

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات

عنوان:

جایگاه حریم خصوصی از دیدگاه افراد مشهور و روزنامه‌نگاران

بررسی و مقایسه دیدگاه‌های هنرمندان، ورزشکاران و سیاستمداران و روزنامه‌نگاران

در مورد حریم خصوصی

نگارنده: افسانه حسین زاده

استاد راهنما: دکتر محمد مهدی فرقانی

استاد مشاور: دکتر یونس شکرخواه

استاد داور: دکتر ابوتراب طالبی

سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹

تقدیم به **مادر**

که پشت به پشت تکیه گاهم بود

به **استاد**

که چراغی در دست پیش راهم بود

و به **دوست**

که تا رسیدن به بهار سایه به سایه همراهم بود

چکیده

تحقیق حاضر، کوششی برای بررسی و مقایسه دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران و افراد مشهور در مورد جایگاه حریم خصوصی به منظور یافتن نقاط اشتراک و تمایز دیدگاه آنهاست. آگاهی از این دیدگاه‌ها ما را قادر خواهد ساخت تا در حرفه روزنامه‌نگاری به تفاوت میان آنچه مردم به عنوان "حق" خود باید بدانند و آنچه "دوست دارند" بدانند، دست پیدا کنیم. از این رو، ضمن مروری بر نظریه‌های بلک-داگلاس، امرسون و ادوارد بلوستین و در ادامه نظریه دیوید آرکارد، کوشش شد تا دیدگاه‌های هر دو گروه در مورد اولویت دو حق آزادی بیان و حریم خصوصی مورد بررسی قرار گیرد و بر همین اساس، سوال‌ها (گویه‌های) تحقیق برای استفاده از روش کیو "Q" تدوین شد.

به همین منظور، در این پژوهش تلاش شد تا این خطوط قرمز با جستاری در قوانین موجود در کشور چه در زمینه حمایت از حریم خصوصی و چه در پشتیبانی از آزادی بیان و مطبوعات با بررسی نقاط اشتراک و تمایز دیدگاه‌های دو گروه روزنامه‌نگاران و افراد مشهور که در این تحقیق شامل سیاستمداران، هنرپیشه‌ها و ورزشکاران می‌شوند، تعیین شود. یافته‌های حاصل از آزمون کیو گویای آن بود که دو گروه آزمون، دیدگاه‌هایی متفاوت در مورد اولویت آزادی بیان و حریم خصوصی در انتشار مطالب دارند. روزنامه‌نگاران چنانچه انتظار می‌رفت، آزادی بیان را حق اساسی بشر و غیر قابل نقض با توجهاتی چون حق حریم خصوصی می‌دانستند و چهره‌ها نیز بر لزوم حمایت از حریم خصوصی در هر شرایطی تاکید داشتند.

با این حال، هیچ یک از دو گروه، انتشار مطالب را با توجیه کنجکاوی عمومی شایسته نمی‌دانستند. در واقع، از نظر هر دو گروه آزمون، آنچه مردم باید در مورد چهره‌ها بدانند، آن چیزی نیست که دوست دارند، بلکه مطالبی است که در تصمیم‌گیری آنها درباره سرنوشت خود به عنوان عضوی از جامعه مدنی تاثیرگذار است. از سوی دیگر، هر دو گروه به اتفاق بر ناکافی بودن حمایت‌های قانونی در کشور و لزوم وجود قانونی مستقل و سختگیرانه تر برای حریم خصوصی تاکید داشتند. از این رو، با به آزمون گذاشتن تعاریف موجود در لایحه حریم خصوصی، نوع‌بندی‌های مختلف این حریم بررسی و بر اساس اشتراک نظر پاسخگویان، مدلی فرضی برای حریم خصوصی ارائه شد.

واژگان کلیدی: حریم خصوصی، آزادی بیان، کنجکاوی عمومی، نفع عمومی

فهرست مندرجات

فصل اول - کلیات

- مقدمه..... ۲
- ۱-۱- طرح مسئله ۳
- ۱-۲- ضرورت و اهمیت مسئله ۵
- ۱-۳- تشریح فرایند تاریخی مسئله ۷
- ۱-۴- اهداف اصلی تحقیق ۸
- ۱-۵- سوالات تحقیق ۸

فصل دوم- ادبیات پژوهش و مبانی نظری

بخش اول: مروری بر ادبیات پژوهش

- مقدمه ۱۱
- ۲-۱-۱- مروری بر تحقیقات پیشین ۱۲
- الف) مروری بر پژوهش‌های داخلی ۱۲
- ب) مروری بر پژوهش‌های خارجی ۱۷
- ۲-۱-۲- پیشینه مفهوم‌سازی حریم خصوصی ۱۹
- ۲-۱-۳- تعریف مفاهیم ۲۱
- ۲-۱-۳-۱- حریم خصوصی چیست؟ ۲۱
- الف) تعاریف عمومی حریم خصوصی ۲۲
- ب) تعاریف حریم خصوصی از نگاه صاحب‌نظران ۲۳
- ج) نگاه دین به حریم خصوصی و اهمیت کرامت انسانی ۲۵

