

Jurisprudential and Legal Study on the Right to Broadcast Football

Amir Mohsen SHabani¹, Ehsan Nemati²

1 - PhD in Jurisprudence and Fundamentals of Islamic Law, Faculty of Theology and Islamic Studies, University of Mazandaran, Babolsar, Lecturer of Islamic Azad University, Ayatollah Amoli Branch (Corresponding Author)
ariyaramiri@yahoo.com
2 - Master of Private Law, Mazandaran University, Babolsar

بررسی فقهی و حقوقی بر حق پخش فوتبال

امیر محسن شعبانی^۱، احسان نعمتی^۲

^۱- دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آیت الله املی (نویسنده مسئول)
ariyaramiri@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0003-0263-8676>

^۲- کارشناس ارشد حقوق خصوصی، دانشگاه مازندران، بابلسر

<http://orcid.org/0000-0002-0920-5008>

Abstract

The right to broadcast football is one of the well-know rights of football in the world, however in Iran is still facing major challenges, even though there is an agreement between broadcasting organization and football federation that includes apayment as the night to broadcast sports events to be done by broadcasting organization, the unwillingness of this organization to fulfill it's obligations has caused controversy and despite the legal monopoly on the right to broadcast sports events for broadcasting organization in the Law on the Implementation of Article 44 of the Constitution, the abuse of the dominant economic status is prohibited. Also, broadcasting sports events, which means live or recorded coverage of sports events on television, radio and other broadcast media and is described by one or more sports commentators, is the communication bridge sports and the media. Now the main question is what is the solution of jurists and jurists in the field of broadcasting rights and termination of football broadcasting contracts due to economic and political sanctions? Therefore, the purpose of this article is to provide jurisprudential and legal solutions by applying the football broadcasting rights of other countries to solve the problem of Iranian football broadcasting rights. To improve the football situation in the economic field, the existing gaps in the legal, economic, cultural and managerial fields must be filled, and these gaps can not be filled except with the help of jurists and lawyers to establish the legitimacy and legalization of broadcasting rights, so there is a need to form a committee. The technical and professional support of the government, parliament, the Radio and Television Organization and the Football Federation is required, and also to revive the right to broadcast by Iran, it should be deducted from the annual credits of the Ministry of Sports and Youth.

Keywords: Football, Broadcasting Rights, Radio and Television, Federation, Financial Support.

چکیده

حق پخش فوتبال به عنوان یکی از حقوق شناخته شده فوتبال، در دنیا مطرح است ولی در ایران هنوز با چالش‌های اساسی رو به رو است، زیرا علیرغم انعقاد قرارداد بین سازمان صداوسیما و فدراسیون فوتبال مبنی بر پرداخت مبلغی به عنوان حق پخش رویدادهای ورزشی توسط سازمان صداوسیما، عدم تمایل این سازمان به انجام تعهدات خود موجب بروز اختلاف شده است و با وجود پیش بینی انحصار قانونی حق پخش رویدادهای ورزشی برای سازمان صداوسیما در قانون اجرای سیاست‌های اصل چهل و چهارم قانون اساسی، سوءاستفاده از وضعیت مسلط اقتصادی نیز ممنوع شده است، همچنین پخش رویدادهای ورزشی که به مفهوم پوشش زنده یا ضبط شده رویدادهای ورزشی در برنامه تلویزیونی، رادیویی و دیگر رسانه‌های پخش بوده و توسط یک یا چند مفسر ورزشی توصیف می‌گردد، حلقه ارتباط بین ورزش و رسانه است. حال سوال اساسی این است که راهکار فقهی و حقوقدانان در زمینه حق پخش و فسخ قراردادهای حق پخش فوتبال به دنبال تحریم‌های اقتصادی و سیاسی چیست؟ بنابراین هدف از این مقاله ارائه راهکارهای فقهی و حقوقی با تطبیق حق پخش فوتبال کشورهای دیگر جهت حل مشکل حق پخش فوتبال ایران می‌باشد. برای بهبود شرایط فوتبال در زمینه اقتصادی، باید خلأهای موجود در زمینه قانونی و اقتصادی و فرهنگی و مدیریتی پر شوند و این خلأها قابل جبران نیستند جز با همراهی فقهی و حقوقدانان برای پی ریزی اولیه مشروعیت و قانونی سازی حق پخش. بنابراین نیاز به تشکیل کمیته فنی و تخصصی دولت، مجلس شورای اسلامی و سازمان صداوسیما و فدراسیون فوتبال لازم بوده و همچنین برای احیای حق پخش ورزش ایران از سرفصل اعتبارات سالانه سازمان صداوسیما کسر و به سرفصل‌های وزارت ورزش و جوانان اضافه شود.

واژگان کلیدی: فوتبال، حق پخش، سازمان صداوسیما، فدراسیون، حمایت مالی.

مقدمه

در کشورهایی که در فوتبال جهان پیشرو هستند، حق پخش تلویزیونی مسابقات از اصلی‌ترین منابع مالی فدراسیون‌ها و باشگاه‌ها محسوب می‌شود. در واقع «محصول ورزشی» که مسابقه در یک لیگ یا تورنمنت است، پایه و اساس «نمایش تلویزیونی» است. رسانه فرصت تبلیغ است و تب فوتبال را بالا می‌برد به همین دلیل است که در ابتدای تشریح مقررات رسانه فیفا برای بیدار شدن ذهن خواننده نوشته شده برای این که بدانید رسانه چیست، یک لحظه تصور کنید که بدون رسانه فوتبال به چه روزی در می‌آید.

امروزه با توجه به شناخته شدن ورزش به عنوان یک صنعت جدید، مقوله حق پخش تلویزیونی آن مبدل به یک موضوع بسیار پر اهمیت شده است که باید آن را به درستی شناخت. در عصر حاضر رسانه‌ها در توسعه ورزش نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند و در قالب‌های مختلف این پدیده اجتماعی را به مخاطبین معرفی می‌کنند. یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین رسانه‌ها تلویزیون است که تاثیر شگرفی بر ورزش داشته است. با حرفه‌ای شدن ورزش به خصوص فوتبال به عنوان یک صنعت، ارتباط تلویزیون با ورزش کمی پیچیده تر شد. یک مسابقه فوتبال دقیقا مانند یک وسیله زندگی مثل یخچال، خود یک محصول است بنابراین همان طور که مردم برای خرید یخچال هزینه می‌کنند باید برای دیدن یک مسابقه فوتبال که محصول سازمان ورزشی است هزینه کنند و در این میان تلویزیون به عنوان رابط باید عمل کند و بابت پخش مسابقات فوتبال به برگزارکنندگان هزینه پرداخت کند و از آن طرف برای مخاطبین خود شرایط ویژه‌ای مدنظر قرار دهد.

