

CHÍNH PHỦ
Số: 90/2008/NĐ-CP

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Hà Nội, ngày 13 tháng 8 năm 2008

NGHỊ ĐỊNH
Về chống thư rác

CHÍNH PHỦ

Căn cứ Luật Tổ chức Chính phủ ngày 25 tháng 12 năm 2001;

Căn cứ Luật Công nghệ thông tin ngày 29 tháng 6 năm 2006;

Căn cứ Luật Giao dịch điện tử ngày 29 tháng 11 năm 2005;

Căn cứ Pháp lệnh Bưu chính Viễn thông ngày 25 tháng 5 năm 2002;

Căn cứ Pháp lệnh Quảng cáo ngày 16 tháng 11 năm 2001;

Căn cứ Pháp lệnh Xử phạt vi phạm hành chính ngày 02 tháng 7 năm 2002; Pháp lệnh sửa đổi một số điều của
Pháp lệnh Xử lý vi phạm hành chính ngày 02 tháng 4 năm 2008;

Xét đề nghị của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông,

NGHỊ ĐỊNH:

Chương I

NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Nghị định này quy định về chống thư rác; quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan (sau đây gọi chung là tổ chức, cá nhân).

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Nghị định này áp dụng đối với tổ chức, cá nhân có liên quan tới dịch vụ trao đổi thư điện tử và tin nhắn tại Việt Nam.

Trường hợp Điều ước quốc tế liên quan đến hoạt động chống thư rác mà Việt Nam là thành viên có quy định khác với Nghị định này thì áp dụng quy định của Điều ước quốc tế đó.

Điều 3. Giải thích thuật ngữ

Trong phạm vi Nghị định này, các thuật ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. *Thư rác (spam)* là thư điện tử, tin nhắn được gửi đến người nhận mà người nhận đó không mong muốn hoặc không có trách nhiệm phải tiếp nhận theo quy định của pháp luật. Thư rác trong Nghị định này bao gồm thư điện tử rác và tin nhắn rác.

2. *Thông điệp dữ liệu* là thông tin được tạo ra, được gửi đi, được nhận và được lưu trữ bằng phương tiện điện tử.
3. *Cơ sở hạ tầng thông tin* là hệ thống trang thiết bị phục vụ cho việc sản xuất, truyền đưa, thu thập, xử lý, lưu trữ và trao đổi thông tin số, bao gồm mạng viễn thông, mạng Internet, mạng máy tính và cơ sở dữ liệu.
4. *Thư điện tử* là thông điệp dữ liệu được gửi đến một hoặc nhiều địa chỉ thư điện tử thông qua cơ sở hạ tầng thông tin.
5. *Địa chỉ điện tử* là địa chỉ mà người sử dụng có thể nhận hoặc gửi thông điệp dữ liệu thông qua cơ sở hạ tầng thông tin.
6. *Địa chỉ thư điện tử* là địa chỉ được sử dụng để gửi hoặc nhận thư điện tử, bao gồm tên truy nhập của người sử dụng kết hợp với tên miền Internet.
7. *Tin nhắn* là thông điệp dữ liệu được gửi đến điện thoại, máy nhắn tin hoặc thiết bị có chức năng nhận tin nhắn.
8. *Tiêu đề thư điện tử* là phần thông tin được gắn kèm với phần nội dung thư điện tử bao gồm thông tin về nguồn gốc, đích đến, tuyến đường đi, chủ đề và những thông tin khác về thư điện tử đó.
9. *Chủ đề thư điện tử* là một phần của tiêu đề nhằm trích yếu nội dung thư điện tử.
10. *Tiêu đề tin nhắn* là phần thông tin được gắn kèm với phần nội dung tin nhắn bao gồm nhưng không giới hạn nguồn gốc, thời gian gửi tin nhắn.
11. *Thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo* là thư điện tử, tin nhắn nhằm giới thiệu đến người tiêu dùng về các tổ chức, cá nhân hoạt động kinh doanh, hoạt động xã hội, hàng hoá, dịch vụ bao gồm cả dịch vụ có mục đích sinh lời và dịch vụ không có mục đích sinh lời.
12. *Người quảng cáo* là tổ chức, cá nhân có nhu cầu quảng cáo về hoạt động kinh doanh, hàng hoá, dịch vụ của mình.
13. *Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo* là tổ chức cung cấp dịch vụ gửi thư điện tử, tin nhắn quảng cáo đến người nhận.
14. *Mã số quản lý* là mã số được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp cho nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử, nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng tin nhắn, nhà cung cấp dịch vụ tin nhắn qua mạng Internet khi chấp thuận hồ sơ đăng ký của đối tượng này.
15. *Mã sản phẩm* là mã số do nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo gán cho từng sản phẩm. Mã sản phẩm có thể bao gồm thông tin về nhóm sản phẩm nhằm mục đích phân loại các sản phẩm quảng cáo.
16. *Người sở hữu địa chỉ điện tử* là người tạo ra hoặc được cấp địa chỉ điện tử đó.

