی آن نیز همین است. هر روز خوردن گوشت پخته شده‌ای که از مواد درجه یک تهیه نشده و در قوطی ریخته شده باشد، در نوع خود می‌تواند بسیار آزاردهنده باشد!

در دهه ۱۹۸۰، اصطلاح spam برای توصیف افرادی به کار برده شد که در بی‌اس‌ها (Bulletin Board System) و مادها (Multi-User Domain) واژه spam را بارها تایپ می‌کردند تا متن سایر کاربران را از کادر صفحه نمایش خارج کنند.

اگرچه شرکت مواد غذایی هرمل با استفاده اینترنتی اصطلاح spam مخالفتی ندارد، اما خواستار استفاده از این اصطلاح با حرف "S" بزرگ انگلیسی (Spam) برای اشاره به محصولات و نشان تجاری خود شده است. همین امر باعث شده تا بعضی‌ها عاشق Spam و همه از spam متنفر باشند!



### اولین اسپمر چه کسی بود؟

به شخصی که اسپم ارسال می‌کند اسپمر می‌گویند. اولین اسپمر شناخته شده گری تورک (Gary Thuerk)، بازاریابی در شرکت تجهیزات دیجیتالی بود. او اولین هرزنامه را در سال ۱۹۷۸ برای ۴۰۰ گیرنده ارسال کرد. گری موفق شد محصولاتی را بفروشد و به درآمد ۱۳ میلیون دلار برسد. در واقع اسپم او جواب داد.

### چرا اسپم (spam) مورد استفاده قرار می‌گیرد؟

برای انتشار اسپم اهداف متفاوتی وجود دارد. اگرچه برای اهداف سیاسی، مذهبی و حتی کلاهبرداری نیز بکار برده شده است، اما امروزه عمده

اسپم‌ها با اهداف تجاری و تبلیغاتی منتشر می‌شوند. هدف اصلی استفاده از اسپم، کسب سود است. ارسال ایمیل در ابعاد گسترده بسیار کم هزینه‌تر و آسان‌تر از ارسال نامه‌های فیزیکی است. روزانه حدود ۲۵۰ میلیارد ایمیل در سراسر دنیا ارسال می‌شوند که ۴۵ درصد آن‌ها را هرزنامه‌ها (spam) تشکیل می‌دهند. جدا از تبلیغات، محبوب‌ترین اسپم‌ها شامل محتوای بزرگسالان و وعده‌های استقلال مالی و بی‌زحمت پولدار شدن تنها با انجام دستور العمل‌هایی ساده است.

### هزینه‌هایی که اسپم‌ها روی دست ما می‌گذارند

هرزنامه‌ها از نظر اقتصادی بسیار به صرفه و مناسب هستند، چراکه مبلغان تقریباً هیچ هزینه عملیاتی برای ارسال آن‌ها پرداخت نمی‌کنند. همین به صرفه بودن است که سبب شده تا هر روزه بر تعداد اسپم‌ها افزوده شود و شرکت‌های بازاریابی بیشتری به این سمت و سو در حرکت باشند. درست است که اسپمینگ برای مبلغان و استفاده کنندگانش هزینه‌های چندانی در پی ندارد اما در مقابل برای دولت‌ها کاملاً برعکس است. هزینه‌هایی از قبیل افت کارایی و هدر رفت تجهیزات و نیروی کار موضوعی نگران کننده برای تمام دولت‌های جهان شده است. همین امر سبب شده است تا کشورها در صدد تصویب قوانینی برای مقابله با این پدیده باشند. بعنوان مثال،

شواهد حاکی از آنند که در سال ۲۰۰۷ در ایالات متحده، هزینه اتلاف منابع و نیروی کار ناشی از وجود اسپم‌ها بالغ بر ۱۳ میلیارد دلار بوده است. به طور کلی، spamming از چند جهت هزینه بر است؛ از جمله: روش‌های ارسال اسپم‌ها، صرف منابع برای تصویب قوانین مربوط به آن‌ها و اجرای این قوانین که همگی از هزینه‌های مستقیمی است که از وجود اسپم‌ها ناشی می‌شود. اما هزینه‌ها به همین جا ختم نمی‌شوند، بلکه هزینه‌های غیر مستقیمی نیز در کار است که باید بپردازیم؛ مثل سرقت مالی، سرقت داده‌ها، سرقت هویت و ایده‌های مردم، انتشار ویروس و انجام اعمال خرابکارانه. اما باز هم ادامه دارد! از مهمترین هزینه‌هایی که با وجود اسپمینگ ملزم به پرداختشان می‌شویم پر شدن موتورهای جستجو از صفحات بی مصرف و بدرد نخور است که انجام جستجو و تحقیق را مختل، و ما را از بزرگترین منبع اطلاعاتی موجود محروم می‌کند.



