

مدیریت ورزشی - پاییز ۱۴۰۰
دوره ۱۳، شماره ۳، ص: ۹۲۲ - ۹۰۳
تاریخ دریافت: ۹۸ / ۱۲ / ۰۲
تاریخ پذیرش: ۹۹ / ۰۴ / ۰۷

طراحی مدل حمایت از حقوق مالکیت فکری در ورزش ایران

هلنا خسروی^۱ - فرشاد امامی^{۲*} - محسن اسمعیلی^۳ - سیدعماد حسینی^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران ۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد آیت‌الله آملی، دانشگاه آزاد اسلامی، آمل، ایران ۳. استادیار، پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران، ایران ۴. استادیار، دانشکده علوم ورزشی و تندرستی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

چکیده

هدف از این پژوهش طراحی مدل حمایت از حق مالکیت فکری در ورزش ایران است. روش تحقیق به شیوه کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفت. نمونه گیری به صورت هدفمند و به شیوه نمونه گیری متوالی تا رسیدن به کفایت نظری داده‌ها (۲۳ نفر از استادان رشته مدیریت ورزشی، حقوق و استادان فعال حقوق ورزشی) انجام گرفت. روایی و پایایی مطلوب ابزار مصاحبه از حساسی فرایند و توافق درون موضوعی به دست آمد و برای تحلیل داده‌ها از سه روش سیستماتیک کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شد. در نتیجه تحلیل مصاحبه‌ها ۱۰۱ کد ثانویه، ۳۸ مفهوم کلیدی و ۲۸ مقوله استخراج شد. بر این اساس ۹ طبقه اصلی تحت عنوان «عضویت در نهادهای حقوقی بین‌المللی و تعامل سازنده با آنها»، «زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، دینی و سیاسی»، «توسعه صنعتی ورزش»، «وضع قوانین حاکمیت فکری در ورزش»، «سازوکارهای آموزشی و پرورشی»، «نظارت و صیانت از قانون»، «ایجاد ساختارها و مدیریت حق مالکیت فکری»، «مزایا و منافع حق مالکیت فکری» و «حق مالکیت فکری مصادیق ورزشی» به وجود آمد. به طور کلی می‌توان گفت مالکیت فکری در ورزش متأثر از عوامل متعددی است و بهره‌برداری از آن نیازمند فعال‌سازی سازوکارهای مختلف است.

واژه‌های کلیدی

حقوق مالکیت فکری، حقوق ورزشی، قوانین، نظریه داده بنیاد.

مقدمه

حقوق مالکیت^۱ پایه و اساس اقتصاد آزاد و مبادلات بازاری است و تمام صاحب‌نظران بر اهمیت کلیدی آن در فرایند توسعه اقتصادی تأکید دارند و اقتصاددانان با استدلال‌های مختلف نشان می‌دهند حقوق مالکیت غیرمشخص، ضعیف و ناامن، می‌تواند تأثیرات نامطلوب و منفی بر فعالیت‌های اقتصادی بر جای بگذارد (۱). هرناندو سوتو^۲ از اصطلاح «سرمایه مرده»^۳ برای تبیین دارایی‌هایی استفاده می‌کند که به دلیل حقوق مالکیت ضعیف در برخی کشورهای در حال توسعه امکان ظهور و نمایش آنها در فعالیت‌های رسمی وجود ندارد. در واقع این موضوع بیانگر این مطلب است که هیچ نظام حقوق مالکیتی نمی‌تواند در خلأ عملیاتی شود، بلکه استقرار حقوق مالکیت نیازمند نظام حقوقی و قضایی قدرتمندی است که امکان مبادله دارایی‌ها را فراهم کند (۲). مالکیت فکری^۴ در مفهوم وسیع عبارت است از حقوق ناشی از آفرینش و خلاقیت فکری آفریننده در زمینه‌های علمی، صنعتی، ادبی و هنری که از راه دانش، هنر یا ابتکار به وجود می‌آید. به بیان کلی، حقوق مالکیت فکری مجموعه قواعد و مقرراتی است که از فکر، خلاقیت و ابتکار بشر که ارزش اقتصادی و دادوستد دارند، حمایت می‌کند و در این زمینه یک سری حقوق مادی محدود به زمان و حقوق معنوی دائم به پدیدآورنده آن اعطا می‌کند؛ در حقیقت اصطلاح مالکیت فکری بیانگر حقوق قانونی برای حفظ دارایی‌های ناملموس (۳) خلق شده از تفکر انسانی است (۴). در حقیقت واژه مالکیت فکری تضمین‌کننده است و براساس نظریه چیسومو^۵ همکاران (۵) که تأکید می‌کند مالکیت فکری یک اثر یا خلاقیت یک دارایی محسوب می‌شود و چنانچه حقوق مربوط به این خلاقیت تعیین شده باشد، در زمره دارایی افراد لحاظ خواهد شد (۴). از این رو به طور کلی مالکیت فکری به معنی حق و حقوقی است که به افراد به سبب فعالیت فکری در صنعت، علوم، ادبیات و کارهای هنری داده می‌شود. بنابراین می‌توان گفت مالکیت فکری اصطلاحی است که برای اشاره به خروجی یک فرایند خلاق استفاده می‌شود (۶).

1. Property Rights

2. Hernando de Soto

3. dead capital

4. Intellectual property

۵. منظور از حق مادی یا اقتصادی (Economic Right) عبارت است از حق انحصاری ساخت، فروش، ممانعت از واردات کالا، حق نشر و تکثیر، حق اقتباس و تلخیص و تبدیل، حق عرضه و اجرا و حق استفاده از پاداش و جایزه. مقصود از حق معنوی (Moral Right) شامل حق افشای اثر، حق حرمت نام و عنوان پدیدآورنده، حق تمامیت اثر، حق عدول و حق دسترسی به اثر است. برای مطالعه هر یک از حقوق احصاشده ر.ک: مبانی مالکیت فکری، محمود حکمت‌نیا، ۱۳۸۶، انتشارات پژوهشگاه اندیشه اسلامی، ص ۶۳-۴۷.