- ۲۶ ممنوعیت تجسس، تحسس و تفتیش
- ۲۸ ممنوعیت سوء ظن
- ۲۸ ممنوعیت ورود بدون استیذان به منازل
- ۲۸ ممنوعیت استراق سمع و بصر
- ۲۹ (د) حوزه‌های حریم خصوصی و دلیل گستردگی آن
- ۳۰ ۲-۱-۳-۲- آزادی، آزادی بیان و آزادی‌های شخصی
- ۳۲ الف) آزادی شخصی
- ۳۵ ب) آزادی فکر
- ۳۷ ۲-۱-۴- نظام‌های سیاسی و جایگاه حریم خصوصی
- ۳۹ ۲-۱-۵- رسانه‌ها، روزنامه‌نگاری نوین و حریم خصوصی
- ۴۴ ۲-۱-۶- حریم خصوصی در قوانین ایران
- ۴۵ الف) قانون اساسی
- ۴۷ ب) قانون آیین دادرسی کیفری
- ۴۹ ج) قانون مجازات اسلامی
- ۵۱ د) قانون مطبوعات
- ۵۴ ه) لایحه آزادی اطلاعات
- ۵۵ و) لایحه حریم خصوصی
- ۵۶ ۲-۱-۷- اصول اخلاقی و حریم خصوصی
- ۶۰ الف) منشور وظایف حرفه‌ای روزنامه‌نگاران فرانسه
- ۶۱ ب) اصول اخلاقی روزنامه‌نگاران آمریکا
- ۶۱ ج) مقررات اخلاقی حرفه‌ای اتحادیه ملی روزنامه‌نگاران انگلیس

۶۲ اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری یونسکو (۱۹۸۳).....

۶۲ اصول اخلاقی روزنامه‌نگاری در ایران.....

بخش دوم: مبانی نظری تحقیق

۶۵ ۲-۲-۱- تهدیدکنندگان حریم خصوصی در جامعه اطلاعاتی.....

۷۰ ۲-۲-۲- نظریه دولت- ملت‌ها و لزوم نظارت.....

۷۲ ۲-۲-۳- حمایت مطلق از آزادی بیان.....

۷۳ ۲-۲-۴- حمایت مطلق از حریم خصوصی.....

۷۵ ۲-۲-۵- آزادی مطبوعات؛ حق دانستن و الزامات خودمداری.....

۷۷ ۲-۲-۶- نظریه ارزشمندی خبر.....

۷۸ ۲-۲-۷- شهرت، نفع عمومی یا کنجکاوی؟.....

۸۲ جمع بندی.....

بخش سوم: چارچوب نظری تحقیق

فصل سوم - روش‌شناسی تحقیق

۸۹ مقدمه.....

۹۰ ۳-۱- نوع پژوهش.....

۹۰ ۳-۲- روش و تکنیک کیو.....

۹۱ ۳-۳- مراحل اجرا و تحلیل و تفسیر یافته‌ها.....

۹۲ ۳-۳-۱- نمونه‌های کیو.....

۹۳ ۳-۳-۲- آماده‌سازی گویه‌ها.....

۹۳ ۳-۳-۳- انتخاب مشارکت‌کنندگان.....

- ۹۳ ۳-۳-۴ تحلیل و تفسیر داده‌ها
- ۹۴ ۳-۴-۳ اعتبار و پایایی آزمون کیو
- ۹۵ ۳-۵-۳ روش کیو و کاربرد آن در این پژوهش

فصل چهارم - تجزیه و تحلیل یافته‌ها

- ۱۰۴ مقدمه
- ۱۰۵ ۴-۱-۴ همبستگی میان پاسخگویان
- ۱۰۶ ۴-۲-۴ دسته‌بندی پاسخگویان در آزمون کیو
- ۱۰۷ ۴-۳-۴ نمره‌دهی گونه‌ها به گویه‌های آزمون
- ۱۰۸ ۴-۳-۱-۴ گونه نخست
- ۱۱۱ ۴-۳-۱-۱-۴ گستره حریم خصوصی
- ۱۱۲ ۴-۳-۱-۲-۴ نوع‌بندی حریم خصوصی
- ۱۱۴ ۴-۳-۱-۳-۴ تقابل میان حق آزادی بیان و حریم خصوصی
- ۱۱۵ ۴-۳-۱-۴-۴ مرز میان کنجکاوی عمومی و منافع عمومی
- ۱۱۶ ۴-۳-۱-۵-۴ لزوم تدوین قانون جدید برای حریم خصوصی
- ۱۱۶ ۴-۳-۱-۶-۴ دیدگاه‌ها در مورد دین و حریم خصوصی
- ۱۱۷ ۴-۳-۱-۷-۴ نظارت دولت و جایگاه آن در احقاق حقوق شهروندی
- ۱۱۹ ۴-۳-۲-۴ گونه دوم
- ۱۲۰ ۴-۳-۲-۱-۴ گستره حریم خصوصی
- ۱۲۲ ۴-۳-۲-۲-۴ نوع‌بندی حریم خصوصی
- ۱۲۴ ۴-۳-۲-۳-۴ تقابل میان حق آزادی بیان و حریم خصوصی