ورزش و حق پخش برنامه‌های ورزشی اشکال مختلفی دارد که در سایر محصولات رسانه ای این قابلیت وجود ندارد و همین امر آن را به عنوان یک کالای با ارزش در سطح ملی و جهانی مطرح کرده است. مسابقات و بازی‌های ورزشی محصولات زودگذر و بی دوام یا کالاهای از بین رفتنی هستند که دوام و ماندگاری در یک دوره زمانی کوتاه مدت را دارند. ورزش این قابلیت را دارد که پوشش رسانه ای آن با تاخیر صورت بگیرد ولی ارزش آن از یک برنامه زنده خیلی کمتر است و مهم‌ترین دلیل آن هم این است که مخاطبین ورزش علاقه مندند که از نتیجه بازی یا رویداد خیلی زود مطلع شوند. در سراسر دنیا بر خلاف گروه‌های زیادی از برنامه‌های تلویزیونی مانند اخبار، نمایش‌ها، فیلم‌ها و ... که در دسترس شبکه‌های تلویزیونی هستند ورزش‌های حرفه ای در دسترس شبکه‌های تلویزیونی محدود و خاصی قرار دارند علاوه بر آن مسابقات و لیگ‌های ورزشی محدودتر هستند و مفهوم آن این است که رقابت برای کسب حق پخش آن‌ها بیشتر است. به گواه شواهد موجود، فوتبال پرطرفدارترین و محبوب‌ترین ورزش در عرصه بین‌المللی است، تا جایی که بسیاری از کشورها آن را از ورزش‌های ملی خود محسوب می‌کنند. لیریز بودن ورزشگاه‌ها و برخورداری از تماشاگران چندصد میلیونی، فوتبال را به مردمی‌ترین ورزش جهان تبدیل کرده است. تمایل به این رشته ورزشی، با گذشت زمان بیشتر می‌شود و موجب تغییرات زیادی در آن شده است

تا جایی که فوتبال حرفه ای در سال های اخیر قابل قیاس با دوران گذشته نیست. داد و ستدهای چند میلیون دلاری برای نقل و انتقال بازیکنان، وجود حامیان مالی با سرمایه های بسیار کلان، خرید و فروش وسایل و کالاها با آرم باشگاه های حرفه ای، معامله های چندصد میلیون دلاری برای تبلیغات اطراف زمین، کسب درآمدهای کلان از محل حق پخش تلویزیونی مسابقات و قرار گرفتن باشگاهها در فهرست بازار بورس، همگی نقش به سزایی در توسعه صنعت فوتبال ایفا نموده اند.

با وجود این سطح از اهمیت تجاری و اقبال عمومی در مورد فوتبال، که کمتر کسی در آن تردید کرده، یکی از تردیدهای مهم در مورد قرارداد حق پخش فوتبال «موضوع قرارداد» است، این که آیا «فوتبال» می تواند به عنوان اثر فکری مورد حمایت قرار گیرد؟

پاسخ به این سوال، به طور قطع منفی است. به عبارت دیگر، پرسش آن است که چرا حق پخش زنده رویدادهای ورزشی علی الخصوص فوتبال، به عنوان حقی که دارای ارزش اقتصادی است، محسوب می گردد؟ این اوصاف را می توان این گونه پاسخ داد که وقتی باشگاه یا سازمانی با صرف هزینه بسیار، یک فعالیت ورزشی (فوتبال) را ایجاد و مدیریت می کند که مخاطبان بسیاری دارد، باید حق داشته باشد که درصدی از حق پخش آن به وی تعلق یابد. صنعت فوتبال بیش از هر عصر دیگری میدان مسابقه اقتصادی شده و باشگاهها بیش از هر زمان دیگری به درآمدزایی متکی شده اند. به طوری که می توان گفت اتخاذ راهبردهای اقتصادی درآمدزا در بخش های مختلف کشور جزء ضروریات بازسازی و توسعه فوتبال یک کشور محسوب می شود، منظور از فعالیت های اقتصادی و مالی، فروش کالاهای تجاری، حامیان مالی و حق تبلیغات، حق پخش کیتینگ، حق امتیاز استفاده از امکانات ورزشی، جاذبه های ویژه روز مسابقات، بلیت فروشی و مهم تر از همه فروش حق پخش رادیویی، تلویزیونی و اینترنتی است. بی شک بحث پخش تلویزیونی در صنعت فوتبال مهم ترین عامل رشد و توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورها بوده است. اهمیت اقتصادی پخش رسانه ای به حدی است که استفان مورو، یکی از اقتصاددانان فوتبال، از آن به عنوان موتور اقتصادی فوتبال نام برده است. ارزش اقتصادی حق پخش موجب شکل گیری توافقات ضدرقابتی شده است که از جمله آن می توان به توافقات افقی اشاره نمود که نتیجه آن اخلال در رقابت می باشد که اخلال در رقابت نیز منجر به انحصار، احتکار، تمرکز ثروت در دست افراد یا بنگاهها می شود.

در کشور ما تنها مرجع صالح به رسیدگی در مورد رویه های ضدرقابتی شورای رقابت بوده که پس از احراز رویه های ضدرقابتی اقدامات مدنی و کیفری لازم را بر اساس ماده ۶۱ قانون اجرای سیاست های اصل چهل و چهارم قانون اساسی، اعمال خواهد نمود. موضوع درآمدزایی باشگاه های ورزشی از طریق حق پخش، قدمت چندانی در کشور ما ندارد. مسئولان فدراسیون فوتبال معتقدند سازمان صداوسیما به عنوان رسانه ای بی رقیب در کشور سالیانه بین دوسوی و پنجاه تا چهارصد میلیارد تومان از پخش تلویزیونی لیگ برتر درآمد دارد، اما تنها حاضر است بیست و دو میلیارد تومان برای یک فصل مسابقات، به فدراسیون فوتبال و باشگاه های لیگ برتری پرداخت کند. در واقع ارزش واقعی حق پخش توسط

سازمان صداوسیما نادیده گرفته شده و این امر موجب اختلاف بین سازمان صداوسیما و فدراسیون فوتبال شده است. به علاوه بر اساس مواد «۹۲» و «۹۳»^۱ قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۵ و همچنین طی صورت جلسه ای که در فصل ۱۳۹۳/۱۳۹۴ لیگ فوتبال بین وزیر کشور و وزیر ورزش و جوانان و رئیس سازمان صداوسیما منعقد شد، مقرر شد که سازمان صداوسیما مبلغ ۵/۲۲ میلیارد را بابت حق پخش پرداخت نماید که تاکنون به هیچ یک از تعهدات خود عمل ننموده است. این موضوع، علاوه بر مشکلاتی که در زمینه داخلی به دنبال داشته، با این وجود به نظر می‌رسد در جهت حل این اختلافات، فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم جهت خصوصی سازی و در مرحله بعد وضع قانونی سازی یا به عبارت دیگر وضع قوانین و یا تفسیر موسع از قانون اجرای سیاست‌ها در جهت اهداف آن و تعیین ساختار مناسبی که در آن، نحوه توزیع درآمدهای حاصل از فروش حق پخش بازی‌ها مشخص باشد و همچنین تأمین درآمد باشگاه‌ها از طریق بازاریابی و اسپانسرینگ و فروش اقلام تجاری به هواداران، تأسیس شبکه‌های خصوصی با نظارت سازمان صداوسیما و اجاره بخشی از ساعات شبکه‌های سازمان صداوسیما به بخش خصوصی راهکارهای حقوقی و اقتصادی مفیدی به نظر می‌رسد.

