گزارش یک

نیره ساری

### سکوت مجری قانون در مقابل تبلیغات مزاحم مصداق «ترک فعل» است

# پیامک تبلیغاتی بدون اجازه روی اعصاب مردم

## آیا ارسال پیامک و تماس تبلیغاتی بدون رضایت مخاطب، نقض حریم خصوصی و مصداق جرم است یا فقط بی‌اخلاقی بازاری محسوب می‌شود؟

**هر روز صبح، بی آنکه هنوز پلک‌هایت به روشنایی عادت کرده باشند، پیامکی تبلیغاتی سوت بیدارباش می‌زند، از مرکز آموزشی فلان تا وام فوری بی‌ضمانت. ظهر نرسیده، شماره‌ای ناشناس با صدایی یکنواخت و ضبط‌شده وعده‌هایی توخالی تحویلت می‌دهد؛ وعده‌هایی که نه باورپذیرند، نه منطقی؛ تبلیغاتی که نه مجوزی از شما دارند، نه اجازه‌ای، ارسال پیامک‌ها و تماس‌های تبلیغاتی بدون رضایت مردم، سال‌هاست به عادتی ناپسند و آزاردهنده بدل شده، اما آنچه از همه تلخ‌تر است، بی‌پناهی مردم در برابر این تعرض بی‌صداست. این رفتار فقط مزاحمت روزمره نیست، بلکه ورود بی‌اجازه به حریم خصوصی افراد است؛ حریمی که هم قانون بر آن تأکید دارد و هم کرامت انسانی آن را ایجاب می‌کند، با این حال اغلب مردم نمی‌دانند چگونه باید با این مزاحمت مقابله و به کدام ماده قانونی استناد کنند یا اساساً به کجا شکایت ببرند؛ سکوتی از سر ناآگاهی که راه را برای تداوم این بی‌قانونی باز گذاشته است. در حالی که قوانین روشنی در این باره وجود دارد و حقوق مصرف‌کننده و شهروند، به‌روشنی در آنها تعریف شده، فاصله میان «مکتوب در قانون» و «محسوس در زندگی» هر روز عمیق‌تر می‌شود.**

هیچ قراردادی امضا نکرده‌ای، اما هر روز چند شرکت بدون اجازه‌ات وارد تلفن همراهت می‌شوند، پیام می‌دهند، تماس می‌گیرند، وعده می‌دهند. این گستاخی تبلیغاتی، در سکوت قانونی رخ نمی‌دهد، بلکه در سکوت نهادهای مجری قانون! هرگونه پیام تجاری باید با رضایت صریح و قبلی مصرف‌کننده باشد و طبق مصوبه جدید کمیسیون و تنظیم مقررات ارتباطات، ارسال پیامک‌های تبلیغاتی بدون دریافت اجازه قبلی از مشترکان ممنوع است. پیش‌تر به نقل از مهدی قلیچ‌خانی، معاون اداره کل حفاظت از حقوق مصرف‌کننده سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، نقل شده بود: «ارسال هرگونه پیامک انبوه تبلیغاتی از سوی دارندگان پروانه ارتباطی و فناوری اطلاعات بدون کسب اجازه قبلی از مشترکان، بر اساس مصوبه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات ممنوع اعلام شده است. بر اساس این مصوبه، اپراتورهای تلفن همراه و سایر دارندگان پروانه ارتباطی و فناوری اطلاعات حق ندارند بدون دریافت رضایت صریح و آگاهانه مشترک، اقدام به ارسال پیامک‌های تبلیغاتی انبوه کنند. این ممنوعیت شامل تمامی انواع پیامک‌های تبلیغاتی می‌شود.» با وجود چنین تصریح‌ها، بسیاری از کسب‌وکارها، این پیام‌ها را با استفاده از سامانه‌های پیامکی، خطوط ثابت VoIP یا حتی شماره‌های شخصی می‌فرستند، بدون اینکه گیرنده حتی بداند شماره‌اش از کجا به دست آنها رسیده است.

