

Закон

Для внесения изменений в раздел 227 Закона о связи 1934 года (47 U.S.C. 227) в части запрещения передачи нежелательных факсов.

*Be it enacted by the Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress assembled,*

РАЗДЕЛ 1. КРАТКОЕ НАЗВАНИЕ

Этот закон может именоваться как «Закон о предотвращении нежелательных факсов 2005 года».

РАЗДЕЛ 2. ЗАПРЕТ НА ПЕРЕДАЧУ ФАКСОВ, СОДЕРЖАЩИХ НЕЖЕЛАТЕЛЬНУЮ РЕКЛАМУ.

(a) Запрет. - Раздел 227 (b)(1)(C) Закона о связи 1934 года (47 USC 227 (b)(1)(C)) изменяется следующим образом:

«(C) Использовать любой телефонный факсимильный аппарат, компьютер или другое устройство для отправки на телефонный факсимильный аппарат нежелательное рекламное сообщение, чтобы использовать любой телефон факсимильный аппарат, компьютер или другое устройство для отправки, к телефонной факсимильной связи, нежелательных рекламы кроме случаев, когда –

«(i) нежелательное рекламное сообщение от отправителя, который имеет установленные деловые отношения с получателем;

«(ii) отправитель получил номер телефонного факсимильного аппарата –

«(I) добровольно у получателя нежелательного рекламного сообщения в контексте этих установленных деловых отношений, или

«(II) в каталоге, рекламе или на сайте в Интернете, в которых получатель добровольно согласился сделать его номер факса публичным,

это положение не применяется в случае, если нежелательное рекламное сообщение, отправленное на основании установленных деловых отношений с получателем, которые были установлены до даты вступления в силу «Закона о предотвращении нежелательных факсов 2005 года», если отправитель обладал номером факса получателя до даты вступления в силу Закона, и

«(iii) нежелательное рекламное сообщение содержит уведомление, отвечающее требованиям, предусмотренным пунктом (2)(D),

кроме того, что исключение на основании положений (i) и (ii) не должны применяться в отношении нежелательных рекламных сообщений, отправленных на номер телефонного факсимильного аппарата отправителем, которому был сделан запрос на прекращение будущих рассылок нежелательных сообщений на такой телефонный факсимильный аппарат, который соответствует требованиям параграфа (2)(E); или

(b) Определение установленных деловых отношений. – Раздел 227(a) Закона о связи 1934 года (47 U.S.C. 227(a)) меняется –

(1) Переименованием параграфов с (2) по (4) в параграфы (3) по (5) соответственно; и

(2) Добавлением после параграфа (1):

«(2) Термин «установленные деловые отношения» исключительно для целей подраздела (b)(1)(C)(i) должен иметь значение, данное в определении в статье 64.1200 раздела 47 Свода федеральных постановлений, который в силе с 1 января 2003 года, за исключением того, что –

«(A) Такой термин должен включать в себя отношения между физическим лицом или организацией и подписчиком-компанией на тех же условиях, применяемых к отношениям между физическим лицом или организацией и абонентом-физическим лицом, и

«(B) Установленные деловые отношения в любое время должны подвергаться ограничению в соответствии с параграфом (2)(G).».

(c) Обязательное уведомление о возможности отписаться. – Раздел 227 (b)(2) Закона о связи 1934 года (47 USC 227 (b) (2)) изменяется –

(1) В подпараграфе (B) удалением «и» в конце;

(2) В подпараграфе (C) удалением периода в конце и вставкой точки с запятой, и

(3) Добавлением в конце:

«(D) Должен предусматривать, что уведомление, содержащееся в нежелательном рекламном сообщении, соответствует требованиям этого подпараграфа если только –

«(i) Уведомление является четким и очевидным и находится на первой странице нежелательного рекламного сообщения;

«(ii) Уведомление констатирует, что получатель может сделать запрос отправителю нежелательного рекламного сообщения не высылать рекламу в будущем на номер телефонного факсимильного аппарата или аппаратов и что невыполнение запроса в кратчайшие разумные сроки, определяемые Комиссией, согласно подпараграфу (E) является незаконным;

«(iii) Уведомление устанавливает требования к запросу в соответствии с подпараграфом «E»;

«(iv) Уведомление включает в себя –

«(I) Контактный номер телефонного факсимильного аппарата для получателя для передачи такого запроса отправителю; и

«(II) Бесплатный механизм для получателя для передачи запроса отправителю нежелательного рекламного сообщения; Комиссия должна требовать от отправителя обеспечить такой механизм и может, по усмотрению Комиссии и на условиях, устанавливаемых Комиссией, освободить от выполнения этого пункта определенные классы отправителей, принадлежащих к малому бизнесу, но только если Комиссия определит, что затраты для этого класса организаций слишком обременительными с учетом доходов, генерируемых такими малыми предприятиями.