- ۱۲۵.....۴-۳-۲-۴ کنجکاوی عمومی یا منافع عمومی
- ۱۲۵.....۴-۳-۲-۵ لزوم تدوین قانون جدید برای حریم خصوصی
- ۱۲۶.....۴-۳-۲-۶ دین، مدافع حریم خصوصی
- ۱۲۶.....۴-۳-۲-۷ نظارت دولت و جایگاه آن در احقاق حقوق شهروندی
- ۱۲۸.....۴-۴ مقایسه دو گروه آزمون و تعیین نقاط اشتراک و تمایز
- ۱۳۱.....۴-۴-۱ گستره حریم خصوصی
- ۱۳۲.....۴-۴-۲ نوع‌بندی حریم خصوصی
- ۱۳۴.....۴-۴-۳ تقابل میان حق آزادی بیان و حریم خصوصی
- ۱۳۵.....۴-۴-۴ مقایسه دیدگاه‌ها در مورد مرز میان کنجکاوی عمومی و منافع عمومی
- ۱۳۸.....۴-۴-۵ مقایسه دیدگاه‌ها در مورد لزوم تدوین قانون جدید برای حریم خصوصی
- ۱۳۸.....۴-۴-۶ دیدگاه گونه‌ها در مورد دین، مدافع حریم خصوصی
- ۱۳۸.....۴-۴-۷ مقایسه دیدگاه‌ها در مورد نظارت دولت
- ۱۳۹.....۴-۴-۸ مقایسه دیدگاه‌ها در مورد اصول اخلاقی و حمایت از حریم خصوصی
- ۱۴۰.....۴-۴-۹ یافته‌های مفهومی حریم خصوصی از نگاه گونه‌ها

فصل پنجم - نتیجه‌گیری

- ۱۴۴.....۵-۱ جمع‌بندی
- ۱۴۴.....۵-۱-۱ جمع‌بندی تحلیل‌های آماری
- ۱۴۵.....۵-۱-۲ جمع‌بندی پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان به سوالات تحقیق
- ۱۵۰.....۵-۲ محدودیت‌های تحقیق
- ۱۵۰.....۵-۳ پیشنهادات

فهرست جدول‌ها

| | |
|--|-----|
| جدول ۱-۴- بالاترین ضرایب همبستگی بین پاسخگویان ۱۰۵ | ۱۰۵ |
| جدول ۲-۴- دسته‌بندی مشارکت‌کنندگان به دو گونه بر اساس آزمون کیو ۱۰۷ | ۱۰۷ |
| جدول ۳-۴- گویه‌های دارای بیشترین میزان موافقت در گونه اول ۱۰۹ | ۱۰۹ |
| جدول ۴-۴- گویه‌های دارای بیشترین میزان مخالفت در گونه اول ۱۱۰ | ۱۱۰ |
| جدول ۵-۴- نمره‌دهی پاسخگویان گونه اول به شاخص‌های حریم خصوصی ۱۱۲ | ۱۱۲ |
| جدول ۶-۴- نمرات استاندارد گونه اول به گویه‌های تعیین رویکرد نسبت به نظارت‌های دولتی ۱۱۷ | ۱۱۷ |
| جدول ۷-۴- گویه‌های دارای بیشترین موافقت در گونه دوم ۱۱۹ | ۱۱۹ |
| جدول ۸-۴- گویه‌های دارای بیشترین مخالفت در گونه دوم ۱۲۰ | ۱۲۰ |
| جدول ۹-۴- نمره‌دهی پاسخگویان گونه دوم به شاخص‌های حریم خصوصی ۱۲۲ | ۱۲۲ |
| جدول ۱۰-۴- نمرات استاندارد گونه دوم به گویه‌های تعیین رویکرد نسبت به نظارت‌های دولتی ۱۲۷ | ۱۲۷ |
| جدول ۱۱-۴- گویه‌های دارای بیشترین میزان توافق در دو گونه در فاصله نمره استاندارد $-۰/۵$ و $+۰/۵$ ۱۲۸ | ۱۲۸ |
| جدول ۱۲-۴- گویه‌های دارای کمترین میزان توافق در دو گونه ۱۳۰ | ۱۳۰ |
| جدول ۱۳-۴- تفاوت نمرات استاندارد دو گونه در مورد گویه‌های شاخص حریم خصوصی ۱۳۲ | ۱۳۲ |
| جدول ۱۴-۴- تفاوت نمرات استاندارد دو گونه در مورد مرز میان کنجکاوی عمومی و منفعت عمومی ۱۳۷ | ۱۳۷ |
| جدول ۱۵-۴- تفاوت نمرات استاندارد دو گونه در گویه‌های تعیین رویکرد نسبت به نظارت‌های دولتی ۱۳۹ | ۱۳۹ |
| جدول ۱۶-۴- تفاوت نمرات استاندارد دو گونه در گویه‌های اصول اخلاقی حرفه‌ای روزنامه‌نگاری ۱۴۰ | ۱۴۰ |

