

حق تصویر

عباس میرشکاری*

استادیار، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران
(تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۶/۲۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۰/۲۴)

چکیده

حق تصویر به این معناست که شخص می‌تواند درباره تصویربرداری از خویش، چگونگی تصویربرداری، انتشار، و در نهایت استفاده از تصویر خود تصمیم بگیرد. این حق ماهیتی دوگانه دارد؛ هم غیرمالی است، چون به شخصیت انسان مربوط است، هم مالی است، چون در بازار ارزش مالی دارد. حق تصویر قابل انتقال است؛ با این حال، شخص نمی‌تواند به‌طور کلی حق خویش بر تصویرش را به دیگری منتقل و از خود سلب کند. به‌علاوه، اگرچه جنبه معنوی حق تصویر با فوت شخص از بین می‌رود، جنبه مالی این حق به وراثت منتقل خواهد شد. درباره مبنای حق مورد بحث، اختلاف نظر وجود دارد. برخی آن را از مصادیق حریم خصوصی می‌پندارند و برخی دیگر آن را، در کنار حریم خصوصی، از مصادیق حقوق شخصیت می‌دانند. به‌نظر می‌رسد با مبنای اخیر کامل‌تر می‌توان از حق شخص بر تصویرش حمایت کرد.

واژگان کلیدی

تصویر، حریم خصوصی، حقوق شخصیت، قرارداد، مرگ.

مقدمه

در گذشته و آن زمان که دوربین عکس برداری به تازگی اختراع شده بود، مردم از اینکه موضوع تصویربرداری قرار بگیرند پرهیز می کردند. چون فکر می کردند روحشان با عکس برداری دزدیده می شود و برای همیشه در قاب تصویر جای می گیرد (Synodinou, 2014: 181 – 207). اما روزگار تغییر کرد. مردم این روزگار، نه تنها از تصویر پرهیز نمی کنند، بلکه برعکس، شوق فراوانی برای ثبت تصاویر خود و دیگران در لحظات مختلف دارند. به علاوه، در گذشته، میان خلوت و جلوت مرز می کشیدند و انتشار تصاویر خصوصی را ناپسند می دانستند. اما روزگار از این جهت نیز تغییر کرده است. مردم هم عصر ما برای به اشتراک گذاشتن لحظات زندگی خصوصی خود شوق فراوان دارند. افزون بر این اشتیاقها، فناوری های نوین نیز امکان عکس برداری را تسهیل و تسریع کرده است. رشد شتابان فضای مجازی نیز امکان ارسال و توزیع عکس را فراهم آورده است (Gorman, 2004: 85). بدین ترتیب، می توان به آسانی از دیگری عکس گرفت و از آن آسان تر عکس گرفته شده را در سطح جامعه و حتی فراتر از آن در قلمرو جهان پخش کرد. وجود این امکانات، در مسیر آزادی اطلاعات، موجب خرسندی است؛ اما نمی توان دغدغه ها را نمان داشت. اگر عکس در موقعیتی که با شئون شخص سازگار نیست گرفته و سپس تکثیر شود، ممکن است به اعتبار و آبروی صاحب عکس آسیب برساند. به علاوه، اشخاص حق دارند در حریم خصوصی خود آن گونه که می خواهند زندگی کنند و اینکه گاه و بی گاه در معرض تصویربرداری دیگران قرار می گیرند نگران کننده است. این نگرانی باعث می شود اشخاص در کنج خلوت آسوده خاطر نباشند. به علاوه، امروزه، شرکت های تجاری برای تبلیغ محصولات و خدمات خود به دنبال استفاده از تصویر اشخاص مشهورند تا بدین وسیله کیفیت محصول یا خدمت خود را تأیید کنند؛ استفاده ای که گاه بدون رضایت شخص صورت می گیرد (Peptan, 2014: 29). در برابر این رویدادها، باید دید آیا اشخاص می توانند مانع تصویربرداری دیگران از خویش شوند؟ آیا می توانند در برابر انتشار تصاویرشان مقابله کنند؟ به علاوه، اگر تصویر اشخاص برای اهداف تجاری استفاده شود، چگونه می توان جبران خسارت کرد؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها، باید پرسشی اساسی‌تر مطرح کرد: آیا حقی به نام «حق تصویر» وجود دارد؟ در صورت مثبت‌بودن پاسخ، این حق چه اوصافی خواهد داشت؟ مالی است یا غیرمالی؟ قابل انتقال است یا غیرقابل انتقال؟ با ارث به وراثت شخص خواهد رسید یا با مرگ شخص پایان می‌پذیرد؟ چه قوانینی وجود این حق را به رسمیت می‌شناسد؟ همچنین، این حق را بر چه مبنایی می‌توان استوار کرد؟ حریم خصوصی یا حقوق شخصیت؟ درنهایت اینکه این حق چه آثاری دربردارد؟

با وجود اهمیت حق تصویر، چه از جهت وابستگی این حق به شخصیت آدمی چه از جهت ارزش مالی آن، در ادبیات حقوقی ما کمتر درباره این حق گفت‌وگو شده است. برای برداشتن قدمی در این مسیر، در مقاله پیش رو، تلاش می‌شود نخست حق یادشده تعریف و اوصاف آن بررسی شود. سپس، با توجه به اهمیت تصویر برای اشخاص مشهور و نیز تمایل مردم جامعه برای داشتن تصویر این اشخاص، مبحث دوم به تصویر این اشخاص اختصاص خواهد یافت. منابع این حق در نظام حقوقی در مبحث سوم و مبنای آن در مبحث چهارم تحلیل خواهد شد. درنهایت، در مبحث پنجم به آثار حق تصویر پرداخته می‌شود. با توجه به کاستی موجود در نظام حقوقی ایران درباره حق تصویر، تلاش می‌شود با رویکردی تطبیقی موضوع در دیگر نظام‌های حقوقی و به‌طور ویژه کشورهای اروپایی مطالعه و سپس با نظام حقوقی کشور ایران تطبیق داده شود.

تعریف و اوصاف حق تصویر

حق تصویر را چگونه می‌توان تعریف کرد؟ آیا این حق صرفاً به این معناست که شخص می‌تواند درباره تصویری که از وی گرفته شده تصمیم بگیرد یا آنکه باید گامی به عقب برداشت و به شخص اجازه داد درباره اصل تصویربرداری دیگران از خویش نیز تصمیم بگیرد. به‌علاوه، این حق چه اوصافی دارد؟ در مبحث پیش رو، نخست این حق تعریف و سپس اوصاف آن بررسی می‌شود.

تعریف حق تصویر

ظاهر واژگان «حق تصویر» بر این موضوع دلالت می‌کند که شخص صاحب تصویر خویش است و می‌تواند درباره آن تصمیم بگیرد. اما حقیقت این است که حق تصویر مفهومی گسترده‌تر دارد. به

این معنا که اشخاص در زمینه تصویرشان حق انحصاری دارند؛ به گونه‌ای که حق دارند با آزادی کامل درباره تصویر خویش تصمیم بگیرند. این آزادی چهار مصداق مختلف دارد. نخست، آزادی برای تصمیم‌گیری درخصوص اصل تصویربرداری؛ به این معنا که فقط خود شخص می‌تواند درباره اینکه دیگران از وی تصویر بگیرند یا خیر تصمیم بگیرد. دوم، آزادی برای تصمیم‌گیری درخصوص چگونگی تصویربرداری؛ اینکه شخص در چه موقعیت قرار گرفته و چه حالتی دارد می‌تواند پیام‌های مختلفی را به بینندگان عکس برساند، پیامی که ممکن است دلخواه و یا مقصود شخص نباشد. پس، باید به اشخاص اجازه داد درباره اینکه چگونه و در چه موقعیتی از او تصویر بگیرند تصمیم بگیرد. سوم، آزادی برای تصمیم‌گیری درخصوص انتشار یا عدم انتشار تصویر؛ یعنی اشخاص آزادند درباره استفاده از تصویرشان تصمیم بگیرند. این بعد از آزادی را نباید با مصداق نخست (یعنی تصمیم‌گیری برای اصل تصویربرداری) اشتباه کرد. مثلاً، ممکن است بازیگری مشهور به شخصی برای تصویربرداری اجازه بدهد؛ اما این اجازه لزوماً به معنای تجویز انتشار عکس نیست (Logeais, 1998: 517). چهارم، آزادی برای تصمیم‌گیری درخصوص استفاده یا عدم استفاده از تصویر. در تبلیغات تجاری، بارها دیده‌ایم از تصاویر اشخاص مشهور استفاده می‌شود یا در اختلافات سیاسی یکی از دو سوی اختلاف از تصویر اشخاص مرجع جامعه در تبلیغات خود استفاده می‌کند. این نوع استفاده از تصویر پیامی ویژه به مخاطب می‌رساند: کالا یا شخص یا باور تبلیغ شده مورد تأیید کسی است که از تصویر وی استفاده می‌شود. اگر استفاده از تصویر با موافقت پیشین شخص صورت نگرفته باشد، چنین پیامی به نادرستی منتقل خواهد شد. پس، باید به شخص اجازه داد با اراده آزاد درباره استفاده یا عدم استفاده از تصویرش، و البته روش استفاده از آن، تصمیم بگیرد (Peptan, 2014: 29).