«(v) Номера телефона и факса и бесплатный механизм, изложенный в соответствии с пунктом (iv) позволяют физическому лицу или организации сделать такой запрос в любое время в любой день; и

«(vi) Уведомление соответствует требованиям подраздела (d)»;

(d) Запрос на отписку от будущих нежелательных рекламных сообщений. – Раздел 227 (b)(2) закона о связи 1934 года (47 U.S.C. 227(b)(2)) с изменениями, внесенными в соответствии с подразделом (c), далее дополняется добавлением в конце:

«(E) Должен представить в соответствии с правилом, что запрос не высылать в будущем нежелательные рекламные сообщения на номер телефонного факсимильного аппарата соответствует требованиям этого подпараграфа только если –

«(i) Запрос определяет номер телефона или номера телефонного факсимильного аппарата или аппаратов, к которым относится запрос;

«(ii) Запрос сделан на телефонный или факсимильный номер отправителя нежелательного рекламного сообщения, предоставленный в соответствии с подпараграфом (D)(iv) или любым другим способом связи, определенным Комиссией; и

«(iii) Лицо, делающее запрос, после такого запроса, не предоставило разрешение отправителю, письменно или иным способом, отправлять такие рекламные сообщения этому лицу на его телефонный факсимильный аппарат;

(e) Полномочия установить исключения для некоммерческих организаций. – Раздел 227 (b)(2) Закона о связи 1934 года (47 U.S.C. 227(b)(2)) с изменениями, внесенными в соответствии с подразделами (c) и (d), далее дополняется добавлением в конце:

«(F) может, усмотрению Комиссии и на условиях, предписанных Комиссией, позволить профессиональным или торговым ассоциациям, освобожденным от налогов некоммерческим организациям, отправлять нежелательные рекламные сообщения их членам для содействия выполнения цели организации, которая не содержит уведомление, требуемое параграфом (1)(C)(iii), за исключением того, что Комиссия может подать иск на основании этого подпараграфа только –

«(i) По распоряжению, изданному после публичного уведомления и возможности для общественного обсуждения; и

«(ii) Если Комиссия определит, что такое уведомление, требуемое в соответствии с пунктом (1)(C)(iii), не является необходимым для защиты права членов таких объединений на прекращение будущих отправок любых нежелательных сообщений; и».

(f) Полномочия установить временные ограничения на установленные деловые отношения. – Раздел 227 (b)(2) Закона о связи 1934 года (47 USC 227 (б) (2)), внесенными в соответствии с подразделами (c), (d) и (e) этого раздела, далее дополняется добавлением в конце:

«(G)(i) Может в соответствии с положением (ii) ограничить продолжительность установленных деловых отношений, однако до установления каких бы то ни было ограничений Комиссия должна –

«(I) Определить, является ли существование исключения на основании параграфа (1)(C), относящегося к установленным деловым отношениям, причиной значительного числа жалоб Комиссии, связанных с отправкой нежелательных рекламных сообщений на телефонные факсимильные аппараты;

«(II) Определить, является ли большое число подобных жалоб, включают те отправки нежелательной рекламы, которые были осуществлены на основании установленных деловых отношений, которые длились дольше, чем Комиссия считает необходимым в соответствии с разумными ожиданиями потребителей;

«(III) Оценить затраты отправителей на доказательство существования установленных деловых отношений в течение определенного периода времени, а также выгоды получателей от установления ограничения продолжительности таких отношений; и

«(IV) Определить, не будут ли расходы по отношению к малым предприятиям чрезмерно обременительными; и

«(ii) Не может начать разбирательство для определения того, следует ли ограничить продолжительность установленных деловых отношений до истечения 3-месячного периода с даты вступления в силу этого Закона».

(g) Нежелательная реклама. - Раздел 227 (a)(5) Закона о связи 1934 года, переименован в соответствии с подпунктом (b)(1), изменяется вставкой «письменно или в противном случае» до периода в конце.

(h) Регулирование - За исключением случаев, предусмотренных в разделе 227 (b)(2)(G)(ii) Закона о связи 1934 года (как добавлено подразделом (f)), не позднее, чем через 270 дней после дня вступления в силу настоящего Закона, Федеральная комиссия по связи должна разработать правила для реализации изменений, устанавливаемых данным разделом.