فهرست شکل‌ها

-۱:۵..... شکل ۱-۴- تحلیل پیوندی همبستگی میان مشارکت‌کنندگان در دو گروه
-۱:۱۱..... شکل ۲-۴- طیف دیدگاه‌ها نسبت به گستره حریم خصوصی در گونه اول
-۱:۱۳..... شکل ۳-۴- شمای نوع‌بندی حریم خصوصی از دیدگاه گونه اول
-۱:۱۴..... شکل ۴-۴- طیف دسته‌بندی رویکرد گونه اول در مورد تقابل آزادی بیان و حریم خصوصی
-۱:۱۵..... شکل ۵-۴- مرز میان کنجکاوی عمومی و منافع عمومی آرکارد از نگاه گونه اول
-۱:۲۱..... شکل ۶-۴- طیف دیدگاه‌ها نسبت به گستره حریم خصوصی در گونه دوم
-۱:۲۳..... شکل ۷-۴- شمای نوع‌بندی حریم خصوصی از دیدگاه گونه دوم
-۱:۲۴..... شکل ۸-۴- طیف دسته‌بندی رویکرد گونه دوم در مورد تقابل آزادی بیان و حریم خصوصی
-۱:۲۵..... شکل ۹-۴- مرز میان کنجکاوی عمومی و منافع عمومی آرکارد از نگاه گونه دوم
-۱:۳۱..... شکل ۱۰-۴- طیف دیدگاه‌ها نسبت به گستره حریم خصوصی در گونه دوم
-۱:۳۳..... شکل ۱۱-۴- شمای فرضی نوع‌بندی مورد توافق دو گونه برای حریم خصوصی
-۱:۳۴..... شکل ۱۲-۴- طیف دسته‌بندی رویکرد دو گونه در مورد تقابل آزادی بیان و حریم خصوصی
-۱:۳۵..... شکل ۱۳-۴- تعیین مرز میان کنجکاوی عمومی و منفعت عمومی از دیدگاه هر دو گونه

فهرست منابع و مأخذ۱:۵۳

فهرست ضمائیم و پیوست‌ها

-۱:۵۷ پرسشنامه پژوهش
-۱:۶۲ لایحه حریم خصوصی

فصل اول

کلیات پژوهش ←

مقدمه

مایکل کین^۱ بازیگر مشهور هالیوود می‌نویسد؛ زمانی در کنار رودخانه تایمز لندن قدم می‌زده که خانواده‌ای ایرانی او را می‌بینند و می‌شناسند، جلو می‌آیند و با ابراز غیر قابل وصف خوشحالی خود، از او می‌خواهند که عکسی بگیرد. او قبول می‌کند. پدر خانواده دوربین را به کین می‌دهد و همراه با خانواده پشت به رودخانه می‌ایستد و به او می‌گوید:

"حاضریم، بگیر!"

شهرت، لایه‌های پنهانی دارد. با این حال، مهم‌ترین چیزی که برای فرد مشهور دارد، تناقضی درونی برای شناخته شدن و شناخته نشدن است. از شناخته شدن و با انگشت نشان داده شدن لذت می‌برد اما گاهی همین حرکت، او را می‌آزارد و در او این حس را بوجود می‌آورد که «تنهایی» اش از میان رفته است. حقی که از ابتدای به دنیا آمدنش به او داده شده بود و اکنون به اندازه‌ای رنگ باخته که مرز میان خوشحالی و ناراحتی او برای شناخته شدن را مبهم کرده است.

این مسئله را در خاطره بالا نیز می‌توان دید. وی از شناخته شدن لذت برده، اما از چنین برخوردی تعجب کرده است. گویا این، حرکتی طبیعی است که همواره در کوچه و خیابان مورد توجه قرار گیرد و در کنار مردم از وی عکس گرفته شود. اما چه چیزی این انتظار را در وی بوجود آورده است؟... پاسخ بدون شک توجه دیگران است. در واقع، شهرت به کالایی می‌ماند که عرضه و تقاضا در آن نقش بازی می‌کند. کالایی که تقاضا و کنجکاوی عموم به آن، عرضه آن را نیز جذاب کرده است و در این میان، این رسانه‌ها بوده‌اند که با بهره‌گیری از «صنعت ژورنالیسم شهرت»^۲ که همچون هر صنعت دیگری به بازار خود می‌اندیشد، با ورود به حریم خصوصی افراد مشهور، بازار ذهن کنجکاوی مخاطبان خود را داغ می‌دارند.

طی سال‌های اخیر، تعادل بین آزادی مطبوعات و حریم خصوصی، موضوع مناقشه بسیاری از دادگاه‌ها بویژه در عرصه تجاوز به حریم شخصی چهره‌ها و روزنامه‌نگاری شهرت بوده و در این بین، «منفعت عمومی» به عنوان خط قرمز و مرز این تعادل نقش بازی کرده است.

این در حالی است که برخی وکلا، نفع عمومی را تنها توجیهی برای ارضای کنجکاوی عمومی می‌دانند و معتقدند در جوامع دموکراتیک، رسانه‌ها با تبدیل به «رکن چهارم دموکراسی»، وظیفه نظارت را به اشتباه، «دخالت و ورود سرزده به حریم خصوصی افراد» تعبیر کرده‌اند. با این حال، این توافقی همگانی است که در این دعوا نباید هیچ یک

1. Michael Caine

2. Celebrity Journalism

از طرفین، خود را برنده دائمی فرض کند و از این روست که نفع عمومی به عنوان شمشیر دولبه قانونی، همواره راه را برای تصمیم عادلانه باز گذاشته است.

یافتن تفاوت میان "آنچه مردم باید بدانند" و "آنچه مردم دوست دارند بدانند"، موضوع مورد نظر این پژوهش است.