۱- مفهوم حق پخش فوتبال

در ماده ۲ معاهده وایپو راجع به اجراها و آثار صوتی و وایپو، حق پخش را به مفهوم مخابره اصوات یا تصاویر و اصوات یا نمودهای آن با وسایل بی سیم برای دریافت عموم تعریف نموده است. به طور کلی حقوق مالکیت فکری به معنی حقوق قانونی است که ناشی از فعالیت‌های فکری در زمینه‌های صنعتی، علمی، ادبی و هنری می‌گردد. کشورها اغلب به دو دلیل قوانینی را جهت حمایت از مالکیت فکری وضع می‌کنند؛ یکی جهت حمایت قانون از حقوق معنوی و اقتصادی پدیدآورندگان و حق دسترسی مردم به این آثار و دیگری افزایش سیاست گذاری‌های آگاهانه دولت در زمینه خلاقیت، انتشار و استفاده از نتایج آن و تشویق تجارت منصفانه که به توسعه اجتماعی و اقتصادی کمک کند. به طور کلی هدف حقوق مالکیت فکری حمایت از پدیدآورندگان و دیگر تولیدکنندگان آثار فکری و خدمات از طریق اعطاء برخی حقوق محدود به زمان به آن‌ها جهت کنترل استفاده از این تولیدات می‌باشد. بنابراین این حقوق نسبت به آفرینش‌هایی که دربردارنده موضوعات عینی است، اعمال نمی‌گردد؛ بلکه مشمول آفرینش‌های فکری می‌شود (wipo, 2002, 3). حقوق پدیدآورنده اثر شامل حقوق مادی و معنوی می‌گردد. حقوق مادی مانند

۱- ماده ۹۳: دولت مکلف است از ابتدای اجرای قانون برنامه در قالب بودجه سنواتی، سهم خود در تأمین بودجه سازمان صداوسیما را حداقل به میزان هفت دهم درصد بودجه عمومی دولت لحاظ و تخصیص دهد. افزایش اعتبار سازمان نسبت به سال پایه از محل این ماده جهت پوشش صددرصدی استان‌ها، توسعه کمی و کیفی برنامه‌های تولیدی (ملی، استانی و برون مرزی) پویانمایی (انیمیشن)، مستند و فیلم‌ها و سریال‌های فاخر و توسعه فنی هزینه می‌شود و هر گونه افزایش حقوق و مزایا جز به تناسب سایر بخش‌های کشور که در بودجه سنواتی مشخص می‌شود، ممنوع است. سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران گزارش سالانه این ماده را به مجلس شورای اسلامی ارائه می‌کند.

تکثیر، نشر، پخش رادیویی، تلویزیونی فوتبال و ... که دربردارنده منافع مالی بوده و حقوق معنوی نیز که به شخصیت پدیدآورنده و رابطه وی با فوتبال مربوط می‌گردد، شامل حق افشاء اثر، حق حرمت نام، حق انتساب و ... می‌شود. این موارد در مواد ۳ و ۵ (بند ۳ و ۴) قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ نیز بیان شده است.

حق پخش ورزشی، قراردادی است که به موجب آن باشگاه یا سازمان اداره کننده یک ورزش، حق پخش برنامه‌های ورزشی خود را به صورت زنده از طریق رادیو یا تلویزیون به سازمان یا شرکتی که در این حوزه تخصص دارد، واگذار کرده، در قبال آن، پول یا خدمات دارای ارزش اقتصادی دریافت می‌کند. حق پخش تلویزیونی مهم ترین منبع درآمد مالی باشگاه های فوتبال در دنیا است، البته این موضوع در ایران هنوز وجاهت قانونی نیافته و باشگاه های فوتبال را با مشکلات جدی رو به رو کرده است. دولتی بودن رادیو و تلویزیون از یک سو و ارتباط برخی از رویدادهای ورزشی من جمله فوتبال با فرهنگ و ارزش های عمومی از سوی دیگر، شناسایی حق پخش برای متصدیان حق پخش و نحوه حمایت از آن را به ویژه در کشورهای در حال توسعه در ابهام قرار داده است (السان، ۱۳۹۲، ۱).

۲- رویکرد فقهی بر قانونی سازی حق پخش فوتبال

برای قانونی سازی حق پخش فوتبال طبق اصل چهارم قانون اساسی، ابتدا باید مشروعیت فقهی این پدیده مستحده را اثبات کرده، سپس رویکردهای حقوقی این امر را مورد بررسی قرار دهیم.

۲-۱- از منظر بنای عقلا و عرف

طبق آیه مبارکه «حَدِّ الْعُقُوقِ وَأَمْرِ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَهْلِينَ» (اعراف، ۱۹۹). طبق سخن طبرسی در تفسیر این آیه، عرف عقلائی به معنای هر روش و خوی نیکویی است که عقل مردم خوبی و درستی آن را تشخیص می‌دهند (طبرسی، بی تا، ج ۴، ۵۱۲). بنابراین می‌توان عرف عقلائی مسائل مستحده، همانند حق پخش فوتبال را حجت دانست، زیرا قرآن با این آیه شریفه، اساس عرف‌ها و سیره و سنت‌های عقلائی را اصل بر صحت و درستی گذاشته و با آیه شریفه «مَا قَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ» (انعام، ۳۸) درصدد بیان این امر می‌باشد که مسائل مستحده را می‌توان در قرآن استنباط کرد و با این بیان به صورت یک تائیدیه کلی، تمامی مبنا و اساس رویه‌های عقلائی مخصوصاً رویه‌های عقلائی مستحده را معتبر دانسته است. همچنین آیه مبارکه «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (آل عمران، ۱۱۰). مدلول این آیه شامل هر اندیشه و عمل نیکو من جمله عرف نیکو می‌شود. به همین دلیل شهید مصطفی خمینی معتقد است که ردع از عرف همواره موجب اختلال نظام و پیدایی عسر و حرج نمی‌شود (موسوی خمینی، ۱۳۷۶، ج ۵، ۲۷۸). زیرا این عرف عقلائی به مرور زمان تبدیل به مرتکبات عقلی می‌شود که به نظر شهید صدر ارتکاز عقلاء «چیزی است که در ذهن عقلاء پاگرفته و جافتاده و استقرار یافته باشد، اگر چه بر طبق آن فعلا عملی یا ترکی انجام نگرفته باشد»، که

سیره عقلاء هم شامل این مرتکزات عقلی می‌شود زیرا مراد از سیره عقلاء، چیزی است اعم از سلوک و عمل خارجی و آن چه هنوز زمینه برای تحقق خارجی آن وجود ندارد (صدر، ۱۴۱۸، ۲۳۴).

البته در مطلب دیگری شهید صدر اعتقاد دارند که: «منشأ بنای عقلا همیشه امر عقلانی نمی‌باشد، تا شارع و قانون گذار با عقلا هم مسلک و هم نظر باشند، بلکه گاهی ممکن است ناشی از عواملی غیر عقلی باشد. علاوه بر این که ممکن است شارع برای اتخاذ طریقی عقلانی تر از راه عقلا با بنای عقلا مخالفت کرده باشد» (صدر، ۱۴۱۸، ۲۶۵). با این نظر شهید صدر می‌توان گفت برخی بناهای عقلانی همانند حق پخش فوتبال و رویدادهای ورزشی، ممکن است ناشی از حکم عقل نباشد، بلکه ریشه در عوامل و مسائل خارجی و با توجه نیازهای ضروری و اساسی یکسان به خصوص در قراردادهای و رویدادهای ورزشی با توجه به شرایط امروزی و بازار اقتصادی قراردادهای میلیاردی بازیکنان فوتبال می‌باشد، بدون آن که حکم عقل در اتخاذ این طریق نقشی داشته باشد. زیرا که حکم عقل منوط به اطلاع و آگاهی بر مصالح و مفاسد واقعی بر مسائل مختلف می‌باشد. حال آن که رویه و طریق بنای عقلا منوط به اطلاع و آگاهی بر مصالح و مفاسد واقعی نیست، بلکه همین که عقلا در قراردادهای خود یک رویه ای را در پیش می‌گیرند، بنای عقلا محقق می‌شود، بنابراین بنای عقلا به صورت قطعیت ریشه در حکم عقل ندارد.

