

Protecting the privacy of users in the digital world; the vital role of media literacy

Elham Farzad*¹
Mohammad Faridzadeh²

Abstract

In the emerging world system known as the age of information explosion, with the advancement of science and technology, communication tools have become an integral part of human life. Lack of knowledge of the necessary skills for the optimal use of the media and the lack of special rules to ensure the rights of audiences and users, especially cyberspace users, leads to numerous harms such as invasion of privacy. In this article, relying on existing laws and information technology knowledge, we examine the impact of media literacy on privacy in the media. In the present article, Research Method is the descriptive-analytical method by library studies and Internet sites. With the increasing expansion of the media, the privacy of individuals, whose importance has always been emphasized in the legal, religious and social systems, has been attacked due to lack of awareness of media literacy, including cultural, defamation, fraud, etc. It seems that by developing protection laws within the framework of special law, media literacy training through mass media and also by promoting information technology knowledge, the privacy of individuals is effectively ensured.

Keywords: Media literacy, Privacy, Information Technology, Media, Cyberspace.

¹- Researcher and PhD student in Public International Law, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran
elhamfarzad.law@gmail.com

²- Researcher and Senior Master's Student in Archaeology, University of Neyshabur, Neyshabur, Iran
mohammad.faridj1365@gmail.com

حفاظت از حریم خصوصی مخاطبان در دنیای دیجیتال؛

نقش حیاتی سواد رسانه‌ای

نوع مقاله: پژوهشی

الهام فرزاد^{۳*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۹/۷

محمد فریدزاده^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱/۱۷

چکیده

در نظام نوپدید جهانی که به عصر انفجار اطلاعات معروف است و با پیشرفت دانش و فناوری، ابزارهای ارتباطی، بخش جدایی‌ناپذیر زندگی انسان شده است. عدم آگاهی از مهارت‌های ضروری جهت استفاده بهینه از رسانه‌ها و عدم وجود قوانین کارآمد در جهت تأمین حقوق مخاطبان، به‌ویژه کاربران فضای مجازی، منجر به بروز آسیب‌های متعددی همانند نقض حریم خصوصی می‌گردد. در بحث حریم خصوصی، خودنظارتی بر رفتار برخط فرد برای کاربران فضای دیجیتال از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. پژوهشگران بر این باورند که صرف وجود قوانین در خصوص حریم خصوصی به‌تنهایی جنبه بازدارندگی ندارد و در کنار آن باید به رشد دانش کاربران در حوزه‌های سواد رسانه‌ای، حریم خصوصی و دیجیتال پرداخت. در مقاله حاضر به بررسی مفهوم حریم خصوصی در فضای دیجیتال و ارتباط آن با سواد رسانه‌ای می‌پردازیم. روش پژوهش در مقاله حاضر، روش تحلیلی - توصیفی و ابزارهای به کارگرفته شده برای گردآوری اطلاعات، مطالعات کتابخانه‌ای و پایگاه‌های اینترنتی معتبر می‌باشد. با بررسی دستاوردهای جهانی در حوزه سواد رسانه‌ای و با مذاقه در ظرفیت‌های موجود در آموزه‌های آن درمی‌یابیم کسب آموزش‌های تخصصی و امنیتی و ترویج دانش فناوری اطلاعات، تصویب قوانین حمایتی، آموزش سواد رسانه‌ای از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی، می‌تواند به کاهش چشمگیر آسیب‌های اجتماعی افراد در جامعه در رابطه با نقض حریم خصوصی آن‌ها کمک کند.

۳. پژوهشگر و دانشجوی دکتری حقوق بین‌الملل عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران
elhamfarzad.law@gmail.com

۴. پژوهشگر و دانشجوی کارشناسی ارشد باستان‌شناسی دانشگاه نیشابور، نیشابور، ایران
Mj.farid1365@gmail.com

واژگان کلیدی

سواد رسانه‌ای، حریم خصوصی، فناوری اطلاعات، فضای مجازی.

مقدمه

رسانه‌ها نقش ویژه‌ای را در زندگی بشر امروزی ایفا می‌کنند. در عصر فناوری‌های دیجیتال دانش و درک ما از جهان و نیز مشارکت ما در آن به‌ناچار توسط رسانه‌ها و فناوری‌هایی که به‌صورت روزانه با آن‌ها سروکار داریم، شکل گرفته است. فناوری‌های دیجیتال، همکاری و ارتباطات را در مقیاسی باورنکردنی امکان‌پذیر می‌کنند. طیف‌های متفاوتی از مردم در گروه‌های سنی مختلف به‌عنوان کاربر و مخاطب در رسانه‌ها حضور فعال دارند. حضور پررنگ نوجوانان و جوانان در فضای مجازی و اشتیاق روزافزون آن‌ها نسبت به اشتراک گذاشتن عقاید، اطلاعات شخصی‌شان و تولید محتوا در انواع پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های برخط کودکان، گستردگی فعالیت‌های اقتصادی کاربران و مخاطبان در بستر رسانه‌های تعاملی (اینترنت)، تمایل روزافزون سالمندان نسبت به استفاده از تلفن همراه و سایر ابزارهای دیجیتال، برگزاری کلاس‌های درسی و همایش‌های کاری به‌صورت برخط تنها نمونه‌های کوچکی از انبوه فعالیت‌های افراد جامعه در گستره دنیای دیجیتال می‌باشد. از سوی دیگر، رسانه‌ها باعث تسهیل و رشد ارتکاب جرایم با استفاده از شیوه‌های نوین شده‌اند. کلاهبرداری‌های اینترنتی و سرقت اطلاعات کاربران رسانه‌ها، نمونه‌های متداول به‌شمار می‌آید. یکی از مهم‌ترین و چالش‌برانگیزترین تبعات استفاده از رسانه‌ها، نقض حریم خصوصی مخاطبان است. با گسترش روزافزون رسانه‌ها، حریم خصوصی افراد که همواره بر اهمیت آن در نظامات قانونی، دینی و اجتماعی تأکید شده است، در اثر عدم آگاهی از سواد رسانه‌ای مورد حمله‌های گوناگون، اعم از؛ فرهنگی، هتک حرمت، کلاهبرداری و غیره قرار گرفته است. انتشار اطلاعات کاربران، ثبت دائمی و دسترسی به اطلاعات فردی و هویتی آن‌ها از مصادیق نقض حریم خصوصی افراد در رسانه‌هاست. در غیاب قوانین حمایتی جهت حفظ حریم خصوصی کاربران و مخاطبان و همچنین با فقدان آموزش‌های طبقه‌بندی شده لازم جهت آشنایی با اهداف و کارکردهای فنی و امنیتی - اطلاعاتی انواع رسانه‌ها، نقض حریم

خصوصی امری دور از ذهن نیست. سواد رسانه‌ای به‌عنوان آموزه‌ای جهت ترویج آگاهی از عملکرد رسانه‌ها مورد توجه جهانی قرار گرفته است. علی‌رغم تلاش‌های سازمان ملل متحد و برخی سازمان‌های بین‌المللی وابسته به آن مانند یونسکو و نیز دستورالعمل‌های برخی کشورها در جهت ترویج و توسعه آموزه‌های سواد رسانه‌ای در سراسر دنیا، هنوز بسیاری از کشورها در به‌کارگیری و آموزش مهارت‌های کاربردی آن ناکام مانده‌اند.

در پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش اساسی هستیم که آیا آگاهی و توسعه سواد رسانه‌ای بر حفظ حریم خصوصی مخاطبان در فضای دیجیتال تأثیری دارد؟ با تکیه بر قوانین ملی و دستورالعمل‌های داخلی و نیز با بررسی اسناد بین‌المللی و پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه حریم خصوصی در بستر دیجیتال و آموزه‌های جهانی سواد رسانه‌ای با تکیه بر روش مطالعه کتابخانه‌ای و استفاده از پایگاه‌های اینترنتی با روش تحلیلی - توصیفی به بررسی داده‌های پژوهشی می‌پردازیم. به نظر می‌رسد سواد رسانه‌ای به‌عنوان مهارتی جهت ترویج رفتار آگاهانه و مسئولانه کاربران در رسانه‌ها و فضای دیجیتال، با اعلام هشدار به مسئولیت طراحان و اداره‌کنندگان انواع رسانه‌ها در قبال مخاطبان خود، در حفظ حریم خصوصی افراد اثر معناداری دارد.

در این مقاله ابتدا به مفهوم حریم خصوصی، تبیین آن در پرتو اسناد بین‌المللی و حقوق موضوعه ایران و نیز به بررسی حریم خصوصی در فضای رسانه‌ها می‌پردازیم. در بخش دوم مفهوم سواد رسانه‌ای، مبانی و ابعاد آن را در پرتو فناوری اطلاعات تبیین می‌نماییم. در بخش سوم مقاله، حریم خصوصی را در رسانه‌ها و فضای دیجیتال در الگوواره سواد رسانه‌ای و اسناد بین‌المللی و قوانین ملی ایران تحلیل خواهیم نمود.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های ارزنده‌ای در حوزه سواد رسانه‌ای، حقوق کاربران و سواد حریم خصوصی صورت گرفته است.

پژوهش‌های داخلی، همچون مقاله سیدحسین صفایی و همکارانش تحت عنوان «حریم خصوصی در فضای سایبر و الزام به رعایت آن؛ با تأکید بر مبانی فقهی و حقوقی» که به

مبانی فقهی و حقوقی حمایت از حریم خصوصی در فضای مجازی پرداخته است و مهم‌ترین مبانی نظری و اصول و ارزش‌های انسانی مشترک در نظام حقوقی ایران و فقه اسلام راجع به حمایت از حریم خصوصی در فضای مجازی را قاعده تسلیط، قاعده احترام و کرامت انسانی و حفظ ارزش‌های اخلاقی و پرهیز از ظلم دانسته است (صفایی و دیگران، ۱۴۰۱، ص. ۲۳۴). سعیده مزینانیان در مقاله‌ای تحت عنوان «تنظیم‌گری حریم خصوصی در فضای مجازی (مطالعه تطبیقی در حقوق ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران)»، تدوین یک راهبرد ملی برای تنظیم‌گری حریم خصوصی در فضای مجازی را ضروری دانسته و این‌گونه بیان می‌دارد که اجرای مطلوب و بهره‌برداری از مزایای بالای اجتماعی و اقتصادی آن را در گرو یک سیاست ملی مناسب و تعامل صحیح میان بخش دولتی و نهاد خودتنظیم است (مزینانیان، ۱۴۰۲، ص. ۲۳۳). بیشتر پژوهش‌های داخلی، برخلاف پژوهش‌های خارجی، به‌طور توأمان به بحث حریم خصوصی در فضای دیجیتال با تکیه بر سواد رسانه‌ای نپرداخته‌اند.