Điều 4. Nội dung và trách nhiệm quản lý nhà nước về chống thư rác

1. Nội dung quản lý nhà nước về chống thư rác:

- a) Xây dựng, ban hành, tuyên truyền, phổ biến, tổ chức thực hiện văn bản quy phạm pháp luật, quy chuẩn kỹ thuật liên quan tới việc chống thư rác;
- b) Tuyên truyền về ý thức và trách nhiệm phòng, chống thư rác cho người sử dụng và các đối tượng khác;

- c) Tổng hợp và phổ biến danh sách các nguồn phát tán thư rác;
- d) Chủ trì, phối hợp các đơn vị có liên quan trong việc xử lý thư rác;
- đ) Tiếp nhận thông báo, khiếu nại về thư rác;
- e) Tiếp nhận hồ sơ đăng ký và cấp mã số quản lý cho nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử, nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng tin nhắn, nhà cung cấp dịch vụ tin nhắn qua Internet;
- g) Hợp tác quốc tế về chống thư rác;
- h) Nghiên cứu và triển khai các giải pháp chống thư rác;
- i) Quản lý thống kê về thư rác;
- k) Thanh tra, kiểm tra, giải quyết khiếu nại, tố cáo và xử lý vi phạm.

2. Bộ Thông tin và Truyền thông có trách nhiệm chủ trì, phối hợp với các Bộ, cơ quan ngang Bộ liên quan thực hiện quản lý nhà nước về chống thư rác.

3. Các Bộ, cơ quan ngang Bộ khác có trách nhiệm phối hợp với Bộ Thông tin và Truyền thông trong các hoạt động chống thư rác.

Điều 5. Phân loại thư rác

1. Thư điện tử, tin nhắn với mục đích lừa đảo, quấy rối hoặc phát tán virus máy tính, phần mềm gây hại hoặc vi phạm khoản 2 Điều 12 Luật Công nghệ thông tin.
2. Thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo vi phạm các nguyên tắc gửi thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo tại các Điều 7, Điều 9 và Điều 13 Nghị định này.

Điều 6. Các hành vi nghiêm cấm

1. Gửi thư rác.
2. Làm sai lệch thông tin tiêu đề của thư điện tử, tin nhắn nhằm mục đích gửi thư rác.
3. Tạo điều kiện, cho phép sử dụng phương tiện điện tử thuộc quyền của mình để gửi, chuyển tiếp thư rác.
4. Trao đổi, mua bán hoặc phát tán các phần mềm thu thập địa chỉ điện tử hoặc quyền sử dụng các phần mềm thu thập địa chỉ điện tử.
5. Sử dụng các phần mềm để thu thập địa chỉ điện tử khi không được phép của người sở hữu địa chỉ điện tử đó.
6. Trao đổi, mua bán danh sách địa chỉ điện tử hoặc quyền sử dụng danh sách địa chỉ điện tử nhằm mục đích gửi thư rác.
7. Các hành vi vi phạm khác theo quy định của pháp luật.

Chương II

GỬI THƯ ĐIỆN TỬ QUẢNG CÁO, TIN NHẮN QUẢNG CÁO

Mục 1

CÁC NGUYÊN TẮC CHUNG

Điều 7. Nguyên tắc gửi thư điện tử, tin nhắn quảng cáo

1. Tổ chức, cá nhân ngoại trừ nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo chỉ được phép gửi thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo khi có sự đồng ý trước đó của người nhận.
2. Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo chỉ được phép gửi thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo cho đến khi người nhận từ chối việc tiếp tục nhận thư điện tử quảng cáo, tin nhắn quảng cáo.
3. Trong vòng 24 giờ, kể từ khi nhận được yêu cầu từ chối, người quảng cáo hoặc nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo phải chấm dứt việc gửi đến người nhận các thư điện tử quảng cáo hay tin nhắn quảng cáo đã bị người nhận từ chối trước đó trừ trường hợp bất khả kháng.
4. Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo chỉ được phép gửi thư điện tử, tin nhắn quảng cáo từ hệ thống có các thông tin kỹ thuật đã đăng ký với Bộ Thông tin và Truyền thông.
5. Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử không được phép gửi quá 5 thư điện tử quảng cáo tới một địa chỉ thư điện tử trong vòng 24 giờ trừ trường hợp đã có thoả thuận khác với người nhận.
6. Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng tin nhắn không được phép gửi quá 05 tin nhắn quảng cáo tới một số điện thoại trong vòng 24 giờ và chỉ được phép gửi trong khoảng thời gian từ 7 giờ đến 22 giờ mỗi ngày trừ trường hợp đã có thoả thuận khác với người nhận.