6. Chisum

ورزش و فعالیت بدنی در جوامع امروز به توسعه اقتصادی کشورها کمک فراوانی می‌کند و به‌عنوان درصدی از بازار جهانی و در مقایسه با تجارت صنایع دیگر در سطح جهان، به عنصری مهم در بازار اقتصادی دنیا به‌عنوان صنعتی پررونق مطرح شده است (۷). صنعت ورزش از جمله حوزه‌های جدیدی است که حمایت از آن در قالب مالکیت فکری اعم از مالکیت صنعتی و مالکیت ادبی و هنری در حال شکل‌گیری است، چراکه ورزش همانند صنایع دیگر دارای محصول و کالایی است که ممکن است مبتنی بر مهارت، فکر و چه‌بسا شهرت باشد. تسری حمایت‌های مالکیت فکری در تولیدات آن در نظام اقتصادی کشورها نقش بسزایی دارد. نتایج پژوهش کمیسیون اروپا در مورد سهم ورزش در اقتصاد اتحادیه اروپا، نشان داد که سهم محصولات ورزشی در تولید ناخالص داخلی در اتحادیه اروپا ۲/۱۲ درصد و به میزان ۲۹۷/۷ میلیارد یورو است. علاوه بر این، سهم اشتغال مربوط به ورزش به ۲/۷۲ درصد از کل اشتغال اتحادیه اروپا معادل ۵،۶۶۶،۱۹۵ نفر می‌رسد. با وجود بحران اقتصادی و مالی میان دو مطالعه (داده‌های سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۱۲) بخش ورزشی همچنان رشد کرده است (۸). این در حالی است که این نسبت در ایران در سال ۱۳۸۴، ۳۸ ده‌هزارم اعلام شده است (۹). همچنین در پژوهش کلاشی و همکاران (۱۳۹۷) در مورد سهم ورزش در تولید ناخالص ملی در بازه زمانی ۱۳۹۴-۱۳۷۵ عنوان شده است که صنعت ورزش در ایران سهم اندکی از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص داده و روند کاهشی داشته است و این میزان با برآوردهای صورت‌گرفته در سایر کشورهای جهان فاصله بسیار دارد (۱۰).

در پژوهش‌های مختلف در خصوص صنعت ورزش، یکی از موانع عدم توسعه آن مربوط به موانع قانونی و مسائل مربوط به حقوق قانونی محصولات صنعت ورزش است. الهی (۱۳۸۷) در مطالعه موانع و راهکارهای توسعه اقتصادی صنعت فوتبال جمهوری اسلامی ایران، موانع قانونی را یکی از ۱۲ مانع موجود در مقابل توسعه فوتبال می‌داند (۱۱). در مطالعه دیگری الهی و همکاران (۱۳۸۸) ساختار اقتصادی کشور و برخی مشکلات حقوقی و قانونی را از موانع موجود در توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال عنوان کردند (۱۲). سید عامری و همکاران (۱۳۸۸) نیز نبود استانداردهای مالی و کاری را از موانع جذب حامیان مالی در صنعت ورزش استان آذربایجان شرقی برشمردند (۱۳). جلالی و علیدوست (۱۳۹۲) در بررسی موانع حق پخش تلویزیونی در ورزش ایران، مسائل حقوقی و قانونی را یکی از ۳ مانع حق پخش تلویزیونی در ورزش ایران می‌دانند (۱۴). با مرور پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه اقتصاد ورزش ایران به‌نظر می‌رسد که بسیاری از مسائل حوزه صنعت ورزش تحت تأثیر موضوعات حقوقی و قانونی است. صنعت ورزش همانند صنایع دیگر گستره وسیعی از محصولات را شامل می‌شود. برای توسعه

صنعت ورزش باید حمایت قانونی از مالکیت رویدادهای ورزشی، خدمات ورزشی، کالاهای ورزشی و بسیاری دیگر از محصولات ورزشی انجام گیرد تا شرایط بهبود، اصلاح و رشد کسب و کارهای فعال در این حوزه فراهم شود. یکی از مبانی حقوقی برای حمایت از چنین موقعیتهایی استفاده از حقوق مالکیت فکری است. حقوق مالکیت فکری اغلب برای حفاظت و تعیین مالکیت برای دارایی‌های ارزشمند توسعه یافته توسط افراد و سازمان‌ها استفاده می‌شود (۱۵). در سده اخیر، افزایش سهم دارایی‌های فکری در موفقیت کشورها، شرکت‌ها و افراد سبب طرح مالکیت فکری در مقابل مالکیت فیزیکی شده و وجه جدیدی از دارایی با عنوان «مالکیت فکری» و به تبع آن حقوق مالکیت فکری به وجود آمده است. از نظر اقتصادی، حقوق مالکیت فکری در معنای وسیع آن به حقوقی اطلاق می‌شود که از فعالیت‌های فکری در زمینه‌های مختلف صنعتی، علمی، ادبی و هنری منشأ می‌گیرد. حقوق مالکیت فکری امن، انگیزه ایجاد ابداعات جدید را افزایش و از هزینه مبادلات اقتصادی را کاهش می‌دهد و با محافظت از منافع ناشی از سرمایه‌گذاری‌ها، در نهایت به افزایش سرمایه‌گذاری در صنایع دانش‌بنیان ختم می‌شود. به این ترتیب، حقوق مالکیت فکری، تأثیرات مثبتی بر رشد اقتصادی کشورها دارد و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آن کشورها را تحریک می‌کند (۱).

هدف حقوق مالکیت فکری، حمایت از تولیدکنندگان خدمات و کالاهای فکری، با ارائه امتیازات به آنهاست (۱۶). اعتقاد بر این است که حقوق مالکیت فکری از کشوری به کشور دیگر متفاوت است که این تفاوت ناشی از منابعی است که این کشورها برای خلق و ایجاد برون‌دادهای فکری اختصاص می‌دهند (۱۷). از طرفی در مواجهه با نظارت بیشتر مردم و افزایش انتظارات جامعه، سازمان‌های ورزشی تحت فشار جدی قرار دارند تا در جهت افزایش اعتماد عمومی و کاهش رفتارهای غیراخلاقی اقدام کنند (۱۸). بر این اساس به نظر می‌رسد کشورهای مختلف جهان، برای موفقیت در حوزه‌های مختلف علمی، اقتصادی، اجتماعی و دیگر حوزه‌ها، به تدوین زیرساخت‌های مالکیت فکری و توجه به این مهم در حوزه‌های مختلف نیاز دارند. یکی از نمونه‌های توجه به حقوق مالکیت فکری، تولید محتوای علمی در این حوزه از سوی کشورهای مختلف است (۴). پژوهش‌های محدودی در زمینه حقوق مالکیت فکری در ورزش ایران انجام گرفته است. در پژوهشی جعفری‌توسی و نورانی^۱ (۲۰۱۸) به بررسی حقوق مالکیت فکری در ورزش با تمرکز بر پتنت حق پخش تلویزیونی/رادیویی پرداختند. آنها عنوان کردند که پخش برنامه‌های ورزشی از رادیو و تلویزیون