منابع انگلیسی‌زبان، بیشترین پژوهش‌ها را در جهت ترویج آموزه‌های سواد رسانه‌ای در بستر دیجیتال به خود اختصاص داده است. جانسون در مقاله‌ای با تأکید بر حفظ حریم خصوصی افراد در رسانه‌ها، در رابطه با حضور کودکان در تارنماهای مختلف این‌گونه بیان می‌دارد که کودکان با درج اطلاعات شخصی‌شان جهت بازی‌های برخط در خطر ثبت و انتشار اطلاعات هویتی‌شان قرار دارند (Johnson, 2015).

ویلسون در مقاله خود با موضوع سواد رسانه‌ای، ضمن بررسی نظام آموزشی کانادا در رابطه با آموزش سواد رسانه‌ای، این‌گونه بیان می‌دارد که جوانان در رابطه با انتشار عکس‌ها یا اطلاعات شخصی‌شان در دنیای برخط و مجازی ابراز نگرانی می‌کنند؛ اما به اینکه چگونه اطلاعات برخط‌شان جمع‌آوری شده است، توجهی ندارند (Wilson, 2019, p.8).

استیوز در مقاله خود به اهمیت بهره‌گیری از فناوری‌های نوین جهت آموزش سواد رسانه‌ای و توسعه آن در محیط‌های آموزشی اشاره دارد و بیان می‌دارد که «فناوری‌های نوین حس ارتباط دانش‌آموزان را تقویت می‌کند. به‌دلیل نیازسنجی جامعیت محتوای کاربردهای سواد رسانه‌ای، نیاز به پژوهش‌های بیشتری در این حوزه، به‌ویژه در رابطه

با اهمیت حریم خصوصی در رسانه‌ها احساس می‌شود» (Steeves, 2012, p. 7).

ماسور و همکارانش در مقاله خود مفاهیم اولیه سواد رسانه‌ای را بیشتر رویکردی حمایت‌گرا به تأکید بر گسترش آگاهی از خطرات می‌دانند که با ارائه ابزارها و روش‌ها، بر محافظت مخاطبان از خود در برابر پیامدهای منفی احتمالی استقاده از رسانه تمرکز داشتند. آنها با بررسی تحقیقات اولیه سواد حریم خصوصی برخط بر تعادل میان حفاظت و توانمندسازی در مفهوم‌سازی سواد رسانه‌ای تأکید کردند (Masur, 2023, pp. 111-112).

مشک عمر در مقاله خود بر این باور تأکید دارد که برای حفظ حریم خصوصی کاربران در رسانه‌ها علاوه بر سواد رسانه‌ای، پرداختن به سواد حریم خصوصی نیز نیاز است؛ زیرا با مقایسه سواد رسانه‌ای دیجیتال و سواد حریم خصوصی، هر دو را دارای عناصر مشترک متعددی می‌یابیم. با این تفاوت که سواد رسانه‌ای دیجیتال به دنبال تشویق درک عمیق‌تر با تکیه بر دانش، از متن و کدها و قراردادهای گسترده‌تر مرتبط با آنهاست. درحالی‌که سواد حریم خصوصی به درک حفاظت از داده‌های شخصی، تجزیه و تحلیل ریسک و مزایا و ارتباط آگاهانه از سوی مخاطبان و کاربران می‌پردازد (Umar, 2022, p. 62).

ماسور در مقاله‌ای جهت حفظ حریم خصوصی مخاطبان در فضای دیجیتال به یک مدل چهار بعدی از سواد حریم خصوصی برخط پیشنهاد می‌کند که آمیخته‌ای از سواد رسانه‌ای و سواد حریم خصوصی است. به این صورت که ابعاد آن شامل دانش واقعی حریم خصوصی، توانایی‌های اندیشه مرتبط با حریم خصوصی، مهارت‌های حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها و سواد انتقادی حریم خصوصی است (Masur, 2020, p. 258).

ویسینگر مقاله خود که روی سخنشان با کتابداران است اعلام می‌دارند، کتابداران می‌توانند به دانش‌آموزان در ایجاد یک شخصیت برخط موفق یاری رسانند و مجموعه‌ای از معیارها برای پیش از ارسال اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، در اختیار آنها قرار دهند. درک عناصر سواد حریم خصوصی می‌تواند از دانش‌آموز در برابر پیامدهای یک تصویر برخط نامناسب محافظت کرده و خطرهای مرتبط با حضور غیرحرفه‌ای در رسانه‌های اجتماعی را کاهش دهد (Wissinger, 2017, p. 386).

۱. مفهوم حریم خصوصی^۵

حریم خصوصی، گوهر گرانبهائی است که در نظام‌های حقوقی پیشرفته، به‌منزله پاسداری از کرامت ذاتی انسان تلقی می‌شود. حریم خصوصی با آزادی و استقلال انسان و حق بر تعیین سرنوشت برای خود ارتباط دارد. با آنکه اصطلاح «حریم خصوصی» در زبان محاوره و نیز در مباحث حقوقی به‌طور پیوسته استعمال می‌شود، هنوز تعریف واحدی از این اصطلاح ارائه نشده است. حریم خصوصی یک مفهوم سیال است که امروزه شامل آزادی حق حاکمیت بر اندیشه، جسم، اطلاعات شخصی و زندگی خصوصی، از جمله آزادی از نظارت‌های بی‌مورد و تجسس و حفظ حیثیت و اعتبار، از اصول بنیادین آزادی‌های فردی است (انصاری، ۱۳۸۳، ص. ۵۰).

۱-۱- حریم خصوصی در پرتو حقوق بین‌الملل^۶

حریم خصوصی در اسناد حقوق بشری به‌مثابه یک حق بنیادین به‌رسمیت شناخته شده است که از افراد در برابر مداخله خودسرانه یا غیرقانونی در زندگی خصوصی، خانواده، محل سکونت، مکاتبات و نیز در برابر حملات غیرقانونی به شرافت و آبرو و شهرتشان محافظت می‌کند. ماده ۱۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر^۷ مصوب ۱۹۴۸ اعلام می‌دارد: «حریم خصوصی یا خانوادگی یا محل سکونت یا مراسلات و مکاتبات افراد نباید مورد تعرض و مزاحمت واقع شود...». ماده ۱۷ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی^۸، همسو با ماده ۱۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر، صیانت قانونی از حریم خصوصی افراد را لازم می‌داند. بر اساس ماده ۱۹ میثاق بین‌المللی مذکور، آزادی عقیده، آزادی بیان و آزادی اطلاعات را حق‌های ذاتی برشمرد شده است که می‌توان مصادیق آن را آزادی جستجو، دریافت و انتشار و افشای انواع اطلاعات و عقاید دانست. ماده ۸ مقاله‌نامه اروپایی حقوق بشر^۹ ضمن احترام به حق بر حریم خصوصی، مداخله و نقض آن را محدود می‌داند به ضوابط

5. Privacy

6. international law

7. Universal Declaration of Human Rights

8. International Covenant on Civil and Political Rights

9. European Convention on Human Rights

قانونی در یک جامعه مردم‌سالار می‌داند در صورتی‌که در جهت حفظ منافع امنیت ملی، ایمنی عمومی و رفاه اقتصادی کشور و همچنین برای تضمین نظم عمومی یا جلوگیری از وقوع جرم و برای حمایت از بهداشت یا هنجارهای اخلاقی پذیرفته شده در آن جامعه یا برای حمایت از حقوق و آزادی‌های دیگران ضروری باشد. ماده ۱۱ مقاوله‌نامه آمریکایی حقوق بشر^{۱۰} نیز حق حریم خصوصی را با احترام بر شرافت و حیثیت افراد و نیز حمایت قانون از آنها لازم دانسته است.

مصوبات شورای حقوق بشر سازمان ملل متحد^{۱۱} در قالب قطعنامه در سال‌های ۱۲۰۱۲ تحت عنوان «ترویج، حمایت و بهره‌برداری از حقوق بشر در اینترنت»،^{۱۲} تحت عنوان «ترویج، حمایت و بهره‌مندی از حقوق بشر در اینترنت» و^{۱۳} ۲۰۲۳ تحت عنوان «حق حفظ حریم خصوصی در عصر دیجیتال» و نیز قطعنامه‌های مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال‌های ۱۳۰۱۳ تحت عنوان «حق حفظ حریم خصوصی در عصر دیجیتال» و^{۱۴} تحت عنوان «ترویج و حمایت از حقوق بشر در زمینه فناوری‌های دیجیتال»، ضمن تأکید بر حق فوق‌الذکر در محیط دیجیتال، اقداماتی را در جهت حمایت از این حق به دولت‌ها و سایر تابعان حقوق بین‌الملل توصیه کرده‌اند. همچنین این نهادها به بررسی چالش‌های ناشی از فناوری‌های نوین و نظارت بر دیجیتال می‌پردازند.

مقاوله‌نامه ۱۷۱۰۸ و نسخه اصلاح شده آن^{۱۵} است که به‌عنوان یک معاهده بین‌المللی مهم در زمینه حفاظت از داده‌های شخصی در ۱۰ اکتبر ۲۰۱۸ برای امضا باز شد و در تاریخ ۱ اکتبر ۲۰۲۳ لازم‌الاجرا شده است. بسیاری از کشورهای عضو شورای اروپا و برخی از کشورهای غیرعضو آن را امضا و تصویب نموده‌اند. اهداف اصلی این مقاوله‌نامه، تضمین

10. American Convention on Human Rights

11. United Nations Human Rights Council (UNHRC)

12. <https://digitallibrary.un.org/record/731540?v=pdf>

13. <https://digitallibrary.un.org/record/845727?ln=en&v=pdf>

14. https://digitallibrary.un.org/record/4025243?v=pdf&ln=zh_CN

15. <https://digitallibrary.un.org/record/764407?ln=en&v=pdf>

16. <https://digitallibrary.un.org/record/4032837?v=pdf>

17. Convention 108

18. Convention for the Protection of Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data, as Amended by the Protocol Amending the Convention for the Protection of Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data” (CETS No.223)

حفاظت از افراد در رابطه با پردازش داده‌های شخصی آنها و نیز تسهیل تبادل آزاد این داده‌ها بین کشورهای عضو است. این مقاوله‌نامه در تلاش برای ایجاد یک استاندارد حقوق بشری برای حفاظت از داده‌ها در سطح بین‌المللی است.

«مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها» (GDPR)^{۱۹} در سطح اتحادیه اروپا (EU) و منطقه اقتصادی اروپا (EEA)، مهم‌ترین سند بین‌المللی منطقه‌ای است که تأثیر قابل‌توجهی بر استانداردهای جهانی حریم خصوصی گذاشته است. این سند به‌عنوان یک قانون به تصویب رسیده است. بدین‌معنا که به‌طور مستقیم و بدون نیاز به تصویب قوانین ملی جداگانه، در تمام کشورهای عضو اتحادیه اروپا لازم‌الاجرا است. هدف اصلی این قانون جامع، اعطای کنترل بیشتر به شهروندان و ساکنان اتحادیه اروپا بر داده‌های شخصی خود و ایجاد یک محیط قانونی یکسان برای کسب و کارها در بستر دیجیتال است.

۱-۲- حریم خصوصی از منظر حقوق موضوعه ایران

در نظام حقوقی ایران، اگرچه مفهوم مشخص و مستقیمی برای حریم خصوصی وجود ندارد؛ اما حقوق و آزادی‌های فردی که به‌نوعی با مفهوم حریم خصوصی مرتبط هستند، در دل قوانین و مقررات مختلف این کشور به‌صورت ضمنی مورد حمایت قرار گرفته‌اند. به‌عبارت‌دیگر، حفاظت از حریم خصوصی در ایران بیشتر از طریق تفسیر و تطبیق قوانین مرتبط با حقوق فردی انجام می‌شود تا اینکه یک قانون جامع و مستقل برای آن وجود داشته باشد و به‌نگاهی دیگر هم می‌توان بیان کرد که اگرچه نظام حقوقی ایران به‌طور مستقیم از حریم خصوصی حمایت نمی‌کند؛ اما حقوق و آزادی‌های فردی که در این نظام به‌رسمیت شناخته شده‌اند، به‌نوعی از حریم خصوصی افراد نیز حفاظت می‌کنند. بااین‌حال، برای ایجاد یک نظام حقوقی قوی و کارآمد در زمینه حفاظت از حریم خصوصی، نیاز به تدوین یک قانون جامع و مشخص در این زمینه احساس می‌شود. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و سایر قوانین موضوعه، حریم خصوصی افراد را به‌عنوان یک حق بنیادین

19. General Data Protection Regulation (EAA)
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

تلقی کرده و از آن حمایت می‌کنند. بر اساس اصل ۲۲ قانون اساسی، حیثیت، جان، حقوق، مسکن و شغل افراد از تعرض مصون است، مگر در مواردی که قانون به صراحت آن را مجاز بشمارد. همچنین، اصول ۲۳ و ۲۵ قانون اساسی به ترتیب، تفتیش عقاید و هرگونه تجسس در امور شخصی افراد را ممنوع اعلام کرده است. این اصول به همراه سایر قوانین مرتبط، مانند قانون آیین دادرسی کیفری و قانون مجازات اسلامی، چهارچوبی قانونی برای حفاظت از حریم خصوصی افراد در ایران فراهم می‌کنند. بالاین‌حال، باید توجه داشت که حریم خصوصی یک مفهوم نسبی است و در برخی موارد، به‌ویژه در مواردی که با حقوق دیگران یا مصالح عمومی در تعارض باشد، ممکن است محدود شود؛ اما هرگونه محدودیت بر حریم خصوصی باید با رعایت تشریفات قانونی و به حکم قانون صورت گیرد، قوانین آیین دادرسی ایران که قوانین تضمین‌کننده حقوق و آزادی محسوب می‌شوند، مؤثرترین وسیله برای عملی کردن حمایت از حق حریم خصوصی می‌باشند. در میان قوانین آیین دادرسی، ماده ۵۵ قانون آیین دادرسی کیفری به‌صراحت بیان می‌کند که ورود به حریم خصوصی افراد، اعم از منازل، اماکن بسته و حتی بازرسی شخصی، بدون مجوز قضایی صریح، حتی در مواردی که تحقیقات مقدماتی به ضابطان دادگستری واگذار شده است، ممنوع می‌باشد. به‌عبارت‌ساده‌تر قانونگذار با وضع این ماده، به‌صراحت بر لزوم حصول مجوز قضایی برای هرگونه ورود به حریم خصوصی تأکید کرده است. این بدان‌معناست که حتی اگر یک پرونده جنایی در جریان باشد و تحقیقات مقدماتی به پلیس یا دیگر ضابطان واگذار شده باشد، باز هم برای ورود به منزل یا محل کار یک فرد و بازرسی آن، باید از قاضی اجازه گرفته شود. در قانون مجازات اسلامی نیز احکام مهمی درباره حریم خصوصی و حمایت از آن به چشم می‌خورد که در برخی موارد به‌طور ضمنی و تلویحی از حق داشتن حریم خصوصی حمایت شده است. ماده ۶۰۴ قانون مجازات اسلامی اشعار می‌دارد: «هریک از مستخدمان دولتی اعم از قضایی و اداری نوشته‌ها و اوراق و اسنادی را که حسب وظیفه به آنان سپرده شده یا برای انجام وظایفشان به آن‌ها داده شده است را معدوم یا مخفی یا به کسی بدهد که به لحاظ قانون از دادن به آن کس ممنوع می‌باشد، علاوه بر جبران خسارت وارده به حبس از سه ماه تا

یک سال محکوم است». اما مهم‌ترین مواد قانونی، مربوط به نقض حریم خصوصی افراد در جرایم رایانه‌ای می‌باشد که به‌طور ضمنی در مواد ۷۲۹ تا ۷۵۳ قانون مجازات اسلامی در بخش تعزیرات تحت عنوان «فصل جرایم رایانه‌ای» ذکر شده است. در این مواد شنود غیرمجاز، دسترسی غیرمجاز، جاسوسی رایانه‌ای و سایر جرایمی که مربوط به حوزه فناوری اطلاعات می‌باشد، جرم‌انگاری شده است. «قانون احترام به آزادی‌های مشروع و حفظ حقوق شهروندی» از دیگر قوانین ایران است که به‌صورت ماده واحده تصویب شده است. بند ۸ ماده واحده قانون احترام به آزادی‌های مشروع و حفظ حقوق شهروندی به‌صراحت بیان می‌کند که در جریان تحقیقات و بازجویی‌ها، نباید به اموال شخصی افراد، ازجمله اسناد، مدارک، نامه‌ها، عکس‌ها و فیلم‌های خانوادگی که ارتباطی با جرم مورد نظر ندارند، تعرض شود. به‌نحوی دیگر، می‌توان گفت این بند قانونی مأموران قضایی را مکلف می‌کند، در حین انجام وظایف خود، تنها به مواردی که مرتبط با جرم مورد بررسی است، توجه کنند و از دخالت در امور شخصی افراد خودداری نمایند. به‌عبارت دیگر، حریم خصوصی افراد باید حتی در جریان رسیدگی به پرونده‌های قضایی نیز حفظ شود.

در میان قوانین ملی ایران، به‌طور ویژه، قانون تجارت الکترونیکی در فصل سوم خود تحت عنوان «حمایت از داده پیام‌های شخصی» به موضوع حریم خصوصی اشخاص در فضای الکترونیکی اشاره دارد. ماده ۵۸ قانون مذکور، به‌صراحت ذخیره، پردازش و یا توزیع داده پیام‌های شخصی که مبین ریشه‌های قومی یا نژادی، دیدگاه‌های عقیدتی، مذهبی، خصوصیات اخلاقی و داده پیام‌های راجع به وضعیت جسمانی، روانی و یا جنسی اشخاص بدون رضایت صریح آنها را به هر عنوان غیرقانونی اعلام می‌کند. ماده ۵۹ قانون فوق‌الذکر شرایطی را برای ذخیره، پردازش و توزیع داده پیام‌های شخصی با رضایت شخص موضوع داده پیام تعیین می‌کند. این شرایط شامل مشخص بودن اهداف، جمع‌آوری داده‌ها به میزان ضرورت و متناسب با اهداف تعیین‌شده، دسترسی شخص به داده‌های مربوط به خود و امکان اصلاح یا محو آنها در صورت لزوم است. ماده ۷۲ قانون تجارت الکترونیکی، مجازات دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی و سایر نهادهای مسئول را در صورت ارتکاب جرایم مربوط به داده پیام‌های شخصی تشدید کرده و آنها را به حداکثر مجازات مقرر در ماده ۷۱

محکوم می‌کند. ماده ۷۳ قانون مذکور برای جرایم مربوط به داده پیام‌های شخصی که ناشی از بی‌مبالاتی و بی‌احتیاطی دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی باشد، مجازات سه ماه تا یک سال حبس و پرداخت جزای نقدی تعیین کرده است.

شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان نهاد عالی سیاست‌گذاری در حوزه فضای دیجیتال کشور، مصوبات متعددی ارائه نموده است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر حریم خصوصی افراد تأکید دارند. مهم‌ترین مصوبات این شورا عبارت‌اند از:

سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی (مصوب ۱۴۰۱/۰۶/۰۸) که به‌عنوان سند بالادستی در حوزه فضای مجازی محسوب می‌شود، در بخش‌های مختلف آن به اهمیت حریم خصوصی و امنیت اطلاعات کاربران اشاره دارد. این سند یک مصوبه خاص در حوزه حریم خصوصی نیست؛ اما چهارچوب کلی سیاست‌گذاری کشور در خصوص فضای دیجیتال را تعیین کرده و بر لزوم توجه به حقوق شهروندی از جمله حریم خصوصی افراد تأکید دارد.^{۲۰}

مصوبه پیشگیری و مقابله با قمار در فضای مجازی (مصوب ۱۴۰۱/۰۷/۱۹) که به لزوم حریم خصوصی و اطلاعات کاربران در جریان فعالیتهای مرتبط با پیشگیری و مقابله با قمار برخط توجه ویژه‌ای شده است.^{۲۱}

مصوبه شورای عالی فضای مجازی با موضوع سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی مصوب ۱۳۹۶/۰۵/۱۱ تمرکز اصلی بر ساماندهی پیام‌رسان‌ها دارد؛ اما در خصوص بندهای مختلف آن، مانند بندهای ج، د، ه ماده ۱ و نیز بندهای ۹ و ۱۰ ماده ۲ آن، به لزوم حفظ حریم خصوصی در این سکوها اشاره دارد.^{۲۲}

مصوبه ایجاد سامانه ملی و جامع داده‌ها (۱۴۰۲/۰۸/۲۳) که هدف اصلی آن ایجاد یکپارچگی در داده‌های کشور است؛ اما در طراحی و پیاده‌سازی این سامانه، توجه به ملاحظات مربوط به حریم خصوصی افراد و امنیت اطلاعات آنها از اهمیت بالایی برخوردار است.^{۲۳} دستورالعمل اجرایی بهبود حفاظت از حریم خصوصی کاربران و شیوه جمع‌آوری،