مسئله از آنجا جدی‌تر می‌شود که مردم، اغلب در مقام «دریافت‌کننده منفعل» باقی می‌مانند. با اینکه ماده ۶۴۱ قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) تأکید دارد هرگاه کسی به وسیله تلفن یا دستگاه‌های مخابراتی دیگر برای اشخاص ایجاد مزاحمت کند، علاوه‌بر اجرای مقررات خاص شرکت مخابرات، مرتکب به حبس از یک تا شش ماه محکوم خواهد شد اما در عمل خبری از اجرای چنین تکالیف قانونی نیست. دلیلش چیست؟ نبود آگاهی، عدم‌دسترسی آسان به مرجع شکایت و در مواردی، بی‌اعتمادی به رسیدگی‌های مؤثر. شکایت در سامانه ۱۹۵ وزارت ارتباطات- که مرجع رسمی رسیدگی به تخلفات اپراتورهاست- یا نتیجه نمی‌دهد یا مردم از پیگیری آن منصرف می‌شوند. به بیان دقیق‌تر، مشکل در «قانون» نیست، بلکه در «اجرای آن» و «عدم‌آشنایی مردم با حقوق خود» است. قانون، رضایت قبلی را لازم دانسته است، اما چند نفر از ما هنگام ثبت‌نام سیم‌کارت یا نصب اپلیکیشن‌ها، دقیقاً می‌خوانیم که داریم به چه چیزی رضایت می‌دهیم؟ شرکت‌ها از این ناآگاهی سوءاستفاده می‌کنند. در فرم‌ها، با فونت ریز و زبان پیچیده، رضایت تبلیغاتی گرفته می‌شود. از سوی دیگر، بسیاری از کسب‌وکارها با خرید بانک‌های اطلاعاتی شماره‌ها- که اغلب به‌صورت غیرقانونی فروخته می‌شوند- تبلیغات خود را بدون هیچ نظارتی ارسال می‌کنند. اینجا دیگر پای «حریم خصوصی» وسط است.

> حریم خصوصی در قانون اساسی هم محترم شمرده شده است، اما تماس تبلیغاتی ناخواسته، با نقض همین اصل، بی‌صدا وارد زندگی مردم می‌شود. قانون هست، اما اجرا کجاست؟

**تماس‌هایی که خاموش نمی‌شوند**

اگر پیامک تبلیغاتی را بتوان با یک حرکت به سمت چپ حذف کرد، تماس‌های صوتی ضبط‌شده، آزاردهنده‌ترند، نه فقط برای اینکه معمولاً در زمان نامناسب تماس می‌گیرند، بلکه چون برخی شرکت‌ها با ترفندهای مختلف، حتی با شماره‌های غیربازاری، وارد تلفن همراه مردم می‌شوند. گاهی شماره، شخصی است. گاهی شبیه شماره آشنا. گاهی حتی با پیش‌شماره خود فرد! تماس برقرار می‌شود و صدای ضبط‌شده می‌گوید: «اگر به دنبال کسب درآمد هستید...» یا «با پرداخت فقط ۵میلیون، صاحب خودروی اقساطی شوید...» و تو فقط خیره مانده‌ای به تلفن خاموشی که فریاد می‌زند.

از منظر حقوقی، این تماس‌ها بیش از آنکه به حوزه تبلیغات مربوط باشند، به حوزه مزاحمت و نقض حریم خصوصی وارد می‌شوند. برخی حقوقدانان معتقدند اگر تماس یا پیامک تکرار شود یا محتوای آن تحقیرآمیز، توهین‌آمیز یا در ساعات استراحت باشد، به‌راحتی مشمول این ماده خواهد شد، ولی باز هم مانع بزرگ، سکوت مجریان است. اپراتورها هم اغلب در نقش ناظر منفعل ظاهر می‌شوند. تجربه عمومی مردم در شکایت مساوی با بی‌پاسخی، تکرار مزاحمت و بعضاً پاک شدن شکایت از پنل کاربری است.