۲-۲- از منظر قاعده احترام

قاعده فقهی احترام تحت عنوان «احترام مال المسلم و عمله» (طباطبائی یزدی، ۱۴۱۶ق، ج ۵، ۱۴۶) نام برده می‌شود، که این قاعده در راستای حمایت از مالکیت خصوصی و جلوگیری از تجاوز دیگران به آن وضع شده است، زیرا یکی از مسائلی که در زندگی بشر کاربرد فراوانی دارد، احترام و توجه به حد و حدود عمل خود و دیگران می‌باشد، این مسئله از آن جهت حایز اهمیت است که امنیت اقتصادی جامعه در گرو آن است. بنابراین هم مال و عمل فرد مسلمان باید مورد احترام قرار بگیرد. به عبارت دیگر اموال و اعمال مردم در جامعه اسلامی باید دارای مصونیت از هر نوع خطر و تعدی باشد. اگر این اتفاق بیافتد، مردم حاضر هستند که در روابط اقتصادی جامعه نقش فعالی را ایفا کنند.

برای توجیه فقهی حق پخش فوتبال به باشگاه‌ها از طریق سازمان صداوسیما می‌توان این گونه استنباط نمود «که اگر شخصی به امر دیگری، کاری انجام دهد، چنان چه این کار عرفاً دارای ارزش اقتصادی و بدون قصد تبرع انجام یافته باشد، آمر به اندازه اجرت المثل ضامن است. مستند ضامن، قاعده احترام است؛ بدین توضیح که هر چند انسان آزاده خودش مال نیست، ولی کار او مال محسوب است و مقتضای احترام مال، مسئولیت و ضامن است. البته بعضی از فقیهان در مورد عمل مسلمان قاعده مستقلی تحت عنوان «عمل المسلم محترم ما لم یقصد التبرع» تنظیم کرده‌اند (طباطبائی یزدی، ۱۴۱۶ق، ج ۵، ۱۴۶) ولی ناگفته پیداست که ارزش دار بودن عمل مسلمان از فروع قاعده احترام است (محقق داماد، ۱۳۹۲، ج ۱، ۲۱۷).

هر گاه تبرع مورد تردید باشد، اصل عدم تبرع جاری می‌گردد و نباید پنداشت که اصل برائت به نفع طرف مقابل جاری است؛ چرا که اصل عدم تبرع بر اصل برائت حاکم و غالب است، زیرا اصل عدم تبرع مستند به سیره عقلایی و عرفی و ظاهر حال است و بنابراین از امارات محسوب و بر اصل برائت که یک اصل عملی قضایی است حکومت دارد (محقق داماد، ۱۳۹۲، ج ۱، ۲۱۸)، زیرا این امر من جمله از بدیهیات است که برگزاری بازی فوتبال که خود موجب درآمدزایی می‌شود، امری تبرعی نبوده و چرا که اصل، عدم تبرع است و استیفا از کاری که ارزش مالی دارد، موجب ضمان است، مگر آن که قصد تبرع توسط عامل احراز گردد و در مورد ترافع، بار اثبات به عهده خواننده است. دلیل عدم تبرعی بودن این امر هم این است که چون فوتبال به کمک اسپانسرهای فعلی، حامی کالاهای خصوصی و دولتی است به گونه ای که قادر است در برهه‌های مختلف در بازارهای اقتصادی، کالایی را در اذهان مردم به عنوان یک نمونه تأیید شده رونق ببخشد. بنابراین فوتبال به کمک حامیان مالی خود که در آن تلویزیون نیز در نمایش این مقولات مذکور، نقش مهمی دارد، موجب مالکیت خصوصی و ارزش مالی است.

از منظر دیگری نیز می‌توان توضیح داد به این صورت که «فروش امتیاز بازی‌ها به تلویزیون نیز یکی از بخش‌های قابل بحث در اقتصاد فوتبال است. فوتبال اگر چه یکی از پردرآمدترین رشته‌های ورزشی است، اما مخارج هنگفتی را نیز باید صرف نگهداری آن کرد، یکی از پرخرج‌ترین بخش‌های فوتبال ورزشگاه‌ها است، مکانی که تابلوهای تبلیغاتی به زیباترین شکل در آن آذین شده است. خرید بازیکنان نیز یکی از پرخرج‌ترین و به نوعی پردرآمدترین قسمت‌های تیم داری و فوتبال است. زمانی که در رشد سالیانه اقتصاد فرانسه، فوتبال سه درصد از این رشد را بر عهده دارد، نمی‌توان این مسئله را تبرعی بودن عمل افراد در نظر گرفت و باید به عمل افراد احترام گذاشت، باشگاه‌های بزرگی چون منچستریونایتد یا رئال مادرید که نام باشگاه را بر خود دارند جزء بنگاه‌های اقتصادی درآمدزا محسوب می‌شوند، زیرا که با حمایت شرکت‌های بزرگ و تبلیغ کالاهای روز، به فوتبال و حیات خود ادامه می‌دهند و این امر میسر نیست جز آن که دست به انعقاد قرارداد برای فروش حق پخش بازی‌های فوتبال به شبکه‌های تلویزیونی بزنند، پس طبق قاعده احترام باید به تسلط و مالکیت افراد بر اعمال و مال شان احترام گذاشته و این اعمال را تبرعی حساب نکرده و در قبال کار و اعمال شان سازمان‌هایی مثل سازمان صداوسیما، اجرت این عمل را پرداخت کنند. همچنین سیدیزدی می‌گوید: «در مواردی که قرارداد سرمایه‌گذاری مابین دو نفر منعقد می‌گردد، چنان چه واجد شرایط عقد مضاربه نباشد و عقد مضاربه بر رابطه آنان صدق نکند، عامل مستحق اجرت المثل است، مگر آن که قصد تبرع کرده باشد و اگر قصد تبرع هم نکرده باشد، چنان چه از ظاهر حال طرفین عدم تبرع ثابت گردد، اجرت المثل ثابت نمی‌شود، ولی اگر چنین ظهور حالی وجود نداشته باشد، بنا به قاعده فقهی مذکور، عامل مستحق اجرت المثل خواهد بود (طباطبائی، یزدی، ۱۴۱۶ق، ج ۵، ۱۴۷).