۱-۱- طرح مسئله

«شهرت، تنهایی را می‌دزدد. همه جا نگاهت می‌کنند، همه جا با تو هستند، زیر ذره بین هستی. فقط در خانه می‌شود تنها بود؛ اگر تلفن‌های علاقه‌مندان بگذارد! در خانه هم باید همیشه پرده‌ها کشیده باشد. من هم مثل هر آدم دیگری، تنهایی می‌خواهم. من هم به تنهایی نیاز دارم!»

رضا کیانیان بازیگر مشهور سینمای ایران در مقدمه کتاب خود با عنوان «این مردم نازنین»، فصل فصل خاطرات خود را در برخورد با مردم طی سال‌های بازیگری‌اش آورده است.

از دیدگاه وی، این که بازیگر همیشه در معرض دید است، زندگی او را دشوار می‌کند. بازیگران، خاطرات بسیاری دارند از این که حواسشان نبوده و دیده‌اند که کسی با گوشی تلفن همراه از آنها فیلم و عکس می‌گیرد. بنابراین، آنها باید در تاکسی، اتوبوس، خیابان و مهمانی، مراقب اطراف خود باشند تا دوربینی به سمتشان نشانه نرود. تازه این قسمت خوب ماجراست. قسمت بد آن، زمانی است که تصویر جعلی بوده، ربطی به بازیگر مشهور ندارد. آن وقت، عده‌ای این تصاویر و فیلم‌ها را با نام بازیگر مورد نظر، بین مردم پخش می‌کنند و هر چند وقت یک بار با این خبر مواجه می‌شویم که «یک هنرپیشه معروف سینما به دلیل انتشار بلوتوث‌های جعلی که تحت عنوان وی منتشر شده است، به مراجع قانونی شکایت کرد.»

در بیشتر موارد هم تحقیقات نیروی انتظامی نشان از جعلی بودن این تصاویر دارد. وقتی این خبر دوم را می‌شنویم، دلمان برای آن بازیگر می‌سوزد؛ از این که یک عده چقدر راحت با آبرویش بازی کرده‌اند. آن وقت از هر چه «شهرت» است، متنفر می‌شویم.

با این حال، بیشتر چهره‌ها پذیرفته‌اند که شهرت، دردسرهای خود را دارد آنچنان که کیانیان نیز در کتاب خود خطاب به بازیگرانی که از این دردسرها گلایه دارند، می‌نویسد: «تو اطوار ریختی که حالا مردم به سراغت می‌آیند. مردم که اطوار نریختند تا تو بروی سراغشان. می‌خواستی بازی نکنی! وقتی وارد این حرفه شدی، از خدا می‌خواستی که آدم مشهوری بشوی. حالا که شدی، می‌خواهی مردم طرفت نیابند و این نمی‌شود.»

این واقعیتی پذیرفته شده در سطح بین‌المللی است که: شهرت ذاتاً حریم خصوصی را بی‌معنا می‌کند.

محبوبیت، مسئولیت و ... که از لوازم شهرت بشمار می‌روند، بی‌تردید پرده‌های حریم خصوصی افرادی را که پای در این عرصه گذاشته‌اند، کنار می‌زند و مرز میان حریم خصوصی و قلمرو عمومی را از میان برمی‌دارد؛ مرزی مبهم و نامعلوم که دیگر پای گذاشتن بر آن را نمی‌توان تجاوزز به خط قرمزها دانست چرا که با پذیرفتن محبوبیت و مسئولیت، رسانه‌ای شدن اجتناب‌ناپذیر بوده و خطوط قرمز زندگی خصوصی فرد رنگ می‌بازد.

اینجاست که رسانه‌ها برای جذب مخاطبان خود و در واقع بر اساس خواسته درونی و کنجکاوی آنها به سراغ این خطوط نامرئی می‌روند؛ تارهای نازکی که همیشه هم نمی‌توانند به سلامت از آنها عبور کنند و هر از چندی با بریده شدن یکی از آنها غائله‌ای به راه می‌افتد که شاید هیچگاه، طرفین این غائله نتوانسته‌اند "درستی یا نادرستی" ادعای خود را با قطعیت به اثبات برسانند.

این که چه عواملی این عدم قطعیت را موجب شده‌اند، سوال اصلی ماست.

قانون، اصول اخلاقی، دین، نهادهای مدنی و سازمان‌های بین‌المللی همگی داعیه دفاع از حریم خصوصی افراد را دارند که با وجود تفاوت‌هایی در حد و مرزها همواره حامی خط قرمزها بوده‌اند. در ایران نیز اصول ۲۲ و ۲۵ قانون اساسی بطور خاص، تجسس در زندگی افراد را ممنوع دانسته، اما مرز آن را تنها با این تعریف محدود کرده است:

« حیثیت، جان، مال، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از هر گونه تعرض مصون بوده و حکومت و مردم باید به این محدوده احترام گذاشته و متعرض کسی نگردند». (اصل ۲۲ قانون اساسی)