20. Media.dotic.ir/upload/org/2022/09/03/166219461261634300.pdf

21. rc.majlis.ir/fa/law/show/1773001

22. rc.majlis.ir/fa/law/show/1029998

23. Media.dotic.ir/uploads/org/2024/02/19/170835433365160900.pdf

پردازش و نگهداری اطلاعات کاربران در سامانه‌ها و سکوها‌ی فضای مجازی (مصوب ۱۴۰۲/۱۰/۱۱) که یکی از مهم‌ترین مصوبات شورای فضای مجازی در زمینه حریم خصوصی است که به‌طور ویژه به این موضوع می‌پردازد. در این مصوبه تکالیف متعددی بر عهده ارائه‌دهندگان خدمات در فضای مجازی قرار داده شده است، از جمله: شفافیت در جمع‌آوری اطلاعات: به این معنا که ارائه‌دهندگان باید به‌طور شفاف اعلام کنند چه داده‌هایی را برای چه منظوری از کاربران دریافت می‌کنند. اخذ رضایت: اخذ رضایت آگاهانه از کاربران برای جمع‌آوری و پردازش اطلاعات، ضروری دانسته شده است. محدودیت در جمع‌آوری داده‌ها: جمع‌آوری داده‌ها باید به حداقل میزان لازم و متناسب با اهداف تعیین شده باشد. امنیت داده‌ها: اتخاذ تدابیر امنیتی مناسب برای حفاظت از داده‌های کاربران در برابر دسترسی‌های غیرمجاز و سوءاستفاده الزامی است. حق دسترسی و اصلاح: کاربران باید بتوانند به داده‌های خود دسترسی داشته باشند و در صورت لزوم، آنها را اصلاح یا حذف نمایند.^{۲۴} لازم به ذکر است لایحه حفاظت از داده‌های شخصی که در حال طی مراحل تصویب است، چهارچوب جامع‌تری برای محافظت از حریم خصوصی و داده‌های شخصی در فضای مجازی کشور ایجاد خواهد نمود.

۳-۱. حریم خصوصی در رسانه‌ها^{۲۵}

بخش زیادی از زندگی روزمره ما به‌صورت برخط^{۲۶} می‌گذرد و به‌ناچار ردی از ردپای دیجیتال ما از آنچه که انجام داده‌ایم و اینکه چه زمانی انجام داده‌ایم، از خود به‌جا می‌گذاریم. خرید با کارت اعتباری، «لایک کردن» چیزی در فیس‌بوک، ارسال یک توثیت و انجام جستجوی برخط نمونه‌هایی از فعالیت‌هایی هستند که درمجموع باعث ایجاد رخ‌نمای

24. rc.majlis.ir/fa/show/1797869

25. Media & Social media

26. Online

اطلاعات افراد (نمایه) و ترجیحات آن‌ها می‌شوند. تلفن همراه و اینترنت چیزهایی، شامل بازی‌های برخط و لوازم خانگی، می‌توانند به‌عنوان دستگاه‌های جمع‌آوری و ردیابی داده‌ها عمل کنند. در نتیجه فعالیت برخط ما، تبلیغات بالا‌پر^{۲۷} در جستجوهای موتور جستجوگر گوگل^{۲۸} و پیام‌های تبلیغاتی در صندوق ورودی به‌عنوان داده‌هایی که جمع‌آوری، گردآوری، تجزیه و تحلیل و به‌صورت نقدینه می‌شوند، برای فروش و تبلیغ محصولات و ایده‌ها ظاهر می‌شوند. تارنماهایی که هدفشان کودکان است، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی را افزایش می‌دهند؛ زیرا اطلاعات شخصی افراد را به شیوه‌های زیادی جمع‌آوری می‌کنند. در برخی موارد، علاوه بر ورود به تارنما، کودکان جهت ورود به فضای انحصاری تارنما یا شرکت در نظرسنجی و بازی‌ها، ملزم به ارائه اطلاعات شخصی‌شان می‌شوند و بدین‌گونه از طریق فعالیت‌هایشان در این جهان برخط، اطلاعات شخصی بیشتری را به اشتراک می‌گذارند. افراد اغلب نگرانی‌های زیادی را در مورد نقض حریم خصوصی در رسانه‌ها ابراز می‌دارند؛ اما جهت آسودگی بیشتر و استفاده از ابزارهای لازم و برنامه‌ها، جنبه‌های حریم خصوصی را رها می‌کنند (Wilson, 2019, p.8).

۲. مفهوم سواد رسانه‌ای^{۲۹}

سواد بر خلاف تعریف ساده‌اش، تنها به‌معنای خواندن و نوشتن محدود نمی‌شود بلکه کلیدی برای گشودن درهای دانش و خرد است. این مهارت اساسی، انسان را قادر می‌سازد تا تفکر انتقادی و تحلیلی خود را تقویت کند و در نتیجه، به رشد فردی و اجتماعی دست یابد. بدون سواد، دسترسی به منابع عظیم دانش بشری و مشارکت در تولید دانش نوین امکان‌پذیر نیست. به‌عبارت‌دیگر، پیشرفت تمدن بشری به‌طور مستقیم وابسته به سطح سواد و گسترش آن در میان تمامی اقشار جامعه و به‌طور مشخص، توده‌های سطوح پایین جامعه است. سواد رسانه‌ای، توانمندی چندگانه‌ای است که به کمک آن مردم، اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دریافت و به‌طور انتقادی تفسیر کرده و افکار، عقاید و توانمندی خویش

27. Pop-up

28. Google

29. Media Literacy

برای طراحی ذهنی رسانه‌ها را ابراز می‌دارند. توانمندی‌هایی که شامل توانایی دسترسی به اطلاعات، جستجو در فضای رسانه‌ها، تجزیه و تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه و استفاده از رسانه‌ها و فناوری جهت به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات و محتوای تولید شده می‌باشد. سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد^{۳۰} در تلاش برای حمایت و پیشبرد اقدامات جاری در جهت آموزش و بهره‌گیری از زمینه‌های سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی، در دهه گذشته مفهوم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را توسعه داد. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی^{۳۱} از حق‌های بنیادین بشری به‌شمار می‌آید و در هسته آزادی بیان و اطلاعات نهفته است؛ زیرا شهروندان را قادر می‌سازد عملکرد رسانه‌ها و سایر ارائه‌دهندگان اطلاعات را دریابند، محتوای آن‌ها را ارزیابی کرده و به‌عنوان کاربران و تولیدکنندگان اطلاعات و محتوای رسانه‌ای، تصمیمات آگاهانه اتخاذ نمایند (Wilson, 2019, p.5).

۳. نظریه سواد رسانه‌ای

بر اساس دیدگاه جیمز پاتر که خود خالق نظریه سواد رسانه‌ای می‌باشد، بسیاری از افراد واژه سواد را به رسانه‌های چاپی ربط می‌دهند و آن را معادل توانایی خواندن و نوشتن قلمداد می‌کنند. برخی نیز، در مواجهه با رسانه‌های دیگری همچون فیلم و تلویزیون، این اصطلاح را به سواد بصری بسط می‌دهند. بعضاً از اصطلاحاتی نظیر سواد اطلاعاتی، سواد رایانه‌ای استفاده می‌شود؛ اما هیچ‌کدام از این‌ها به‌تنهایی معادل سواد رسانه‌ای نیستند بلکه هریک اجزای سازنده و تشکیل‌دهنده سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند. به‌عبارت‌دیگر، سواد رسانه‌ای دربرگیرنده همه موارد ذکر شده و شامل این توانایی‌های ویژه است، چرا که اگر فردی خواندن و نوشتن بلد نباشد، از رسانه‌های چاپی چیزی دستگیرش نمی‌شود. اگر در درک آداب بصری و روایی مشکل داشته باشد، نمی‌تواند از برنامه‌های تلویزیون یا فیلم چیز زیادی درک کند و اگر نتواند از رایانه استفاده کند، از آنچه به مرور زمان در این مهم‌ترین رسانه یعنی اینترنت رخ می‌دهد، بی‌خبر خواهد ماند. جیمز پاتر، نظریه‌پرداز رسانه، بر این باور است که هدف اصلی سواد رسانه‌ای، رهایی

30. UNESCO

31. Media and Information Literacy

افراد از سلطه رسانه‌ها و بازگرداندن قدرت انتخاب به آن‌هاست. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای به ما می‌آموزد که چگونه به جای اینکه به‌طور منفعلانه پیام‌های رسانه‌ای را بپذیریم، به‌طور فعالانه آن‌ها را تحلیل کرده و از آن‌ها به نفع خود بهره ببریم. نقطه شروع این فرایند، آگاهی از شیوه‌های برنامه‌ریزی ذهن ما توسط رسانه‌هاست. رسانه‌ها با استفاده از روش‌های پیچیده، سعی می‌کنند افکار، احساسات و رفتار ما را به سمت اهداف خود هدایت کنند. این در حالی است که بسیاری از ما تصور می‌کنیم که انتخاب‌هایمان کاملاً آزاد و مستقل است؛ اما درواقع، دامنه انتخاب‌های ما به شدت محدود شده است. پاتر، این محدودیت را به دو مرحله اصلی تقسیم می‌کند:

الف) محدود کردن انتخاب‌ها: رسانه‌ها با ایجاد تنوع ظاهری در محتوا، به ما این تصور را می‌دهند که انتخاب‌های زیادی پیش رو داریم؛ اما درواقع، این انتخاب‌ها بسیار شبیه به هم هستند و همه به یک هدف خاص خدمت می‌کنند؛ به عنوان مثال، در صنعت مد، طراحان با ایجاد ترندهای جدید، ما را به خرید محصولاتی تشویق می‌کنند که شاید به آن‌ها نیازی نداشته باشیم.

ب) تحکیم تجربه: رسانه‌ها با تکرار مداوم پیام‌ها و تصاویر خاص، تلاش می‌کنند تا این پیام‌ها را در ذهن ما نهادینه کنند. به این ترتیب، ما به مرور زمان، این پیام‌ها را به عنوان واقعیت می‌پذیریم و بدون اینکه به آن‌ها شک کنیم، آن‌ها را بازتولید می‌کنیم. با افزایش سواد رسانه‌ای، می‌توانیم به‌طور آگاهانه‌تر رسانه‌ها را مصرف کنیم، تبلیغات را شناسایی کنیم و از تأثیرگذاری آن‌ها بر تصمیمات خود بکاهیم (پاتر، ۱۳۸۵، ص. ۲۱).