مشکل دیگری که کمتر کسی درباره‌اش می‌گوید، دور زدن فیلترهای ضدتبلیغاتی است. مثلاً اگر مخاطب، کد لغو پیامک تبلیغاتی اپراتور را فعال کرده باشد، شرکت‌های متخلف با استفاده از شماره‌های شخصی یا سیستم‌های تلفنی آنلاین مثل VoIP، همچنان پیام‌ها و تماس‌ها را برقرار می‌کنند، اینجاست که خلأ نظارت خودش را نشان می‌دهد. هرچند سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر (ساترا) و سازمان تنظیم مقررات رادیویی (CRA) متولی ساماندهی این فضا هستند، اما هماهنگی لازم میان این نهادها و قوه قضائیه وجود ندارد. در دنیا، کشورهایی مثل آلمان، فرانسه یا کانادا، قوانین سختگیرانه‌ای برای ارسال تبلیغات بدون رضایت وضع کرده‌اند. در برخی کشورها اگر شرکتی برای تبلیغ با شماره‌ای تماس بگیرد که در «فهرست سیاه ملی» ثبت شده است، جریمه می‌شود، اما در کشور ما، نه تنها چنین فهرستی نداریم، بلکه حتی نمی‌دانیم بانک شماره‌ها چطور و از کجا لو رفته‌اند! از نظر حقوق عمومی، حق بر خلوت یا حق بر سکوت، یکی از ارکان کرامت انسانی است. تبلیغی که بدون رضایت وارد گوش مردم می‌شود، هرقدر مؤدبانه، هرقدر قانونی، وقتی بی‌اجازه است، ناقض این حق است.

مسئله اما فقط این نیست بلکه اعتماد مردم به سرویس‌های رسمی هم در این میان آسیب می‌بینند. وقتی مردم می‌بینند با وجود ثبت در فهرست سیاه، باز هم پیامک می‌گیرند یا تماس می‌شنوند، نتیجه می‌گیرند که شکایت بی‌فایده است و اینجاست که جای خالی یک اراده قاطع، بیش از هر زمان دیگری حس می‌شود. نهادهای نظارتی باید ورود کنند، نه برای مجازات‌های سنگین، بلکه برای وضع رویه، برای ایجاد سامانه ملی مدیریت شماره، برای هماهنگی میان اپراتورها، برای تعریف دقیق مصداق‌های مجاز و غیرمجاز در حوزه تبلیغات صوتی و نوشتاری.

پرسش حقوقی

**؟ مسئولیت ریزش نمای ساختمان بر عهده چه کسی است؟ چه کسی باید خسارت را بپردازد؟**

با توجه به این موضوع که ریزش نمای ساختمان و سقوط سنگ از ساختمان مشکلات زیاد و غیر قابل جبرانی را ایجاد می‌کند که می‌توان گفت کمترین خسارت وارده مالی است، طبق مفادی که در قانون کار بیان شده است تمامی خسارت‌های وارده تا پنج سال اول بر عهده سازنده و مهندسین ناظر بوده است چراکه کم‌کاری از جانب این اشخاص بوده است و باید تمامی جوانب احتیاط را به طور کامل رعایت می‌کردند، اما پس از گذشت پنج سال تمامی مسئولیت بر عهده مدیر یا مالک ساختمان است و باید پاسخگو باشد.

**درمورد ریزش نمای ساختمان چه قوانینی وجود دارد؟**

اگر شما با مشکل ریزش نمای ساختمان روبه‌رو شدید و هر گونه نقشی در ساختمان اعم از مدیر، مالک یا مستأجر را بر عهده دارید، قوانینی وجود دارد که باید آنها را بدانید و رعایت کنید که به شرح زیر است:

**۱. مسئولیت مدیر ساختمان:** مسئولیت حقوقی افتادن سنگ نمای ساختمان روی افراد، ماشین‌های پارک شده و عبوری و جبران خسارت‌های مربوط بر عهده مدیر ساختمان است و در صورت بروز هرگونه مشکلی در این مورد باید به این شخص مراجعه کنید، البته همانطور که بیان کردیم اگر در پنج سال اول ایجاد نما این مشکل ایجاد شود یا ساختمان همچنان در دست ساخت باشد و پایان کار صادر نشده باشد، مدیر و افراد باید برای پیگیری به سازنده مراجعه و از او شکایت کنند، اما در صورتی که سازنده، آپارتمان را به شخص دیگری فروخته باشد، امکان شکایت از وی سلب می‌شود. مگر اینکه در زمان تنظیم مبایعه‌نامه، دوره تضمین و رفع عیب ساختمان با مسئولیت سازنده باشد و ذکر شود که جبران هرگونه خسارت مالی و جانی برعهده شخص سازنده می‌باشد.

**۲. مسئولیت مالکان مجتمع:** در صورت وجود نداشتن صورت‌جلسه رسمی در خصوص تعیین مدیر ساختمان، اگر چنین مشکلی ایجاد شود مسئولیت جبران خسارات برعهده مالکان مجتمع به نسبت مساحت آپارتمان (مساحت اعیانی سند) است و باید تمامی مسئولیت‌ها را بر عهده بگیرند.

**۳. بیمه‌نامه:** لازم است همه مجتمع‌ها دارای بیمه مسئولیت مدنی باشند که در صورت داشتن چنین بیمه‌ای جبران تمام خسارت‌های مالی و جانی نسبت به شخص ثالث باشد. مشخصاً درج آن در بیمه نامه الزامی است، در غیر این صورت خسارتی پرداخت نخواهد شد.

**؟ آیا حبس را می‌توان خرید؟**

در شرایطی خاص، خرید حکم حبس تعزیری یا در واقع، تبدیل مجازات زندان به جزای نقدی، امکانپذیر است که موارد، شرایط و نحوه خرید آن، در فصل نهم قانون مجازات اسلامی، تحت عنوان (مجازات‌های جایگزین حبس) و در مواد ۶۴ به بعد قانون، مورد پیش‌بینی قانونگذار قرار گرفته است. مطابق مواد مزبور، در موارد زیر، امکان خرید مجازات زندان یا در واقع، تبدیل آن به جزای نقدی وجود خواهد داشت: در جرائم عمدی، در صورتی که حداکثر مجازات قانونی جرم انجام گرفته، سه ماه حبس باشد، مجازات‌های جایگزین حبس، از جمله جزای نقدی، اجبارا و الزاماً اجرا می‌شوند. در جرائم عمدی، مشروط بر اینکه مجازات قانونی جرم، ۹۱ روز تا شش ماه حبس تعزیری باشد، به اجبار و الزاماً حکم به مجازات‌های جایگزین، از جمله جزای نقدی می‌شود. در جرائم عمدی که حداکثر مجازات قانونی جرم، بیش از شش ماه تا یک سال حبس بوده، مجازات‌های جایگزین حبس، از جمله جزای نقدی، به اختیار دادگاه اجرا می‌شوند. در تمامی جرائم غیرعمدی، به اجبار و الزاماً حکم به مجازات‌های جایگزین حبس، از جمله جزای نقدی صادر می‌شود، مگر در صورت وجود شرایط خاص. لازم به ذکر است در قانون مجازات، تبدیل حکم حبس تعزیری، صرفاً به جزای نقدی، مورد تصریح قانونگذار قرار نگرفته و قاضی، در تعیین یکی از مجازات‌های جایگزین، به جای مجازات زندان، مخیر است که این مجازات‌ها، عبارتند از: دوره مراقبت، خدمات عمومی رایگان، جزای نقدی، جزای نقدی روزانه و محرومیت از حقوق اجتماعی.

