

تبلیغات غیرقانونی بازی با جان و مال مردم

تبلیغات گرچه بهترین راه معرفی کالا و خدمات به مشتریان به شمار می‌رود، اما فناوری‌های جدید بستری برای سوداگران و کلاهبرداران فراهم آورده تا با تبلیغات دروغین کالاهای غیرقانونی و خدمات غیرمجاز خود را به مشتریان و گاه قربانیان خود قالب کنند. سوءاستفاده از سامانه پیام کوتاه، شبکه‌های ماهواره‌ای و حالا فضای مجازی بسترساز این تبلیغات دروغین نوین هستند.



تبلیغات گرچه بهترین راه معرفی کالا و خدمات به مشتریان به شمار می‌آید، اما فناوری‌های جدید بستری برای سوداگران و کلاهبرداران فراهم آورده تا با تبلیغات دروغین کالاهای غیرقانونی و خدمات غیرمجاز خود را به مشتریان و گاه قربانیان خود قالب کنند. سوءاستفاده از سامانه پیام کوتاه، شبکه‌های ماهواره‌ای و حالا فضای مجازی بسترساز این تبلیغات دروغین نوین هستند.

به گزارش جام‌&ZWNJ;جم، سال‌&ZWNJ;هاست که کلاهبرداری از طریق تبلیغات در سامانه پیام کوتاه اپراتورهای تلفن همراه در کشور ادامه دارد، برخورد با مجرمان هم نتوانسته درس عبرتی برای متخلفان باشد. ظاهراً ناهماهنگی دستگاه‌&ZWNJ;ها سبب شده است همچنان عده‌&ZWNJ;ای با این ترفند در دام کلاهبرداران بیفتند و قربانی شوند. این پیامک‌&ZWNJ;ها هر روز به شکل نوینی تکامل می‌&ZWNJ;یابند و پیچیده‌&ZWNJ;تر و به‌&ZWNJ;روز می‌&ZWNJ;شوند. بیشتر این پیامک‌&ZWNJ;ها با ادعایی از مشترکان می‌&ZWNJ;خواهند رقمی را به شماره‌&ZWNJ;ای ارسال کنند و پس از آن داستان کلاهبرداری به جریان می‌&ZWNJ;افتد و مشترک تلفن همراه تبدیل به قربانی می‌&ZWNJ;شود. قربانی با افتادن در دام کلاهبرداران، تمام اطلاعات حساب بانکی خود را فاش می‌&ZWNJ;سازد و با خالی شدن حسابش کلاه گشادی سرش می‌&ZWNJ;رود یا محصولی بی‌&ZWNJ;کیفیت یا غیربهداشتی تحویل می‌&ZWNJ;گیرد که یا از مبادی قاچاق وارد کشور شده یا به صورت غیرقانونی در کارگاه‌&ZWNJ;های غیرمجاز زیرزمینی تولید شده است. ظاهراً بیشتر این پیامک‌&ZWNJ;ها از پنل‌&ZWNJ;های ویژه ارسال پیامک‌&ZWNJ;های انبوه که اپراتورها در اختیار پیمانکارانشان قرار می‌&ZWNJ;دهند، ارسال می‌&ZWNJ;شود. اما نظارت بر محتوای این پیامک‌&ZWNJ;ها ضعیف و موکول به بروز مشکل یا شکایت مردم است.

فرب مشتریان، با تبلیغات ماهواره‌&ZWNJ;ای سال گذشته رئیس قوه قضاییه درباره کسانی که بویژه با رسانه‌&ZWNJ;های ماهواره‌&ZWNJ;ای همکاری می‌&ZWNJ;کنند، عنوان کرد: «&ZWNJ;همکاری با رسانه‌&ZWNJ;های معاند، معاونت در جرم است.» در ابتدای همین هفته نیز تسنیم به نقل از منابع آگاه قضایی خود خبر داد که برخی شرکت‌&ZWNJ;های معتبر و معروف فعال در ایران که از طریق ارائه آگهی تبلیغاتی، منابع مالی شبکه‌&ZWNJ;های ماهواره‌&ZWNJ;ای فارسی زبان را تأمین می‌&ZWNJ;کردند، پلمب شدند. ظاهراً این شرکت‌&ZWNJ;ها که با پرداخت مبالغی هنگفت مبادرت به خریداری سریال‌&ZWNJ;های ترکیه‌&ZWNJ;ای برای تبلیغات محصولات تولیدی خود کرده‌&ZWNJ;اند، با دستور مقام قضایی پلمب و برای پاسخگویی نسبت به اتهامات مطروحه، به دادسرا احضار شده‌&ZWNJ;اند.