لزوم حمایت از حریم خصوصی و عدم مداخله در امور خصوصی دیگران از آموزه‌های مهم اسلام نیز هست و در سنت پیامبر اکرم(ص) و سیره مسلمانان توصیه‌های بسیاری بر پرهیز از نقض مصادیق مختلف حریم خصوصی افراد آمده است. البته، اصطلاح حریم خصوصی نه در آیات قرآن و نه در روایات اسلامی استعمال نشده و موضع اسلام در مواجهه با آن به اصطلاح «تحویل‌گرایانه» است یعنی در قالب احاله به حقوق و آزادی‌های دیگر آمده است. از سوی دیگر، حریم خصوصی یکی از اصول سازمان بخش جامعه مدنی بشمار می‌رود که امکان شکوفایی انجمن‌ها و تشکل‌های خصوصی را فراهم می‌آورد از این رو، همواره مورد توجه و حمایت این سازمان‌ها قرار گرفته است. با این حال، بزرگترین مهاجمان به حریم خصوصی افراد یعنی دولت و رسانه‌ها نیز دلایل خود را برای این نقض حرمت‌ها دارند؛ چنان که گاه در این کار یکدیگر را نیز محکوم می‌کنند.

اینجاست که این سوالات مطرح می‌شود که آیا این ورود به حریم‌ها ناشی از تفاوت دیدگاه‌ها نسبت به مبحث «حریم خصوصی» است؟ آیا آزادی بیان در ذات خود با حریم خصوصی در تناقض است؟ آیا خط مشخص و قابل تعریفی میان حق دسترسی مخاطبان(مردم) به اطلاعات و حق افراد برای حفظ اطلاعات شخصی وجود دارد؟ آیا می‌توان مرزی میان حریم خصوصی و قلمرو عمومی افراد قائل شد؟ و در آخر این که آیا مجموعه قوانین، دستورات دینی و اصول اخلاقی ما برای حمایت از حق حریم خصوصی افراد کفایت می‌کند؟

پاسخ به این سوال‌ها بطور قطع می‌تواند بسیاری از مناقشات موجود در حرفه روزنامه‌نگاری را حل کند که یکی از مهم‌ترین آنها تقابل دسترسی آزاد به اطلاعات با حریم خصوصی چهره‌هاست.

۲-۱- ضرورت و اهمیت مسئله

در ماده ۱۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر آمده است: «احدی در زندگی خصوصی، امور خانوادگی، اقامتگاه یا مکاتبات خود نباید مورد مداخله خودسرانه واقع شود و شرافت و اسم و رسمش نباید مورد حمله قرار گیرد. هر کس حق دارد که در مقابل اینگونه مداخلات و حملات مورد حمایت قانون قرار گیرد.»

ماده ۱۹ این اعلامیه نیز می‌گوید: «هر کس حق آزادی عقیده و بیان دارد و حق مزبور شامل آنست که از داشتن عقاید خود بیم و اضطرابی نداشته باشد و در کسب اطلاعات و افکار و در اخذ و انتشار آن، با تمام وسائل ممکن و بدون ملاحظات مرزی، آزاد باشد.»

جبهه‌ای که از برخورد دو ماده به ظاهر غیرمتناقض بالامکن است به وجود آید را نمی‌توان انکار کرد. چنان که گفته شد؛ اصول اخلاقی، قانون، دین، نهادهای مدنی و سازمان‌های بین‌المللی همه در دفاع از حریم خصوصی مشارکت دارند اما شدت و ضعف حضور آنها در این دفاع در کشورهای مختلف، متفاوت است. با این حال، بررسی این که کدام یک از این حامیان در تعیین مرزهای حریم خصوصی نقشی پررنگ‌تر دارد، مورد توجه قرار نگرفته است. این در حالی است که حراست از این حریم و مقابله در برابر تهدیدهای احتمالی، یکی از دغدغه‌های همیشگی افراد بوده است. حریم خصوصی به تعبیر صاحب‌نظران حقوقی، گستره‌ای سیال است و این مسئله موجب شده تا این حوزه مورد مناقشه میان دولت، دستگاه قضایی، رسانه‌ها و مردم باشد. در این بین، مردم، شاکیان اصلی این نقض حرمت هستند چرا که با پذیرفتن قانون و محدودیت‌های زندگی اجتماعی، "حقوق شهروندی" را به دست آورده‌اند و دولت در راستای قائل شدن این حق برای آنان، مسئولیت حفظ امنیت و حرمت شهروندان را بر عهده گرفته است. این حق در حقوق بین‌الملل نیز محترم شمرده شده است. با این حال، ظهور فناوری‌های ارتباطی، امکان دست‌یازیدن به این حریم را دوچندان کرده است. در این میان، تعامل رسانه‌ها با این فناوری‌ها در عصر کنونی که عصر ارتباطات نام گرفته است، کارکردی دوگانه را برای آنها به ارمغان آورده است. از یک سو، آنها را از قید نظارت و فیلتریزاسیون گذشته رها ساخته است که این امر چه در مورد رسانه‌های سنتی به دلیل استفاده از محتوای این تکنولوژی‌ها و چه در خصوص رسانه‌های مدرن به دلیل برخورداری از این تکنولوژی‌ها، صدق می‌کند. و از دیگر سو، نقض حریم خصوصی افراد و قدم گذاشتن روی خط قرمزها را تسهیل کرده است. البته نقض این حریم توسط دولت‌ها نیز از دیگر پیامدهای همین عصر یعنی عصر ارتباطات و ظهور جامعه اطلاعاتی است. این که در کم‌رنگ کردن این خط قرمز کدام یک از ناقضان نقش موثرتری دارند نیز، تاکنون مورد بررسی چندانی قرار نگرفته که البته از موضوع این تحقیق خارج است اما می‌تواند در زمره اهداف فرعی قرار گیرد.