1. Jafari-Tousi & Nourani

موضوع مهمی در مبحث حق مالکیت فکری است که با حق کپی‌رایت و مقررات مربوطه قابل محافظت است (۱۹). در پژوهش دیگری فرساد مختاری (۱۳۹۵) به بررسی نقش حقوق مالکیت صنعتی در توسعه صنعت ورزش ایران پرداخت. ایشان نشان دادند در صورتی که حقوق مالکیت صنعتی به درستی استفاده شود، از ابزارهای مهم و قوی در فرایند توسعه صنعت ورزش به شمار می‌رود. اعمال قواعد حقوق مالکیت صنعتی در صنعت ورزش از جمله در مباحث مربوط به علائم و نام‌های تجاری، طرح‌های صنعتی، اختراعات، اسرار تجاری و رقابت ناعادلانه در صورتی که به درستی و هدفمند استفاده شود، موجب توسعه اقتصادی صنعت ورزش و شکوفایی این صنعت می‌شود (۲۰). خوشنویس زارچ (۱۳۸۸) در پژوهشی مصادیق حقوق مالکیت فکری در صنعت ورزش را شامل مصادیق مرتبط با مهارت‌های ورزشی، شخصیت ورزشکاران، اشخاص حقیقی و نهادهای ورزشی دانستند (۲۱). آمادی^۱ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی حقوق مالکیت فکری در ورزش نیجریه پرداخت و نشان داد که متخصصان ورزشی، انجمن‌های ورزشی و سازمان‌دهندگان رویدادهای ورزشی مجبور به تکیه بر پاره‌ای از حقوق موجود در قانون جامع مالکیت فکری هستند (۲۲). بررسی پژوهش‌های انجام‌گرفته نشان می‌دهد که صنعت ورزش ایران با وجود برخورداری از حقوقی که در نتایج پژوهش‌های مختلف به‌عنوان حقوق پشتیبان محصولات ورزشی مطرح شده است، مانند حق کپی‌رایت، حق علائم تجاری، حق شهرت و ... نتوانسته است از حق مالکیت خود بر محصولات ورزشی استفاده لازم را ببرد. دلایل این موضوع روشن نیست و مطالعات علمی و پژوهشی که پاسخی برای این موضوع داشته باشند، یافت نشد. از این رو این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که عوامل تأثیرگذار بر حقوق مالکیت فکری در ورزش ایران کدام‌اند؟ و چه الگویی را می‌توان برای حقوق مالکیت فکری در ورزش ایران ارائه کرد تا از این رهگذار حمایت و پشتیبانی مؤثرتری از این حقوق به عمل آید.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کیفی از نوع تئوری زمینه‌ای و با رویکرد سیستماتیک است. روش تئوری زمینه‌ای یا گراند تئوری، نوعی شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. جامعه آماری پژوهش را اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، استادان رشته

1. Amadi

مدیریت ورزشی و استادان رشته حقوق و همچنین استادان حقوق ورزشی که تمامی دارای فعالیت آموزشی و پژوهشی در زمینه حق مالکیت فکری مرتبط با حوزه ورزش بودند، تشکیل می‌دهند. از نمونه‌گیری هدفمند که نمونه‌گیری غیراحتمالی، هدفدار یا کیفی نیز نامیده می‌شود، به منظور انتخاب هدفدار واحدهای پژوهش برای کسب دانش یا اطلاعات استفاده شد. بنابراین نمونه‌گیری به صورت هدفمند و به شیوه نمونه‌گیری متوالی (افزایش حجم نمونه تا زمان رسیدن به کفایت نظری یا اشباع داده‌ها) انجام گرفت. در این حالت حجم دقیق نمونه آماری مشخص نبود و مصاحبه‌ها تا رسیدن به کفایت نظری داده‌ها، ادامه یافت. از این‌رو در هر زیرگروه از جامعه، اولین مصاحبه‌شونده توسط محقق انتخاب شد و سایر مصاحبه‌شوندگان از طریق معرفی توسط افراد مصاحبه‌شونده شناسایی شدند و این روند تا کفایت نظری داده‌ها ادامه پیدا کرد که پس از مصاحبه با ۲۳ نفر کفایت نظری داده‌ها حاصل شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. برای انجام مصاحبه مراحل زیر انجام گرفت. با توجه به اینکه در تحقیقات کیفی به جای واژه اعتبار و روایی از واژه‌های مقبولیت، انتقال‌پذیری و تأییدپذیری استفاده می‌شود، سعی شد تا با استفاده از منابع داده متعدد، وجود دو تحلیل‌گر و استفاده از روش‌های متعدد آنچنان‌که در مرحله اول گردآوری داده‌ها شرح داده شد، مقبولیت افزایش یابد. با مرور متعدد مصاحبه‌ها و استخراج حداکثری و غیرتکراری مطالب سعی در افزایش انتقال‌پذیری و با حضور حداکثری همکاران گروه تحقیق با وجود محدودیت‌هایی مانند کمبود وقت یا عدم دسترسی به نمونه‌ها به افزایش تأییدپذیری پرداخته شد. مدل مفهومی شناسایی شده و گویه‌های آن نیز توسط آنها مطالعه و بازبینی شده و مواردی نیز اصلاح و تغییر داده شد. همچنین پایایی داده‌ها از طریق نشان دادن مسیر پژوهش و قرار دادن تمامی داده‌های تحلیل‌شده، کدها، مقوله‌ها، اهداف و سؤالات پژوهش در اختیار صاحب‌نظران تمام‌گام‌های تحقیق تأیید شد. همچنین از روش توافق درون‌موضوعی دو کدگذار (کدگذاری مجدد ۳ مصاحبه که به صورت تصادفی انتخاب شده بود توسط متخصص دکتری مدیریت ورزشی آشنا به فرایند کدگذاری)، برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌گرفته، استفاده شد. از فرمول زیر برای محاسبه توافق درون‌موضوعی استفاده شد. نتایج نشان داد پایایی بین دو کدگذار در کل برابر ۸۵ درصد شده است و در سطح خیلی خوب قرار دارد (جدول ۱).

$$100\% = \frac{\text{تعداد توافقات} \times 2}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{پایایی بین دو کدگذار}$$

جدول ۱. نتایج پایایی بین دو کدگذار

ردیف	شماره مصاحبه	تعداد کل کدهای استخراج شده	تعداد توافقات	تعداد عدم توافق	پایایی بین دو کدگذار (به درصد)
۱	۳	۳۸	۱۷	۴	۸۹
۲	۷	۷۸	۳۳	۱۲	۸۴
۳	۱۷	۷۰	۲۹	۱۰	۸۳
	کل	۱۸۶	۷۹	۲۶	۸۵

در این تحقیق از روش سیستماتیک که به استراوس و کوربین (۲۳) نسبت داده می‌شود، استفاده شد. روش سیستماتیک دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. برای استخراج اطلاعات از مصاحبه‌ها، محتوای آنها با استفاده از کدگذاری باز تحلیل شد. در این پژوهش از کدگذاری باز به ترتیب برای مراحل تحلیل و کدگذاری، کشف طبقه‌ها، ارائه کدها و طبقه‌ها در جدول کدگذاری باز استفاده شد. در کدگذاری محوری، در واقع فرایند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی صورت گرفت. از لحاظ ترتیب فرایند، کدگذاری محوری شامل بیان کردن ویژگی‌های یک مقوله و ابعاد این ویژگی‌ها، شناسایی انواع شرایط و پیامدهای مرتبط با یک پدیده، مرتبط کردن یک مقوله به زیرمقوله‌های آن و در آخرین مرحله با استفاده از سرنخ‌هایی در داده‌ها رابطه مقوله‌های عمده با یکدیگر مشخص و در قالب مدل پارادایمی ارائه شد.