### انواع اسپم (spam) در بازاریابی

به طور کلی، به هر نوع ارتباط دیجیتالی ناخواسته و نطلبیده به تعداد زیاد spam گفته می‌شود. همانطور که گفته شد، اسپم‌ها به شیوه‌های گوناگونی در فضای اینترنت رواج یافته‌اند و به پست الکترونیکی و هرزنامه‌ها خلاصه نمی‌شوند. در ادامه به توضیح بعضی از آن‌ها می‌پردازیم.

**در ایمیل مارکتینگ:** شایع‌ترین شکل spam، اسپم ایمیل یا هرزنامه است. پست الکترونیکی یا ایمیل (e-mail) نامه‌ای دیجیتالی با محتوای چند رسانه‌ای است و سامانه‌ای که این خدمات را ارائه می‌دهد، سرویس ایمیل نام دارد. اسپم ایمیل (هرزنامه)، به ارسال ایمیل‌های ناخواسته به تعداد زیاد (اغلب با محتوای تبلیغاتی) اطلاق می‌شود. هرزنامه‌ها در ایمیل، در اواسط دهه ۹۰ میلادی به معضل تبدیل شدند؛ زمانی که استفاده تبلیغاتی در اینترنت آزاد شد. طی سال‌های بعد رشد پیدا کردند و در سال ۲۰۰۷ حدود ۸۰ درصد کل ایمیل‌ها را تشکیل می‌دادند. تلاش انجام شده برای غیرقانونی اعلام کردن ایمیل‌های اسپم (هرزنامه)، منجر به تصویب قوانین قضایی شد که بتواند جلوی این موارد را تا حد ممکن بگیرد. تلاش‌های انجام شده توسط دستگاه‌های حاکم، سیستم‌های امنیتی و ارائه دهندگان خدمات ایمیلی بنظر امری موثر در کاهش حجم این ایمیل‌ها می‌آید. هدف از



ارسال spam (هرزنامه‌ها) متفاوت از یکدیگر است. به طور کلی هرزنامه‌ها به منظور تبلیغات تجاری، غیر تجاری و فیشینگ ارسال می‌شوند. فیشینگ عبارت است از: تلاش برای فریب افراد و بدست آوردن اطلاعات شخصی آن‌ها. فیشینگ یکی از ساده‌ترین و در عین حال خطرناک‌ترین نوع حملات سایبری است. چراکه قدرتمندترین و آسیب‌پذیرترین کامپیوتر موجود در دنیا را مورد هدف قرار می‌دهد؛ ایمیل‌های فیشینگ با فریب کاربران آن‌ها را ترغیب به ارسال اطلاعاتی همچون نام کاربری و رمز ورود به وبسایت‌ها و اطلاعات کارت اعتباری خود می‌کنند.

**در انجمن‌های اینترنتی:** اسپم انجمن اینترنتی (forum spam)، به صورت ایجاد پیام‌های تبلیغاتی در انجمن‌های اینترنتی (معمولا توسط ربات) انجام می‌پذیرد. این spam ها با ایجاد موضوعی غیر مرتبط با عنوان گفتگوی انجمن، سبب انحراف بحث و به نتیجه نرسیدن آن می‌شوند. اکثر اسپم‌های انجمنی حاوی لینک به سایت‌های خارجی هستند. این لینک‌ها دو هدف دارند: اول، افزایش بازدید موتورهای جستجو در حوزه‌های پرقابتهی مثل کاهش وزن، دارو سازی و املاک و ایجاد ترافیک بیشتر برای این سایت‌های تجاری. دوم، کسب درآمد. که مورد دوم ممکن است به دو شکل صورت پذیرد: در صورتی که مالکیت سایت‌های تجاری گفته شده با خود اسپمر باشد، در حقیقت او توانسته محصولات خود را به فروش برساند و در صورتی

که این سایت‌ها متعلق به افراد دیگر باشد، اسپم با هر خرید انجام شده از طریق لینک‌ها، حق کمیسیون دریافت می‌کند.