۳-۱. اقدامات یونسکو در زمینه توسعه سواد رسانه‌ای

یونسکو با پیش‌قدم شدن در حمایت از گروه‌های کلیدی مانند مدرسان، معلمان، سیاست‌گذاران و پژوهشگران، نقش رهبری خود را در ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ایفا کرده است. یکی از نموده‌های بارز این تلاش‌ها، انتشار منابع آموزشی و راهنماهای کاربردی است؛ به عنوان مثال، برنامه آموزشی یونسکو برای مدرسان دانشگاه و معلمان، ابزاری ارزشمند برای شناسایی و تقویت توانمندی‌های استادان و دانشجویان، معلمان و

دانش‌آموزان در حوزه سواد رسانه‌ای فراهم کرده و همچنین راهبردهای عملی برای ادغام این مهارت حیاتی در برنامه‌های درسی مقاطع ابتدایی و متوسطه ارائه می‌دهد. در همین راستا، انتشار «راهنمای سیاست و راهبرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی» توسط یونسکو، گامی مهم در جهت توسعه سیاست‌های جامع و اجرای برنامه‌های مؤثر در محیط‌های رسمی و غیررسمی به‌شمار می‌رود. این راهنما با تشریح جزئیات فرایند و محتوای برنامه‌های سواد رسانه‌ای، حمایت همه‌جانبه‌ای از افراد و سازمان‌ها به عمل می‌آورد (Wilson, 2019, p.5). ابتکار یونسکو تحت عنوان «اتحاد جهانی برای مشارکت در زمینه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی»^{۳۲} تلاشی پیشگامانه در جهت ترویج همکاری بین‌المللی برای اطمینان از دسترسی همه شهروندان به قابلیت رسانه و اطلاعات می‌باشد (UNESCO.GAPMIL, 2022). سازمان‌هایی از بیش از صد کشور در جهت خلق خط‌مشی واحد و جهانی برای فعالیت‌ها و ابتکارات سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به «اتحاد جهانی برای مشارکت در زمینه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی»^{۳۳} پیوستند. جشن سالانه جهانی سواد رسانه‌ای و همایش ویژه برای تجلیل از پیشرفت با نیل به هدف «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای همه» و ارائه فرصت‌هایی جهت به‌اشتراک‌گذاری آخرین پژوهش‌ها، پروژه‌ها، چالش‌ها و دستاوردها به‌صورت یک گردهمایی متنوع از سوی دست اندرکاران برگزار شد. هفته جهانی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی هر ساله در آخرین هفته اکتبر در سراسر جهان جشن گرفته می‌شود و در طول همایش ویژه به اقدامات نوآورانه جوایزی اهدا می‌شود.

۳-۲. کانادا؛ الگوی برتر توسعه سواد رسانه‌ای^{۳۴}

پایه و اساس سواد رسانه‌ای در کانادا در اواخر دهه ۱۹۸۰ به‌طور مستحکم بنا شد. از سال ۱۹۸۷ سواد رسانه‌ای در استان اونتاریو^{۳۵} اجباری شده است و در سال‌های بعد، در برنامه آموزش و پرورش هر استان به‌عنوان بخشی از برنامه آموزشی زبان، مطالعات اجتماعی یا دوره‌های فناوری ارتباطات و نیز به‌عنوان دوره‌ای مستقل را شامل می‌شد.

32. Global Alliance for Partnership on Media and Information Literacy

33. GAPMIL

34. A framework for media literacy development

35. Ontario, Canada

استان اونتاریو، نخستین حوزه انگلیسی‌زبان در جهان بود که آموزش سواد رسانه‌ای را الزامی کرد. به دلیل دستاوردهای اولیه در زمینه توسعه و اجرای سیاست آموزشی، کانادا همچنان یک رهبر و الگوی مناسب در این زمینه محسوب می‌شود. در سال ۱۹۹۸، انجمن سواد رسانه‌ای در اونتاریو^{۳۶} توسط شورای جهانی آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان «بانفوذترین سازمان سواد رسانه‌ای» نامیده شد. راهنمای منابع سواد رسانه‌ای که توسط انجمن سواد رسانه‌ای^{۳۷} نوشته شده و توسط وزارت آموزش و پرورش اونتاریو منتشر شده است، یک منبع اصلی و مهم برای استادان، معلمان و مربیان در سراسر جهان محسوب می‌شود و به چهار زبان ترجمه شده است. چهارچوب نظری مفاهیم کلیدی که برای اولین بار در «راهنمای منبع سواد رسانه‌ای» معرفی شد، هنوز هم مأخذ مهم آموزش سواد رسانه‌ای محسوب می‌گردد. بسیاری از اقدامات صورت گرفته در زمینه سواد رسانه‌ای؛ چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، بر اساس اصول اقتباس شده از مفاهیم کلیدی همین منبع می‌باشد.

۴. ابعاد سواد رسانه‌ای

مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای، زیربنای منابع و برنامه‌های آموزشی و همچنین فرصت‌های توسعه حرفه‌ای برای مربیان و سیاست‌گذاران را تشکیل می‌دهد. مفاهیم کلیدی و اصول مرتبط جهت ارائه چهارچوب و زبان مشترک برای تجزیه و تحلیل و تولید محتوای آموزشی برای معلمان و دانش‌آموزان، استفاده می‌شود. مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای برای همه اشکال رسانه و همچنین جهت جرم‌شناسی رسانه‌ها یا محیط‌هایی که در نتیجه فناوری‌های شبکه‌ای امروزی ایجاد شده‌اند، اقتباس و اعمال شده‌اند (Wilson, 2012, p.6).

الف) تمام رسانه‌ها یک مجموعه منسجم و تشکیلاتی هستند؛ بدین معنا که رسانه‌ها واقعیت‌های ظاهری را منعکس نمی‌کنند. آن‌ها نتیجه بسیاری از عوامل تعیین‌کننده هستند. سواد رسانه‌ای شامل ساختارشناسی و تفکیک این تشکیلات از هم و نشان دادن نحوه ساخت آنها می‌باشد. این وضعیت برای همه رسانه‌ها اعم از چاپی، آنالوگ و دیجیتال و

36. Ontario Media Literacy Association

37. AML

همچنین سکوه‌های شبکه‌ای و برخط صادق است.

(ب) رسانه‌ها، نسخه‌هایی از واقعیت را می‌سازند؛ رسانه‌ها مسئول اکثر مشاهدات و تجربیاتی هستند که ما به توسط آن‌ها درک شخصی نسبت به جهان و نحوه کارکرد آن برداشت می‌کنیم. بسیاری از دیدگاه‌های ما از واقعیت، بر اساس پیام‌های رسانه‌ای می‌باشد که قبلاً ساخته شده‌اند و دارای نگرش خاصی است. بدین‌گونه رسانه‌ها تا حد زیادی در ادراک و احساس ما به واقعیت نقش دارند.

(ج) این مخاطبان هستند که به محتوای رسانه‌ها معنا می‌دهند؛ رسانه‌ها بسیاری از مطالب را در اختیار ما قرار می‌دهند که بر اساس آن ما خود تصویری از واقعیت می‌سازیم. هر یک از ما با توجه به عوامل فردی به معنایی می‌رسیم و یا آن را بیان می‌کنیم. نیازها و اضطراب‌های شخصی، لذت‌ها یا مشکلات روزمره، نگرش‌های نژادی و جنسیتی، پیشینه خانوادگی و فرهنگی، دیدگاه اخلاقی و غیره.

(د) رسانه‌ها، پیامدهای تجاری دارند؛ هدف از سواد رسانه‌ای تشویق به آگاهی از چگونگی تحت تأثیر قرار گرفتن رسانه‌ها نسبت به تبلیغات تجاری است و اینکه رسانه‌ها چگونه می‌توانند بر محتوا، تولید و توزیع تولیدات رسانه‌ای خود تأثیر منفی بگذارند. مالکیت رسانه‌ها به صورت کنترل مرکزی است و به‌ویژه اینکه تعداد بسیار محدودی از شرکت‌ها مالک هستند و بر انتشارات، شبکه‌ها و سکوه‌های اخبار، اطلاعات و سرگرمی خود مستقیماً کنترل ندارند.

(ه) محتوای رسانه‌ها حامل پیام‌های ایدئولوژیکی و ارزشی می‌باشد؛ همه محصولات رسانه‌ای، نمونه‌های تبلیغاتی هستند که به‌نوعی بیانگر ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی می‌باشند. رسانه‌ها به‌طور صریح یا ضمنی، پیام‌های ایدئولوژیکی در مورد موضوعات مختلف به ما منتقل می‌کنند. پیام‌هایی مانند مصرف‌گرایی، میهن‌پرستی افراطی، نژادپرستی، نقش زنان، پذیرش «دیگری» و غیره.

(و) پیام‌ها و محتوای رسانه‌ای حامل پیامدهای سیاسی و اجتماعی می‌باشند؛ رسانه‌ها نفوذ زیادی دارند و می‌توانند منجر به تغییرات سیاسی و اجتماعی گردند. رسانه‌ها می‌توانند تأثیر قابل‌توجهی بر واکنش ما به رویدادها داشته باشند؛ مانند توجه به بحران

پناهندگان و کارزارهای انتخاباتی. آن‌ها نسبت به مسائل ملی و دغدغه‌های جهانی در ما احساس صمیمیت به وجود می‌آورند به گونه‌ای که ما خود را بخشی از این «دهکده جهانی» می‌دانیم. عبارتی که توسط نظریه پرداز علوم ارتباطات، مارشال مک‌لوهان^{۳۸} ابداع شد.

ز) میان شکل و محتوای پیام‌های رسانه‌ای ارتباط تنگاتنگ وجود دارد؛ به این معنا که هر رسانه دستور زبان مختص به خود را دارد و به روش خاص خود واقعیت‌ها را تدوین می‌کند. رسانه‌های مختلفی را می‌بینیم که همگی یک واقعه را گزارش می‌دهند؛ اما برداشت‌ها و پیام‌های مختلفی را به وجود می‌آورند. مک‌لوهان بر اهمیت بررسی تأثیر رسانه‌ها بر محیط‌های موجود و همچنین محیط‌هایی که از طریق استفاده ما از فناوری‌ها به وجود آمده است، تأکید دارد و به ما یادآوری می‌کند که به آنچه این فناوری‌ها انجام می‌دهند، صرف‌نظر از محتوا یا هدف موردنظر آن، توجه داشته باشیم.

ح) هر رسانه، شکل زیبایی‌شناختی منحصر به فردی دارد؛ همان‌گونه که ما از وزن دلیزیر قطعه‌ای از شعر یا نثر لذت می‌بریم، می‌توانیم از جلوه‌های دلیزیر رسانه‌های مختلف نیز لذت ببریم (Wilson, 2012, p.6).