اوصاف حق تصویر

حق تصویر حق مالی است یا غیرمالی؟ به صورت ارادی، به دیگران قابل انتقال است یا خیر؟ آیا، در فرض مرگ شخص، به وراثت منتقل می‌شود یا خیر؟

حق تصویر: حق مالی یا غیرمالی؟

حق تصویر حقی غیرمالی است یا باید آن را حق مالی محسوب کرد؟ در پاسخ به این پرسش، دو دیدگاه مختلف وجود دارد. براساس یک دیدگاه این حق وابسته به شخصیت انسان است. پس، باید آن را حقی غیرمالی دید؛ چه شخصیت انسان را نمی‌توان در ترازوی ارزش‌های مالی سنجید. برخی از نویسندگان هم که حق تصویر را از مصادیق حق بر حریم خصوصی می‌بینند بر وصف غیرمالی آن تأکید می‌کنند (Gaillard, 1984: 161). در حقوق فرانسه، باور بر این است که حق تصویر را باید حق غیرمالی به حساب آورد نه حق مالی (Logeais, 1998: 517). گرایش نظام حقوقی بیشتر کشورهای اروپایی نیز به همین سمت است (Westkamp, 2009: 12). با این حال، در برابر این باور، گروهی دیگر به ارزش عرفی تصویر در جامعه توجه دارند. به باور اینان، واقعیت اقتصادی جامعه این است که اجازه استفاده از تصویر اشخاص مشهور در برابر پول از این اشخاص گرفته می‌شود. پس، نمی‌توان این واقعیت اقتصادی را نادیده گرفت و بر غیرمالی بودن حق تصویر تأکید کرد. نظام‌های حقوقی امریکا (Lauterbach, 2005: 12) و انگلستان (Westkamp, 2009: 12) عمدتاً در این گروه جای می‌گیرند. مثلاً، در ۱۹۵۰، یک دادگاه در امریکا، در پرونده‌ای که در آن از نام و تصویر بازیکنان بیس‌بال بدون اجازه آن‌ها در تبلیغات یک نوع آدامس استفاده شده بود، اعلام کرد حق اشخاص بر تصویر ارزش مالی دارد و نباید بدون اجازه اشخاص از تصاویر آن‌ها استفاده کرد (Healan Laboratories v Topps Chewing Gum).

در کنار این دو دیدگاه، برخی سعی کرده‌اند رویکردی میانه انتخاب کنند. در این رویکرد، میان اشخاص مشهور و غیرمشهور تفکیک قایل می‌شوند. بدین ترتیب که یک شخص غیرمشهور نمی‌تواند ادعا کند ویژگی‌های شخصیتش ارزش و اهمیت مالی دارد و دیگران حاضرند در برابر استفاده از آن پول پرداخت کنند. اما، برعکس، اشخاص مشهور می‌توانند چنین ادعایی را مطرح کنند (De grandpre, 2001: 75). جدا از آنکه در بسیاری موارد دشوار است میان اشخاص مشهور و غیرمشهور تفکیک قائل شویم (Helling, 2005: 25)، حقیقت چیز دیگری است. کافی است نگاهی به تبلیغات تجاری شرکت‌ها بیندازیم. در این تبلیغات، لزوماً از تصاویر اشخاص مشهور استفاده نمی‌شود، بلکه، برعکس، بیشتر اوقات، این اشخاص ناشناخته‌اند که از تصاویرشان استفاده

می‌شود. استفاده از این تصاویر نیز رایگان نیست و در برابر آن پول پرداخت می‌شود. به نظر می‌رسد همین اندازه کافی باشد تا تصاویر اشخاص نامشهور را نیز دارای ارزش مالی بدانیم. برای جمع‌بندی به نظر می‌رسد هر دو باور بهره‌ای از حقیقت داشته باشند. حق تصویر وابسته به شخصیت انسان است؛ پس نمی‌توان این وابستگی و در نتیجه بعد غیرمالی حق تصویر را انکار کرد. از دیگر سو، تصویر اشخاص مشهور ارزش مالی فراوانی دارد (Balcarczyk, 2010: 523). در بیان و اثبات این ارزش، همین اندازه کافی است که بدانیم آیا فعالان اقتصادی حاضرند برای استفاده از تصویر اشخاص در تبلیغات محصولاتشان مبالغ عمده‌ای به این اشخاص پردازند. این میل اشخاص برای پرداخت عوض در برابر استفاده از تصاویر دیگران نشان‌دهنده مالیت و ارزش اقتصادی تصویر است («معیار تمییز ارزش مالیت نوعی است و در اختیار عرف یعنی در بازار معادل مبلغی پول است.»، کاتوزیان، ۱۳۸۸: ۱۳) پس، نباید در مالی بودن حق تصویر هم تردید کرد (Reiter, 2001: 673). در نتیجه، باید پذیرفت که حق تصویر ماهیت دوگانه دارد. از یک سو مبتنی بر حریم خصوصی و حقوق شخصیت است (Peptan, 2014: 29). در این معنا، اشخاص، صرف نظر از آنکه مشهور باشند یا نباشند، می‌توانند با تصویربرداری دیگران، انتشار تصاویر، و استفاده از تصاویرشان مخالفت کنند (Reiter, 2001: 673). این جنبه از حق را نمی‌توان مالی دانست (Helling, 2005: 25). چون به شخصیت افراد وابسته است و هدف آن رفع نیازهای عاطفی و اخلاقی انسان است (همان). از دیگر سو، در صورتی که در بازار برای تصویری ارزش مالی قایل باشند و حاضر باشند برای به دست آوردن آن مبلغی پول پرداخت کنند («بملاحظه کونه فی حد ذاته مما یمیل إلیه النوع و یرغبون فیه و یدلون بإزائه شیئا...» (اصفهانی، ۱۴۱۸ ق: ۱۶))، می‌توان تصویر را دارای ارزش مالی نیز دانست (Synodinou, 2014: 181 – 207). البته، باید تأکید کرد «در جهان حقوق منفعتی اعتبار دارد که نه تنها در دید عرف و نزد خردمندان فایده به شمار رود، قانون و اخلاق نیز آن را مباح بدانند.» (کاتوزیان، ۱۳۸۵: ۱۶۱). ازین رو، در صورتی که به رغم گرایش بازار تصویر دارای فایده عقلایی (جعفری لنگرودی، ۱۳۸۰: ۴۱) یا منفعت اخلاقی و مشروع نباشد («أما عند الشرع فمالیه کل شیء باعتبار وجود المنافع المحلله فیه.» (خویی، ۱۴۱۱ ق: ۵؛ روحانی، ۱۴۱۸ ق: ۳۲))، تردیدی نیست که نمی‌توان آن را در جهان حقوق مال محسوب کرد.

به هر روی، در صورتی که تصویر در بازار ارزش مالی مشروع و اخلاقی داشته باشد، می‌توان به آن همچون یک کالا نگریست که شخص می‌تواند آن را به دیگران منتقل کند (Acquarone, 1985: 33) و در برابر آن مبلغی دریافت کند (Reiter, 2001: 673). همچنین، وقتی دیگران بدون اجازه از تصویر شخص استفاده می‌کنند، گویی از مال دیگری استفاده برده‌اند. بنابراین، براساس قاعدهٔ داراشدن بلاجهت مسئولیت خواهند داشت (Dougherty, 1998: 440).

برخی نویسندگان، از این جهت که حق تصویر هر دو جنبه را دارد، این حق را به حقوق مالکیت فکری همانند کرده‌اند (Pinckaers, 1996: 265 – 266). برخی نظام‌های حقوقی، مانند حقوق آلمان، نیز حق تصویر را ترکیبی از حقوق اموال و حقوق بشر می‌دانند (Lauterbach, 2005: 377; Klink, 2003: 12). در حقوق فرانسه نیز تمایل به سمت شبه‌مالی‌دین حق مورد بحث دیده می‌شود (Reiter, 2001: 673; Synodinou, 2014: 181 – 207).

