

عنوان مقاله:

چه کسی مالک سلبریتی است؟ حقوق و شکل گیری شهرت

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی فقه، حقوق، وکالت و علوم اجتماعی در افق ایران ۱۴۰۴ (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

روح اله همت طبالوندانی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد حقوق خصوصی دانشگاه امام صادق علیه السلام

خلاصه مقاله:

سلبریتی به معنای نوین آن با عمری کمتر از صد سال در جهان مدرن، یکی از مهم ترین ابعاد تحلیلی نظامات رسانه ای، فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی در حال حاضر است. یکی از بزرگترین مشکلات بر سرراه تحلیل سلبریتی، ارائه تعریف مناسب در این خصوص است که با تقسیم بندی سلبریتی به سلبریتیاکتسابی، انتسابی و انتصابی می توان انواع و اقسام این گونه خاص از شهرت را معرفی و حتی گروه های خاص سلبریتی مثل اینفلوئنسرها و سیاستمداران را نمایش داد. البته قانونگذاران در برخورد با این مفهومچندان رویه ثابتی نداشته و مشخصا در رابطه با حق جلوت و تصویر سلبریتی سخن گفته اند، ولی از آنجاییکه عوامل دخیل در شکل گیری سلبریتی بسیار گسترده و غیرقابل احصا هستند، این پیچیدگی منجر به عدم شناخت این پدیده و خالاهای عدیده در حوزه حقوق و قانونگذاری بوده است. کما اینکه در قوانینمربوط به تبلیغات کماکان تاثیر سلبریتی چندان مورد مذاقه قرار نگرفته است. لذا لازم به ذکر است که در این خصوص تحقیقات فراوانی مورد نیاز و یکی از دغدغه های اصلی کار پژوهشی است.

کلمات کلیدی:

سلبریتی، شهرت، حق جلوت و تصویر، سلبریتی انتسابی، اکتسابی و انتصابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2046600>