۳- رویکرد حقوقی بر قانونی سازی حق پخش فوتبال

پخش تلویزیونی فوتبال در مقایسه با پخش رویدادهای دیگر از ویژگی‌های منحصر به فردی برخوردار است. به علاوه، رویه رایج این است که فدراسیون فوتبال برای فروش حق پخش رویدادهای فوتبالی آن را در قالب بسته عرضه می‌کند. در این روش باشگاه‌ها به منظور فروش این محصولات با یکدیگر رقابت نمی‌کنند، بلکه رقابت بین خریداران احتمالی این حقوق است که به همان نسبت محدود می‌گردد، اگر مسابقات فوتبال را به عنوان بخشی از اثر سمعی- بصری اصیل در نظر بگیریم، در نتیجه به نمایندگی از پدیدآورنده خود، حقوق مالکیت فکری را تولید خواهد کرد که معمولاً در این موارد بین حقوق مالکیت فکری پدیدآورنده و حقوق مالکیت ناشی از بهره برداری تجاری آن‌ها تمایز وجود دارد. مشکلی که در مورد مسابقات فوتبال وجود دارد این است که از آن جایی که صرف نظر از این که بخشی از اثر چند بار در یک رویداد ورزشی خاص تکرار شود، چگونه این بخش با وجود رقابت‌های دخیل در این زمینه می‌تواند مورد حمایت مالکیت فکری قرار گیرد. بر خلاف خود رویداد فوتبالی، ضبط اثر سمعی- بصری با استفاده از ابزارهای فناوری جدید می‌تواند رویدادی را به صورت بخش خاصی از آن اثر نمایش دهد. با این حال، در این مورد هیچ آفرینش صوتی- تصویری اصیلی وجود ندارد که بتوان فرد ضبط کننده را به عنوان پدیدآورنده مورد حمایت قرار داد. به عبارت دیگر، ماهیت آثار سمعی- بصری قابل عرضه در بازار چیزی جز، ضبط ساده رویداد و یا شاید آفرینش فکری (مانند عکس گرفتن از یک مجسمه) نیست. البته از زمان‌های قدیم، قانونی نانوشته وجود دارد که بر اساس آن، برگزارکننده رویداد ورزشی حق انحصاری بهره برداری تجاری را برای خود را نگه می‌دارد. گذشته از این قانون نانوشته، این حقوق منحصر به فرد ممکن است ناشی از این واقعیت باشد که محل برگزاری رویدادها و یا حق بهره برداری تجاری از آن در اختیار خود برگزارکننده باشد. یعنی برگزارکننده ممکن است حق پخش مربوط به رویداد ورزشی خاصی را طبق قوانین رقابت برای خود مقرر کند، با این ادعا که پوشش زنده توسط شخص ثالث ممکن است منجر به ارائه خدمات نامطلوب در محل برگزاری رویدادها شود. بنابراین برگزارکننده در صورت تمایل به برخورداری از این حق، باید حق بهره برداری تجاری از رویدادهای ورزشی را به صورت قانونی برای خود مقرر نماید (Marios Papaloukas, 2010, 81).

همچنین هنگام تجزیه و تحلیل قراردادهای موجود در زمینه پخش تلویزیونی مسابقات فوتبال بسیاری از عناصر مشابه وجود دارند. تنظیم هر قرارداد و تعیین شرایط حق پخش، بر اساس شرایط و الزامات خاص طرفین قرارداد تعیین می‌شود. این موجب می‌شود که اغلب قسمتی از مفاد قرارداد به علت اطلاعات محرمانه تجاری در دسترس عموم قرار نگیرد. همچنین ماهیت حقوقی قرارداد باید توسط قراردادی که دربرگیرنده عناصر قرارداد بیع (طرفین قرارداد، موضوع، مدت، مبلغ، محل تنظیم و محل انجام تعهد) می‌باشد، تعیین شود (Gürsoy, 2011, 8).

در واقع، مرحله شروع هر توافقنامه پخش ورزشی این است که فرض کنیم حق صدور مجوز برای پخش تلویزیونی صرفاً به باشگاه‌های فوتبال داده شود. اما با این وجود، در اغلب موارد حقوق پخش توسط برگزارکنندگان مسابقات فوتبال یا سازمان‌های خاص یا به نمایندگی از آن‌ها فروخته می‌شود که ممکن است وضعیتی را ایجاد کند که در آن اشخاص مذکور، حقوق فروش را دریافت نکنند. به طور خاص، این جنبه به وضوح در قراردادهای پخش تلویزیونی مسابقات فوتبال قابل مشاهده است. با توجه به مقررات فیفا و یوفا این سازمان‌ها تنها «مالک» حقوق پخش تلویزیونی برنامه‌های ورزشی هستند. البته به نظر می‌رسد این دو سازمان حق کپی‌رایت را برای باشگاه‌ها و انجمن‌ها به رسمیت می‌شناسند (UEFA, Chapter, 2012, 21). برای قانونی سازی حق پخش فوتبال در کشور می‌توان مسئله را این گونه بیان کرد که، حق پخش تلویزیونی در اکثر کشورهای دارای لیگ حرفه‌ای ورزشی، رقمی بین چهل و پنج تا هفتاد درصد کل درآمد باشگاه‌ها را تشکیل می‌دهد. مستند به اصول قانونی زیر می‌توان گفت کلیات این حق، در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز پذیرفته شده است. برابر اصول بیست و دوم، چهل و ششم، چهل و هفتم و بند پنجم اصل چهل و سوم قانون اساسی: هر کس، مالک کسب و کار مشروع خویش محسوب می‌شود. مالکیت اشخاص بر منافع و نتایج کسب و کارشان مشروع و محترم است. هیچ شخصی حق ندارد اعمال حق خود را وسیله وارد آوردن زیان و ضرر به دیگران قرار دهد. هیچ شخصی حق ندارد به عنوان مالکیت، امکان کسب و کار را از دیگری سلب کند. مال و شغل و حقوق اشخاص از تعرض مصون شناخته شده است (خبیری و الهی، ۱۳۸۴، ۸).

ماده ۳۳۶ قانون مدنی مقرر می‌دارد: «هر گاه کسی بر حسب امر دیگری اقدام به عملی نماید که عرفاً برای آن عمل اجرتی بوده و یا آن شخص عادتاً مهبیای آن عمل باشد عامل مستحق اجرت عمل خود خواهد بود، مگر این که معلوم شود که قصد تبرع داشته است.» در رویه عملی سازمان صداوسیما نیز این حق تا حدودی به رسمیت شناخته شده و در سالیان اخیر بهای اندکی برایش پرداخت گردیده که البته به هیچ وجه متناسب با ارزش آن نبوده و این در حالی است که درآمدهای قابل توجهی بابت پخش تبلیغات تلویزیونی در پیش و حین و پس از پخش این مسابقات و رویدادها عاید سازمان صداوسیما شده است (خبیری و الهی، ۱۳۸۴، ۸).

قوانین موجود در زمینه حقوق باشگاه‌های فوتبال گرفتار خلأهای قانونی بسیاری است. در حقیقت قوانین مدنی و جزایی موجود، در موارد متعدد فاقد قانون لازم در زمینه احقاق حق باشگاه‌ها است و در مواردی هم به دلیل کلی‌گویی و ابهامات موجود در مواد قانونی (خلاء قانونی)، کارایی لازم را ندارند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲، ۳) که در ایران نه تنها پخش زنده تلویزیونی مسابقات ورزشی به عنوان یک حق برای صاحبان بازی‌ها به شمار نمی‌رود، بلکه پخش آن‌ها در تلویزیون به عنوان لطفی از طرف سازمان صداوسیما به صاحبان بازی‌ها (باشگاه‌ها) بر شمرده می‌شود.

۴- حق پخش فوتبال از لحاظ حقوق بین الملل

از نظر قوانین بین المللی صدور مجوز پخش مسابقات از شبکه‌های تلویزیونی فقط با صاحبان بازی‌ها نظیر فدراسیون‌ها، سازمان‌های لیگ و باشگاه‌ها می‌باشد. کمیته بین المللی المپیک در اساسنامه خود، با صراحت فروش حق پخش تلویزیونی مسابقات را جزء حقوق قانونی صاحبان بازی‌ها می‌داند. مطابق ماده ۷۴ از مقررات فدراسیون جهانی فوتبال فیفا اصلاحی ۲۰۰۷، اعضای آن و کنفدراسیون‌ها به عنوان مالکین واقعی هر نوع حقی که از رقابت‌های ورزشی برگزار شده در قلمرو سرزمینی آن‌ها ناشی می‌شود شناخته می‌شوند. این حقوق از جمله شامل حق هر گونه بهره برداری و استفاده مالی، ضبط و پخش رادیویی و تلویزیونی و ماهواره ای، حق استفاده چندرسانه ای، بازاریابی، تبلیغ، حقوق جنبی و کلیه حقوقی می‌شود که بر مبنای مقررات مالکیت فکری می‌توان آن‌ها را به رسمیت شناخت. کیتته اجرایی فدراسیون جهانی فوتبال فیفا، حق انحصاری تعیین تکلیف در خصوص اعمال انحصاری این حقوق یا اجرای مشترک آن‌ها یا اجرای آن‌ها از طریق واگذاری به شخص ثالث را کلا یا جزئا خواهد داشت.