گزارش ۲

گندم زمانی

# اپراتورها پاسخگوی حق‌الناس نیستند

## وقتی نهاد ناظر پاسخ نمی‌دهد و اپراتور تنها پاسخگوی خودش است، حقوق میلیون‌ها کاربر تلفن همراه در برابر کم‌فروشی، تخلف و خدمات ناخواسته، بی‌دفاع رها می‌شود

**خدمات پولی ناخواسته، کسر اعتبار بدون اطلاع قبلی و فعال‌سازی یک‌طرفه سرویس‌های ارزش‌افزوده، از جمله مصادیق بارز تضییع حقوق مصرف‌کننده و نقض اصل رضایت در قراردادهای خدماتی هستند؛ اموری که این روزها در قالب عملکرد برخی اپراتورهای تلفن همراه به شکلی فراگیر، اما بی‌پاسخ تکرار می‌شوند. در بسیاری از موارد، کاربران بدون اطلاع یا رضایت معتبر، در سرویس‌هایی عضو می‌شوند که از نظر قانون تجارت الکترونیک و آیین‌نامه‌های مصوب، فاقد اعتبار حقوقی است. هر نوع اخذ وجه بابت خدمتی که بدون رضایت آگاهانه ارائه شده، غیرقانونی و مستوجب پیگرد است، با این حال فرایند شکایت در عمل نه شفاف است و نه اثربخش. سامانه‌های نظارتی مانند ۱۹۵، شکایات را به همان اپراتوری ارجاع می‌دهند که محل وقوع تخلف بوده است و این، تضاد آشکار با اصول دادرسی بی‌طرفانه و نظام رسیدگی مستقل در دعاوی حقوقی دارد. در غیاب نظارت قضایی مؤثر، بازپرداخت خسارت، سازوکار الزام‌آور و شفاف‌سازی عملکرد اپراتورها و حق‌الناس در ساختار مخدوش نظارت اداری، نادیده گرفته می‌شود و این، نه یک خطای اجرایی، بلکه مسئله‌ای بنیادین در رعایت عدالت اقتصادی و حفظ اعتماد عمومی است.**

قوانین مختلف کشورمان به‌ویژه قانون تجارت الکترونیک، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده و قانون مجازات اسلامی، اصول مهمی برای حمایت از مردم در برابر ارائه‌دهندگان خدمات الکترونیک دارند و طبق آنها هیچ خدمتی نباید بدون اطلاع و رضایت قبلی مصرف‌کننده به او تحمیل شود و عرضه‌کننده کالا و خدمات باید اطلاعات کامل و صحیح درباره ماهیت، قیمت و شرایط آن را پیش از عقد قرارداد ارائه کند، اما چه زمانی قرارداد شکل می‌گیرد؟ آیا اپراتورها، با یک پیامک یا تغییر تنظیمات پیش‌فرض، مجاز به دریافت هزینه‌اند؟

اینجاست که مفهوم رضایت معتبر وارد می‌شود. رضایت باید صریح، آگاهانه و ارادی باشد. فعال‌سازی خدمات بدون اطلاع روشن یا با ترفندهای فنی (مثل کلیک تصادفی در اپلیکیشن)، فاقد ارزش قانونی است.

**آیا این رفتارها تخلف است یا جرم؟**

در مواردی که اپراتور، بدون رضایت واقعی، هزینه‌ای از حساب کاربر برداشت می‌کند، موضوع می‌تواند مصداق تحصیل مال از طریق نامشروع باشد. به بیان ساده، اگر فردی بدون آگاهی و رضایت، پولی پرداخت کند، این عمل می‌تواند واجد عنوان کیفری باشد. از طرفی، برخی وکلا معتقدند این موارد را می‌توان ذیل حقوق مدنی نیز پیگیری کرد، یعنی شکایت بابت «استیفای بلاجهت» یا «سلب منفعت مشروع»، اما در عمل، برای مردم، شکایت از اپراتور نه ممکن است، نه ارزان، نه بی‌دردسر.