**در پیامک:** این نوع spam ها می‌تواند، به ویژه برای مشتریان، آزاردهنده باشد؛ نه فقط بخاطر دردسرهایش، بلکه بخاطر هزینه‌ای که بابت ارسال پیامک باید پرداخت شود. همین مسئله باعث شده تا با وجود تعداد زیاد کاربران تلفن‌های همراه، اسپم‌های پیامکی چندان فراگیر نباشند.

**در شبکه‌های اجتماعی:** رسانه‌هایی مثل فیس بوک و توییتر نیز از spam ها در امان نمانده‌اند. اسپم‌ها با هک کردن حساب افراد و پنهان شدن زیر نقاب و ظاهر آن‌ها، برای مخاطبانی مثل دوستان و فامیل که به افراد هک شده اعتماد دارند، لینک‌های ساختگی ارسال می‌کنند. برای مثال، در توییتر، اسپم‌ها کار را با دنبال کردن حساب افراد تایید شده مثل «شاهرخ استخری» آغاز می‌کنند. زمانی که صاحب حساب نیز اسپم را دنبال کند، درحقیقت به اسپم اعتبار بخشیده است. به طور کلی، اسپم‌ها (بدون مقاصد خرابکارانه) اطلاعات غیرمرتبط و نادرست را در فضای شبکه‌های اجتماعی پخش می‌کنند.



**در وبلاگ‌ها:** در سال ۲۰۰۳، این مدل spam با گذاشتن مکرر کامنت در پست‌های وبلاگی مختلف، لینکی به سایت تجاری اسپمرها ارائه می‌کرد که از این طریق می‌توانستند صاحب درآمد شوند. یکی دیگر از شکل‌های اسپم وبلاگی، اسپم کردن تگ‌های خاصی در وبسایت‌هایی نظیر Tumblr است. این سرویس به کاربران خود اجازه می‌دهد تا محتوای چند رسانه‌ای خود را در قالب پست‌های کوتاه ارسال کنند و همچنین وبلاگ دیگران را دنبال کنند.

**در سایت‌های به اشتراک گذاری ویدئو:** حتی سایت‌های ویدئویی هم از هجوم spam ها در امان نمانده‌اند. اسپم در این روش با بارگذاری ویدئویی در سایت با عنوان و اسمی جالب توجه شروع می‌شود. در طول پخش ویدئو

عکسی نمایان می‌شود که به قصد گمراه کردن تماشاگر قرار داده شده است و حاوی پیامی است که از مخاطب می‌خواهد تا برای تماشای ویدئوی مد نظرش به صفحه‌ای خاص مراجعه کند. حال آنکه ممکن است محتوای ویدئو چیزی کاملاً غیر مرتبط و یا صرفاً متنی شامل یک لینک به صفحه‌ای مشخص باشد. این صفحه ممکن است از شما اطلاعات خاصی را برای امری مثل ثبت نام بخواهد و یا صفحه‌ای از یک سایت تجاری باشد که شما با خرید کردن از آن سبب کسب درآمد اسپم شوید.

**در اپلیکیشن‌های موبایلی:** spam در اپ استورها شامل: (۱) اپلیکیشن‌هایی که به طور خودکار ساخته شده‌اند و کاربرد و توضیح معناداری برای آن‌ها وجود ندارد. (۲) انتشار چندین نمونه از یک اپلیکیشن به خصوص، برای بالا بردن آمار بازدید آن. (۳) اپلیکیشن‌هایی که یک کلمه کلیدی غیر مرتبط را بیش از اندازه تکرار می‌کنند تا کاربرانی را از طریق جستجوهای ناخواسته جذب کنند.

**در موتور جستجوگر وب:** از خطرناک‌ترین شیوه‌های spamming، می‌توان به همین گزینه اشاره کرد. اگر صاحب کسب و کار دیجیتال هستید و حضور آنلاین برای شما بیش از هر چیزی در کسب سود اهمیت دارد، باید بگوییم که اسپم موتور جستجو دشمن درجه یک حضور آنلاین کسب و کار شماست. اسپم موتور جستجو، دستکاری عمدی و متقلبانه صفحه‌های HTML است تا شانس حضور خود در بین بالاترین نتایج جستجو را افزایش دهد. برخی از

تکنیک‌های این نوع اسپمینگ عبارتند از: تکرار یک کلمه به دفعات و پشت سر هم، تکرار متا تگ، هاستینگ چندین وبسایت با آدرس‌های متفاوت اما محتوای یکسان، استفاده از لینک‌های مخفی و ... . در این روش کاربری که در یک موتور جستجو (مثل گوگل) به دنبال کلمه‌ای می‌گردد، سر از سایت‌های اشتباه و کاملاً بی‌ربط به کلمه جستجو شده در می‌آورد. هدف از بکارگیری این نوع اسپم، جذب هرچه بیشتر بازدید کننده از موتورهای جستجو و کسب درآمد بیشتر است.