یافته‌ها

با توجه به اینکه منبع اصلی داده‌های این بخش مصاحبه است، اطلاعات فردی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. اطلاعات فردی مصاحبه‌شوندگان

جمع	تحصیلات		جنسیت		رشته تحصیلی
	دکتری	ارشد	مرد	زن	
۱۱	۱۱	-	۹	۲	استادان مدیریت ورزشی
۲	۲	-	۲	-	استادان حقوق ورزشی
۱۰	۷	۳	۶	۴	استادان حقوق
۲۳	۲۰	۳	۱۷	۶	جمع

تحلیل محتوای مصاحبه‌ها

برای کدگذاری مصاحبه‌ها ابتدا دستورالعمل کدگذاری مصاحبه‌شونده‌ها و همچنین دستورالعمل کدگذاری مصاحبه‌ها مشخص شد. سپس براساس این دستورالعمل مفاهیم موجود در متن مصاحبه‌ها کدگذاری شد و در جداول جداگانه برای هر گروه از مصاحبه‌شوندگان ارائه شد. محتوای مصاحبه‌ها در سه گام تحلیل شد. در گام اول با استفاده از کدگذاری باز محتوای مصاحبه‌ها بررسی و به ترتیب کدهای اولیه، کدهای ثانویه، کدهای مفهومی، مقولات و در نهایت طبقات مشخص شد. در گام دوم به کدگذاری محوری پرداخته شد و مقوله‌های استخراج‌شده در محورهای اصلی نظریه داده‌بنیاد قرار داده شد. در گام سوم به کدگذاری انتخابی داده‌ها پرداخته شد. در این مرحله مدل مفهومی از داده‌ها استخراج و در قالب شکل نمایش داده شد. نتایج به دست آمده برای هر یک از مراحل به شرح زیر است.

در جدول ۳ کدگذاری اولیه یکی از مصاحبه‌ها آورده شده است. در مرحله کدگذاری اولیه به تمامی نکات کلیدی مصاحبه‌ها که در ارتباط با سؤالات اصلی پژوهش بوده است، عنوانی داده شد.

جدول ۳. نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها

مصاحبه PSM ₁ : دکتری مدیریت ورزشی، عضو هیأت علمی دانشگاه	
متن مصاحبه	
... برای پاسخ به این پرسش باید به معنی خاص مالکیت فکری توجه شود. به‌طور کلی ... زمینه خلاقیت زمانی فراهم می‌شود که انسان آزاد و بدون ترس و فقر باشد، که خوشبختانه تولیدکنندگان محصولات فکری ما شاید از لحاظ آزادی از این نعمت برخوردار باشند، ولی متأسفانه از لحاظ مالی هیچ امکاناتی در اختیار ندارند، و مهیا کردن این امکانات هم از وظایف مهم دولت است. دولت وظیفه دارد از طریق تسهیل قانونگذاری این بستر را برای افراد درگیر در صنعت ورزش مهیا کند که متأسفانه علل و عوامل بسیاری بر سر راه مولدان صنعت ورزش وجود دارد. مثلاً دولت باید نوعی امنیت سرمایه‌گذاری در بخش ورزش ایجاد کند که باعث ایجاد انگیزه در افراد شود. همچنین باید مالکیت فکری از طریق حضور در عرصه‌ها و مجامع بین‌المللی تکامل یابد. این موضوع از طریق کسب وجاهت حقوقی بین‌المللی با حضور مستمر در کمیته‌های مرتبط امکان‌پذیر است. همچنین پرورش نیروهای انسانی متخصص از طریق ارتباط وزارت ورزش با وزارت علوم و همکاری با سایر وزارتخانه‌ها کمک‌کننده است. رسانه‌های عمومی نیز وظیفه دارند به‌منظور حفظ حقوق اولیه تولیدکنندگان محصولات فکری فرهنگ‌سازی صحیح و جامع به‌عمل آورند. ...	
کدهای اولیه استخراج‌شده از مصاحبه PSM ₁	
پشتیبانی دولت در فراهم ساختن امکانات	تسهیل قانونگذاری
ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری در ورزش	حضور در عرصه‌ها و مجامع بین‌المللی
پرورش نیروی انسانی متخصص	فرهنگ‌سازی
مهیا کردن امکانات مالی	مداخله افراد سیاسی در ورزش
کسب وجاهت حقوقی بین‌المللی	همکاری با رسانه‌ها جهت اشاعه فرهنگ
ارتباط وزارت ورزش با وزارت علوم و همکاری با سایر وزارتخانه‌ها	الگوپردازی منطقی از مجموعه قوانین و کنوانسیون‌های موجود
مشخص کردن حوزه‌های مالکیت فکری	همکاری وزارت ورزش با وزارت علوم

وجود ساختاری برای ثبت حق مالکیت فکری	پرورش قاضیان متخصص در حوزه ورزش
نقوذ برخی افراد صاحب قدرت	توسعه تولید محصولات ورزشی
مسائل حقوق شرعی در ورزش	توسعه علمی کشور
نقش آیین‌ها و سنت‌های اجتماعی در ورزش	ایجاد زمینه تحقیق و توسعه

در جدول ۴ بخشی از نتایج حاصل از کدگذاری داده‌ها شامل کدهای ثانویه، مفاهیم کلیدی و مقوله‌های به‌دست‌آمده از پژوهش، ارائه شده است. در نتیجه تحلیل مصاحبه‌ها تعداد ۱۱۸ کد اولیه، ۱۰۱ کد ثانویه، ۳۸ مفهوم کلیدی و ۲۸ مقوله استخراج شد. فراوانی هریک از کدهای ثانویه در متن مصاحبه‌ها نیز مشخص شده است.

جدول ۴. نتایج حاصل از کدگذاری باز مصاحبه‌ها

مقوله‌ها	مفاهیم کلیدی	کدهای ثانویه	فراوانی
عضویت در	عضویت در	پیوستن به کنوانسیون‌های بین‌المللی	۷
نهادهای	نهادهای	عضویت در سازمان‌های حقوقی بین‌المللی	۵
بین‌المللی	بین‌المللی	عضویت در حق کپی‌رایت	۳
تعامل با	ارتباط با نهادهای	ارتباط دائم با کمیته‌ها و کنوانسیون‌های بین‌المللی	۶
نهادهای	بین‌المللی	حضور در عرصه‌ها و مجامع بین‌المللی	۸
همسویی با	همسویی با نهادهای	پایبندی به قوانین و مقررات بین‌المللی	۵
نهادهای		همسویی قوانین با قوانین و مقررات بین‌المللی	۳
حقوقی			
	بستر فرهنگی	نبود فرهنگ حمایت از حق کپی‌رایت	۹
		ایجاد فرهنگ صیانت از حق مالکیت فکری	۹
فرهنگ‌سازی	استفاده از رسانه‌ها برای فرهنگ‌سازی	همکاری با رسانه‌ها به‌منظور اشاعه فرهنگ	۸
		پخش برنامه‌های آموزشی از تلویزیون و سایر رسانه‌ها برای ایجاد فرهنگ رعایت حقوق کپی‌رایت	۶
	خصوصی‌سازی	خصوصی‌سازی ورزش ایران برای رشد تولید	۴
رشد تولیدات ورزشی	تولیدات ورزشی	حمایت و تشویق بخش خصوصی برای تولید در ورزش	۴
		رفع انحصار دولت در ورزش	۹
	تجاری‌سازی	تجاری‌سازی ورزش در ایران	۴
ورزش	ورزش	رفع موانع و محدودیت‌های تجاری‌سازی ورزش	۳
به‌عنوان یک		حرفه‌ای شدن ورزش در همه زمینه‌ها	۵
تجارت	تجاری‌سازی	حمایت و پشتیبانی دولتی از تجاری‌سازی ایده‌ها	۴