حدود دخالت اراده در حق تصویر

یک. برخی نویسندگان، با تأکید بر وابستگی حق تصویر به شخصیت انسان و با تمرکز بر جنبهٔ غیرمالی این حق، بر این باورند که حق تصویر، به صورت ارادی، قابل انتقال به دیگران نیست (Gaillard, 1984: 161). بنابراین، حق مورد بحث فقط از سوی خود شخص قابل استفاده است و شخص نمی‌تواند به دیگری یا دیگران برای استفاده از آن اجازه بدهد. با این حال، دیگران بر این باورند که حق تصویر قابل انتقال است؛ به گونه‌ای که شخص می‌تواند حق خویش را در برابر عوض یا رایگان به دیگران منتقل کند (Ghestin and Goubeaux, 1989: 292). ازین‌رو، حق تصویر را به صورت ارادی قابل انتقال می‌دانند (court of appeal of Versailles, 22 septembre 2005). به نظر می‌رسد این باور درست‌تر باشد؛ همان‌گونه که در عمل نیز شاهد آنیم که شخص حق خویش بر تصویرش را به دیگران منتقل می‌کند. در حقوق فرانسه نیز قابلیت انتقال ارادی این حق پذیرفته شده است (Pavesich v. New England Life Ins. Co. (1905). Helling, 2005: 25). در حقوق ما نیز به نظر نمی‌رسد ممنوعیت خاصی برای انتقال ارادی جنبهٔ مالی حق تصویر وجود داشته باشد؛ همچنان که دربارهٔ حقوق مالکیت فکری نیز این قابلیت پذیرفته شده است (مواد ۳ و ۵ قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان).

دو. برای حفظ حرمت شخصیت انسان، در نظام‌های حقوقی مختلف تلاش کرده‌اند قواعدی برای اعتبار رضایت صاحب تصویر مقرر کنند. مثلاً، در ادبیات حقوقی فرانسه بر این نکته تأکید می‌شود که رضایت باید صریح باشد. در رأی دادگاه تجدیدنظر پاریس چنین می‌خوانیم: «انتشار تصویر شخص ... فقط زمانی مجاز است که به‌صراحت اجازه داده باشد.» (La cour d'appel de Paris, 27 Feb. 2002). به‌علاوه، اجازه باید موردی و خاص باشد (Marilena, 2012: 458 – 461). اعراض دائمی یا کلی از حق تصویر، به‌منزله حقی مربوط به شخصیت، یا انتقال همیشگی آن در معرض بطلان قرار خواهد گرفت؛ چه خلاف نظم عمومی و ضوابط اخلاقی شمرده می‌شود (Logeais, 1998: 517). در رویه قضایی این کشور نیز همین باور پذیرفته شده که اجازه خاص برای هر بار استفاده از تصویر لازم است (La cour d'appel de Paris, 27 Feb. 2002). همچنین، سعی شده از لحاظ زمانی نیز استفاده از تصویر محدود شود. مثلاً، در یک پرونده دادگاه تجدیدنظر پاریس اعلام کرد: «رضایت اعطاشده از سوی یک مدل، برای بازتولید تصاویری از او، در جهت بهره‌برداری تجاری، فقط برای مدتی معقول و برای مواردی که استفاده از تصویر در آن‌ها عرفاً قابل پیش‌بینی است مجاز است.» (La cour d'appel de Paris, 10 Nov. 1988). در بلژیک، وقتی شخصی اجازه استفاده از تصویرش را به کسی می‌دهد، این اجازه باید به‌صورت مضیق تفسیر شود. بنابراین، تصویر فقط باید در مسیر هدفی که به آن رضایت داده شده استفاده شود (Civil court Bruges, 31 Jan. 1990). مثلاً، گفته می‌شود نمی‌توان از تصویر شخصی که اجازه داده تصویر برهنه‌اش برای تبلیغ یک کرم بهداشتی منتشر شود در یک نشریه بی‌بندوبار استفاده کرد (Manuc, 2012: 458 – 461). برای تحدید دامنه رضایت شخص، همچنین، گفته می‌شود رضایت به گرفتن عکس به معنای رضایت به انتشار آن نیست (Helling, 2005: 25).

افزون بر این‌ها، برای تأمین آزادی شخص، این باور وجود دارد که شخص می‌تواند تا زمان انتشار تصویر از رضایت داده‌شده رجوع کند (Manuc, 2012: 458 – 461). همچنین، به علت حمایت از زندگی خصوصی، اجازه شخص در انتشار تصاویرش باید به‌صورت مضیق تفسیر شود. مثلاً، شخصی که به علت یک واقعه خاص برای مدتی محدود مشهور شده می‌تواند به انتشار

عکسش رضایت بدهد. با این حال، پس از این دوره، او حق دارد به گمنامی و فراموشی بازگردد (Civil court Brussels, 30 Jun. 1997).

در حقوق ایران نیز به نظر می‌رسد، با توجه به اینکه ماهیتی دوگانه برای حق تصویر به رسمیت شناخته‌ایم، این باور قابل تأیید باشد. ازین‌رو، دربارهٔ امکان قابلیت انتقال این حق باید به سمتی قدم برداشت که افزون بر اینکه جنبهٔ مالی حق تصویر محفوظ باشد حرمت شخصیت شخص نیز پاس داشته شود. بر همین اساس، شخص نمی‌تواند حق خویش بر تصویرش را به کلی به دیگری منتقل کند؛ به نحوی که به معنای سلب کلی حق تصویر از خویش باشد. چون این شیوهٔ انتقال به حق شخص در زمینهٔ شخصیتش آسیب می‌زند (مادهٔ ۹۵۹ ق. م.). همچنین، می‌توان گفت خود حق تصویر، به دلیل وابستگی‌اش به شخصیت فرد، قابل انتقال نیست. اما شخص می‌تواند به دیگری اجازه دهد از تصویرش استفاده کند (Peptan, 2014: 29). اعطای این اجازه نیز باید با رعایت اخلاق حسنه و نظم عمومی باشد. پس، اگر دادگاه تشخیص دهد قراردادی که در آن شخصی به دیگری اجازهٔ استفاده از تصویرش را داده «برخلاف اخلاق حسنه بوده و یا به واسطهٔ جریحه‌دارکردن احساسات جامعه یا به علت دیگر مخالف با نظم عمومی محسوب می‌شود» می‌تواند آن را قابل اجرا نداند (مادهٔ ۹۷۵ ق. م.). همچنین، محدودهٔ استفاده از تصویر باید دقیقاً در چارچوب توافق طرفین تفسیر شود. به‌علاوه، در صورتی که استفاده از تصویر دیگری براساس اذن صاحب تصویر صورت گرفته باشد، اذن‌دهنده می‌تواند از اذن خویش رجوع کند (مواد ۹۸ و ۱۰۸ ق. م.). در غیر این فرض، یعنی در جایی که استفاده از تصویر دیگری براساس قرارداد و با تعهدات مشخص صورت گرفته باشد، طبیعتاً قرارداد برای طرفین لازم‌الاتباع خواهد بود (مادهٔ ۲۱۹ ق. م.).

حق تصویر: قابل توارث

آیا حق تصویر از راه ارث قابل انتقال است یا خیر؟ اینکه حق تصویر قابل وراثت هست یا خیر به‌طور مستقیم به ماهیت این حق برمی‌گردد. اگر بر جنبهٔ مالی آن تأکید کنیم، می‌توان به‌آسانی پذیرفت که قابل وراثت نیز هست. اما، برعکس، اگر به آن از این منظر نگاه کنیم که وابسته به حریم خصوصی یا حقوق شخصیت است، پذیرش قابلیت انتقال آن از طریق ارث دشوار خواهد

شد (Logeais, 1998: 517)؛ چنان که در حقوق رومانی، با باور به وابستگی تام حق تصویر به شخصیت آدمی، آن را از طریق ارث قابل انتقال نمی‌دانند (Manuc, 2012: 458 – 461).

در حقوق فرانسه، باور رویه قضایی در زمینه این موضوع در طول زمان تغییر کرده است. ابتدا، رویه قضایی قابلیت انتقال قهری این حق را در نخستین پرونده‌ای که در آن حق تصویر به رسمیت شناخته شد پذیرفت. یک نقاش تصویری از یک بازیگر مشهور در بستر مرگ کشیده و به‌رغم مخالفت خانواده بازیگر تصویر را به دیگران فروخته بود. دادگاه در سال ۱۸۵۸ دستور نابودی تصاویر را داد. در استدلال دادگاه چنین آمد: «هیچ‌کس نمی‌تواند، بدون اجازه صریح خانواده شخص، تصویر شخص در حال مرگ را به معرض دید عموم بیاورد.» (Reiter, 2001: 673). بدین ترتیب، دادگاه به‌طور ضمنی می‌پذیرد که خانواده شخص، پس از فوت وی، می‌تواند درباره تصاویر او تصمیم بگیرند. با این حال، این رأی نتوانست رویه قضایی را با خود همراه کند (Logeais, 1998: 517)؛ چنان که براساس نظر اکثریت در رویه قضایی فرانسه حق مورد بحث از طریق ارث قابل انتقال دانسته نشد (Cass. civ., 10 Oct. 1995). با این حال، رویه قضایی اندک‌اندک رویکرد خود را تغییر داد. براساس رویکرد جدید، رویه قضایی میان دو جنبه مختلف حق تصویر تفکیک قایل شد؛ قابلیت انتقال قهری جنبه مالی حق تصویر پذیرفته شد، اما، جنبه غیرمالی این حق، با مرگ دارنده‌اش، خاتمه‌یافته تلقی شد (Helling, 2005: 25). اولین بار در سال ۱۹۸۸ به‌روشنی به این تمایز اشاره شد؛ وقتی از تصویر یک بازیگر مشهور پس از مرگش در آگهی‌های تبلیغاتی استفاده شد. همسر بازیگر علیه منتشرکننده آگهی طرح دعوا کرد. دادگاه اعلام کرد: «حق تصویر جنبه اخلاقی و مالی دارد. جنبه مالی به این معنا که بتواند برای بهره‌برداری تجاری از تصویر دیگری در برابر عوض به او اجازه بدهد. این جنبه شخصی نیست و به وراث منتقل می‌شود.» (Tribunal de Grande Instance Aix en Provence, 24 novembre 1988, Mine)

(Brzn v. SA Expobat, Revue Trimestrielle de Droit Civil, 1990: 126). بدین ترتیب و براساس این تفکیک، جنبه معنوی حق مورد بحث به وراث منتقل نخواهد شد. آن‌ها فقط می‌توانند درباره آثار مالی این حق تصمیم بگیرند (Logeais, 1998: 517).