فدراسیون جهانی فوتبال فیفا بر مبنای حق پخش که از رادیو و تلویزیون یا ماهواره دریافت می‌شود و نیز بلیت‌های فروخته شده و سایر فعالیت‌های رسانه ای انجام گرفته در مسابقات ورزشی، مستحق دریافت وجه به ترتیبی شناخته می‌شود که در بخش مقررات مالی این نهاد بین المللی پیش بینی شده است. در مورد جام جهانی فوتبال، فدراسیون جهانی فوتبال فیفا دارنده حق پخش محسوب می‌شود و معمولا با یک شرکت پخش کننده (که الزاما باید در کشور محل برگزاری اقامتگاه داشته باشد) اقدام به انعقاد قرارداد پخش می‌کند (السان، ۱۳۹۲، ۱۲).

۴-۱- حق پخش فوتبال در ایالات متحده آمریکا

قانون کپی رایت و رویدادهای ورزشی در موقعیت‌های مختلفی با یکدیگر تلاقی پیدا می‌کنند. در واقع، زمانی که سازمان ورزشی یکی از بازی‌های خود را پخش کند، توصیف و گزارش این بازی‌ها، آن را جزء آثار قابل حمایت کپی رایت آورده و به همین علت، ممکن است تیم‌ها بابت پخش تکرار بازی‌ها مجاز به اخذ هزینه حق امتیاز باشند. حالت دیگر زمانی است که سازمان ورزشی به نمایندگی از اعضای تیم خود وارد مذاکره جهت انعقاد قرارداد می‌گردد. در حالی که این موضوع بر اساس قانون پخش ورزشی ۱۹۶۱، در سطح حرفه ای اجازه داده شده است. در نهایت، دارنده حقوق مالکیت می‌تواند به انعقاد قرارداد با بسیاری از سازمان‌های مختلف (شبکه، تبلیغ کنندگان، شرکت‌های کابلی) که به پخش مسابقه ورزشی اقدام می‌کنند بپردازد (Gleen, 2010, 708).

در واقع، اصول حقوقی ارتباطات دور و ارتباطات رادیویی و تلویزیونی ایالات متحده آمریکا بر مالکیت خصوصی مؤسسات تجاری اداره کننده امور ارتباطی و صدور اجازه فعالیت آن‌ها از سوی کمیسیون ارتباطات دولت فدرال استوار شده است. کمیسیون یاد شده علاوه بر اعطای اجازه نامه تأسیس و فعالیت

مؤسسات ارتباطی بر طرز کار آنها نیز به طور دقیق نظارت می‌کند. در کنار مؤسسات و شبکه‌های قدرتمند رادیویی و تلویزیون‌های خصوصی و تجارتي ایالات متحده آمریکا، مؤسسات رادیویی و تلویزیونی عمومی نیز فعالیت دارند و به پخش برنامه‌های خاص برای اهداف آموزش داخلی و جذب مخاطب در کشورهای خارجی می‌پردازند، اما دامنه فعالیت آنها در برابر مؤسسات ارتباطات سمعی و بصری خصوصی، بسیار محدود است.

۴-۲- حق پخش فوتبال در انگلستان

در انگلستان، بر خلاف ایالات متحده آمریکا به پیشبرد فعالیت رادیوها و تلویزیون‌های عمومی که با استفاده از بودجه دولتی، مستقل از دولت اداره می‌شوند توجه شده است (محمدزاده وادقانی و حکیم شفایی، ۱۳۹۳، ۱۲). مسابقات فوتبال بومی و یا آن‌هایی که منافع قابل توجهی برای عموم مردم به همراه دارد، توسط رسانه‌های اصلی زمینی در انگلستان و به طور سنتی در قالب بسته‌های زنده و یا ضبط شده ارائه می‌گردند. به عبارت دیگر، حداقل در نیمه دوم قرن بیستم رویدادهایی مانند فینال جام حذفی، مسابقات تنیس ویمبلدون و مسابقات مقدماتی کریکت به صورت زنده و بر روی پلتفرم‌های رایگان برای نمایش تلویزیونی تهیه می‌شوند. رویدادهای ذکر شده توسط دولت برای اطمینان از این است که حقوق از این طریق منتقل گردد.

در حال حاضر دو گروه A و B وجود دارد. فعالیت‌های گروه A که باید به صورت پخش زنده و توسط کانال‌های رایگان پخش گردد که شبکه‌های BBC₁، BBC₂، ITV و کانال S4C، در این دسته قرار می‌گیرند. فعالیت‌های گروه B می‌تواند به صورت زنده، اما توسط کانال‌های تلویزیونی پولی پخش شود به شرطی که به صورت برجسته در کانال‌های رایگان نشان داده شود. به عنوان بخشی از صنعت جهانی مخابرات، اتحادیه اروپا رادیو و تلویزیون را فعالیتی می‌داند که باید صرفاً درون بازار را تنظیم کند. همچنین، در انگلستان حق پخش تلویزیونی بیش از آن که دارای منشأ حقوقی باشد، دارای منشأ تجاری بوده و در آن مالکیتی نسبت به حق پخش وجود ندارد و با استفاده از قواعد رقابت غیرمنصفانه از استفاده غیرمجاز از این حق جلوگیری می‌کنند. در واقع در انگلستان برگزارکنندگان مسابقات با مذاکره با سازمان‌های پخش تلویزیونی، امکان پخش و یا به عبارتی مجوز دسترسی به مسابقه جهت پخش آن را منتقل می‌کنند (خوشنویس، ۱۳۹۵، ۱۲۹).

۴-۳- حق پخش فوتبال در آلمان

در بوندسلیگا حقوق تلویزیونی به صورت متمرکز توسط سازمان لیگ این کشور که برگزارکننده بوندسلیگای اول و دوم است، به فروش می‌رسد. سازمان لیگ آلمان این درآمد را میان دوازده باشگاه دو لیگ توزیع می‌کند. تفاوت عمده بوندسلیگا با لیگ برتر انگلستان در فروش بازی‌ها به شبکه‌های پولی و عمومی است. سازمان لیگ آلمان، حق پخش مستقیم دو بازی در فصل به

علاوه پخش خلاصه بازی‌ها را تنها یک ساعت و نیم پس از پایان مسابقات، را به شبکه عمومی ARD می‌فروشد. این باعث می‌شود که شبکه پولی SKY در آلمان با قیمت پایین تری نسبت به سایر لیگ‌ها، لیگ آلمان را بخرد. در مجموع حدود یکصدوسیزده ساعت از مسابقات بوندسلیگا در شبکه‌های عمومی پخش می‌شود. این میزان در قیاس با لیگ برتر انگلستان (۱۳۴/۴۰ ساعت) بسیار زیاد است. در عوض پخش مسابقات در شبکه‌های عمومی به دلیل قابل رؤیت بودن بیشتر بازی‌ها، درآمد حاصل از اسپانسرینگ و فروش اقلام تجاری هواداران را در آلمان افزایش داده است.