**سازمان تنظیم مقررات، ناظر یا واسطه؟**

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، طبق اساسنامه، وظیفه دارد بر عملکرد اپراتورها نظارت کند و پاسخگوی شکایات کاربران باشد. سامانه ۱۹۵ دقیقاً برای این طراحی شده، اما در عمل ۹۰ درصد شکایات مردمی به جمله‌ای تکراری ختم می‌شود: «به اپراتور ارجاع شد.» در واقع، همان شرکتی که متهم است، خودش هم قاضی می‌شود! این روند، برخلاف اصل شفافیت در دادرسی اداری است. طبق قانون مدیریت خدمات کشوری، رسیدگی به شکایات مردم باید «نظام‌مند، بی‌طرفانه و شفاف» باشد، اما وقتی ناظر، فقط گزارش اپراتور را می‌پذیرد، دیگر نمی‌توان از عدالت حرف زد.

**چرا مردم نمی‌توانند شکایت مؤثر کنند؟**

اگر کسی بخواهد واقعاً از اپراتور شکایت کند، مسیر قانونی چیست؟ دادگاه عمومی؟ دیوان عدالت اداری؟ شوراهای حل اختلاف؟ پاسخ این است: هیچ مسیر کارآمد و مشخصی وجود ندارد.

اپراتورها، شرکت خصوصی هستند اما با مجوز دولتی. رسیدگی به تخلفات آنها در چارچوب خاصی نیست. شکایت کیفری به نتیجه نمی‌رسد، چون اثبات سوءنیت دشوار است. شکایت حقوقی هم زمان‌بر و هزینه‌بر است و اغلب مردم به خاطر مبلغ پایین، آن را رها می‌کنند.

**«حق‌الناس» وقتی کوچک شمرده می‌شود**

اینکه هر کاربر فقط چند هزار تومان زیان ببیند، نباید سبب بی‌تفاوتی شود، چون این مبلغ برای اپراتورها، با ضرب در دهها میلیون مشترک، به میلیاردها تومان سود تبدیل می‌شود. از منظر دینی و قانونی، حق‌الناس، ولو اندک، محترم و واجب‌التأدیه است. «حتی یک ریال از مال مردم، اگر بدون رضایت گرفته شود، ضامن است.»

وقتی یک سامانه، خدمات پولی را بدون رضایت فعال می‌کند، نه‌فقط مرتکب تخلف اقتصادی، بلکه آلوده به فساد شده است. این فساد، نه با هیاهو، بلکه با تکرارهای کوچک، با زیرپا گذاشتن رضایت مشتری و با بی‌پاسخ گذاشتن شکایت‌ها، هر روز بازتولید می‌شود.

**روایت‌هایی که تمام نمی‌شوند**

«من شارژ خریدم، ولی طی پنج دقیقه بدون اینکه کاری کنم، صفر شد. تماس گرفتم با اپراتور، گفتید عضو فلان سرویس شدید. گفتم کی عضو شدم؟ گفت سیستم خودش فعال کرده!» اینها فقط نمونه‌ای از دهها پیام مردمی در شبکه‌های اجتماعی، انجمن‌های حقوق مصرف‌کننده و حتی گزارش‌های رسانه‌هاست. از فعال‌سازی ناخواسته گرفته تا کسر اشتباه اینترنت، از تماس‌های تبلیغاتی ضبط‌شده تا فروش بسته‌های اینترنت با حجم واقعی کمتر. مردم نه فقط از هزینه‌های مالی که از احساس بی‌پناهی شاکی‌اند، اینکه در یک ساختار قانونی پیچیده، کسی پشت‌شان نیست. در شهرستان‌ها، دسترسی به نهادهای شکایت حتی سخت‌تر است. مثلاً برای ثبت یک شکایت رسمی باید اینترنت داشت، کد پیگیری گرفت، مدارک بارگذاری کرد و منتظر تماس اپراتور ماند. خیلی‌ها، وسط مسیر خسته می‌شوند و اگر پیگیر هم بمانند، در نهایت فقط یک پیام می‌آید: «در حال پیگیری از سوی اپراتور.»