در حقوق آلمان نیز، هنگام تصمیم‌گیری دربارهٔ یک پرونده، دیوان عالی فدرال این کشور در سال ۲۰۰۰ اعلام کرد: «جنبه اقتصادی حقوق شخصیت را نمی‌توان انکار کرد. این جنبه هم شامل کنترل استفاده تجاری از تصویر می‌شود هم شامل به دست آوردن منافع مالی حاصل از بهره‌برداری تجاری از این حق. چنین منافعی نباید به دست اشخاص ثالثی که هیچ ارتباطی با خود شخص ندارند برسد؛ بلکه خویشان شخص باید از آن بهره‌مند شوند.» (Lauterbach, 2005: 12). بدین ترتیب، هم‌اینک در حقوق آلمان قابلیت انتقال قهری جنبه مالی حق تصویر پذیرفته شده است (Bergmann, 1999: 499).

سایر نظام‌های حقوقی، مانند استرالیا (Guido, 1997: 12)، بدون تفکیک دو جنبه مورد بحث، کم‌وبیش، قابلیت انتقال قهری حق تصویر را پذیرفته‌اند. در حقوق امریکا نیز رویه واحدی میان ایالت‌ها دیده نمی‌شود. با این حال، بیشتر ایالت‌ها به انتقال قهری حق به ورثه باور دارند. البته برای بقای این حق نزد ورثه نیز مدت زمانی قایل می‌شوند (Beverley, 2005: 65). مثلاً، در کالیفرنیا این حق به ارث می‌رسد. البته، فقط هفتاد سال پس از مرگ شخص ادامه می‌یابد (Lauterbach, 2005: 12).

در حقوق ایران، باور بر این است که حقوق شخصیت با پایان گرفتن شخصیت انسان (مرگ) پایان می‌یابد (صفایی، ۱۳۹۰: ۲۸). با این حال، به نظر می‌رسد پایان این حقوق با مرگ فقط ناظر به جنبه معنوی حقوق شخصیت باشد. به همین سبب، جنبه مالی این حقوق، همانند سایر حقوق مالی، به وراثت منتقل خواهد شد. این باور با اصل انتقال همهٔ اموال و حقوق مالی مورث نیز سازگار است. البته، اگر لطمه به جنبه معنوی حق تصویر عرفاً به معنای آسیب به وراثت باشد، آن‌ها می‌توانند طرح دعوا کنند. براساس تبصرهٔ ۲ مادهٔ ۳۰ قانون مطبوعات، «هرگاه انتشار مطالب مذکور در مادهٔ فوق (تهمت یا افترا یا فحش و الفاظ رکیک یا نسبت‌های توهین‌آمیز و نظایر آن) راجع به شخص متوفی بوده، ولی عرفاً هتاکی به بازماندگان وی به حساب آید، هریک از ورثهٔ قانونی می‌تواند از نظر جزایی یا حقوقی طبق ماده و تبصرهٔ فوق اقامهٔ دعوی نماید.» در رویه قضایی کشور فرانسه نیز همین باور پذیرفته شده است (La cour d'appel de Paris, 7 June 1983). مثلاً، در ۲۵ ژانویه ۱۹۹۶، یک نشریه تصویری از رئیس‌جمهور سابق فرانسه، فرانسوا میتران، در بستر مرگ منتشر کرد. این تصاویر در خانهٔ وی و بدون آگاهی خانواده‌اش گرفته شده بود. دادگاه

تجدید نظر پاریس اعلام کرد: «حق بر حریم خصوصی فقط به اشخاص زنده تعلق دارد و نمی‌تواند به وراث منتقل شود. با این حال، تصویربرداری غیرمجاز از اشخاص به معنای تجاوز به زندگی خصوصی خانواده متوفاست.» (La cour d'appel de Paris, 2 July 1997). در نتیجه، آن‌ها می‌توانند اقدام به اقامه دعوا کنند. در حقوق رومانی نیز به ورثه اجازه داده می‌شود طرح دعوا کنند (Manuc, 2012: 458 - 461).

تصویر اشخاص مشهور

یک اشخاص مشهور کسانی هستند که مورد توجه افکار عمومی هستند و مردم دوست دارند از کوچک‌ترین رفتار آن‌ها نیز مطلع باشند (Helling, op. cit.: 26). این افراد می‌توانند شامل سیاستمداران، ورزشکاران، هنرمندان، مدل‌ها، و ... باشند. در عین حال، باید به یاد داشت شهرت مانند یک طیف رنگ است؛ برخی شهرت اندکی دارند و برخی بیشتر (Klink, 2003: 377).

دو مردم همیشه تمایل داشته و دارند تا از زندگی اشخاص مشهور باخبر باشند. برای همین، دوست دارند از آن‌ها تصویر بگیرند و تصاویر را به یادگار نگه دارند و به دیگران نشان دهند. هر چه این تصاویر بیشتر از حریم خصوصی اشخاص مشهور پرده بردارد به همان اندازه جذاب‌تر خواهد بود. شاید به دلیل همین گرایش مردمان عادی است که نظام‌های حقوقی برای این اشخاص، نسبت به اشخاص عادی، حریم خصوصی محدودتری قایل‌اند. این رویکرد سبب شده حق آن‌ها در زمینه تصاویرشان نیز محدودتر شود. مثلاً، در پرتغال حق بر تصویر به صراحت در ماده ۷۹ قانون مدنی درج شده است. براساس این مقرر، تصویر شخص نباید بدون رضایت او به نمایش عموم گذاشته شود. با این حال، در صورتی که شخص موضوع تصویربرداری شهرت قابل توجهی داشته باشد یا از نقش یا موقعیت اجتماعی برخوردار باشد، تصویربرداری و نمایش عمومی تصویر وی، حتی بدون اخذ رضایتش، مجاز است (Brüggemeier, 2010: 375).

سه. برخی نظام‌های حقوقی، امکان تصویربرداری از اشخاص مشهور را به گونه‌ای به اراده خود این اشخاص موکول می‌کنند. مثلاً، در حقوق امریکا گفته می‌شود خود شخص عمدتاً درصدد کسب شهرت برای خویش است. ازین‌رو، به سختی می‌توان همچنان بر وجود حریم خصوصی برای وی پافشاری کرد (Helling, op. cit.: 26).

چهار. درست است که شهرت معمولاً با تلاش خود شخص و با خرج کردن وقت و سرمایه به دست می‌آید، همیشه هم این‌گونه نیست (Claire, 2004: 1249). گاهی، به صورت کاملاً ناخواسته، مشهور می‌شویم؛ گاه از سر خوش‌شانسی و گاه از سر بدشانسی. پس، نمی‌توان کسب شهرت را همیشه ناشی از اراده شخص دانست. ازین‌رو، همچنان که در رأی یکی از دادگاه‌های تجدیدنظر فرانسه آمده است، برآنیم «این واقعیت که شخص نزد عموم مشهور باشد به این معنا نیست که از حق خویش در زمینه تصویرش اعراض کرده است.» (Court of appeal Aix-en-Provence, 30 Nov. 2001). بنابراین، در انتساب امکان تصویربرداری از اشخاص مشهور به اراده خود این اشخاص مجال تردید است. در نتیجه، باید به دنبال مبنایی دیگر بود. به نظر می‌رسد مبنای این امکان بیشتر به حق عموم در آگاهی‌یافتن از زندگی این اشخاص برمی‌گردد. مثلاً، در فنلاند گفته می‌شود حریم خصوصی اشخاص مشهور محدودتر است. چون مردمان عادی حق دارند درباره آن‌ها بدانند. ازین‌رو، اشخاص آزادی بیشتری در تصویربرداری از افراد مشهور دارند. مثلاً، اگر تصویر یک سیاستمدار یا یک شخص مشهور دیگر در حال مستی گرفته و منتشر شود، عمل غیرقانونی انجام نشده است. چون مردم حقی مشروع در دانستن این موضوعات دارند (Lauterbach, 2005: 12). در نظام حقوقی ایران نیز می‌توان از همین مبنای استفاده کرد. در واقع، در این فرض که به قصد اطلاع‌رسانی به دیگران تصویر شخصی مشهور، البته از طریق مطبوعات، منتشر شود ممنوعیتی وجود ندارد (اصل ۲۴ ق. ا. برای توضیح بیشتر ← مبحث پنجم همین مقاله).