### چگونه از شر اسپم‌ها (هرزنامه) خلاص شویم؟

برای اینکه، چه در کسب و کار و چه در زندگی شخصی، در صف قربانیان اسپم‌ها نباشیم، چند نکته وجود دارد. اولاً باید اصطلاحاً گوش به زنگ باشیم. به این معنی که با گذشت زمان درباره اسپم‌ها و ساز و کار آن‌ها اطلاعات به روزی داشته باشیم و آن‌ها را بشناسیم. آیا spam روزی منسوخ خواهد شد؟ به این شکل که به کلی ناپدید شود و دیگر آثاری از آن باقی نماند، خیر؛ اما شما می‌توانید برای کاهش اثرات مخرب آن روی کسب و کار خود، تلاش کنید. چند نکته در برخورد با هرزنامه‌ها در زیر آمده است.

**هرگز هرزنامه‌ها را باز نکنید:** اسپم‌ها می‌فهمند که شما پیام آن‌ها را باز کردید. همین موضوع آن‌ها را تشویق به ارسال دوباره می‌کند.

**هرگز روی هیچ لینکی کلیک نکنید:** بازکردن لینک‌ها می‌تواند دال بر معتبر و فعال بودن ایمیل شما باشد. در نتیجه ارسال بیشتر هرزنامه‌ها را به دنبال خواهد داشت و همچنین شما را در معرض خطر بدافزارها قرار خواهد داد. **هرگز به هرزنامه‌ها پاسخ ندهید:** پاسخ دادن به آن‌ها نشان از حضور و اعتبار ایمیل دارد و اسپمرها را ترغیب به ارسال دوباره می‌کند.

در سرویس ایمیل خود از فیلترها برای مسدود کردن فرستنده‌ها یا زبان‌های خاص استفاده کنید: فیلترهای ایمیل قابل تنظیم برای مسدود کردن افراد خاص و یا برعکس (لیست سفید) هستند.

**حساب ایمیل ذخیره داشته باشید:** مطمئن شوید برای ثبت نام در سایت‌ها، عضویت در مجلات، ارسال پیام در گروه‌های گفتگوی آنلاین یا در هر موقعیت دیگری که نمی‌دانید قرار است از آدرس ایمیل شما چطور استفاده شود، آدرس ایمیل ذخیره خود را بکار می‌برید؛ نه آدرس ایمیل اصلی شما که اصل فعالیت شما با آن انجام می‌گیرد. به طور کلی، همیشه یک آدرس ایمیل اضافه برای اینگونه موقعیت‌ها داشته باشید.



### سخن آخر:

اسپم‌ها (spam) سیلی از پیام‌های تبلیغاتی و غیر تبلیغاتی هستند که بخاطر کم هزینه بودنشان نسبت به ارسال پیام‌ها به شکل سنتی، بسیار مورد توجه قرار گرفتند. تا جاییکه هر دارنده ایمیلی تا به حال یکبار یکی از آنها را دریافت کرده است. معمولاً با دریافت اینگونه پیام‌ها، آن‌ها به کرات، احساس خوبی به ما دست نخواهد داد و بیشتر منجر می‌شود تا راضی. نکته‌ای که بسیار قابل توجه است، امکان استفاده از spamming برای مقاصد خرابکاری و کلاهبرداری است. اگر صاحب کسب و کار اینترنتی هستید و در زمینه دیجیتال مارکتینگ فعالیت می‌کنید، کسب آگاهی از ماهیت و کارکرد هرزنامه‌ها برای شما امری ضروری است. چرا که اسپم‌ها مستقیماً بر حوزه

بازاریابی دیجیتال اثرگذار بوده و می‌توانند به شدت برای کسب و کار شما آسیب‌زا باشند. حال که با مطالعه این مقاله به آگاهی پیرامون این معضل همه جانبه مسلح شده‌اید، امید است تا به نحو احسن در برابر این عامل مخرب محفوظ بمانید.