**خلأ قانونی یا خلأ در اجرا؟**

در نگاه اول، به نظر می‌رسد ما با کمبود قانون مواجهیم، اما در واقع، بیشتر خلأها از اجرای ناقص یا اراده ناکافی نهادهای ناظر نشئت می‌گیرد. قانون تنظیم مقررات ارتباطات، اپراتورها را ملزم کرده که هیچ‌گونه خدمات ارزش‌افزوده‌ای را بدون اطلاع شفاف و رضایت مشترک، فعال نکنند، اما چه کسی نظارت می‌کند که این اطلاع‌رسانی دقیق بوده یا نه؟ هیچ سازوکار مؤثر، مستقل و مردمی برای راستی‌آزمایی این ادعاها وجود ندارد. سازمان تنظیم مقررات، خود مجوزدهنده است، خود داور است و در نهایت، مجازات‌کننده. این تمرکز قدرت، مانع شفافیت می‌شود. نکته مهم دیگر این است که قوانین جدید تجارت دیجیتال و آیین‌نامه‌های مربوط، اکثراً حالت توصیه‌ای دارند و ضمانت اجرایی کافی برای جبران خسارت مالی کاربران ندارند. از همین روست که اپراتورها، بدون نگرانی از تبعات حقوقی یا کیفری، هر اشتباهی را با یک پیام معذرت‌خواهی جبران می‌کنند و هیچ‌کس مؤاخذه نمی‌شود.

**سکوت سنگین نهادهای بالادستی**

در کنار سازمان تنظیم مقررات، وزارت ارتباطات، شورای عالی فضای مجازی و حتی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس نیز می‌توانند وارد میدان شوند، اما اغلب این نهادها تا زمانی که «موضوع کلان» رسانه‌ای نشود، وارد رسیدگی نمی‌شوند. در حالی که صیانت از حقوق مردم، به‌ویژه حقوق کوچک، از بزرگ‌ترین مصادیق عدالت‌ورزی است. اینکه یک شهروند نتواند چند هزار تومان زیان خود را بازگرداند، اما یک شرکت میلیاردی، از تکرار این ظلم سود ببرد، خود یک بی‌عدالتی است.

**اپراتورها چرا پاسخگو نیستند؟**

اپراتورها در چارچوب قراردادهای انحصاری یا نیمه‌انحصاری، با اختیارات گسترده و بدون رقابت جدی، خود را نیازمند پاسخگویی نمی‌بینند. آنها حتی به رسانه‌ها هم به‌سختی پاسخ می‌دهند. فقدان نهاد ناظر مستقل باعث شده اپراتور، هم ارائه‌دهنده خدمات باشد و هم قاضی در پرونده تخلف خودش.

**چه باید کرد؟**

**۱. ایجاد نهاد داوری مستقل:** مشابه سازمان حمایت مصرف‌کننده در حوزه کالا، باید نهادی مستقل با بودجه عمومی برای داوری در حوزه ارتباطات ایجاد شود؛ نهادی که پرونده‌های شکایت از اپراتورها را با دسترسی مستقیم بررسی کند، نه از طریق خود اپراتورها.

**۲. الزام به بازپرداخت اتوماتیک زیان‌ها:** در صورت اثبات اشتباه در قبض، پیامک ناخواسته یا کم‌فروشی اینترنت، اپراتورها باید به‌صورت خودکار خسارت را به حساب مشترک بازگردانند.

**۳. شفافیت عملکرد سامانه ۱۹۵:** گزارش‌های فصلی از میزان شکایت‌ها، پاسخ‌دهی و احکام صادرشده باید به‌صورت عمومی منتشر شود.

**۴. امکان شکایت حقوقی گروهی:** افراد به‌صورت جمعی از اپراتورها، با حمایت نهادهای مردمی یا سازمان‌های مردم‌نهاد شکایت کنند.

**۵. نظارت قضایی بر سامانه‌های خدمات ارزش‌افزوده:** دستگاه قضا باید ورود و به‌ویژه در حوزه «خدمات ارزش‌افزوده» سازوکار نظارتی دقیق اعمال کند.