پنج. آزادی اشخاص در تصویربرداری از اشخاص مشهور مطلق نیست. در واقع، نظام‌های حقوقی تلاش کرده‌اند بر آزادی یادشده قیدهایی بگذارند. مثلاً، گفته می‌شود، همانند اشخاص عادی، حق اشخاص مشهور است که از حریم خصوصی‌شان حمایت شود (Reiter, 2001: 673). در نتیجه، از جهت حریم خصوصی، باید از حمایتی یکسان با اشخاص عادی برخوردار باشند. ازین‌رو، گفته می‌شود نباید به بهانه آگاهی‌یافتن از وضعیت زندگی این اشخاص وارد حریم خصوصی آن‌ها شد. در استرالیا، دیوان عالی کشور در پرونده‌ای، در سال ۱۹۹۷، اعلام کرد حتی اشخاص مشهور نیز در زمینه حریم خصوصی و محرمانه‌شان محق‌اند (Brüggemeier, op. cit.):

375). بدین سبب، اگر شخص در حریم خصوصی اش باشد، تصویربرداری از او تجاوز به حریم خصوصی اش است. در حقوق بلژیک نیز گفته می‌شود اشخاص مشهور نیز در زمینه حریم خصوصی شان حق دارند (Ibid: 388). در حقوق فرانسه گفته می‌شود اشخاص مشهور و غیرمشهور از حیث حمایت از حریم خصوصی با یکدیگر تفاوتی ندارند؛ تفاوت فقط در فعالیت‌های مرتبط با زندگی حرفه‌ای و عمومی است. اشخاص مشهور در فعالیت‌های عمومی دیگر همانند اشخاص عادی حریم خصوصی ندارند. اما در فعالیت‌های مربوط به زندگی خصوصی شان همانند اشخاص عادی هستند (Hauch, 1994: 125). دیوان اروپایی حقوق بشر نیز با صدور رأی در قضیه‌ای مشهور (Von hannover v. Germany) به این رویکرد صحنه گذاشت. این دیوان با این استدلال که «هر شخصی، شامل افراد مشهور، انتظار مشروعی دارد که زندگی خصوصی اش مورد احترام باشد» حریم خصوصی را برای این اشخاص نیز پذیرفت (Von hannover v. Germany, Reid, 2012: 253).

شش. افزون بر این، نمی‌توان از تصویر اشخاص مشهور برای امور تجاری استفاده کرد. مثلاً، در نظام حقوقی آلمان گفته می‌شود استفاده تجاری از تصویر اشخاص مشهور نشان می‌دهد استفاده‌کننده هدفی غیر از جلب منافع عمومی دارد (Lauterbach, 2005: 12). ازین رو، نمی‌توان عملش را همچنان مباح دانست. مثلاً، یکی از بازیکنان تیم فوتبال آلمان، به دلیل استفاده بدون رضایت از تصویرش در یک بازی کامپیوتری (FIFA Soccer Championship 2002) شکایت کرد. دادگاه تجدیدنظر هامبورگ اعلام کرد استفاده از نام و تصویر خواهان بدون رضایت قبلی غیرقانونی است. دادگاه اعلام کرد اگرچه شخصی که در معرض دید عموم است باید بپذیرد که از تصویرش ممکن است برای منافع عمومی استفاده شود، مطمئناً، جایی که منفعت مشروعش به خطر می‌افتد می‌تواند جلوی انتشار تصویرش را بگیرد؛ از جمله جایی که از تصویرش برای اهداف مالی استفاده می‌شود. ازین رو، نه تنها جلوی انتشار تصویر گرفته شد، بلکه خواننده مکلف شد مبلغی در حدود پانصد هزار یورو پرداخت کند (Kahn v Electronic Arts GmbH, 13 January 2004; Thorsten, 2005: 12).

منابع حق تصویر

حق تصویر در نظام‌های حقوقی مختلف در قوانین گوناگون به تصویب رسیده است. در بعضی کشورها، مانند رومانی (Peptan, 2014: 29) و پرتغال (Brüggemeier, 2010: 375) این حق در قانون مدنی به رسمیت شناخته شده است. سوییس نیز همین‌گونه است. در این کشور، حق شخص در زمینه تصویرش یک جنبه از حقوق شخصیت فرد است که در ماده ۲۸ قانون مدنی درج شده است. بر همین اساس، نمی‌توان تصویر را با نقاشی، طراحی، عکس‌برداری، و هر فرایند مشابه دیگر، بدون رضایت شخص، بازتولید کرد. همچنین، عکس نباید بدون رضایت خود شخص توزیع شود (Legler, 1997: 115). در حقوق فرانسه در مقام بیان منابع حق تصویر از ماده ۹ ق.م. این کشور یاد می‌کنند. براساس این ماده «هر شخصی محق است زندگی خصوصی‌اش مورد احترام باشد.» (Logeais, 1998: 517). در بعضی از کشورها این حق در قوانین مالکیت فکری آمده است. مثلاً، در استرالیا، بلژیک، آلمان، ایتالیا، و هلند یک مقررۀ قانونی درباره استفاده از تصویر شخص در قانون کپی‌رایت درج شده است (Brüggemeier, 2010: 375). در برخی دیگر از کشورها، این حق در هر دو قانون اشاره‌شده آمده است؛ مانند ایتالیا که به این حق هم در قانون مدنی اشاره شده است هم در قانون مالکیت فکری (Martuccelli, 1998: 65). در انگلستان، اسکاتلند، و ایرلند حق شخص به تصویر در قوانین شناخته نشده است (Hazel, 2004: 34) و رویۀ قضایی تلاش کرده از این حق حمایت کند (Brüggemeier, 2010: 375). در برخی کشورها، در قوانین کیفری نیز به حق تصویر و چگونگی حمایت از آن پرداخته شده است. مثلاً، براساس ماده ۱-۲۲۶ قانون مجازات کشور فرانسه، هر کس عامدانه، با هر ابزاری، تصویر دیگری را در محیطی خصوصی، بدون اجازه شخص، ضبط کند یا به دیگری منتقل کند مجرم محسوب می‌شود. مجازات این جرم نیز حبس و جزای نقدی است. (Logeais, 1998: 517).

در ایران، افزون بر اصل ۲۲ قانون اساسی، مبنی بر ممنوعیت تعرض به حقوق اشخاص، این حق از دو قانون مختلف قابل برداشت است. نخست، ماده ۷۲۹ قانون مجازات اسلامی، که براساس آن «هر کس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او جز در موارد قانونی منتشر کند یا دسترس دیگران

قرار دهد، به نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب هتک حیثیت او شود، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون ریال تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.» بنابراین، می‌توان گفت صرف گرفتن عکس از دیگری ممنوعیت ندارد؛ آنچه مهم است انتشار تصویر دیگری است. همچنین، فقط انتشار تصاویری ممنوع است که «خصوصی» یا «خانوادگی» باشد. به این نکته نیز باید دقت کرد که زمانی انتشار تصویر دیگری مشمول مجازات است که سبب ورود ضرر یا هتک حیثیت او شود. افزون بر این قانون، از «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» نیز می‌توان برای توجیه حق تصویر بهره گرفت. براساس بند «ب» ماده ۱ این قانون، «اطلاعات شخصی: اطلاعات فردی نظیر نام و نام خانوادگی، نشانی‌های محل سکونت و محل کار، وضعیت زندگی خانوادگی، عادت‌های فردی، ناراحتی‌های جسمی، شماره حساب بانکی، و رمز عبور است.» در برابر این اطلاعات، اطلاعات عمومی قرار دارد. براساس بند «ج» ماده یادشده، «اطلاعات عمومی: اطلاعات غیرشخصی نظیر ضوابط و آیین‌نامه‌ها، آمار و ارقام ملی و رسمی، اسناد و مکاتبات اداری، ...» است. با توجه به تعاریف اطلاعات فوق و نظر به مصادیق یادشده برای اطلاعات شخصی، تردیدی نمی‌ماند که تصویر نیز می‌تواند از مصادیق اطلاعات شخصی شمرده شود (Helling, 2005: 25). در هر حال، با وجود آنکه «هر شخص ایرانی حق دسترسی به اطلاعات عمومی را دارد ...» (ماده ۲ قانون یادشده)، براساس ماده ۶ قانون مورد بحث، «درخواست دسترسی به اطلاعات شخصی تنها از اشخاص حقیقی که اطلاعات به آن‌ها مربوط می‌گردد یا نماینده قانونی آنان پذیرفته می‌شود.» سرانجام، گفتنی است قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، برای افشای اطلاعات شخصی اشخاص، ضمانت اجرایی در نظر نگرفته و با اشاره به قواعد عمومی مسئولیت مدنی به امکان مطالبه خسارت بسنده کرده است. براساس تبصره ماده ۲۱ این قانون، «در صورت انتشار اطلاعات واقعی برخلاف مفاد این قانون، اشخاص حقیقی و حقوقی حق دارند که مطابق قواعد عمومی مسئولیت‌های مدنی جبران خسارت‌های واردشده را مطالبه نمایند.» بدین ترتیب، با توجه به تلقی تصویر شخص به عنوان اطلاعات شخصی وی، در صورت انتشار، انتشاردهنده مسئولیت مدنی خواهد داشت. بر همین اساس، به نظر می‌رسد، جدا از

آنکه زیان‌دیده می‌تواند خسارت ناشی از انتشار تصویر را مطالبه کند، می‌تواند، برای از بین بردن منبع ضرر، قطع انتشار تصویر را نیز درخواست کند (ملاک ماده ۸ قانون مسئولیت مدنی).

