



مخاطب، بی مخاطب

درس ۱۳

گسترده‌ی رسانه‌ها و دامنه‌ی فعالیت‌های رسانه‌ای در عصر حاضر، شناخت حقوق متقابل رسانه‌ها، مخاطبان و دولت‌ها را به امری ضروری تبدیل کرده است. این مهم همواره از موضوعات مناقشه‌برانگیز بین مخاطبان، رسانه‌ها و دولت‌ها بوده است؛ زیرا از مصداق‌های مهم حقوق بشر به شمار می‌رود؛ به عنوان مثال مسئله ورود رسانه‌ها به حریم خصوصی افراد یا عدم رعایت حق نشر (کپی‌رایت) توسط افراد از جمله مسائلی است که امروزه بسیار مشاهده می‌شود. آیا شما با حقوق خود آشنایی دارید؟ شما به عنوان مخاطب در برابر رسانه‌ها از چه حقوقی برخوردار هستید؟



■ فیلم «تکنیک نقّاشی» را ببینید. آیا به عنوان مخاطب حق شما نیست تا از پشت پرده آگاه شوید؟



■ در جدول زیر، برخی از مهم ترین حقوق مخاطب در برابر رسانه ها ذکر شده است. بسیاری از این حقوق، حق های مسلم و بدیهی مخاطبان است که متأسفانه گاهی در برخی از رسانه ها رعایت نشده است. شما با کامل کردن این جدول، آشنایی بیشتری با حقوق خود پیدا خواهید کرد. پس از تکمیل جدول در گروه، نتایج کار گروه را به کلاس ارائه کنید.

مهم ترین مصداق های حقوق مخاطب در برابر رسانه ها

۳	حق مخاطب	مفهوم و توضیح این حق	نمونه ای از نقض این حق در رسانه ها
۱	حق دسترسی به اطلاعات (حق انتخاب)	مخاطب حق دارد که منابع رسانه ای متعدّد و سالمی در دسترس داشته باشد تا بتواند آنچه را مناسب نیاز و متناسب با علایق و سلیقه اوست، انتخاب کند.	
۲	حق حفظ و احترام به حریم خصوصی یا حق محرمانگی		■ افشای اسرار خصوصی از زندگی شخصی هنرپیشه ها، ورزشکاران و... در شبکه های اجتماعی ■ گذاشتن دوربین مخفی در مراکز خصوصی و پخش آن در رسانه های عمومی
۳	حق شکایت از رسانه خطاکار و دادخواهی	مخاطب حق دارد از رسانه ای که در حق او ظلمی روا داشته است به مراجع صالح قانونی شکایت، و از دادگاه حق خود را مطالبه کند.	

۳- حق مخاطب	مفهوم و توضیح این حق	نمونه‌ای از نقض این حق در رسانه‌ها
۴ حق پاسخ‌گویی	رسانه مطلب درستی را بیان کرده است اما مخاطب در آن مورد توضیحات و استدلال‌هایی دارد که سوءتفاهم را برطرف می‌کند.	
۵ حق تصحیح	رسانه مطلب نادرست (دروغی) را بیان کرده است. مخاطب حق دارد تصحیح آن مطلب کذب را مطالبه کند.	
۶ حق احترام به عقاید دینی و مقدسات		
۷ حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین		
۸ حق بهره‌مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب	روزنامه‌ای که برای افزایش شمارگان و تعداد مخاطبان خود، عنوان‌های جنجالی و دروغین می‌زند و مخاطب را فریب می‌دهد.	
۹ حفظ عفت و اخلاق عمومی و منع هرزه‌نگاری	رسانه‌ها باید عفت و اخلاق عمومی را حفظ و از هرزه‌نگاری (نشر مطالب مستهجن) پرهیز کنند.	
۱۰ رعایت حقوق مخاطبان آسیب‌پذیرتر (مانند کودکان)	پخش کردن تبلیغاتی که فراتر از سن و توان و گنجایش ذهنی کودکان است و باعث می‌شود آنها به خطا، عمل خطرناک انجام دهند یا به مشکلات دیگر مبتلا شوند.	
۱۱ حق بهره‌مندی مساوی از قانون	اختصاص زمان تبلیغات به یک نامزد انتخابات، بیش از سایر نامزدها در یک رسانه عمومی	
۱۲ رعایت انصاف و بی‌طرفی در رسانه‌ها	رسانه‌های حزبی و جناحی که صرفاً برای منافع افراد منتسب به خود، محاسن گروه خود و معایب گروه رقیب را بزرگ‌نمایی می‌کنند.	
۱۳ رعایت بهداشت روانی (پرهیز از خشونت)	☐ نمایش خشونت در برنامه‌های کودک ☐ تمرکز افراطی بر نشر خبرهای نگران‌کننده	



حریم خصوصی

همه ما اطلاعاتی شخصی داریم که می‌خواهیم خصوصی بماند و آنها را با افرادی خاص به اشتراک نگذاریم؛ برای مثال می‌خواهیم دوستانمان شماره تلفن ما را داشته باشند، ولی مایل نیستیم اطلاعات تماس خود را در اختیار بازاریاب تلفنی و دیگر آگهی‌دهندگان قرار دهیم. همچنین وقتی اطلاعات خود را در اختیار دوستان نزدیکمان قرار می‌دهیم، انتظار داریم از اصول اساسی انصاف، مبنی بر به اشتراک نگذاشتن این اطلاعات با شخص سوم، بدون کسب اجازه از ما پیروی کنند یا دست‌کم چنین اقدامی را به اطلاع ما برسانند. موارد زیر نمونه‌هایی از مصداق‌های اصلی حریم خصوصی به شمار می‌آید:



۱ نام و سایر مشخصات شناسنامه‌ای

۲ نشانی اعم از نشانی محل سکونت یا نشانی الکترونیکی

۳ تصاویر

۴ اوقات فراغت و چگونگی گذران آن

۵ روابط و موقعیت خانوادگی

۶ روابط دوستانه

۷ مکاتبات و مراودات مخابراتی یا کتبی و امثال آن و نیز محمولات پستی

بیشتر ما هنگام تعامل با شرکت‌ها و مؤسسات انتظار داریم آنها نیز حریم خصوصی ما را نقض نکنند؛ یعنی هرگاه چیزی از یک فروشگاه یا تارنما (سایت اینترنتی) می‌خریم، انتظار داریم این فعالیت میان ما و آنها باقی بماند و با دیگر فروشگاه‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات خارج از این معامله به اشتراک گذاشته نشود. چنین چیزی به‌طور معمول رخ نمی‌دهد. امروزه افراد، شرکت‌ها و مؤسسات به شش روش، حریم خصوصی ما را نقض می‌کنند:



■ زیر نظر گرفتن

■ فروش اطلاعات

■ دزدی هویت افراد

■ کنترل رایانه شخصی دیگران

■ ویروسی کردن

■ فرستادن هرزنامه

رسانه‌ها نیز امروزه بیش از پیش به زندگی خصوصی افراد علاقه‌مند شده‌اند. این تمایل به انتشار خصوصی از ورود ارزش‌های جدید و دیگر الگوهای زندگی حکایت می‌کند. پیشرفت فناوری ارتباطی و رسانه‌ای شدن زندگی بشر در قالب ارتباطات جمعی، ضرورت پاسداشت و رعایت اخلاق را توسط رسانه در جهت حمایت از حریم خصوصی افراد بیشتر می‌کند. از سوی دیگر در چنین فضایی افراد نیز مسئول حفاظت از حریم خصوصی خود هستند. شما چگونه از حریم خصوصی خود حفاظت می‌کنید؟

۱۴ توصیه برای حفاظت برخط (آنلاین)

- ۸ در پاسخ سؤالات امنیتی جواب‌های واقعی را وارد نکنید (پاسخ‌های خود را به یاد بسپارید).
- ۹ از رمز عبورهای قوی و غیرقابل حدس (دارای حروف کوچک و بزرگ، اعداد و کاراکترهای خاص) استفاده کنید.
- ۱۰ گزینه موقعیت‌های مکانی خود را در سرویس‌های مورد استفاده غیر فعال کنید.
- ۱۱ بررسی و انجام تنظیمات حریم خصوصی مخصوصاً در سایت‌های شبکه اجتماعی و محدود کردن اشخاصی که قادر به مشاهده اطلاعات شخصی شما هستند.
- ۱۲ رمزهای عبور خود را در بازه‌های زمانی مشخص تغییر دهید.
- ۱۳ از باز کردن رایانامه‌های ناشناس و مشکوک خودداری کنید، زیرا اطلاعات و هویت شما به سادگی سرقت می‌شود.
- ۱۴ حدی از اطلاعات در اختیار دیگران قرار دهید که حتی اگر با شما دشمن شدند، امکان سوءاستفاده از اطلاعات شما را نیابند.
- ۱ از راه‌ها و شبکه‌های امن برای اتصال به اینترنت استفاده کنید (امنیت شبکه‌های رایگان و آزاد در اماکن عمومی بسیار کم است).
- ۲ نرم افزارهای کاربردی خود را از منبع اصلی و معتبر تهیه کرده و همواره آن را به روزرسانی کنید.
- ۳ از یک نرم افزار مدیریت رمز برای فایل‌های خود استفاده کنید.
- ۴ سرویس‌های رایانامه‌ای را از نظر امنیتی بررسی کنید.
- ۵ گزینه‌های احراز هویت را فعال کنید.
- ۶ قبل از اینکه چیزی را به اشتراک بگذارید خوب فکر کنید که آیا حاوی اطلاعات شخصی و محرمانه است یا خیر؟
- ۷ در اشتراک‌گذاری مطالب و عکس‌ها در سایت‌های شبکه اجتماعی باید دقت کرد که این کار تعرضی برای حقوق نزدیکان و دیگر شهروندان نباشد.

ای کسانی که ایمان آورده‌اید در خانه‌هایی
غیر از خانه خود وارد نشوید تا اجازه بگیرید
و بر اهل آن خانه سلام کنید، این برای شما
بهتر است، شاید متذکر شوید.



سوره نور، آیه ۲۷

عکس و مکث



فعالیت در خانه



طی هفته جاری با توجه به جدول حقوق مخاطب در برابر رسانه‌ها، نسبت به رسانه‌های
اطراف خود و پیام‌های آنها حساس باشید و برای نقض این حقوق، دو نمونه ذکر، و جلسه
آینده در کلاس مطرح کنید.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

یک بار دیگر صفحهٔ عنوانی فصل چهارم را مشاهده کنید. قرار بود در این فصل شما تحلیل با یکی از سؤالات کلیدی سواد رسانه‌ای را تمرین کنید؛ همان سؤالی که با علامت مشخص شده است. اگر با مطالعهٔ متون و فعالیت‌های این فصل تا حدودی دریافتید که «چطور افراد مختلف یک پیام را متفاوت درک می‌کنند» و با نقش و حقوق خود در این مورد آشنا شدید، در جهت هدف اصلی آن گام برداشته‌اید.