۴	ایجاد سازوکار مناسب تجاری‌سازی ایده‌ها	ایده‌ها	
۶	رفع بروکراسی اداری		
۹	مداخله سیاست در ورزش	ورزش سیاسی	مداخله
۶	نقش افراد و گروه‌های سیاسی در ورزش		سیاسی
۵	اثرگذاری گروه‌ها و افراد سیاسی در قانونگذاری	قانونگذاری	
۳	نفوذ برخی افراد صاحب قدرت	سیاسی	
۷	مسائل حقوق شرعی در ورزش	مسائل دینی و مذهبی	اثر مسائل اجتماعی و دینی
۵	نقش آیین‌ها و سنت‌های اجتماعی در ورزش		
۷	تأثیر دین و مذهب در ورزش		

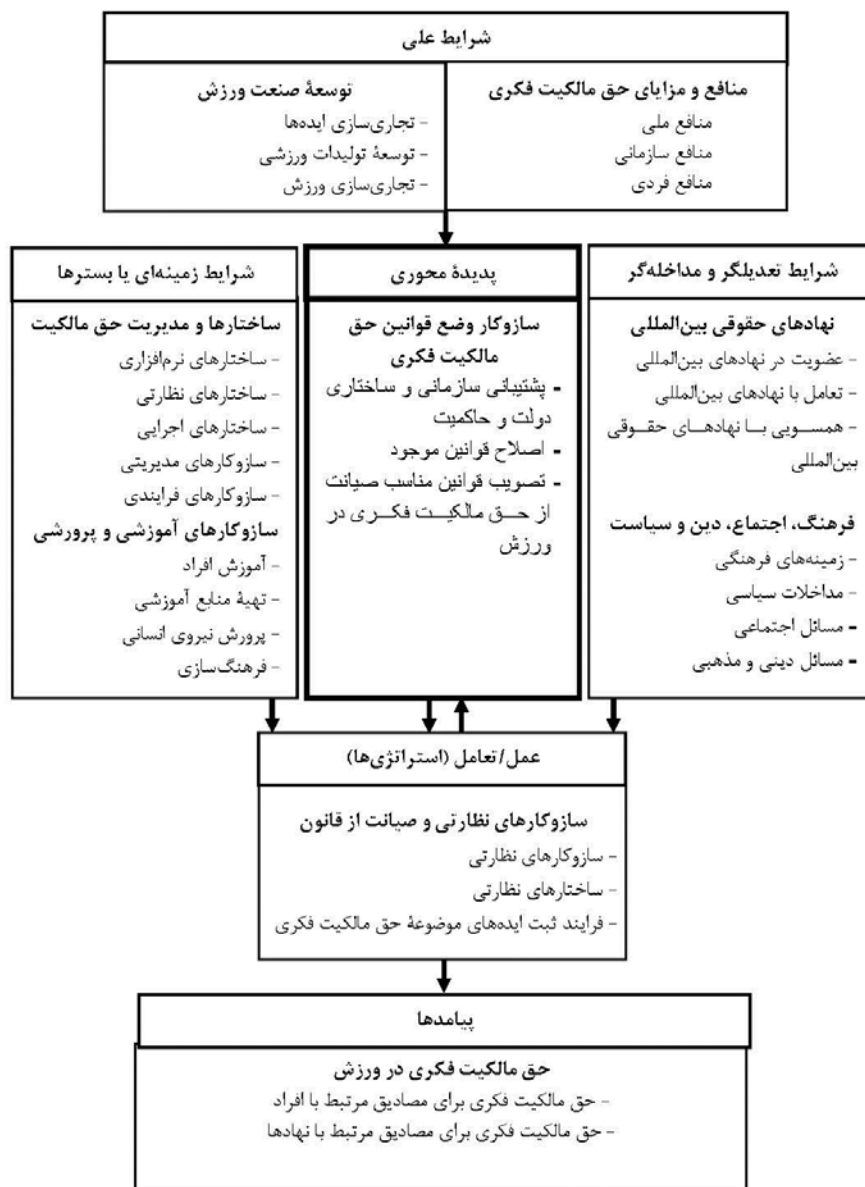
در ادامه فرایند کدگذاری داده‌ها با استفاده از مقولات شناسایی شده طبقات اصلی نظریه داده‌بنیاد شکل گرفت. بر این اساس ۹ طبقه اصلی تحت عنوان «عضویت در نهادهای حقوقی بین‌المللی و تعامل سازنده با آنها»، «زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، دینی و سیاسی»، «توسعه صنعتی ورزش»، «وضع قوانین حاکمیت فکری در ورزش»، «سازوکارهای آموزشی و پرورشی»، «نظارت و صیانت از قانون»، «ایجاد ساختارها و مدیریت حق مالکیت فکری»، «مزایا و منافع حق مالکیت فکری» و «حق مالکیت فکری محصولات ورزشی» به وجود آمد. این طبقات و مقوله‌های مرتبط با هر کدام در جدول ۵ نشان داده شده است.

جدول ۵. شکل‌دهی طبقات اصلی نظریه

مقوله‌ها	طبقات اصلی
عضویت در نهادهای بین‌المللی همسویی با نهادهای حقوقی بین‌المللی تعامل با نهادهای بین‌المللی	نهادهای حقوقی بین‌المللی و تعامل سازنده با آنها
موضوعات اجتماعی مسائل دینی و مذهبی	زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، دینی و سیاسی
تجاری‌سازی ایده‌ها توسعه تولیدات ورزشی تجاری‌سازی ورزش	توسعه ورزش به‌عنوان یک صنعت
پشتیبانی سازمانی و ساختاری دولت و حاکمیت تصویب قوانین مناسب صیانت از حق مالکیت فکری در ورزش اصلاح قوانین موجود	سازوکار وضع قوانین حق مالکیت فکری در ورزش

ادامه جدول ۵. شکل‌دهی طبقات اصلی نظریه		
طبقات اصلی	مقوله‌ها	
سازوکارهای آموزشی و پرورشی	آموزش افراد تهیه منابع آموزشی	پرورش نیروی انسانی فرهنگ‌سازی
سازوکارهای نظارتی و صیانت از قانون	سازوکارهای نظارتی ساختارهای نظارتی فرایند ثبت ایده‌های موضوعه حق مالکیت فکری	
ایجاد ساختارها و مدیریت حق مالکیت فکری	ایجاد ساختارهای نرم‌افزاری ایجاد ساختارهای نظارتی ایجاد ساختارهای اجرایی	سازوکارهای مدیریتی سازوکارهای فرایندی
مزایا و منافع حق مالکیت فکری	منافع ملی منافع فردی منافع سازمانی	
حق مالکیت فکری محصولات ورزشی	محصولات مرتبط با افراد محصولات مرتبط با نهادها	