مبانی حق تصویر

برای توجیه حق تصویر می‌توان از مبانی مختلف کمک گرفت. از یک سو، می‌توان آن را مصداقی از حق شخص بر حریم خصوصی‌اش دانست (Synodinou, 2014: 181 – 207) و از دیگر سو، می‌توان آن را در کنار حریم خصوصی و از مصادیق حقوق شخصیت پنداشت (Koziol, 2005: 121). ثمره عملی این بحث این است که اگر حق تصویر را مصداقی از حق شخص بر حریم خصوصی تلقی کنیم، این حق فقط جایی نقض خواهد شد که حریم خصوصی شخص نقض شود. یعنی اگر از شخص در حریم خصوصی‌اش، بدون اجازه، تصویر گرفته شود، می‌توان گفت حق وی نقض شده است. اما اگر از شخص درحالی که در مکان عمومی قرار دارد تصویر گرفته شود، نمی‌توان از نقض حق وی سخن راند. با این حال، اگر حق شخص در زمینه تصویرش مستقل از حق وی بر حریم خصوصی تلقی و یکی از مصادیق حقوق شخصیت تعبیر شود، عکس‌برداری از شخص و انتشار آن، صرف‌نظر از آنکه شخص در حریم خصوصی‌اش باشد یا نباشد، ممنوعیت خواهد داشت.

این بحث همیشه، به‌ویژه در نظام حقوقی فرانسه، مطرح بوده که آیا باید حق تصویر را یک حق مستقل دید یا زیرمجموعه حق بر حریم خصوصی و از مصادیق آن؟ (Reiter, 2001: 673). در آغاز تلاش می‌شد حق تصویر مصداقی از مصادیق حق بر حریم خصوصی و به تعبیر دیگر مشتق از آن نشان داده شود (Warren, 1890: 190). در حقوق فرانسه نیز، در توجیه حق تصویر، به ماده ۹ ق. م. استناد می‌شد که به‌روشنی به حریم خصوصی اشاره می‌کند (Helling, 2005: 25). برخی دیگر از نویسندگان نیز در تحلیل مبانی حق تصویر به ماده ۱۲ اعلامیه جهانی حقوق بشر و ماده ۸ کنوانسیون اروپایی حقوق بشر استناد می‌کنند که هر دو ماده ناظر به حریم خصوصی‌اند (Logeais, 1998: 517). دادگاه‌های فرانسه نیز نخست از همین رویکرد پیروی می‌کردند؛ چنان که حق تصویر را فقط جایی به رسمیت می‌شناختند که به حریم خصوصی شخص تجاوز شده باشد (Ibid: 517). در آرای دادگاه‌ها نیز، در توجیه حق تصویر، به حریم خصوصی استناد می‌شد (La cour d'appel

de Paris, 14 May 1975). در حقوق امریکا نیز، در یکی از نخستین پرونده‌هایی که موضوع حق تصویر در آن‌ها مطرح شده، دیوان عالی ایالت جورجیا به حق بر حریم خصوصی استناد کرده است. در این دعوا، خواننده از تصویر خواهان، بدون رضایت او، برای آگهی بیمه عمر استفاده کرده بود. در رأی دیوان عالی آمده است: «انتشار تصویر شخص بدون رضایت او به وسیله دیگری در آگهی تجاری، به منظور افزایش سود و منفعت، نقض حریم خصوصی است.» (Pavesich v. New England Life Insurance Co. 1905).

این رویکرد به ویژه از این جهت قابل تقویت است که عموماً مردم به تصاویری که از حریم خصوصی‌شان گرفته می‌شود حساس‌ترند. اما همیشه این گونه نیست. ممکن است تصویر در مکانی عمومی گرفته شود؛ اما، شخص در موقعیتی قرار داشته باشد که مطلوب نباشد یا مطلوب هم باشد، اما، شخص نخواهد به هر دلیلی در آن موقعیت دیده شود. ازین رو، نمی‌توان بر ارتباط تصویر با حریم خصوصی پافشاری کرد. مثلاً، در رأیی از دادگاه‌های پاریس چنین آمده است: «این موضوع که تصویر در یک خیابان عمومی گرفته شده به این معنا نیست که حق شخص برای حمایت از تصویرش نادیده گرفته شود.» (Tribunal de grande instance de Paris, 3 May 2002). اما این طرز تلقی سبب می‌شود نتوان از حق تصویر به طور کامل حمایت کرد (Synodinou, 2014: 181 – 207). در واقع، مهم‌ترین ایراد این تعبیر این است که حق تصویر فقط جایی قابل استناد است که حریم خصوصی شخص نقض شده باشد. پس، اگر شخص در حریم خصوصی‌اش قرار نگرفته باشد و دیگری از او تصویر بگیرد، نمی‌تواند با استناد به حق تصویر جلوی تصویربرداری را بگیرد. (Reiter, 2001: 673).

در اثر همین کاستی بود که دادگاه‌ها، به ویژه در کشور فرانسه، سعی کردند مسیر دیگری را انتخاب کنند. در این مسیر تازه، حق تصویر از جایگاه همیشگی‌اش، یعنی حریم خصوصی، جدا شد. مثلاً، در یکی از آرا چنین آمد: «صرف‌نظر از حمایت از حریم خصوصی، هر شخص حق انحصاری بر تصویر خویش دارد که از خصایص شخصیت فرد است. این حق شخص را قادر می‌کند با بازتولید تصویرش موافقت یا مخالفت کند و همچنین درباره شرایط و اوضاع و احوال بازتولید تصویرش تصمیم بگیرد.» (Tribunal de Grande Instance Nanterre, 6 Avril 1995). بدین

ترتیب، رویه قضایی این کشور تلاش کرد حق تصویر را از سایه حق بر حریم خصوصی کنار کشد و آن را به صورت مستقل مطرح کند. سرانجام این حق را، صرف نظر از آنکه حریم خصوصی شخص نقض شده یا نشده باشد، به رسمیت شناخت (Logeais, 1998: 517). پرونده مشهور به پاپیلون، مطروحه در سال ۱۹۷۰، نمونه‌ای از همین باور است. این پرونده مربوط به کتابی بود که در آن زندگی یک محکوم نگاشته شده بود و مطالب آن مبتنی بر اسناد مندرج در پرونده‌ای بود که پیش از آن منتشر شده بود. دادگاه اعلام کرد صرف انتشار این کتاب لطمه‌ای به حریم خصوصی نمی‌زند؛ اما انتشار عکس روی جلد کتاب، بدون رضایت صاحب عکس، به حق وی بر تصویرش آسیب می‌زند. در نتیجه، صاحب تصویر محق به جبران خسارت شد (Tribunal de Grande Instance Paris, 27 Feb.: 1970).

بدین ترتیب، می‌توان گفت حق تصویر نه در طول حق حریم خصوصی که در عرض آن از مصادیق حقوق شخصیت است (Hauch, 1994: 125). توضیح آنکه حقوق مربوط به حقوق شخصیت حقوقی است که به هر انسانی، قطع نظر از وابستگی او به گروه اجتماعی خاص، تعلق دارد (صفایی، ۱۳۹۰: ۲۰). این حقوق، که بیشتر از شخص انسان حمایت می‌کند تا منافع مادی او، غیرقابل انفکاک از شخص و شخصیت انسان است (Logeais, 1998: 517). حق معنوی نویسنده بر آثارش، حق بر حریم خصوصی، حق به شرافت و شهرت، صدا، تمامیت جسمانی، و نام از مصادیق حقوق شخصیت شمرده می‌شوند (Reiter, 2001: 673). حق تصویر را نیز می‌توان در قالب همین حقوق شخصیت جای داد (Peptan, 2014: 29). چه حق تصویر، مانند سایر حقوق مربوط به شخصیت، به هر انسانی، قطع نظر از جایگاه اجتماعی‌اش تعلق دارد و هدف آن، در درجه نخست، حمایت از شخصیت فرد است (Tercier, 1984: 45).