آن‌&ZWNJ;طور که محمد حیدری، مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع‌&ZWNJ;رسانی معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌&ZWNJ;رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی عنوان می‌&ZWNJ;کند تبلیغ کالا در همه شبکه‌&ZWNJ;های ماهواره‌&ZWNJ;ای فارسی‌&ZWNJ;زبان ممنوع است و هر شخص حقیقی و حقوقی یا شرکتی که به این شبکه‌&ZWNJ;ها سفارش آگهی بدهد، خلاف ضوابط جاری قانونی عمل کرده است و با آن برخورد قانونی خواهد شد. با این تفاسیر، به نظر می‌&ZWNJ;رسد با شرکت‌&ZWNJ;های شناخته‌&ZWNJ;شده داخلی که اقدام به تبلیغ محصول خود از شبکه‌&ZWNJ;های ماهواره‌&ZWNJ;ای می‌&ZWNJ;کنند، بسرعت برخورد می‌&ZWNJ;شود. اما چرا با کالاهای وارداتی قاچاق یا محصولات غیرمجاز که توسط این شبکه‌&ZWNJ;ها تبلیغ می‌&ZWNJ;شود و تنها راه ارتباطی آن با مشتریان از طریق پیامک است، برخورد قانونی صورت نمی‌&ZWNJ;گیرد و تبلیغ این محصولات همچنان در سطح

گسترده از طریق این شبکه‌&ZWNJ;ها ادامه دارد؟ حیدری با اشاره به این‌&ZWNJ;که دفتر تبلیغات و اطلاع‌&ZWNJ;رسانی بنا به شرح وظایف قانونی رصد تبلیغات بازرگانی شبکه‌&ZWNJ;های ماهواره‌&ZWNJ;ای فارسی زبان را از ابتدای سال 1386 در دستور کار خود قرار داده است، می‌&ZWNJ;گوید: «ما بیش از 80 شبکه فارسی‌&ZWNJ;زبان ماهواره‌&ZWNJ;ای غیرسیاسی را به صورت روزانه و مستمر رصد می‌&ZWNJ;کنیم و اطلاعات به دست آمده را به صورت منظم و دسته‌&ZWNJ;بندی شده به سازمان‌&ZWNJ;ها و دستگاه‌&ZWNJ;های مربوط از جمله وزارت بهداشت، نیروی انتظامی و صدا و سیما ارسال می‌&ZWNJ;کنیم. به گفته او، این دستگاه‌&ZWNJ;ها مسئول بررسی و رسیدگی به این تبلیغات هستند.

اپراتورها مسئول محتوا نیستند اپراتورها اصولاً بستر انتقال محتوا را فراهم می‌&ZWNJ;کنند که یکی از شیوه‌&ZWNJ;های آن پیامک است. اما نهادها و دستگاه‌&ZWNJ;های دیگری در عرصه‌&ZWNJ;های مختلف وظیفه صدور مجوز را به عهده دارند؛ برای مثال در حوزه دارو وزارت بهداشت، در حوزه محتوای درسی و آموزشی، وزارت آموزش و پرورش یا در زمینه فرهنگ و هنر، وزارت ارشاد وظیفه صدور مجوزهای لازم را دارند و اپراتورها وظیفه سرویس دهی به این نهادها را عهده‌&ZWNJ;دار هستند. این نظر دکتر داوود زارعیان، سخنگوی شرکت مخابرات ایران است که در گفت‌&ZWNJ;وگو با جام‌&ZWNJ;جم سه گونه نظارت بر تبلیغات را برمی‌&ZWNJ;شمرد: «&ZWNJ;نخست نظارت همگانی به صورتی که مردم اگر موردی را دیدند به وزارت ارتباطات