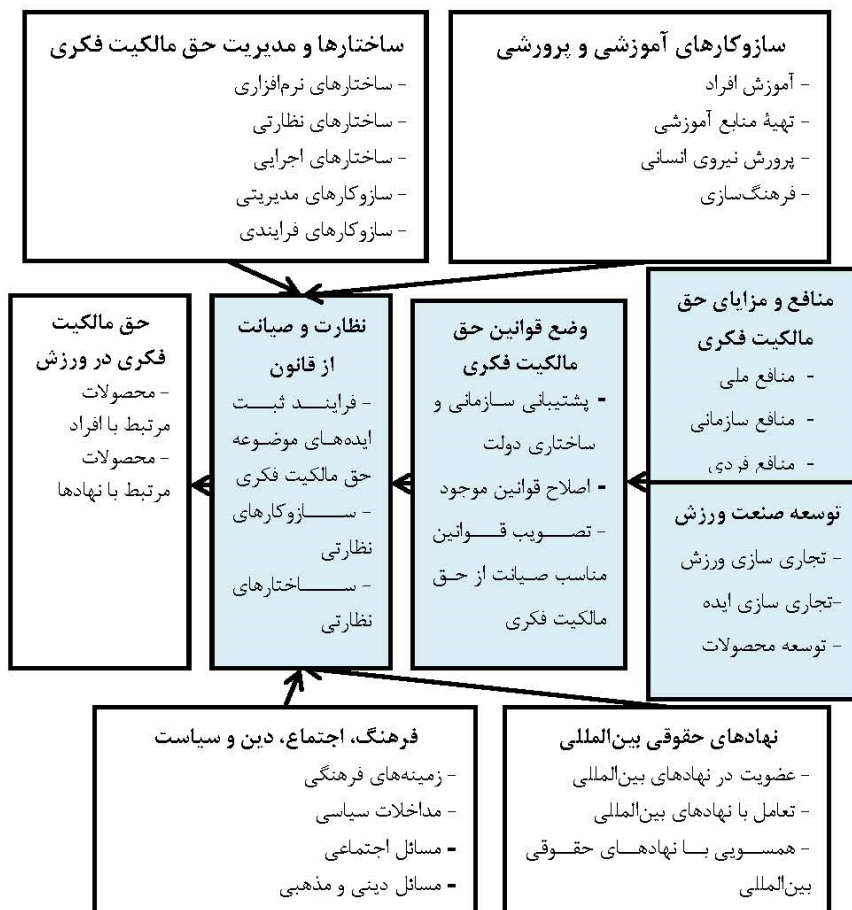
اساس فرایند ارتباط‌دهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از طبقه‌ها قرار داشت. با توجه به روند مصاحبه‌ها و براساس هدف پژوهش، «وضع قوانین حق مالکیت فکری در ورزش» به‌عنوان مقوله محوری در نظر گرفته شد، زیرا از تمام ویژگی‌های ذکرشده برای مقوله محوری برخوردار بوده و تمام اطلاعات جمع‌آوری‌شده از مصاحبه‌ها حول حقوق مالکیت فکری در ورزش بوده است. در شکل ۱ الگوی کدگذاری محوری، حول مقوله محوری نشان داده شده است. طبقه «مزایا و منافع حق مالکیت فکری» به‌عنوان شرایط علی، «سازوکارهای آموزشی و پرورشی» و «ایجاد ساختارها و مدیریت حق مالکیت فکری»، به‌عنوان شرایط بستر ساز «نهادهای حقوقی بین‌المللی و تعامل با آنها» و «زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و دینی و مذهبی» به‌عنوان شرایط مداخله‌گر، «نظارت و صیانت بر حق مالکیت فکری» به‌عنوان راهبردها و «توسعه ورزش به‌عنوان یک صنعت» به‌منزله پیامدها تعیین شد.



شکل ۱. الگوی کدگذاری محوری متن مصاحبه‌ها

در بخش نهایی کدگذاری انتخابی مدل حق مالکیت فکری ورزش در ایران که از داده‌های کیفی برخاسته است، انجام گرفت. الگوی پارادایمی حق مالکیت فکری ورزش ایران که از کدگذاری انتخابی

به‌دست آمده، همراه با جزئیات هر بخش در شکل ۲ نشان داده شده است. این الگو نظریه‌ای است که در جریان نوشتن روایت توصیفی و تحلیلی خود و برای گزارش نتایج تحلیل‌های پژوهش در قالب نمودار یکپارچه‌ساز به آن رسیدیم. در بخش بحث و نتیجه‌گیری مدل تدوین‌شده مورد بحث قرار گرفته است.



شکل ۲. الگوی پارادایمی حق مالکیت فکری در ورزش

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تدوین مدل حق مالکیت فکری در ورزش ایران انجام گرفت. در نتیجه تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده مدل پارادایمی حق مالکیت فکری در ورزش ایران تدوین شد. این مدل سازوکارهایی را

بیان می‌کند که از طریق آنها صنعت ورزش ایران می‌تواند از حقوق مالکیت فکری منتفع شود. دستیابی به منافع حاصل از حق مالکیت فکری و توسعه صنعت ورزش شرایط علی هستند که تدوین حقوق مالکیت فکری برای محصولات ورزشی را ضروری می‌سازند، به طوری که چنانچه قانون ورزش بتواند تعادل مناسبی بین خواسته‌های کسانی که ورزش را تولید می‌کنند و افرادی که مصرف ورزش را به‌عنوان بخش مهمی از زندگی خود می‌بینند، ایجاد کند، می‌تواند چشم‌انداز ورزشی منصفانه‌تری به‌دنبال باشد (۲۴).