۵. فناوری اطلاعات: آینه تمام‌نمای سواد رسانه‌ای

امروزه، فناوری اطلاعات و ارتباطات^{۳۹} به عنوان یک شبکه گسترده از ابزارها، شبکه‌ها و سیستم‌های دیجیتالی، دنیای ما را متحول کرده است. از رایانه‌های شخصی و تلفن‌های هوشمند گرفته تا ابررایانه‌ها و اینترنت اشیا، همگی بخشی از این دنیای پیچیده و در عین حال جذاب هستند. این فناوری‌ها به ما اجازه می‌دهند تا اطلاعات را تولید، ذخیره، پردازش، انتقال و به اشتراک بگذاریم؛ اما فناوری اطلاعات و ارتباطات تنها به سخت‌افزار و نرم‌افزار محدود نمی‌شود. این فناوری، آینه‌ای است که توانایی‌های ما در درک، ارزیابی و استفاده مؤثر از اطلاعات را به نمایش می‌گذارد. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای کلید ورود به این دنیای دیجیتالی است. اگر در اینجا بخواهیم مصادیق و نمونه‌هایی از آن را بگوییم باید گفت: سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا:

38. Marshall McLuhan

39. IT & ICT

- اطلاعات معتبر را از اطلاعات نادرست تشخیص دهیم: با رشد سریع اطلاعات در فضای مجازی، توانایی تشخیص اخبار جعلی و اطلاعات گمراه‌کننده از اهمیت بالایی برخوردار است.
- به صورت انتقادی به محتواهای دیجیتالی نگاه کنیم: ما باید بتوانیم پیام‌های پنهان در رسانه‌ها را شناسایی کرده و از تأثیرات ناخواسته آن‌ها بر خود آگاه باشیم.
- به طور مؤثر در فضای مجازی ارتباط برقرار کنیم: سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا با دیگران به صورت آنلاین تعامل سالم و سازنده‌ای داشته باشیم.
- از فناوری برای یادگیری و رشد شخصی استفاده کنیم: با داشتن سواد رسانه‌ای، می‌توانیم از ابزارهای دیجیتالی برای توسعه مهارت‌ها و دانش خود بهره‌برداری کنیم. مفاهیم سواد رسانه‌ای انتقادی یونسکو (۲۰۱۱) و نیز الگوی آموزش سواد رسانه‌ای ایالت اونتاریو کانادا و نظریات سایر نظریه‌پردازان سواد رسانه‌ای، اهداف برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات را افزایش میزان آگاهی دانش آموزان بر اساس مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای می‌دانند. دسترسی به اطلاعات در رسانه‌ها توسط الگوریتم‌ها شکل گرفته است. الگوریتم‌ها، مجموعه‌ای از توالی‌های محاسباتی هستند که گاهی به عنوان راهنما یا دستورالعمل‌هایی می‌باشند که به رایانه می‌گویند که به چه صورت عمل کند. امروزه وقتی افراد در مورد الگوریتم‌ها سخن می‌گویند، اغلب به آن دسته‌ای اشاره دارند که با خوراک رسانه‌های اجتماعی‌شان^{۴۰} یا جستجوهایشان در اینترنت به وجود می‌آید. هنگامی که شخص شروع به جستجو و پرسش از یک دستگاه دیجیتالی می‌کند، الگوریتم به آنچه که پرسیده شده است، پاسخ می‌دهد و اطلاعاتی که ارائه شده است را تنظیم می‌کند. با ادامه جستجوهای مشابه یا درخواست‌های مشابه، به جای تکرار مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها، سیستم‌های رایانه‌ای اغلب بازنویسی^{۴۱} یا سفارشی‌سازی^{۴۲} عملیات مربوطه برای تصمیم در مورد آنچه که ما می‌بینیم و چگونگی دیدن ما خواهند بود. با گذشت زمان،

40. Feeds

41. Rewrite

42. Customize

نتایج عملیات به‌طور مکرر ترجیحات افراد را نشان می‌دهد و نوعی اتاق پژواک^{۴۳} ایجاد می‌کند و این قدرت الگوریتم‌ها برای شکل دادن به دسترسی ما به اطلاعات را نشان می‌دهد (Wilson, 2012, p.8).

۶. حریم خصوصی در رسانه‌ها و فضای مجازی^{۴۴} در پرتو سواد رسانه‌ای

در تلاش برای درک و توصیف تهدیدهای کنونی برای حریم خصوصی مانند نظارت همه‌جانبه و جمع‌آوری داده‌های گسترده، افزایش کالانگاری اطلاعات، محو شدن حریم عمومی و خصوصی در محیط‌های شبکه‌ای و شکل‌پذیری متناظر فرد توسط بازیگران اقتصادی قدرتمند، پژوهشگران حوزه حریم خصوصی و عامه مردم، حریم خصوصی را به‌نوعی محافظت در برابر مداخلات اجتماعی، اقتصادی یا نهادی تصور می‌کنند (Masur, 2020, p.259).

علی‌رغم تنظیمات حریم خصوصی کاربر در فضای دیجیتال، استخراج داده‌های شخصی و اجتماعی از تارنماهای شبکه‌های اجتماعی کاملاً امکان‌پذیر است. سوابق مرورگرها را می‌توان به سکوی رسانه‌های اجتماعی مرتبط ساخت. گوگل و فیسبوک نه تنها به اطلاعات اولیه کاربران دسترسی دارند بلکه فعالیت‌های کاربر را در تارنماهای دیگر نیز ردیابی می‌کنند (Umar, 2022, p.57).

با افزایش اشتراک‌گذاری کاربران در رسانه‌های اجتماعی، حفاظت از اطلاعات خصوصی در یک محیط برخط، به مسئولیت کاربران تبدیل شده است. برای اینکه کاربران این‌گونه رسانه‌ها درک کنند که چگونه از اطلاعات آنها استفاده می‌شود، علاوه بر سواد رسانه‌ای به سواد حریم خصوصی نیز نیازمندند تا بتوانند خطرهای اشتراک‌گذاری اطلاعات خصوصی خود در فضای دیجیتال ارزیابی کنند (Wissinger, 2017, p.379).

یکی از عمیق‌ترین نگرانی‌ها، نقض حریم خصوصی کودکان است. فضاهای برخط زیادی برای کودکان طراحی شده است، جایی که کودکان در آن اجتماعی می‌شوند و با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، خلق می‌کنند، بارگذاری می‌کنند و محتواهای مختلفی را به اشتراک می‌گذارند. از طریق فعالیت‌هایشان در دنیای برخط و مجازی، اطلاعات شخصی زیادی را

43. Echo Chamber

44. Privacy & Data privacy & Personal privacy

به اشتراک می‌گذارند (Johnson, 2015, MediaSmarts). رویکرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در رابطه با حفظ حریم خصوصی کودکان و جوانان در جهت کمک به معلمان و دانش‌آموزان است تا مسائل پیرامون حریم خصوصی، شامل مزایا و خطرهای فعالیت‌های برخط را کشف و درک کنند.

برخی از اندیشمندان بر این باورند که سرمایه‌گذاری در آموزش کاربران هرگز سیاست اشتباهی به نظر نمی‌رسد؛ اما جذابیت فوری آموزش مخاطبان، مسئولیت را به فرد منتقل می‌کند که ممکن است در نتیجه مجبور به تحمل بار قابل‌توجهی شود، نه اینکه توانمندسازی واقعی را تجربه کند (Masur & Others, 2023, p.111).

بسیاری از پژوهشگران سواد رسانه‌ای دیجیتال را با تمرکز بر یک رویکرد انتقادی و اتخاذ مهارت‌های انتقادی و درک انتقادی از رسانه‌ها تعریف می‌کنند. این رویکرد انتقادی درک گسترده‌تری از جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی رسانه‌های نوین ارائه می‌دهد. چهارچوب مفهومی اساسی سواد رسانه‌ای بسیار مفید است؛ اما به روش‌های نوین نیز نیاز است و این نیاز به گسترش روش‌ها با توجه به رسانه‌های دیجیتال وجود دارد (Umar, 2022, p.59).

هدف از آموزش سواد رسانه‌ای با رویکرد دفاع از حریم خصوصی در بررسی و تفکر آگاهانه افراد پیرامون مسائل ذیل می‌باشد:

- حریم خصوصی به چه معناست؟
- افراد در فعالیت‌های برخط خود برای حفظ حریم خصوصی‌شان چه اقداماتی را باید انجام دهند؟
- چگونه می‌توانید رفتار برخط خود را برای محدود کردن مجموعه داده‌ها و محافظت از رخ‌نما (پروفایل) یا شهرت خود را تغییر دهید؟
- آیا کودکان و بزرگسالان حق دارند راجع به اینکه چه اطلاعات شخصی جمع‌آوری می‌شود، چگونه جمع‌آوری می‌شود و اینکه توسط چه کسی و برای چه اهدافی آگاه شوند؟ از چه راهی می‌توانند آگاهی یابند؟
- نقش دولت و شرکت‌های فناوری در حفظ حق حریم خصوصی افراد چیست؟ برای چه

اهدافی آن‌ها اطلاعات شخصی افراد را جمع‌آوری می‌کنند؟ برحسب اطلاعاتی که پیرامون شهروندان جمع‌آوری می‌کنند، چه مسئولیتی دارند؟

- نقش مقررات اینترنت چیست؟ آیا دولت باید در تصمیم‌گیری راجع به اینکه چه اطلاعاتی می‌تواند جمع‌آوری شده باشد، توسط چه کسی و با چه اهدافی مساعدت داشته باشد؟
- هنگامی که موافقتنامه‌های کاربری را برای تارنماهای گوناگون، اسباب‌بازی‌های هوشمند و اپلیکیشن‌ها بررسی می‌کنید، آیا به‌طور واضح امکان دریافت اینکه چه اطلاعاتی جمع‌آوری شده است و چگونه مورد استفاده قرار می‌گیرد، وجود دارد؟
- سازمان‌های حامی مصرف‌کننده در رابطه با مسائل حریم خصوصی چه نوع حمایت‌هایی را ارائه می‌دهند؟

۶-۱- الگوریتم‌ها^{۴۵}

بخشی از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، ایجاد درک درستی از عملکرد الگوریتم‌ها می‌باشد. اینکه چگونه آن‌ها اطلاعات دریافتی را طرح‌ریزی می‌کنند و می‌سازند و اینکه چگونه بر کاربران تأثیر می‌گذارند. اندیشیدن به این نکات به افراد فرصت می‌دهد تا دریابند که نقش کدنویس و برنامه‌نویس در فرایند ایجاد چیست؟ این یک ضرورت است که کاربران از اطلاعاتی که هنگام انجام جستجو ارائه می‌دهند و از انواع پرسش‌هایی که می‌پرسند، آگاهی داشته باشند. درنهایت کاربر باید دریابد که یک الگوریتم برای عملکردش به تمام آن داده‌ها نیاز دارد. مجموعه دستورالعمل‌ها نمونه‌هایی از سطح بالاتر هوش مصنوعی را فراهم می‌کنند. در این رابطه موضوعات مهمی که در محتوای آموزش سواد رسانه‌ای باید مورد توجه قرار گیرد، شامل مسائلی همچون شفافیت در مورد کد رایانه و قابلیت‌های آن، طراحی اخلاقی راهنماهایی که مزایای هوش مصنوعی را به حداکثر برساند و خطر آن را به حداقل، می‌باشد.

