

نگاهی تطبیقی بر حقوق تجاری در ورزش

فوتبال ایران و اسپانیا

تالیف:

محمد عادل عبدی

ویراستار:

دکتر داود رمضانی



آراده کتاب

سرشناسه	: عبدی، محمدعادل، ۱۳۸۰
عنوان و پدیدآور	: نگاهی تطبیقی بر حقوق تجاری در ورزش فوتبال ایران و اسپانیا / تالیف: محمدعادل عبدی، ویراستار: داود رمضانی.
مشخصات نشر	: تهران، آراد کتاب،
مشخصات ظاهری	: ۹۶ ص،
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۷۷۸-۱
یادداشت	: کتاب حاضر با حمایت آی تی فوتبال ایران به چاپ رسیده است.
موضوع	: فوتبال - قوانین و مقررات - ایران
موضوع	: فوتبال - قوانین و مقررات - اسپانیا
شناسه افزوده	: مجموعه آی تی فوتبال ایران
رده بندی کنگره	: KMH۳۰۳۶
رده بندی دیویی	: ۳۴۴/۵۵۰۹۹
شماره کتابخانه ملی	: ۱۰۵۰۳۴۹۴

نگاهی تطبیقی بر حقوق تجاری در ورزش فوتبال ایران و اسپانیا

ترجمه : محمدعادل عبدی	ناشر: آراد کتاب
نوبت چاپ: اول ۱۴۰۵	تیراژ: ۱۰۰ جلد
چاپ و صحافی: صدف	قیمت: ۲۴۵۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۷۷۸-۱	

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نگرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

مرکز پخش و فروش:

انتشارات آراد کتاب تلفن: ۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۰۹۳۵۳۰۶۲۴۵۸

فروشگاه اینترنتی: www.aradbook.com

مقدمه

این کتاب به بررسی ساختارهای حقوق تجاری در صنعت ورزش اسپانیا و ایران می‌پردازد و چگونگی تخصیص، مدیریت و درآمدزایی این حقوق را در دو محیط کاملاً متفاوت فرهنگی، اقتصادی و حقوقی تحلیل می‌کند. از طریق تحلیل تطبیقی، این کتاب رویکردهای متضاد در زمینه حقوق پخش ورزشی، مقررات حمایت مالی (اسپانسرشیپ) و بهره‌برداری تجاری از دارایی‌های ورزشی را برجسته می‌سازد. مدل اسپانیایی نمایانگر یک نظام بسیار توسعه یافته و بازارمحور است که به شدت تحت تأثیر سیاست‌های اقتصادی اروپا قرار دارد، در حالی که مدل ایرانی در چارچوبی متمرکزتر با دخالت بیشتر دولت و ملاحظات فرهنگی عمل می‌کند. یافته‌ها پیامدهای مهمی برای ذینفعان در هر دو کشور آشکار ساخته و بینش‌هایی برای درک حقوق ورزش در بسترهای جهانی متنوع ارائه می‌دهد.

تجاری‌سازی ورزش از طریق حقوق رسانه‌ای و تجاری به یک محرک اقتصادی اصلی برای سازمان‌های ورزشی در سراسر جهان تبدیل شده است. حقوق پخش، به ویژه به منبع اصلی درآمد بسیاری از نهادهای ورزشی تکامل یافته و نحوه تأمین مالی، مصرف و تجربه ورزش را متحول ساخته است. این تحول، در مناطق و بافت‌های فرهنگی مختلف به صورت یکسان رخ نداده است. در حالی که برخی کشورها رویکردهای بازارمحور نسبت به حقوق رسانه‌ای ورزش را پذیرفته‌اند، برخی دیگر نظام‌هایی با کنترل بیشتر دولت و ملاحظات فرهنگی را حفظ کرده‌اند که بر بهره‌برداری تجاری تأثیر می‌گذارند.

این کتاب چارچوب‌های حقوق رسانه‌ای و تجاری را در اسپانیا و ایران، دو کشور با سنت‌های ورزشی قابل توجه اما با رویکردهایی به طور مشخص متفاوت

نسبت به تجاری سازی ورزش، مورد بررسی قرار می دهد. اسپانیا نماینده یک بازار ورزشی بسیار توسعه یافته اروپایی با ترتیبات پیچیده حقوق پخش و استراتژی های بهره برداری تجاری است. در مقابل، ایران موردی از حقوق رسانه ای ورزش در بافتی ارائه می دهد که ملاحظات مذهبی، فرهنگی یک محیط مقرراتی متمایز با اولویت ها و محدودیت های متفاوت ایجاد می کند.

این کتاب قصد دارد تحلیل کند که این حقوق چگونه در هر دو کشور ساختار بندی، مذاکره و درآمدزایی می شوند و چارچوب های حقوقی، ذینفعان کلیدی، پویایی های بازار و عوامل فرهنگی که نظام های مربوطه آن ها را شکل می دهند، مورد بررسی قرار دهد. با مقایسه این مدل های متضاد، کتاب در صدد است چالش های مشترک، رویکردهای منحصر به فرد و حوزه های بالقوه توسعه در هر بافت را شناسایی نماید.

فصل 1

حقوق تجاری رسانه‌های ورزشی

در جهان معاصر، ورزش دیگر صرفاً یک فعالیت رقابتی یا تفریحی محسوب نمی‌شود، بلکه به صنعتی جهانی با گردش مالی چندمیلیاردی تبدیل شده است که بازیگران متعددی از جمله باشگاه‌ها، لیگ‌ها، بازیکنان، مربیان رسانه‌ها، دولت‌ها، شرکت‌های تجاری، ایجنت‌ها و هواداران را در بر می‌گیرد. در مرکز این صنعت پیچیده، «رسانه» و به‌ویژه حقوق رسانه‌ای قرار دارد؛ عنصری که امکان دیده‌شدن، بازنمایی، بازتولید و در نهایت تجاری‌سازی ورزش را فراهم می‌کند.

از دهه 1980 به بعد، هم‌زمان با گسترش تلویزیون‌های خصوصی، ماهواره‌ای و پس از آن پلتفرم‌های دیجیتال، ارزش اقتصادی حقوق پخش ورزشی به‌صورت تصاعدی افزایش یافته است. در بسیاری از لیگ‌های حرفه‌ای جهان، حقوق رسانه‌ای نه تنها مهم‌ترین منبع درآمد، بلکه ستون فقرات مدل اقتصادی ورزش محسوب می‌شود. این تحول، رابطه‌ای متقابل و همزیستانه میان سازمان‌های