بر همین مبنا، در صورتی که حق تصویر را مصادیقی از حق شخصیت بدانیم، اخذ و انتشار تصویر بدون رضایت شخص از این جهت غیرقانونی تلقی خواهد شد که هویت شخص قابل تشخیص است. پس، اگر در عکس هویت فرد به دلیل کمی کیفیت یا کوچکی تصویر شخص در تصویر (Tribunal de Grande Instance Paris, 21 février 1974, Dalloz 1974, jurisprudence:) یا اصلاح فوری تصویر و محوکردن تصویر شخص (Tribunal de Grande Instance Paris,)

1994 juin 29) قابل تشخیص نباشد، به نظر نمی‌رسد خللی به حقوق شخص وارد شده باشد (Synodinou, 2014: 181 – 207).

در ایران نیز، در ادبیات حقوقی، حق تصویر از حقوق شخصیت دانسته شده است (صفایی، ۱۳۹۰: ۲۰). با این حال، در تطابق این باور با قوانین کنونی تردید است. توضیح آنکه براساس ماده ۷۲۹ قانون مجازات اسلامی انتشار «صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی» قابل مجازات است. بنابراین، فقط انتشار تصاویری ممنوع است که «خصوصی» یا «خانوادگی» باشند. بدین ترتیب، از دید قانون‌گذار ما، حق تصویر نه به منزله یک حق مستقل بلکه زیرمجموعه حق بر حریم خصوصی و از آن جهت که قرار است از حریم خصوصی شخص حمایت کند جای می‌گیرد. ازین رو، بهتر است قانون‌گذار برای شناسایی این حق به صورت مستقل اقدام کند.

آثار حق تصویر

آیا در نظام حقوقی ایران می‌توان از دیگران تصویر گرفت یا تصویر گرفته شده را منتشر کرد؟ درباره پرسش نخست، به نظر می‌رسد، با توجه به نصوص قانونی موجود، ممنوعیتی برای صرف تصویربرداری از دیگران وجود نداشته باشد. توضیح آنکه بر اساس ماده ۷۲۹ قانون مجازات اسلامی «هر کس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او جز در موارد قانونی منتشر کند یا دسترس دیگران قرار دهد، به نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب هتک حیثیت او شود به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون ریال تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.» بنابراین، با توجه به این قانون می‌توان گفت صرف گرفتن عکس از دیگری ممنوعیتی ندارد؛ آنچه مهم است انتشار تصویر دیگری است. به علاوه، در صورتی که بتوان تصویر اشخاص را جزء اطلاعات شخصی آن‌ها محسوب کرد، «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» فقط افشای این گونه اطلاعات را ممنوع دانسته نه جمع‌آوری آن‌ها را. با این حال، در صورتی که تصویربرداری از دیگران با نقض حریم خصوصی آن‌ها رخ داده باشد (مثلاً، با تصویربرداری از اشخاص در خانه شخصی‌شان)، موضوع مشمول ممنوعیت مذکور در اصل ۲۲ ق. ا. خواهد بود.

براساس این اصل «حیثیت، جان، مال، حقوق، مسکن، و شغل اشخاص از تعرض مصون است؛ مگر در مواردی که قانون تجویز کند.»

حال، سراغ پرسش دوم می‌رویم: آیا می‌توان تصویر گرفته‌شده را منتشر کرد؟ به نظر می‌رسد در پاسخ به این پرسش بتوان از «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات» بهره گرفت. براساس بند «ب» ماده ۱ این قانون، «اطلاعات شخصی: اطلاعات فردی نظیر نام و نام‌خانوادگی، نشانی‌های محل سکونت و محل کار، وضعیت زندگی خانوادگی، عادت‌های فردی، ناراحتی‌های جسمی، شماره حساب بانکی، و رمز عبور است.» در برابر این اطلاعات، اطلاعات عمومی قرار دارد. بر اساس بند «ج» ماده یادشده «اطلاعات عمومی: اطلاعات غیرشخصی نظیر ضوابط و آیین‌نامه‌ها، آمار و ارقام ملی و رسمی، اسناد و مکاتبات اداری، که از مصادیق مستثنیات فصل چهارم این قانون نباشد» است. با توجه به تعاریف اطلاعات فوق و نظر به مصادیق یادشده برای اطلاعات شخصی، در صورتی که تصویر گویای اطلاعات فردی شخص - مثل ناراحتی جسمی، محل زندگی، همسر و فرزندان، و ... - باشد، تردیدی نمی‌ماند که تصویر نیز می‌تواند از مصادیق اطلاعات شخصی شمرده شود (Helling, op. cit.: 26).

با وجود آنکه «هر شخص ایرانی حق دسترسی به اطلاعات عمومی را دارد ...» (ماده ۲ قانون یادشده)، بر اساس ماده ۶ قانون مورد بحث، «درخواست دسترسی به اطلاعات شخصی تنها از اشخاص حقیقی که اطلاعات به آن‌ها مربوط می‌گردد یا نماینده قانونی آنان پذیرفته می‌شود.» حال، اگر اطلاعات شخصی فرد برخلاف این قانون منتشر شود، براساس تبصره ماده ۲۱ این قانون، «اشخاص حقیقی و حقوقی حق دارند که مطابق قواعد عمومی مسئولیت‌های مدنی جبران خسارت‌های واردشده را مطالبه نمایند.» بدین ترتیب، در صورتی که تصاویر خصوصی دیگران منتشر شوند، منتشرکننده به صرف انتشار مسئولیت مدنی خواهد داشت. به‌علاوه، اگر انتشار تصویر یادشده سبب ورود ضرر یا هتک حیثیت شخص نیز شود، شخص مسئولیت کیفری نیز خواهد داشت. براساس ماده ۷۲۹ قانون مجازات اسلامی، «هر کس به‌وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او جز در موارد قانونی منتشر کند یا دسترس دیگران قرار دهد، به‌نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب

هتک حیثیت او شود، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون ریال تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.» البته باید توجه داشت در فرضی که انگیزه شخص اطلاع‌رسانی به دیگران باشد و این اتفاق از طریق مطبوعات رخ دهد می‌توان تصویر دیگران را منتشر کرد. در واقع، به استناد آزادی مطبوعات در بیان مطالب (اصل ۲۴ ق.ا)، باید اصل را بر جواز انتشار تصاویر دیگران به قصد اطلاع‌رسانی گذاشت. برای همین، در صورتی که اطلاع‌رسانی از طریق انتشار تصاویر دیگران به قصد جلب منافع عمومی انجام گرفته باشد، اصل را باید بر اباحت این اقدام دانست؛ چنان که «روشن‌ساختن افکار عمومی و بالابردن سطح معلومات و دانش مردم» رسالتی است که به موجب ماده ۲ قانون مطبوعات بر عهده این نوع رسانه گذاشته شده است، به‌ویژه آنکه «کسب و انتشار اخبار داخلی و خارجی که به منظور افزایش آگاهی عمومی و حفظ مصالح جامعه باشد ... حق قانونی مطبوعات است.» (ماده ۵ همان قانون) با این حال، این حق مطلق نیست و استثنائاتی به آن وارد شده است. مثلاً، نمی‌توان در پناه آزادی بیان تصاویری منتشر کرد که خلاف عفت عمومی باشد (بند ۱ ماده ۶ و ماده ۲۸ همان قانون) یا سبب توهین به اشخاص شود (بند ۸ ماده ۶ و ماده ۳۱ همان قانون) یا خلاف واقع باشد (بند ۱۱ ماده ۶ همان قانون). همچنین، استفاده تجاری از تصاویر دیگران بدون جلب رضایت آن‌ها می‌تواند مشمول ممنوعیت مذکور در بند ۱۰ ماده فوق باشد.

نتیجه‌گیری

در تصویر، جلوه‌ای مانا و پایدار از شخص در موقعیتی که در آن قرار دارد ثبت می‌شود؛ جلوه‌ای که فراتر از زمان و مکان ثبت تصویر می‌رود و می‌تواند در هر زمان و مکان دیگری ارائه شود. به‌علاوه، تصویر می‌تواند پیام‌های مختلفی را از شخصیت فرد به مخاطب منتقل کند؛ پیام‌هایی که لزوماً ممکن است مورد تأیید شخصی که از وی تصویربرداری شده نباشد. از دیگر سو، اهمیت تجاری تصویر را نیز نمی‌توان نادیده گرفت. این‌ها فقط گوشه‌ای از اهمیت حق تصویر هستند. ازین‌رو، نظام‌های حقوقی مختلف به این سمت رفته‌اند که حقی به نام حق تصویر را بشناسند و معرفی کنند. نظام حقوقی ایران نیز، اگرچه با کم و کاست، حق تصویر را به رسمیت می‌شناسد.

حق تصویر به این معناست که اشخاص حق انحصاری درباره تصویرشان دارند؛ این گونه که می‌توانند با آزادی کامل درباره تصویر خویش تصمیم بگیرند.