و سازمان تنظیم مقررات اعلام تا آنها برخورد کنند.؛ به گفته او، هر فردی که در این زمینه شکایتی داشته باشد، می‌تواند به اپراتورها مراجعه و شکایت خود را تنظیم کند و در این بخش همه چیز قابل پیگیری است. او نظارت دوم را نظارت سازمانی می‌خواند که به عهده نهادهایی چون وزارت بهداشت است. به باور زارعیان سومین نوع نظارت می‌تواند بر عهده مدعی العموم باشد که در صورت مشاهده تخلفی می‌تواند کار نظارتی را انجام دهد و با توجه به ماهیت پیامک ارسالی، از دستگاه مربوط بخواهد برخورد لازم را انجام دهد. او با بیان این‌که اپراتورها تا زمانی که شکای خصوصی وجود نداشته باشد نمی‌توانند با متخلفان برخورد کنند، می‌افزاید: اپراتورها حق ندارند محتوای مکالمات و پیامک مردم را شنود کنند یا ببینند. زارعیان همچنین در ارتباط با شماره‌هایی که شبکه‌های ماهواره‌ای برای ارتباط با مشتریان خود در اختیار آنها می‌گذارند، می‌گوید: این شماره‌ها همواره رصد می‌شود و برخورد با این متخلفان از طریق مراجع قانونی و قضایی صورت می‌گیرد. اما از آنجا که تعداد این شماره‌ها زیاد است به نظر می‌رسد که برخوردی صورت نگرفته است. به گفته او، گاهی برخی با سوءاستفاده و سیمکارت یک فرد غیرمطلع را بدون این‌که به نام خود ثبت کنند خریداری می‌کنند. زارعیان از مردم می‌خواهد سیم‌کارت خود را در اختیار کسی قرار ندهند. سرهنگ محمدرضا اکبری، معاون مبارزه با جعل و کلاهبرداری پلیس آگاهی نیروی انتظامی نیز با بیان این‌که هر پرونده‌ای نیازمند اعلام شکایت یک فرد یا شکای خصوصی است، به جام‌می‌گوید: اگر جرم مشهود باشد یا اخباری به دست پلیس برسد، می‌توان پرونده‌ای را عملیاتی کرد و گزارش آن را در اختیار دادستان قرار داد. به گفته او، در مورد دوم پلیس فتا نظارت بر تبلیغات در فضای مجازی را برعهده دارد، اما در مورد اول، شکایت‌های متعددی در زمینه کلاهبرداری از طریق پیامک یا تبلیغات ماهواره‌ای به دست ما رسیده است. اکبری هر چند اشاره می‌کند فراوانی شکایت‌ها بیشتر در زمینه تماس‌های تلفنی یا پیامک‌هایی با محتوای برنده شدن مشترک است، می‌گوید: در دو موردی که اخیراً پرونده آن به دست ما رسیده است، شاکیان از افرادی که کالا یا خدماتشان را در شبکه‌های ماهواره‌ای تبلیغ کرده بودند، شکایت داشتند. در یک مورد فردی خود را پزشک معرفی کرده بود و ادعا می‌کرد با داروهای گیاهی بیماران لاعلاج را درمان می‌کند و اینگونه کلاهبرداری میلیونی کرده بود. پرونده دیگر درباره فروش محصول از همین شیوه در یکی از استان‌های کشور بود که در هر دو مورد متهمان شناسایی و دستگیر شدند. به گفته او، شناسایی این متخلفان چندان دشوار نیست. او می‌افزاید: در نامه‌نگاری با دستگاه‌های مسئول پلیس درخواست کرده است نظارت کافی بر محتوای تبلیغات پیامکی و همچنین تبلیغات ماهواره‌ای صورت بگیرد. کلاهبرداری با تبلیغات مجازی به نظر می‌رسد تبلیغات در فضای مجازی شکلی پیچیده‌تر و تکامل یافته تبلیغات پیامکی و شبکه‌های ماهواره‌ای باشد که برخورد با آن دشوارتر است. برای مثال، سرهنگ اکبری معاون مبارزه با جعل و کلاهبرداری پلیس آگاهی نیروی انتظامی از سوءاستفاده برخی افراد از طریق سایت‌های خرید و فروش همچون دیوار و شیپور خبر می‌دهد و می‌گوید: این شیادان، خود را خریدار اجناس معرفی کرده و در نهایت پس از انجام مانورهای متقلبانه و جلب اعتماد فروشندگان به روش‌های ماهرانه‌ای اقدام به کلاهبرداری می‌کنند. به نظر می‌رسد، نظارت بر تبلیغات در فضای مجازی و واقعی نیاز به عزم همه دستگاه‌های کشور برای مقابله با کلاهبرداران و سوداگران دارد و نهادها باید به صورت جدی‌تر بر عرصه‌های مختلف تبلیغاتی نظارت کنند و برخورد با متخلفان را در دستور کار خود قرار دهند.

کمیلت انتظاری
جامعه