۴-۴- حق پخش فوتبال در اسپانیا

در اسپانیا فدراسیون فوتبال این کشور برای سال ۲۰۱۰، پس از قهرمانی تیم ملی این کشور در اروپا، حق پخش زنده هر بازی تیم را به مبلغ سه میلیون و هفتصد و پنجاه هزار یورو به شبکه TVE فروخت. پیش از این حقوق تلویزیونی هر بازی در سال ۲۰۰۸، دو میلیون و پاصد هزار یورو فروخته شده بود. البته قرارداد فدراسیون فوتبال اسپانیا با TVE شامل اسپانسرینگ هم می‌شود و این شبکه به عنوان یکی از شرکای تجاری فدراسیون نیز به شمار می‌آید.

۵- موانع اخذ حق پخش تلویزیونی در ایران

شبکه‌های تلویزیونی مجاری توزیع کالا به شمار می‌روند که در این جا کالا، بازی فوتبال است، بنابراین کانال‌های تلویزیونی در صنعت فوتبال نقش واسطه را ایفا می‌کنند. از این رو بخش شایان توجهی از درآمد حق پخش به باشگاه‌ها یا تولیدکنندگان کالا تعلق می‌گیرد و بخشی هم نصیب شبکه‌های تلویزیونی می‌شود، هر چند تاکنون این تعامل بین صنعت فوتبال ایران و سازمان صداوسیما برقرار نشده است، البته می‌توان عوامل بسیاری همچون سکوت قانون‌گذار، خلأهای قانونی و ... را در آن دخیل دانست. مهم‌ترین موانع اخذ حق پخش تلویزیونی در ایران را می‌توان در هفت دسته اصلی عوامل حقوقی- قانونی، اقتصادی- سیاسی، مدیریتی، ساختاری، معنایی، رفتاری و محیطی تقسیم نمود. بررسی نتایج تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع اقتصادی فوتبال شامل تحقق نیافتن حق پخش تلویزیونی، پرداخت نکردن حق تبلیغات دور زمین، کپی رایت و ... است (رضائی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۵۵).

وجود مشکلات عمده حقوقی در موضوع کپی رایت یا حقوق مالکیت معنوی در کل کشور، یکی از موضوعاتی است که عدم جذب درآمد حاصل از پخش رسانه‌ای توسط صنعت فوتبال ایران را تحت تأثیر قرار داده است، بنابراین با توجه به مشکلات عظیم اقتصادی باشگاه‌های فوتبال، باید موضوع حق پخش تلویزیونی در ایران به صورت موضوع ویژه‌ای از سوی مجلس

و دولت بررسی شود (رضائی، ۱۳۹۲، ۱۵۶). برای مذاکره با شبکه های تلویزیونی به منظور اخذ حق پخش تلویزیونی بهتر، می توان از تیم (مذاکرات تیمی) یا افراد (مذاکرات فردی) متخصص استفاده کرد، هر چند نتایج او نشان می دهد که چانه زنی جمعی نتایج بهتر و تأثیرات منفی کمتری دارد (Gortazar, 2012, 143).

در حال حاضر باشگاه های فوتبال دنیا دوران طلایی خود را سپری می کنند، زیرا سیل پول به سوی باشگاه های فوتبال سرازیر است؛ قراردادهای کلان با شبکه های تلویزیونی برای نمایش بسته می شود و حامیان گوناگون برای جلب نظر باشگاهها رقابت شدید دارند. اما این پرسش مطرح است که چگونه است فوتبال حرفه ای دنیا در کشورهای اروپایی و حتی آسیایی سالانه مبالغ کلانی را از محل حق پخش تلویزیونی خود دریافت می کنند، ولی فوتبال ایران از کسب این درآمد محروم است؟ موانع و مشکلات موجود کدام است؟

از جمله موانع قانونی و راهکارهای دریافت حق پخش تلویزیونی: نبود قانون حق مالکیت معنوی (کپی رایت) به عنوان پایه و اساس حق پخش تلویزیونی که می توان راه حل این معضل را تجاری کردن باشگاهها و تبعیت از قوانین تجارت دانست. عدم ثبت تجاری باشگاهها به عنوان بنگاه تجاری جهت احقاق حق خود با استفاده از قوانین تجارت که می توان راه حل این معضل را خصوصی سازی باشگاه های فوتبال و صداوسیما بر اساس اصل چهل و چهارم قانون اساسی دانست. نامشخص بودن وضعیت مالکیتی برخی باشگاهها و دولتی بودن اکثریت آنها که می توان راهکار این مورد را رفع مشکلات حقوقی در موضوع حق مالکیت معنوی و تدوین قانون حق مالکیت معنوی و حق پخش تلویزیونی نام برد. بی توجهی به اصل چهل و چهارم قانون اساسی مبنی بر خصوصی سازی برای تغییر سیستم اداره ورزش و باشگاه داری حرفه ای که می توان راه حل این معضل را الحاق به سازمان جهانی مالکیت فکری دانست. ناکارآمدی چهارچوب های قانونی، وجود قوانین نامطمئن و در مواردی تناقض در قوانین مرتبط با مدیریت صداوسیما که راهکار این مورد پیگیری خلأهای قانونی در زمینه حق مالکیت معنوی و حق پخش تلویزیونی دانست.

از جمله موانع اقتصادی و راه کارهای دریافت حق پخش تلویزیونی: اجبار به تأمین سالانه هزار میلیارد ریال درآمد به وسیله صداوسیما و در نتیجه پایبندی به سیاست های محافظه کاری مالی که می توان راهکار این مورد را تشکیل یک سازمان نظارتی بسیار قوی و غیروابسته به دولت و افراد خاص دانست. معضل رانت های اقتصادی و سیاسی و نبود کارآفرینی اقتصادی که راهکار این مورد را نیز می توان پرهیز از ملاحظات سیاسی و جذب تقاضای بین المللی برای خرید حق پخش تلویزیونی دانست (رضایی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۰). فسخ قراردادهای حق پخش تلویزیونی فوتبال به دلیل تحریم های بین المللی و اقتصادی نیز می تواند به عنوان مانعی در

ایجاد قراردادهای پایدار باشد که نمونه این امر را می‌توان فسخ قرارداد حق پخش فوتبال آسیا از جانب AfC به دلیل تحریم‌های بین‌المللی و اقتصادی بر ایران دانست.

نتیجه‌گیری

با توضیح و تبیین موارد مذکور و بررسی فقهی و قوانین و مقررات داخلی و خارجی و مقایسه لیگ‌های کشورهای اروپایی و لیگ ایران و بررسی خلائای قانونی و اقتصادی می‌توان به این نتیجه رسید که بر خلاف آن چه که عموم و مسئولان تصور می‌کنند، هیچ مغایرتی میان حق پخش فوتبال از سوی سازمان صداوسیما با این مقررات خاص و قانون اساسی وجود ندارد. در هیچ جای اساسنامه سازمان صداوسیما و نیز قانون خط مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما، این موضوع که سازمان صداوسیما نمی‌تواند در قبال پخش رادیویی و تلویزیونی یا ماهواره‌ای برنامه‌های فوتبال حق پخش پرداخت کند مورد تصریح قرار نگرفته است. در مقابل اصول کلی حقوقی از جمله اصل احترام به مالکیت و حقوق افراد اقتضاء دارد که حق پخش فدراسیون‌ها و باشگاه‌های ورزشی مورد حمایت قرار گیرد و با در نظر قرار گرفتن معیارها و استانداردهای داخلی و بین‌المللی که مورد بررسی قرار گرفت پرداخت شود.