حق تصویر ماهیتی دوگانه دارد. از یک سو وابسته به شخصیت انسان است و از دیگر سو نمی‌توان ارزش مالی تصویر اشخاص را انکار کرد. با توجه به این ماهیت دوگانه، شخص نمی‌تواند حق خویش بر تصویرش را به کلی به دیگری منتقل کند. چون به معنای سلب کلی حقوق شخصیت است (ماده ۹۵۹ ق.م.). اما شخص می‌تواند به دیگری اجازه دهد از تصویرش استفاده کند. به علاوه، از آنجا که اصولاً حقوق مربوط به شخصیت با پایان یافتن شخصیت انسان پایان می‌یابد، حق تصویر نیز با فوت شخص از بین می‌رود. اما پایان این حقوق با مرگ انسان فقط ناظر به جنبه معنوی حقوق شخصیت است. ازین رو، جنبه مالی این حقوق به وراثت منتقل خواهد شد.

حق تصویر در نظام‌های حقوقی مختلف در قوانین گوناگون به تصویب رسیده است. در بعضی از کشورها این حق در قانون مدنی و در بعضی دیگر در قوانین مربوط به مالکیت فکری به رسمیت شناخته شده است؛ در بعضی دیگر نیز در هر دو. در بعضی از کشورها از قوانین جزایی نیز برای حمایت از حق تصویر استفاده کرده‌اند. در ایران، این حق از دو قانون مختلف قابل برداشت است؛ نخست، ماده ۷۲۹ قانون مجازات اسلامی و دیگری، «قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات».

برای توجیه مبنای حق تصویر، در گذشته، به حق شخص بر حریم خصوصی استناد می‌شد. اما مهم‌ترین ایراد این تعبیر این است که حق تصویر فقط جایی قابل استناد است که حریم خصوصی شخص نقض شده باشد. پس، اگر شخص در حریم خصوصی‌اش قرار نگرفته باشد و دیگری از او تصویر بگیرد، نمی‌تواند با استناد به حق تصویر جلوی تصویربرداری را بگیرد. با توجه به همین کاستی، به نظر می‌رسد باید به حق تصویر ارزش و جایگاهی مستقل داد. در این رویکرد، حق تصویر در عرض حق حریم خصوصی و از مصادیق حقوق شخصیت قرار می‌گیرد؛ حقوقی که قرار است از شخصیت انسان، صرف نظر از جایگاه و موقعیت اجتماعی‌اش، حمایت کند.

در نظام حقوقی ایران، صرف گرفتن عکس از دیگری ممنوعیت ندارد؛ مگر آنجا که تصویربرداری از دیگران با نقض حریم خصوصی رخ داده باشد. در این صورت، موضوع مشمول

ممنوعیت مذکور در اصل ۲۲ ق.ا. خواهد بود. همچنین، در فرضی که انگیزه شخص اطلاع‌رسانی به دیگران باشد و این اتفاق از طریق مطبوعات رخ دهد، به استناد قانون آزادی مطبوعات در بیان مطالب (اصل ۲۴ ق.ا.)، باید اصل را بر جواز انتشار تصاویر دیگران به قصد اطلاع‌رسانی گذاشت. در غیر این فرض، تصویر جزء اطلاعات شخصی شمرده می‌شود و انتشار آن طبق قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات ممنوع است.

منابع و مأخذ

۱. اصفهانی، محمدحسین (۱۴۱۸). *حاشیه‌ی مکاسب*، بی‌نا.
۲. جعفری لنگرودی، محمدجعفر (۱۳۸۰). *حقوق اموال*، تهران، گنج دانش.
۳. روحانی، سید محمدصادق (۱۴۱۸). *منهاج الفقاهه*، ج ۱، علمیه.
۴. صفایی، حسین (۱۳۹۰). *حقوق مدنی: اشخاص و محجورین*، تهران، سمت.
۵. خوبی، ابوالقاسم (۱۴۱۱). *مصباح الفقاهه*، ج ۲، العلمیه.
۶. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۵). *قواعد عمومی قراردادها*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۷. _____ (۱۳۸۸). *اموال و مالکیت*، تهران، میزان.
8. Acquarone, d. (1985). *l'ambiguid du droit l'image*, recueil dalloz sirey, 33 - 53.
9. Balcarczyk, justyna (2010). *sports image rights – a comparative overview*, collected papers of the faculty of law in split, vol. 47, 523 - 543.
10. Bergmann, Susanne (1999). *publicity rights in the u.s. and in germany: a comparative analysis*, Loyola Of Los Angeles Entertainment Law Journal, vol. 19, 499 - 512.
11. Beverley-smith, h. a. ohly, a. lucas-schloetter (2005). *privacy, property and personality*, cambridge , 65 - 75.
12. Brüggemeier, Gert, Aurelia Colombi Ciacchi, and Patrick O'Callaghan (2010). *Personality Rights in European Tort Law*, Cambridge University Press, New York.
13. Claire e., Gorman (2004). *publicity and privacy rights: evening out the playing field for celebrities and private citizens in the modern game of mass media*, Depaul Law Review, Vol 53, 85 - 101.
14. De grandpre, Vincent, m. (2001). *understanding the market for celebrity: an economic analysis of the right of publicity*, Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, Volume 12, Issue 1, 75 - 96.
15. Dougherty, f. jay (1998). *the right of publicity – towards a comparative and international perspective*, Loyola of Los Angeles Entertainment Law Journal, vol 18, 440 - 450.
16. Gaillard, Emmanuel (1984). *La Double Nature Du Droit L'image Et Ses Consiquences En Droit Positiffrangais*, Chron, 161 - 181.
17. Ghestin and g. Goubeaux (1989). *Traite de droit civil: les personnes*, l.g.d.j., 292-300.
18. Guido, alpa (1997). *The protection of privacy in italian law: case law in a codified legal system*, Tulane European & Civil Lawforum , vol 12, 12 - 20.
19. Hauch, jeanne m. (1994). *Protecting private facts in france: the warren & brandeis tort is alive and well and flourishing in paris*, tulane law review, vol 68, 125 - 150.
20. Hazel, Carty (2004). *Advertising, publicity rights and English Law*, Intellectual Property Quarterly, Issue 3, 34 - 43.
21. Helling, anna e. (2005). *protection of "persona" in the eu and in the us: a comparative analysis*, a thesis submitted to the graduate faculty of the university of georgia, athens, Georgia, 25 - 35.
22. Klink, j. (2003). *50 years of publicity rights in the united states and the never ending hassle with intellectual property and personality rights in Europe*, i.p.q, vol 4, 377 - 400.
23. Koziol h. and a. warzilek (2005). *The protection of personality rights against invasions by mass media*, vienna, new york, 2005, 121 - 140.
24. Lauterbach, Thorsten (2005). *us-style 'personality' right in the uk – en route from strasbourg? 20th bileta conference: over commoditised; over-centralised; over-observed: the new digital legal world?* queen's university of belfast, 12 - 25.

25. Legler, t. (1997). *vie privée, image volée: la protection de la personnalité contre les prises de vues*, berne.
26. Logeais, Elisabeth, Jean-Baptiste Schroeder (1998). *The French Right Of Image: An Ambiguous Concept Protecting The Human Persona* , Loyola Of los angeles Entertainmentlawjournal, Vol. 18, 517 - 530.
27. Marilena Manuc (2012). *Liliana, the right to self image: the consent given in the case of reproduction of a person in a photograph, film, drawing, on the internet*, contemporary readings in law and social justice, volume 4(2), 458 – 461.
28. Martuccelli, Silvio (1998). *International Rights of Publicity, The Right of Publicity under Italian Civil Law*, Loyola of Los Angeles Entertainment Law Journal, 65 - 80.
29. Peptan, Rodica (2014). *The Right To Own Image In The New Romanian Civil Code*, Letter And Social Science Series, Issue 2, 29 - 568.
30. Pinckaers, julius (1996). *from privacy toward a new intellectual property right in persona*, hague, london, boston, 265 - 280.
31. Reid, Elspeth (2012). *Rebalancing Privacy and Freedom of Expression*, *Edinburgh Law Review*, 16 (2), 253 - 58.
31. Reiter, eric h. (2001). *personality and patrimony: comparative perspectives on the right to one's image*, *tulane law review*, vol. 76, 673 - 685.
33. Synodinou, tatiana (2014). *image right and copyright law in europe: divergences and convergences*, *laws*, vol 3, 181 – 207.
34. Tercier, p. (1984). *le nouveau droit de la personnalité*, *Schulthess*, Warren, samuel d. & louis d. brandei (1890). *The right to privacy*, *Harvard Law Review*, vol 4, 45 - 65.
35. Westkamp, g. (2009). *celebrity rights in the uk after the human rights act: confidentiality, privacy and publicity*, in: p. machnikowski (ed.), *articles on civil law – a tribute to professor jan kosik*, Wroclaw, 12 - 35.