از جمله مقوله‌های توسعه ورزش می‌توان به تجاری‌سازی صنعت ورزش، خصوصی‌سازی نهادهای ورزشی و تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه اشاره کرد. نشان داده شده است که ورزش در انگلستان به‌علت تقسیم وظایف و قرار نگرفتن وظایف بر دوش دولت پیشرفت بسزایی دارد، ولی در ایران وظایف دولت در حوزه ورزش بسیار سنگین است، در نتیجه دولت نمی‌تواند به‌خوبی همه وظایف را مورد کنترل و نظارت قرار دهد (۲۵). همچنین اعتقاد بر این است که تجاری‌سازی برای توسعه تمامی صنایع یک کشور امری ضروری است و تجاری‌سازی را مقدمه و لازمه خصوصی‌سازی معرفی می‌کنند (۲۶). در ادامه محمدزاده (۱۳۹۷) عنوان می‌کند که اهمیت حقوق مالکیت‌های فکری در توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورها بر کسی پوشیده نیست و برای حضور در بازارهای جهانی و ایجاد تسهیلات لازم برای انتقال فناوری و سرمایه‌گذاری خارجی تلاش‌های زیادی از ناحیه کشورها و مجامع اقتصادی حقوقی بین‌المللی صورت می‌گیرد که از جمله آنها می‌توان به وضع قوانین و مقررات مختلف در مورد انواع مالکیت‌های فکری به‌ویژه مالکیت‌های صنعتی تجاری در سطح ملی و بین‌المللی اشاره کرد (۲۷). بزرگی (۱۳۹۷) عنوان می‌کند که حقوق مالکیت فکری تأثیری مثبت بر توسعه اقتصادی دارد و کشورهای در حال توسعه بهتر است هماهنگ با توسعه اقتصادی خود به تقویت نظام حقوق مالکیت فکری خود بپردازند (۲۸). بنابراین می‌توان گفت که تدوین مواد حقوقی یا اصلاح قوانین موجود (در صورت لزوم) برای مصادیق مرتبط با حق مالکیت فکری در ورزش به‌عنوان موضوعی محوری لازمه دستیابی به صنعت ورزش پررونق است. تدوین چنین مواد حقوقی هماهنگی و همکاری سازمان‌ها و نهادهای متعددی را طلب می‌کند. شیلبری، او-بویل و فرکینز^۱ (۲۰۲۰) نیاز به مشارکت رهبران برای حمایت از رویکرد مشترک را توصیه می‌کنند (۲۹). آمادی^۲ (۲۰۱۷) با بررسی حقوق مالکیت فکری در ورزش نیجریه عنوان می‌کند که با ظهور ورزش به‌عنوان یک بخش اقتصادی و با توجه به اهمیت تجاری آن ضروری است که باشگاه‌های حرفه‌ای و

1. Shilbury, O'Boyle and Ferkins

2. Amadi

رویدادهای ورزشی به موارد مختلفی از حقوق مالکیت فکری که ارتباط جدی با مالکیت فکری در زمینه ورزش دارند، از جمله ثبت نام و علامت تجاری، کپی رایت، اختراعات، حقوق پخش و غیره توجه ویژه داشته باشند. بهره‌برداری از شکل‌های مختلف حقوق مالکیت فکری در چارچوب قوانین نیجریه علاوه بر پیشرفت اقتصادی انجمن‌ها و سازمان‌های ورزشی مختلف در نیجریه، سبب افزایش حاشیه سود فردی ورزشکاران و همچنین تضمین جذب منافع بین‌المللی و سرمایه‌گذاری خارجی می‌شود. در نهایت او تصویب رویکردی متفاوت به مسئله حقوق مالکیت فکری در ورزش را توصیه می‌کند (۲۲).

وجود قوانین مرتبط با حق مالکیت فکری در ورزش به تنهایی کافی نیست، بلکه لازمه اجرایی شدن آن وجود برخی سازوکارها برای ضمانت اجرا و صیانت از این حقوق و روشن بودن فرایند ثبت حق مالکیت فکری در ورزش است، به طوری که الهی (۱۳۸۷) از دلایل عدم دستیابی باشگاه‌های فوتبال به درآمد حاصل از منابع مختلف از جمله حق پخش تلویزیونی و محصولات ترویجی را محدودیت‌های قانونی و نبود ضمانت اجرایی برای قوانین موجود عنوان می‌کند (۱۱). در مطالعه دیگری الهی و همکاران (۱۳۸۸) ساختار اقتصادی کشور و برخی مشکلات حقوقی و قانونی را از موانع موجود در توسعه جذب درآمد حاصل از حمایت مالی در صنعت فوتبال عنوان کردند (۱۲). همچنین جلالی و علیدوست (۱۳۹۲) در بررسی موانع حق پخش تلویزیونی در ورزش ایران، مسائل حقوقی و قانونی را یکی از ۳ مانع حق پخش تلویزیونی در ورزش ایران می‌دانند (۱۴). از این رو پس از تدوین قوانین حقوق مالکیت فکری وجود سازوکارهای نظارتی، اجرایی، مدیریتی و فرایندی و همچنین سازوکارهای آموزشی از جمله عواملی هستند که بستر لازم برای صیانت از این حقوق را فراهم می‌کنند. محمدی، صالحی و زاهدی (۱۳۹۶) اشاره می‌کنند که در کشورهای پیشرو از لحاظ حقوقی، حق شهرت با استفاده از اصول کلی ناظر بر مالکیت‌های فکری و ایجاد تأسیسات نوین حقوقی، مورد حمایت قرار گرفته است. در نظام حقوقی ایران، به دلیل نبود مقررات حداقلی ناظر بر این حق، رویه قضایی کفایت و کارآمدی لازم را در مواجهه با نقض حق شهرت نداشته است (۳۰). مارگونی (۲۰۱۶) با بررسی حق مالکیت فکری در اتحادیه اروپا عنوان می‌کند که راه‌حل‌های مبتنی بر شکل‌های سنتی و جدید مالکیت، حقوق مالکیت فکری و حقوق مرتبط با آن، هنوز هم می‌تواند برای محافل ورزشی مناسب باشد. اولاً بسیاری از رویدادهای ورزشی در مکان‌های اختصاصی برگزار می‌شود که سازمان‌دهندگان ورزش می‌توانند حقوق استفاده انحصاری را اعطا کنند و در نتیجه قراردادهای دسترسی

مشروط را توسعه دهند؛ دوم، ضبط و پخش رویدادهای ورزشی ممکن است به ایجاد انواع حقوق مالکیت فکری به‌ویژه در زمینه حقوق کپی‌رایت و حقوق مرتبط منجر شود؛ سوم، قوانین رقابت ناعادلانه و به‌ویژه اصول نافرمانی، برای محافظت از فعالیت‌های ورزشی از کپی غیرمجاز استفاده شده است؛ چهارم، اخیراً در سطح ملی شکل‌های خاصی از محافظت به‌منظور ارائه یک لایه اضافی از حقوق برای محافظت از سازمان‌های ورزشی طراحی شده است (۳۱). همچنین نادریان و رهبری (۱۳۹۳) در پژوهشی تأسیس رشته کارشناسی ارشد حقوق ورزشی در دانشگاه‌های ایران را ضروری دانستند و بر ایجاد مشاغل جدید حقوقی، امکانات تخصصی، استقلال رشته حقوق ورزش، آموزش‌های کوتاه‌مدت، دروس حقوق ورزش و کارگاه‌های آموزشی حقوق ورزش تأکید کردند (۳۲).

عوامل فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و دینی و همچنین نهادهای بین‌المللی تدوین و صیانت از حق مالکیت فکری در ورزش را تحت تأثیر قرار می‌دهند و این قوانین را تعدیل می‌کنند. برای مثال ریسی و آقای‌بجستانی (۱۳۹۵) در بررسی حقوق مالکیت معنوی در فقه امامیه و قوانین موضوعه ایران نشان دادند که مالکیت از جمله حقوق مسلم اشخاص بوده و در تمامی کشورها مورد حمایت و احترام است. آنها بیان می‌کنند که فقها درباره حقوق مالکیت معنوی اظهارنظر کرده‌اند؛ برخی در مخالفت و عدم مشروعیت حقوق یادشده سخن گفته و به ارائه دلیل پرداخته‌اند و برخی نیز آن را مشروع دانسته و راه‌های انتقال آن را بیان کرده‌اند (۳۳). دهقانی‌فیروزآبادی (۱۳۹۴) سه عامل مقررات اقتصادی، قراردادهای حقوقی و مقررات بین‌المللی را ریشه بسیاری از مسائل و مشکلات موجود در حوزه حقوق تجارت در ورزش حرفه‌ای عنوان می‌کنند (۳۴).