Điều 8. Nguyên tắc thu thập, sử dụng địa chỉ điện tử cho mục đích quang cáo

1. Chỉ được thu thập địa chỉ điện tử cho mục đích quảng cáo khi được sự đồng ý của người sở hữu địa chỉ điện tử đó.
2. Phải nêu rõ mục đích, phạm vi sử dụng khi tiến hành thu thập địa chỉ điện tử.
3. Phải sử dụng địa chỉ thư điện tử theo đúng mục đích, phạm vi đã được người sở hữu địa chỉ đó cho phép.

Mục 2

THƯ ĐIỆN TỬ QUẢNG CÁO

Điều 9. Yêu cầu đối với thư điện tử quảng cáo

1. Chủ đề phải phù hợp với nội dung và nội dung quảng cáo phải tuân thủ theo đúng các quy định của pháp luật về quảng cáo.
2. Thư điện tử quảng cáo phải được gắn nhãn theo quy định tại Điều 10 Nghị định này.
3. Có thông tin về người quảng cáo theo quy định tại các khoản 1 và khoản 3 Điều 11 Nghị định này.
4. Trường hợp sử dụng dịch vụ quảng cáo phải có thêm thông tin về nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo theo quy định tại các khoản 2 và khoản 3 Điều 11 Nghị định này.
5. Có chức năng từ chối theo quy định tại Điều 12 Nghị định này.

Điều 10. Quy định về việc gắn nhãn thư điện tử quảng cáo

1. Mọi thư điện tử quảng cáo đều phải gắn nhãn.
2. Nhãn được đặt ở vị trí đầu tiên trong phần chủ đề.
3. Nhãn có dạng như sau:

a) [QC] hoặc [ADV] đối với thư điện tử được gửi từ người quảng cáo;

b) [QC Mã số quản lý] hoặc [ADV Mã số quản lý] đối với thư điện tử được gửi từ nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo. Mã số quản lý được định nghĩa theo khoản 14 Điều 3 Nghị định này.

Điều 11. Quy định về thông tin của nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo và người quảng cáo bằng thư điện tử

1. Thông tin về người quảng cáo bao gồm tên, số điện thoại, địa chỉ thư điện tử, địa chỉ địa lý và địa chỉ trang tin điện tử (nếu có).

2. Thông tin về nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bao gồm tên, số điện thoại, địa chỉ thư điện tử, địa chỉ địa lý, địa chỉ trang tin điện tử, mã số quản lý mã sản phẩm (nếu có).

3. Thông tin về nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo và người quảng cáo bằng thư điện tử phải được thể hiện một cách rõ ràng và đặt liền trước phần lựa chọn cho phép người nhận từ chối nhận thư điện tử quảng cáo.

Điều 12. Quy định về chức năng từ chối nhận thư điện tử quảng cáo

1. Phần thông tin cho phép người nhận từ chối nhận thư điện tử quảng cáo phải đáp ứng các điều kiện sau:

a) Đặt ở cuối thư điện tử quảng cáo và được thể hiện rõ ràng, dễ hiểu bằng tiếng Việt và tiếng Anh;

b) Phải có phần khẳng định người nhận có quyền từ chối tất cả sản phẩm từ người quảng cáo. Trong trường hợp sử dụng dịch vụ quảng cáo, phải có phần khẳng định người nhận có quyền từ chối tất cả sản phẩm quảng cáo từ nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo;

c) Trong trường hợp cần thiết, nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử có thể cung cấp khả năng từ chối bổ sung như từ chối một sản phẩm hoặc từ chối một nhóm sản phẩm;

d) Có hướng dẫn rõ ràng về các cấp độ từ chối theo các điểm b và điểm c khoản 1 và các hình thức từ chối theo quy định tại khoản 2 Điều này.

2. Hình thức từ chối nhận thư điện tử quảng cáo phải bao gồm:

a) Từ chối qua trang thông tin điện tử;

b) Từ chối bằng thư điện tử;

c) Từ chối qua điện thoại.

3. Ngay khi nhận được yêu cầu từ chối, người quảng cáo hoặc nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo phải gửi ngay thông tin xác nhận đã nhận được yêu cầu từ chối và trong vòng 24 giờ phải chấm dứt việc gửi loại thư điện tử quảng cáo đã bị từ chối đến người nhận đó trừ trường hợp bất khả kháng.

4. Thông tin xác nhận đảm bảo các yêu cầu:

a) Có phần khẳng định đã nhận được yêu cầu từ chối, thời gian nhận yêu cầu từ chối và thời hạn ngừng gửi thư điện tử quảng cáo;

b) Chỉ được gửi thành công một lần và không chứa thông tin quảng cáo.

5. Nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo phải trả các chi phí phát sinh liên quan tới việc sử dụng chức năng từ chối của người nhận.