چنانچه در ماده ۱۲ اعلامیه یاد شده هم دیده می‌شود، همه افراد حق مستور نگاه داشتن حریم خصوصی خود در مقابل حملات و مداخلات را دارند؛ خواه این فرد یک شهروند معمولی جامعه باشد یا یک شهروند صاحب نام و شهرت؛ به این معنی که با وجود کوچک شدن مرزهای حریم خصوصی برای این افراد، نباید فراموش کرد که در برخورداری از این حق، استثنایی وجود ندارد.

امروز، برقراری تعادل و توازن بین حق دسترسی عمومی به اطلاعات، آزادی رسانه‌ها و حریم خصوصی افراد، مبحثی است که جای درنگ و تأمل بیشتری دارد و مرزهایی پررنگ تر را می‌طلبد. اهمیت این موضوع تا به آنجاست که سازمان‌های بین‌المللی نیز در پی یافتن راهکارهایی برای ایجاد تعادل میان این دو حق اساسی بشر هستند چنانکه یونسکو نیز به تازگی اقدام به تهیه و تنظیم پیش‌نویس "کدهای اخلاقی برای جامعه اطلاعاتی" کرده است. هر چند شالوده اصلی تمام این مباحث را حق دسترسی آزاد مردم به اطلاعات تشکیل می‌دهد، احترام به حریم خصوصی افراد در این پیش‌نویس، بطور ویژه مورد تأکید قرار گرفته است چنانکه در آن، آموزش کاربران ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی برای حفظ حریم شخصی خود از وظایف دولت‌ها برشمرده است.

از سوی دیگر، فعالیت‌های سازمان ملل متحد در زمینه حمایت از حریم خصوصی بویژه در بخش اطلاعات در سال ۱۹۹۰ به تنظیم مقررات تلاش‌های بیطرفانه اطلاعاتی^۱ برای گردآورندگان فایل‌های رایانه‌ای اطلاعات شخصی انجامید که خط مشی‌های ملی را برای حمایت از حریم خصوصی افراد توصیه می‌کند. بیشتر اصول این مقررات را احترام و حفاظت از حریم خصوصی و محرمانگی فرد، تشکیل می‌دهد. در واقع، از یک سو حقوق کسانی که اطلاعات فردی خود را تهیه و در اختیار دیگران می‌گذارند و از سوی دیگر، مسئولیت گردآورندگان این اطلاعات در آن پیش‌بینی شده است. اگرچه توافق تثبیت شده‌ای روی اصول این مقررات پیشنهادی صورت نگرفته، بیشتر بندهای آن در کشورهای مختلف مورد تأیید قرار گرفته است. به عنوان مثال، حق شخص برای محدود کردن دسترسی، استفاده یا انتشار اطلاعات شخصی‌اش از طریق بازبینی و تصحیح آنها در صورت نیاز، یکی از بندهای اصلی این مقررات است. گردآورندگان اطلاعات نیز ملتزم به حفظ امنیت اطلاعات و اطمینان از صحت و جامع بودن آن شده‌اند. حتی برخی از مفسران بر این باورند که از این مقررات توصیه‌ای، حق گمنامی و حداقل‌سازی گردآوری داده‌ها نیز قابل برداشت است.

در کنار مسائلی که به آن اشاره شد و اهمیت حفاظت از حریم خصوصی افراد، مبحث «شهرت» وضعیتی دیگرگونه دارد. در حالی که در دیگر کشورها حفاظت از حریم خصوصی افراد عادی از حریم خصوصی چهره‌ها جدا شده است، در ایران هنوز قانونی که بطور مستقل حریم خصوصی را به عنوان یک حق بشناسد، وجود ندارد در حالی که هر سال شاهد خبرهای بسیاری مبنی بر انتشار بدون اجازه عکس، فیلم یا خبر یکی از این چهره‌ها هستیم که متأسفانه در برخی موارد منجر به ناراحتی‌های عمیق روحی آنها شده است یا حتی در مواردی شاهد کناره‌گیری آنها از مسئولیت یا حرفه خود بوده‌ایم.

1 . Fair Information Practices

۳-۱- تشریح فرآیند تاریخی مسئله

ظهور پاپاراتزی‌ها^۱ به اواخر دهه ۱۹۲۰ بازمی‌گردد؛ زمانی که یکی از هنرپیشه‌های معروف آمریکایی بعد از بازگشت از سفر خود دریافت که موضوع ازدواج پنهانی وی به تیرت نخست روزنامه‌ها تبدیل شده است.