۶-۲- بازنمایی^{۴۶}

45. Algorithm

46. Representation

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی شامل تجزیه و تحلیل انتقادی بازنمایی‌های رسانه‌ای می‌شود. به این معنا که روش‌هایی که در آن افراد، گروه‌ها، مکان‌ها، جوامع یا عناوین خبرها در رسانه‌های مختلف «بازنشر» می‌شوند. مثل همیشه تحلیل انتقادی در چهارچوب سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مستلزم بررسی مواردی مانند بررسی چگونگی تأثیر بازنمایی‌های رسانه‌ها بر آنچه افراد انجام می‌دهند، نحوه معنا بخشی، روش ارتباط انسان‌ها با یکدیگر و نیز نحوه تفکر انسان‌ها می‌باشد. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقش مهمی را در ترویج گفتگو، کثرت و گوناگونی، برابری و تضمن یا شمول ایجاد و حفظ گزارش‌ها و دیدگاه‌هایی که بخشی از ابزارهای رسانه‌ای نیستند، ایفا می‌کند. در بسیاری از موارد، بازنمایی‌هایی که در رسانه‌ها ظاهر می‌شوند بر اساس کلیشه‌ها هستند و مانع شناخت و درک غنی افراد نسبت به تصاویری فراتر از آنچه رسانه‌ها نشان می‌دهند، می‌شوند. در کشورهایی با تنوع فرهنگی از طریق سواد رسانه‌ای می‌توان از شیوه‌هایی که رسانه‌ها به ارائه گوناگونی افراد، گروه‌ها و جوامعی که بافت اجتماعی و فرهنگی کشور را تشکیل می‌دهند، آگاهی یافت.

۳-۶- افراطی‌گری و افراط‌گرایی برخط^{۴۷}

مجموعه اعمال خشونت‌آمیزی است که شامل باورها و اعمال افرادی است که با انگیزه ایدئولوژیکی، به حمایت یا استفاده از دستیابی به مسائل ایدئولوژیکی افراطی سیاسی یا مذهبی می‌پردازند. این دیدگاه‌ها اغلب انحصاری هستند و مانعی بر سر راه طرح دیدگاه‌های متنوع را محسوب می‌شوند. بررسی‌ها حاکی از آن است که برخی عوامل اجتماعی-اقتصادی، روانی و سازمانی وجود دارد که منجر به افراط‌گرایی خشونت‌آمیز می‌شود. در نتیجه فرد به سمت چنین گروه‌ها یا جوامعی کشیده می‌شود. این گروه‌ها با ایجاد حس تعلق، با ارائه یک سری امکانات مانند راه‌هایی جهت ابراز شکایات و اعتراضات و از طریق نوعی عضویت، افراط‌گرایی خشونت‌آمیز را پرورش و ترویج می‌دهند (Alava & Others, 2017, pp.19-22). برای بسیاری از جوانان، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی دسترسی به «گروه‌های وابسته»، جایی که آن‌ها احساس تعلق و اجتماع را تجربه می‌کنند، را فراهم

47. Extremism and online extremism

می‌آورد. قابلیت‌هایی که شالوده سواد رسانه‌ای دارد شامل تحلیل انتقادی رسانه‌هایی است که به صورت سکوها و منابع اطلاعاتی به طور بالقوه می‌توانند افراطی‌گری و افراط‌گرایی به صورت برخط را گسترش دهند. بخشی از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی شامل ارزیابی ایدئولوژی و ارزش‌هایی است که در این فضاها برخط تقویت و بازنمایی شده است و نیز شناسایی مخاطبان هدف، بررسی نحوه استفاده افراد از این فضاها و بررسی درباره اینکه چه کسی از این اطلاعات سود می‌برد را شامل می‌شود.

۴-۶- اخبار جعلی^{۴۸}

در دنیای رسانه‌های امروزی موارد بسیاری وجود دارد که نمونه‌هایی از واقعیت، داستان، سرگرمی و تبلیغات هستند و غیرقابل تشخیص به نظر می‌رسند. در دنیای رسانه‌های اجتماعی، جایی که پیام‌ها و اطلاعات می‌توانند به سرعت منتشر^{۴۹} شوند، رسیدگی یا جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست امری دشوار است. با پیشرفت هوش مصنوعی این امکان فراهم شده است که برای ایجاد جعلی عمیق، محتوای صوتی و تصویری ویرایش، ترکیب و دست‌کاری شده است تا روایت‌های متقاعدکننده ایجاد شوند (Waradele & Derakhshan, 2018, pp.46). سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، با امکان درک چگونگی عملکرد رسانه‌های خبری جهت ارزیابی گزارش‌های خبری و منابع آن‌ها و نیز برای کشف سمت‌گیری و خبر نادرست به شکل‌گیری تفکر انتقادی کاربران و مخاطبان کمک می‌کند. مقاله‌نامه ۱۰۸+ شورای اروپا در راستای حفاظت از حقوق و امنیت مخاطبان عضو این معاهده، اصول کلیدی را متذکر می‌شود که دربردارنده حدود عملکرد قانونگذاران و گردانندگان این فضاها دیجیتال می‌باشد. این مقاله‌نامه منطقه‌ای می‌تواند رویکرد درستی را به سایر کشورها در جهت تضمین حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی مخاطبان نشان دهد. این مقاله‌نامه بر مبنای اصول بنیادین زیر استوار است:

الف) کیفیت داده‌ها: داده‌های شخصی باید به روز، دقیق و فقط برای اهداف مشخص و قانونی جمع‌آوری شوند.

48. Fake news

49. Viral

- ب) شفافیت: افراد باید از جمع‌آوری و پردازش داده‌های شخصی خود آگاه باشند.
- ج) قانونی بودن پردازش: پردازش داده‌های شخصی باید براساس مبنای قانونی مشخصی صورت گیرد (مانند رضایت فرد، اجرای قرارداد، تعهد قانونی و غیره).
- د) حداقل‌سازی داده‌ها: فقط داده‌های شخصی که برای اهداف پردازش ضروری هستند، باید جمع‌آوری و نگهداری شوند.
- ه) محدودیت هدف: داده‌های شخصی نباید برای اهدافی غیر از آنچه در زمان جمع‌آوری مشخص شده است، پردازش شوند.
- و) امنیت داده‌ها: اقدامات امنیتی مناسب برای محافظت از داده‌های شخصی در برابر دسترسی غیرمجاز، تغییر، افشا یا تخریب باید اتخاذ شود.
- ز) حقوق افراد: افراد دارای حقوق مشخصی در رابطه با داده‌های شخصی خود هستند؛ ازجمله حق دسترسی، اصلاح، حذف و اعتراض به پردازش.
- ح) مسئولیت‌پذیری: نهادهای پردازش‌کننده داده‌ها مسئول رعایت اصول این مقاوله‌نامه هستند (CETS No.223).
- مقاوله‌نامه ۱۰۸+، تغییرات و به روزرسانی مهمی نسبت به نسخه اصلی خود دارد تا با پیشرفت‌های فناوری و چالش‌های جدید در زمینه حفاظت از داده‌ها سازگار شود.
- مقررات عمومی حفاظت از داده‌ها (GDPR)، با تعیین حقوق متعدد برای افراد، از جمله حق دسترسی، حق اصلاح، حق حذف یا حق فراموش شدن، حق محدود کردن پردازش، حق انتقال داده‌ها و حق اعتراض، قدم بزرگی در راه حفظ هرچه بیشتر حریم خصوصی افراد برداشته است.
- در کنار دستورالعمل‌ها و مقررات بین‌المللی در حوزه حفظ حریم خصوصی در بستر توسعه سواد رسانه‌ای، به‌ویژه برای حفظ حقوق کودکان و نوجوانان در دنیای دیجیتال، «مصوبه شورای عالی فضای مجازی در خصوص صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی»^{۵۰}، الزاماتی را در نظر گرفته است:
- الف) ایجاد محیط مجازی صیانت شده برای کودکان و نوجوانان

50. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1681090>

- ب) تدوین ضوابط و نصاب‌های اعتبارسنجی، ممیزی و نشان دار کردن محتوا و خدمات مورد اطمینان و ایجاد سامانه نظارت و رده‌بندی محتوا
- ج) راه‌اندازی خط تماس اضطراری ویژه جرایم علیه خردسال، کودکان و نوجوانان در فضای مجازی برای دریافت گزارش‌های سریع و آسان
- د) فرهنگ‌سازی و ارتقای سواد فضای مجازی و ترویج محتوا و خدمات موجود در محیط مجازی صیانت‌شده
- ه) تولید، ترویج و عرضه راهنمایی اجرایی- عملیاتی مراقبت از فرزندان در فضای مجازی ویژه خانواده‌ها.

نتیجه‌گیری

در دنیای دیجیتال امروزی، جایی که مرزهای فیزیکی و مجازی در هم آمیخته‌اند، حفاظت از حریم خصوصی به یک دغدغه جهانی تبدیل شده است. گسترش روزافزون فناوری‌های نوین و افزایش نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی و رسانه‌های اجتماعی، فرصت‌های بی‌نظیری را برای تعامل و ارتباط فراهم آورده است. با این حال، این پیشرفت‌ها چالش‌های جدیدی را نیز به همراه داشته‌اند که مهم‌ترین آن‌ها نقض حریم خصوصی افراد است. داده‌های شخصی کاربران به ارزشمندترین دارایی شرکت‌های بزرگ تبدیل‌شده و هر روز شاهد هستیم که حریم خصوصی افراد به‌سادگی به خطر می‌افتد.

توجه جامعه بین‌المللی به حریم خصوصی افراد در پرتو معاهدات بین‌المللی، قطعنامه‌ها و دستورالعمل‌های سازمان‌های بین‌المللی و همچنین تنظیم مقررات و وضع قوانین ملی در خصوصی حفظ حریم خصوصی در فضای دیجیتال، نقطه‌امیدی بر لزوم توجه همه تابعان حقوق بین‌الملل بر این مهم است. با وجود این، صرفاً با سیاستگذاری‌ها و قانونگذاری‌های گسترده نمی‌توان به حل این مشکل امید بست. اینجاست که بحث انواع سوادها در حوزه رسانه‌ها و فضاهای دیجیتال نوین مطرح می‌شود.