РАЗДЕЛ 3. ГОДОВОЙ ОТЧЕТ КОМИССИИ О ПРИМЕНЕНИИ ЗАКОНА. Раздел 227 Закона о связи 1934 года (47 USC 227) изменяется путем добавления в конце:

«(g) ОТЧЕТ О ПРИМЕНЕНИИ ЗАКОНА. – Комиссия представляет ежегодный отчет Конгрессу в отношении приведения в исполнение в течение прошлого года положений настоящего раздела, относящихся к отправке нежелательных рекламных сообщений на телефонные факсимильные аппараты, отчет должен включать в себя:

«(1) Количество жалоб, поступивших в Комиссию в течение года, где утверждалось, что потребитель получил нежелательное рекламное сообщение на телефонный факсимильный аппарат с нарушением правил, установленных Комиссией;

«(2) Количество судебных повесток, выданных Комиссией в соответствии с разделом 503 в течение года для обеспечения выполнения любых законов, правил или политик в отношении отправки нежелательных рекламных сообщений на телефонные факсимильные аппараты;

«(3) Количество уведомлений об ответственности, выданных Комиссией в соответствии с разделом 503 в течение года для обеспечения выполнения любых законов, правил или политик в отношении отправки нежелательных рекламных сообщений на телефонные факсимильные аппараты;

«(4) Для каждого уведомления, относящегося к параграфу (3) –

«(A) Предполагаемую сумму штрафов;

«(B) Лицо, которому было выслано уведомление;

«(C) Промежуток времени между датой подачи жалобы и датой отправки уведомления;

«(D) Статус разбирательства;

«(5) Финальное количество решений, накладывающих штраф, выданных в соответствии с разделом 503 в течение года для обеспечения выполнения любых законов, правил или политик в отношении отправки нежелательных рекламных сообщений на телефонные факсимильные аппараты;

«(6) Для каждого решения о взыскании штрафа из параграфа (5) -

«(A) Размер штрафа;

«(B) Лицо, на которое наложен штраф;

«(C) Факт уплаты штрафа;

«(D) Выплаченная сумма;

«(7) Для каждого случая, в котором лицо не оплатило штраф, вынесенный на основании решения, предприняла ли Комиссия действия для получения штрафа; и

«(8) Для каждого случая, в котором Комиссия предприняла действия по получению штрафа –

«(А) Количество дней от даты, когда Комиссия опубликовала постановление о взыскании штрафа, до даты передачи вопроса взыскания штрафа на рассмотрение *(вероятно, аналогу нашей российской службы судебных приставов – примечание переводчика)*;

«(В) Были ли начаты действия по взысканию штрафа, и если да, то количество дней с даты с даты передачи запроса на взыскание штрафа до начала взыскания; и

«(С) Привели ли действия по взысканию к выплате штрафа, а если да, то в какой сумме».

#### РАЗДЕЛ 4. ИССЛЕДОВАНИЕ О ПРИМЕНЕНИИ ЗАКОНА ГЛАВНЫМ БЮДЖЕТНО-КОНТРОЛЬНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ США.

(а) В ОБЩЕМ. – Генеральный контролер Соединенных Штатов должен проводить исследование жалоб, полученных Федеральной комиссией по связи в связи с нежелательными рекламными сообщениями, отправленными на телефонные факсимильные аппараты; исследование должно определять –

- (1) Механизмы, установленные Комиссией для получения, расследования и ответа на такие жалобы;
- (2) Успех, с которым Комиссия работает с такими жалобами;
- (3) Проинформированы ли заявители должным образом об ответах Комиссии на их жалобы; и
- (4) Нужны ли дополнительные меры для защиты потребителей, в том числе рекомендации по таким дополнительным мерам.

(b) ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНА. - При проведении анализа и выработке рекомендаций, необходимых в соответствии с подразделом (а)(4), генеральный контролер должен специально проверить –

- (1) Адекватность существующих установленных законом мер по приведению Закона в исполнение, находящихся в распоряжении Комиссии;
- (2) Адекватность существующих установленных законом мер по обеспечению выполнения Закона, находящихся в распоряжении потребителей;
- (3) Воздействие существующих установленных законом мер по приведению Закона в исполнение на отправителей факсов;
- (4) Поможет ли увеличение финансовых санкций достижению более сильного сдерживающего эффекта; и
- (5) Поможет ли установление наказания и мер по приведению Закона в исполнение для повторных нарушителей или злоупотребляющих нарушений, аналогичных тем, которые установлены в соответствии со статьей 1037 раздела 18 Свода законов США, достижению более сильного сдерживающего эффекта.

(с) ОТЧЕТ. - Не позднее чем через 270 дней с даты вступления в силу настоящего Закона, генеральный контролер должен представить отчет о результатах исследования, проведенного согласно этому разделу, Комитету Сената по торговле, науке и транспорту и Комитету Палаты представителей по энергетике и торговле.

Утверждено 9 июля 2005 года

Перевод сделан специалистами TargetSMS.ru