

عنوان مقاله:

نگاهی حقوقی بر تبلیغاتی از طریق سرویس های پیامکی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حقوق ، مدیریت ، علوم تربیتی ، روانشناسی و مدیریت برنامه ریزی آموزشی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسنده:

علیرضا (اسمیت) بستمی - دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد خرم آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم آباد، ایران

خلاصه مقاله:

از دهه ی گذشته تاکنون پیامک های تبلیغاتی که به موضوعی چالشبرانگیز تبدیل شده اند. در عصری که تبلیغات در همه جاحضور دارد، ورود آن به تلفن های همراه که اجتناب ناپذیر است عده ای را به اعتراض نسبت به دریافت اجباری آن ترغیب کرده است. پیامکهای تبلیغاتی از طریق سرویس های پیامکی یکی از راه های تبلیغاتی است که کاربران را ناچار به مشاهده ی تبلیغ میکند. این ویژگی از یک سو بستر تبلیغاتی تضمین شده ای برای صاحبان کسب و کار است و از طرفی دیگر تهدیدبرای حریم خصوصی کاربران به حساب می آید. حریم خصوصی نه تنها از آزادی و استقلال افراد در قبال هموعان خود و رسانه ها حمایت می کند، بلکه وسیله ای برای دفاع از آزادی و امنیت فردی در برابر دولت به حساب می آید. در اینمطالعه، دلایل انتشار ناخواسته ی اطلاعات تماس کاربران مورد بررسی قرار گرفته است و سپس دیدگاه حقوقی به پیامک های تبلیغاتی مورد مطالعه قرار داده شده است.

کلمات کلیدی:

حقوق شهروندی، حقوق خصوصی، پیامک های تبلیغاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1876790>