سواد رسانه‌ای به‌عنوان کلید طلایی برای مقابله با این چالش‌ها مطرح می‌شود. با افزایش سواد رسانه‌ای، افراد قادر خواهند بود تا اطلاعات را به‌صورت انتقادی ارزیابی کنند، از حریم خصوصی خود محافظت کنند و به شهروندان دیجیتال آگاه تبدیل شوند. آموزش

سواد رسانه‌ای باید از سنین پایین و در تمامی سطوح آموزشی آغاز شود و به‌صورت مداوم به‌روزرسانی شود. علاوه بر آموزش، دولت‌ها نیز باید با تدوین قوانین جامع و حمایت از ابتکارات مرتبط با حریم خصوصی، بستر مناسبی را برای حفاظت از حقوق شهروندان فراهم کنند.

پژوهشگران بر این باورند که دوره‌های آموزشی برخط سواد رسانه‌ای، به‌ویژه به‌صورت برنامه درسی در تمام مقاطع تحصیلی، فرصتی است که امکان به‌اشتراک‌گذاری دانش خود با دیگران و یادگیری را فراهم می‌آورد. با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین جهت آموزش سواد رسانه‌ای منجر به مشاهده و ارزیابی فعالیت‌های دانش‌آموزان می‌گردد. دانش‌آموزان قادر خواهند بود مشارکت خود را در گروه‌ها مشاهده کنند. این وضعیت با شخصی‌تر و اجتماعی‌تر ساختن یادگیری، حس ارتباط آن‌ها را تقویت، عمیق‌تر و غنی‌تر می‌سازد. ازاین‌رو، توسعه و همگرایی نوین رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی مستلزم توسعه حرفه‌ای و فرصت‌ها برای معلمان جهت کسب و به‌کارگیری قابلیت‌های سواد رسانه‌ای در کلاس‌های درس می‌باشد. حوزه‌های خاص چهارچوب انتقادی سواد رسانه‌ای توسط معلمان و برنامه‌ریزان شناسایی شده است که در شکل‌گیری تفکر انتقادی در افراد، به‌ویژه نسل جوان، نقش بسزایی دارد. از سوی دیگر، کاربران بزرگسال نیز نیازمند آموزش در حوزه‌های سواد رسانه‌ای و حریم خصوصی در چهارچوب آموزش‌های خودنظارتی و تفکر انتقادی را دارند.

برای تحقق این هدف، پیشنهاد می‌شود:

۱. توسعه زیرساخت‌های آموزشی: ایجاد برنامه‌های آموزشی جامع در مدارس، دانشگاه‌ها و جامعه برای افزایش آگاهی عمومی در مورد سواد رسانه‌ای.
۲. همکاری‌های بین سازمانی: ایجاد همکاری بین وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان‌های غیردولتی و بخش خصوصی برای توسعه و اجرای برنامه‌های آموزشی، و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه ملی در توسعه آموزش مهارت‌های افراد در رسانه‌ها در چهارچوب برنامه‌های آموزشی، سرگرمی و تبلیغاتی هدفمند برای همه طیف‌های مخاطبان آن‌ها.

۳. ترویج فرهنگ حریم خصوصی: ایجاد کارزارهای آگاهی‌رسانی عمومی برای تشویق افراد به محافظت از حریم خصوصی خود و احترام به حریم خصوصی دیگران.
 ۴. تقویت قوانین و مقررات: بازنگری و به‌روزرسانی قوانین حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی با توجه به تحولات فناوری.
 ۵. حمایت از پژوهش و نوآوری: سرمایه‌گذاری در پژوهش‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای و توسعه فناوری‌های جدید برای حفاظت از حریم خصوصی.
 ۶. افزایش مشارکت شهروندان: تشویق شهروندان به مشارکت فعال در تصمیم‌گیری‌های مربوط به حریم خصوصی و حمایت از حقوق خود.
- با اتخاذ این اقدامات، می‌توانیم به جامعه‌ای دست یابیم که در آن حریم خصوصی افراد به‌طور کامل محترم شمرده شده و افراد بتوانند از مزایای فناوری‌های نوین به‌صورت ایمن و با حفظ حریم خصوصی خود بهره‌مند شوند.

منابع و مأخذ

- انصاری، باقر (۱۳۸۳)، «حریم خصوصی و حمایت از آن در حقوق اسلام، تطبیقی و ایران»، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران*، شماره ۶۶، ۵۳-۱.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵)، «تعریف سواد رسانه‌ای»، ترجمه یونس شکرخواه و لیدا کاووسی، *فصلنامه رسانه*، ۱۷(۴)، ۷-۲۵.
- دستورالعمل اجرایی بهبود حفاظت از حریم خصوصی کاربران و شیوه جمع‌آوری، پردازش و نگهداری اطلاعات کاربران در سامانه‌ها و سکوها فضای مجازی مصوب (۱۴۰۲/۱۰/۱۱)
- <https://rc.majlis.ir/fa/show/1797869>
- سند راهبردی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی مصوب (۱۴۰۱/۰۶/۰۸)
- <https://Media.dotic.ir/upload/org/2022/09/03/166219461261634300.pdf>
- صفایی، سید حسین، شریفی، علی اصغر، الماسی، نجادعلی، ساورایی پرویز (۱۴۰۱)، «حریم خصوصی در فضای سایبر و الزام به رعایت آن؛ با تاکید بر مبانی فقهی و حقوقی»، *نشریه مبانی فقهی حقوق اسلامی*، شماره ۳۰، ۳۱۱-۳۳۸.
- <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2080655>

مزینیان، سعیده (۱۴۰۲)، «تنظیم گری حریم خصوصی در فضای مجازی (مطالعه تطبیقی در حقوق ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و ایران)»، نشریه پژوهش های حقوق اقتصادی و تجاری، شماره ۲، ۲۳۶-۲۰۵.

<https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/2187747>

مصوبه ایجاد سامانه ملی و جامع داده ها (۱۴۰۲/۰۸/۲۳)

<https://Media.dotic.ir/uploads/org/2024/02/19/170835433365160900.pdf>

مصوبه پیشگیری و مقابله با قمار در فضای مجازی مصوب (۱۴۰۱/۰۷/۱۹)

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1773001>

مصوبه شورای عالی فضای مجازی با موضوع سیاست ها و اقدامات ساماندهی پیام رسان های اجتماعی (مصوب ۱۳۹۶/۰۵/۱۱)

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1029998>

مصوبه شورای عالی فضای مجازی در خصوص صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی (مصوب ۱۴۰۰/۰۴/۲۳)

<https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1681090>

«اعلامیه جهانی حقوق بشر»

«قانون آیین دادرسی کیفری»

«قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»

«قانون احترام به آزادی های مشروع و حفظ حقوق شهروندی»

«قانون تجارت الکترونیکی»

«قانون مجازات اسلامی»، کتاب تعزیرات

«میثاق بین المللی حقوق مدنی و سیاسی»

A/RES/68/167, on 18.Dec. 2013, The Right to Privacy in the Digital Age

<https://digitallibrary.un.org/record/764407?ln=en&v=pdf>

A/RES/78/213, on 22.Dec. 2023, Promotion and Protecting of Human Rights in the Context of Digital Technologies

<https://digitallibrary.un.org/record/4032837?v=pdf>

A/HRC/RES/20/8, on 16.July.2012, The Promotion, Protection and Enjoyment of Human Rights on the Internet.

<https://digitallibrary.un.org/record/731540?v=pdf>

A/HRC/RES/32/13, on 18.July.2016, The Promotion, Protection and Enjoyment of Human Rights on the Internet.

<https://digitallibrary.un.org/record/845727?ln=en&v=pdf>

A/HRC/RES/54/21, on 12,Oct.2023, Right to privacy in the digital age.

- https://digitallibrary.un.org/record/4025243?v=pdf&ln=zh_CN
 Alava.Seraphin,Frau-Meig.Divinia & Hassan.Ghoyada (2017), "Youth and Violent Extermism on Social Media", 1-161.
https://unesdoc.unesco.org/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_ecd7b9f1-ff45-45a7-aab1-19f9e76cf88a?_=260382eng.pdf
 Council of Europe(1981,Jan.10),"Convention for the Protection of Individuals with regard to Automatic Processing of Personal Data "(ETS No. 108).Strasbourg
<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/108>
 Council of Europe.(2018,October10)."Convention for the Protection of Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data, as Amended by the Protocol Amending the Convention for the Protection of Individuals with Regard to Automatic Processing of Personal Data"(CETS No.223).Strasbourg
https://www.echr.coe.int/documents/d/echr/Handbook_data_protection_ENG
 Masur,Philipp K. & others.(2023),"Challenges in Studying Social Media Privacy Literacy", The Routledge Handbook of Privacy and Social Media, 110-123.
https://research.vu.nl/files/313165251/Challenges_in_studying_social_media_privacy_literacy.pdf
 Masur.Philipp K. (2020)," How Online Privacy Literacy Self-Data Protection and Self-Determination in the Age of Information", Media and Communication(ISSN:2183-2439),Volume8,Issue2, 258-269.
<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/2855/1576>
 Johnson.Matthew (2015),MediaSmarts,"Privacy Pirates" ,Access 5/20/2025
<https://mediasmarts.ca/blog/privacy-pirates-0>
 Steeves, Valerie(2012),"Young Canadians in a Wired World, Phase III: the Teachers' Perspectives",MediaSmarts ,3-23
<https://mediasmarts.ca/sites/default/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII-Teachers-Perspectives.pdf>
 UNESCO GAPMIL," Global Media and Information Literacy Week 2022", Access 5/21/2025,
<https://www.unesco.org/en/articles/global-media-and-information-literacy-week-2022#:~:text=To%20contribute%20to%20this%20global,24%20to%2031%20October%202022.>
 Umar,Mushk.(2022), "Privacy Literacy and Digital Media Literacy: Can Digital Media Literacy be Used in Protecting User's Online Privacy?", Journal of Media and Communication Studies, Volume2,Issue1.March2022. 55-67.
https://zenodo.org/record/7513714/files/privacy-literacy-and_63babfff226e0.pdf
 Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on "the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data", and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (Text with EEA relevance)
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
 Wardle.Claire & Derakhshan.Hossein,(2018),"Thinking About Information Order: Formats Of Misinformation , Disinformation, And MAL-Information", Journalism, Fake News & Disinformation,Handbook for Journalism Education and Training, UNESCO

Series on Journalism Education,44-55.

https://unesdoc.unesco.org/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_upload_b32bbe07-eead-4498-8d19-f4e32251a6d7?_=265552eng.pdf

Wilson. Carolyn (2019),”Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education”, CANADIAN COMMISSION FOR UNESCO, 2-17.

<https://en.ccunesco.ca/-/media/Files/Unesco/Resources/2019/11/MediaAndInformationLiteracy.pdf>

Wissinger,C.L,(2017),” Privacy Literacy: From Theory to Practice “, Communications in Information Literacy, Vol.11,Issu.2,378-389.

<https://doi.org/10.15760/comminfolit.2017.11.2.9>