اصطلاح امروزی پاپاراتزی نیز نخستین بار از فیلم "فدریکو فلینی" به نام «زندگی شیرین»^۲ در سال ۱۹۵۹ گرفته شد. در این فیلم، عکاس طماعی به نام «پاپاراتزو»^۳ مدام در حال تعقیب چهره‌ها و هنرپیشه‌های اروپایی بود. نامی ایتالیایی که به معنی «تابش ناگهانی نور فلاش به یک حشره» است. پس از آن بود که پاپاراتزی به عنوان پدیده‌ای فرهنگی کمدی در اروپا از سوی آمریکایی‌ها مورد توجه قرار گرفت تا این که در موضوع مرگ پرنسس دایانا، پاپاراتزی‌ها توسط مردم، «قاتل» لقب گرفتند. مورد حقوقی و غم‌انگیز پرنسس دایانا را باید ابتدای راه دعوای حق حریم خصوصی چهره‌ها علیه رسانه‌ها دانست. اگرچه برخی مطبوعات در زمان مرگ وی کوشیدند تا با تکیه بر "عینیت‌گرایی"^۴، اوضاع را آرام کنند، سرانجام در سال ۱۹۹۹ و پس از ۲۲ سال، عکاسان خبری این حادثه متهم شناخته شده و برکنار شدند.

این، آغاز راه هجوم عکاسان و روزنامه‌نگاران به حریم خصوصی افراد بود اما پس از آن چهره‌ها آموختند که می‌توانند برای تعقیب‌های پنهانی از این مهاجمان شکایت کنند. این همان کاری بود که نآمی کمپل^۵ مدل سیاهپوست انگلیسی که پس از خروج از یک درمانگاه ترک اعتیاد، شکار یکی از پاپاراتزی‌ها شده بود، انجام داد. اگرچه در این دعوا، روزنامه منتشرکننده عکس به دلیل ورود به حریم خصوصی و خود وی به دلیل گفتن دروغ به دیگر رسانه‌ها مبنی بر نداشتن اعتیاد گناهکار اعلام شد، فصل جدیدی درباره رویارویی حریم خصوصی و آزادی اطلاعات یعنی "جایگاه منافع عمومی" باز کرد که مبنای کار بسیاری از دادگاه‌های امروز قرار گرفت.

امروز در کشور ما هنوز واژه پاپاراتزی، واژه‌ای ناشناخته است اما کم نیستند چهره‌ها و شخصیت‌های مشهوری که از نگاه دوربین‌ها در امان نیستند. شاید این پدیده در کشور ما بیشتر مکتوب باشد تا تصویری. این مسئله را در خبرهای گاه و بیگاهی که به افشای اسرار کاملاً شخصی چهره‌ها می‌پردازد، می‌توان دید.

۱. Paparazzi

۲. La Dolce Vita

3. Paparazzo

2. Objectivity

3. Naomi Campbell

۴-۱- هدف اصلی تحقیق

همانطور که در بیان مسئله مورد نظر این پژوهش آورده شد، بررسی عوامل مرتبط با عدم قطعیت "درستی یا نادرستی" دعوی بین روزنامه‌نگاران و چهره‌ها در مورد حریم خصوصی، مورد نظر این پژوهش است. از این رو، هدف اصلی این تحقیق، دستیابی به راهکاری برای ایجاد توازن میان حریم خصوصی افراد که در این تحقیق، چهره‌ها و افراد مشهور (هنری، ورزشی، سیاسی) هستند با آزادی روزنامه‌نگاران برای اطلاع‌رسانی به عموم است که از طریق بررسی دیدگاه‌های افراد مشهور و صاحب‌نظران رسانه (روزنامه‌نگاران) انجام خواهد شد.

به همین منظور، سعی بر این است تا با بررسی عملکرد ناقضان حریم خصوصی فرد (که در این پژوهش تاکید ما بر روی رسانه‌ها و دولت‌ها به عنوان نقض کنندگان اصلی این حریم است) از یک سو و دیدگاه‌های مدافعان آن از سوی دیگر، حدود و ثغور میزان عمومی شدن حریم خصوصی افراد مشهور مورد ارزیابی قرار گیرد. این که افراد به دانستن در مورد دیگران علاقه نشان می‌دهند، یک واقعیت است. به همین ترتیب، علاقه و کنجکاوی در مورد زندگی خصوصی افراد مشهور نیز امری است غیر قابل انکار.

با این وصف، راهکاری که بتواند میان آنچه مردم باید بدانند و آنچه دوست دارند بدانند، هدف اصلی این تحقیق است. در کنار این هدف، توانایی قوانین موجود در کشور برای حمایت از حریم خصوصی را نیز مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۵-۱- سوالات تحقیق

در این پژوهش سعی داریم تا با بررسی نظرات روزنامه‌نگاران و افراد مشهور دریابیم که آیا این عدم قطعیت ناشی از تفاوت دیدگاه‌های دو گروه نسبت به مبحث حریم خصوصی و آزادی بیان است. از این رو با این سوال اصلی روبرو خواهیم بود که:

روزنامه‌نگاران و افراد مشهور در حوزه حریم خصوصی در چه مواردی اتفاق نظر و در چه مواردی اختلاف نظر دارند؟

همچنین سوالات فرعی ذیل قابل طرح است:

• سوالات فرعی

۲- آیا مرزی مشخص میان حریم خصوصی چهره‌ها و قلمرو عمومی آنها می‌توان متصور شد؟

۲- آیا می‌توان توازنی میان دو حق آزادی بیان و حق حریم خصوصی برقرار کرد؟

۳- آیا می‌توان در حوزه حریم خصوصی چهره‌ها، مرزی میان «آنچه مردم دوست دارند بدانند» و «آنچه مردم باید بدانند» مشخص کرد؟

۴- آیا قوانین موجود در ایران برای حمایت از حق حریم خصوصی توانایی لازم را دارند؟