با توجه به تعریف حق پخش فوتبال که گفتیم حقوق پخش تلویزیونی بسته‌ای حقوقی است که صاحب و برگزارکننده آن رویداد از طریق فروش آن به شبکه‌های تلویزیونی به آن‌ها اجازه پخش این رویداد را داده و در ازای دریافت مبلغ معینی درآمد کسب می‌کند با این توصیفات از لحاظ فقهی به این نتیجه می‌رسیم که اگر شخصی به امر دیگری کاری انجام دهد، چنان چه این کار عرفاً دارای ارزش اقتصادی و بدون قصد تبرع انجام یافته باشد، آمر به اندازه اجرت المثل ضامن است که مستند ضامن، قاعده احترام است پس طبق قاعده احترام باید به تسلط و مالکیت افراد بر اعمال و مال شان احترام گذاشته و این اعمال را تبرعی حساب نکرده و در قبال کار و اعمال شان سازمان‌هایی مثل سازمان صداوسیما اجرت این عمل پرداخت شود.

در حقوق داخلی نیز حق پخش فوتبال مستند به اصول قانونی می‌توان گفت کلیات این حق، در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز پذیرفته شده است. برابر برخی اصول قانون اساسی و طبق ماده ۳۳۶ قانون مدنی حق پخش برای باشگاه‌های فوتبال مدنظر قرار گرفته شده است و از لحاظ حقوق بین‌المللی نیز طبق ماد ۷۲ و ۷۴ اساسنامه فدراسیون جهانی فوتبال فیفا و از نظر قوانین بین‌المللی صدور مجوز پخش مسابقات از شبکه‌های تلویزیونی فقط با صاحبان رویدادها نظیر فدراسیون‌ها، سازمان‌های لیگ و باشگاه‌ها می‌باشد و با مقایسه لیگ‌های اروپایی و لیگ ایران هر چند نمی‌توان لیگ ایران را با لیگ‌های معتبر جهان مقایسه نمود، اما این که بگوییم به این دلیل، باید حق فوتبال را نادیده گرفت و حق پخش را به باشگاه‌های فوتبال نداد امری ناپسند و بر خلاف موازین و قاعده‌های فقهی است و باید به درجه‌ای از پیشرفت به لیگ‌های معتبر اروپایی برسیم و با بررسی موانع و مشکلات عدم پخش حق فوتبال می‌توان

گفت نبود اتحادیه های قوی و فعال صنفی باشگاهها در صنعت فوتبال ایران نیز مانعی در برابر دریافت حق پخش تلویزیونی است. اصولاً این اتحادیهها جزء ارکان اصلی توسعه صنعت فوتبال در هر کشوری محسوب می شوند و فلسفه وجودی تشکیل آنها پیگیری کلیه حقوق اعضای خود است. بنابراین تشکیل چنین اتحادیه هایی می تواند برای پیگیری موضوع حقوق مشروع باشگاه ها، سازمان لیگ و فدراسیون فوتبال و به خصوص در زمینه حق پخش تلویزیونی معتنم دانسته شود. شایان ذکر است رشد و توسعه اقتصادی صنعت فوتبال نیازمند محیط حقوقی مناسب است. پرداختن به فوتبال حرفه ای و مبدل شدن به یک صنعت تمام عیار، روابط جدیدی را بین اشخاص حقیقی و حقوقی ایجاد می کند که برای تنظیم این روابط لازم است زمینه های حقوقی مناسبی فراهم شود. نامشخص بودن ماهیت حقوقی واقعی باشگاهها یکی از موضوعاتی است که در بررسی وضعیت حقوقی صنعت فوتبال باید مورد توجه قرار گیرد.

پیشنهادات

موضوع اصلی اختلاف سازمان صداوسیما و فدراسیون فوتبال در زمینه حق پخش، عدم انجام کامل تعهدات از سوی سازمان صداوسیما (عدم پرداخت کامل حق پخش) است که یکی از دلایل مهم آن انحصار دولتی موجود در این زمینه عنوان گردید. سپس امکان خصوصی سازی بررسی شد. طبق نظر شماره ۷۹/۲۱/۹۷۹ مورخ ۱۳۷۹/۰۷/۱۰ شورای نگهبان، راجع به نظر این شورا درباره امکان خصوصی سازی بر اساس اصل چهل و چهارم قانون اساسی و اصل یکصدویازده قانون اساسی امکان خصوصی سازی وجود ندارد. به علاوه دخالت نهادهای معتبر و شناخته شده در عرصه جامعه و همچنین افراد موجه در این زمینه مفید می باشد. در واقع، اقدامی که سازمان صداوسیما می تواند انجام دهد آن است که فعالیت هایش را بر روی سیستم پخش متمرکز کرده و گام در مسیری بگذارد تا تولیداتش را برون سپاری کرده و به بخش خصوصی واگذار نماید.

منابع

- قرآن کریم.

فارسی

- السان، مصطفی، ۱۳۹۲، مطالعه تطبیقی قرارداد واگذاری حق پخش واگذاری، فصلنامه حقوق تطبیقی، دوره ۱۷، شماره ۳.

- خبیری، محمد و الهی، علیرضا، ۱۳۸۴، مقایسه وضعیت باشگاه های لیگ حرفه ای فوتبال با معیارهای یوفا و باشگاه های منتخب از کشورهای کره جنوبی، ژاپن، امارات و ترکیه، فصلنامه پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۸.

- خوشنویس، امرالله، ۱۳۹۵، مصادیق حقوق مالکیت فکری در صنعت ورزش، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم.

- رضائی، شمس الدین؛ امیری، مجتبی؛ کوزه چیان، هاشم، ۱۳۹۲، بررسی موانع توسعه روابط متقابل باشگاه های فوتبال و سازمان صداوسیما در ایران، **فصلنامه مدیریت ورزشی**، شماره ۲.
- محمدزاده وادقانی، علیرضا و حکیم شفایی، شیوا، ۱۳۹۳، حقوق مالکیت های فکری سازمان های پخش رادیویی و تلویزیونی، **فصلنامه دانش و پژوهش حقوقی**، شماره ۱.

عربی

- طباطبائی یزدی، سیدمحمدکاظم، ۱۴۱۶ق، **العروه الوثقی**، جلد پنجم، قم، انتشارات ستاره.
- طبرسی، ابوعلی فضل بن حسن، بی تا، **مجمع البیان فی تفسیر القرآن**، جلد چهارم، ترجمه هاشم رسولی محلاتی، مکتبه العلمیه الاسلامیه.
- محقق داماد، سیدمصطفی، ۱۳۹۲، **قواعد فقه**، جلد اول، تهران، انتشارات مرکز نشر اسلامی.
- موسوی خمینی، مصطفی، ۱۳۷۶، **تحریرات فی الاصول**، جلد پنجم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.

قوانین

- قانون مدنی مصوب ۱۳۰۷
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران اصلاحی ۱۳۶۸
- قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۹۵
- معاهده وایپو

لاتین

- WIPO, 2002, Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, Second Edition, (Wipo Publication) No 284.
- Lucas, Gortazar, 2012, broadcasting rights in football leagues and TV competition, Master Thesis CEMFI No. 1202.
- Marios Papaloukas, 2010, Competition Rules and Sports Broadcasting Rights in Europe, International Sports Law Journal, 3-2.
- A. Gürsoy, 2011, Sports Law in Turkey, New York.
- UEFA, 2012, Chapter IX of the UEFA Statutes, Article 28.
- Gleen, Wong 2010, Essentials of Sports Law, ABC-CLIO, fourth edition.