در نهایت سازوکارهایی طراحی شده به انتفاع صنعت ورزش از حق مالکیت فکری برای محصولات ورزشی از جمله حق تصویر و صدا (حق پخش)، حق نام و نشان، حق شهرت و ... منجر می‌شود. همسو با نتایج این پژوهش، خوشنویس‌زارچ (۱۳۸۸) در پژوهشی مصادیق حقوق مالکیت فکری در صنعت ورزش را شامل مصادیق مرتبط با شخصیت ورزشکاران از جمله نام، تصویر، صدا، امضا و شماره پیراهن آنها و حق پخش رادیویی و تلویزیونی رویدادهای ورزشی، علائم و مصادیق مرتبط با نهادهای ورزشی شامل نشانه‌های نهادهای ورزشی از جمله نشانه، نماد، علامت تجاری، نام و محل اقامت باشگاه‌های ورزشی، نام رویدادهای ورزشی و ورزش‌های خاص، شعار مخصوص باشگاه‌ها یا دوره‌ای از مسابقات ورزشی و طرح

1. misappropriation doctrines

لباس ورزشی دانستند (۲۱). جعفری توسی و نورانی^۱ (۲۰۱۸) عنوان می‌کنند که ورزش از جمله زمینه‌هایی است که باید در قالب مالکیت فکری محافظت شود (۱۹). از آنجا که ورزش، مانند سایر صنایع، نوعی هنر است که براساس مهارت، اصالت، تفکر و شهرت استوار است. رویدادهای ورزشی و مسائل مرتبط با آن محصولات صنعت ورزش هستند و حفاظت از مالکیت فکری نقش حیاتی در نظام اقتصادی ورزش ایفا می‌کند. آنها اشاره می‌کنند که پخش برنامه‌های ورزشی از رادیو و تلویزیون موضوع مهمی در مبحث حق مالکیت فکری است که با حق کپی‌رایت و مقررات مربوط قابل محافظت است. ال-امین^۲ (۲۰۱۷) نیز اهمیت حق تصویر ورزشکاران در کسب‌وکار فوتبال را با توجه به پتانسیل تجاری عظیم آن نشان داده است (۳۵). همچنین راسلر^۳ (۲۰۱۵) نشان داد که می‌توان براساس حق کپی‌رایت، علائم تجاری، شخصیت و تصویر از حقوق ورزشکاران دفاع کرد (۳۶).

به‌طور کلی براساس مدل طراحی‌شده می‌توان گفت که تدوین و صیانت از حق مالکیت فکری برای مصادیق ورزشی لازمهٔ برخورداری صنعت ورزش و محصولات ورزشی از مزایای فردی، سازمانی و ملی حاصل از این قوانین است. عوامل متعددی از جمله قوانین بین‌المللی، زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، دینی و مذهبی، نهادهای قانونی، سازمان‌های اجتماعی و ... می‌توانند حق مالکیت فکری را تحت تأثیر قرار دهند. بر این اساس موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- تدوین و اجرایی شدن قوانین متعدد از جمله قوانین حق مالکیت فکری در ورزش می‌تواند زمینهٔ توسعهٔ صنعت ورزش و به‌طور کلی توسعهٔ اقتصادی کشور را فراهم سازد. لازمهٔ تدوین و اجرایی شدن این قوانین هماهنگی و همکاری نهادهای قانونگذاری و اجرایی کشور است.
- برای بهره‌برداری بهینه از حق مالکیت فکری در ورزش ایران باید سازوکارهای مدیریتی، اجرایی و نظارتی مناسبی پیش‌بینی شود، به‌طوری‌که بتواند از حقوق تدوین‌شده حمایت کرده و زمینهٔ اجرایی شدن آن را فراهم سازد.
- ارائهٔ آموزش‌های فردی، فرهنگی و اجتماعی برای آگاهی و صیانت عمومی از قوانین می‌تواند در زمینهٔ چگونگی استفاده و بهره‌برداری از قوانین حق مالکیت فکری در ورزش کمک‌کننده باشد.

1. Jafari-Tousi & Nourani
2. Al-Ameen
3. Roessler

منابع و مأخذ

1. ShahHoseini S, Vasfi Sh, and Naserzadeh S. Assessing the Role of Protecting Intellectual Property Rights in Economic Growth: TRIPS Case Study, *Commerce Journal*, 2018, 21(84), 65-92 (in Persian).
2. Falvey R, Foster N & Greenaway D. Intellectual property rights and economic growth. *Review of Development Economics*, 2006, 10(4), 700-719.
3. Lemper TA. The critical role of timing in managing intellectual property. *Business Horizons*, 2012, 55(4), 339-347.
4. Suli F. *Intellectual Property*. Woodhead Publishing Series in Electronic and Optical Materials, 2019, 317-364.
5. Chisum DS, Ochoa TT, Ghosh S & LaFrance M. *Understanding intellectual property law*. LexisNexis. 2011.
6. Patel PA and Pearce J. The survival consequences of intellectual property for retail ventures, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2018, 43, 77-84
7. Abdoli B. *Social and Menal Fundamental of Phisycal education and sport*, BamdadKetab, Tehran, 2015. (in Persian)
8. <http://www.euoffice.euolympic.org/blog/new-study-economic-impact-sport-released-european-commission>
9. Razavi SMH. Increase efficiency with privatization policy in sport, *Harekat*, 2006, 24, 1-15. (in Persian)
10. Kalashi M, Eidy H, Abbasi H, Rajai, M. Estimation of GDP of sport and its evolution (1995-2015). *Sport Management Studies*, 2019, 11 (54), 17-32. (in Persian)
11. Elahi A. *Barriers and Strategies for Economic Development of the Iranian Football Industry*. Doctoral dissertation, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, University of Tehran, 2009. (in Persian)
12. Elahi A, Sajjadi N, Khabiri M, Abrishami, H. Barriers to the Development of Attracting Financial Support Income in the Football Industry of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Sport Management*, 2010, 1, 189-202. (in Persian)
13. Seyed Ameri MH, Moharramzadeh, M, Bashiri, M, Hadi, H. Investigating Barriers to Attracting Sponsors in the East Azarbaijan Sport Industry. *Productivity Management*, 2010, 10, 147-164. (in Persian)
14. Jalali Farahani, M, Alidoust Ghahfarkhi, I. Analysis of Barriers to Realization of the Right to Broadcast in Iranian Professional Sports. *Physiology and Sport Management Research*, 2013, 13, 47-60. (in Persian)
15. Olaisen J and Revang O. The dynamics of intellectual property rights for trust, knowledge sharing and innovation in project teams, *International Journal of Information Management*, 2017, 37, 583-589
16. WIPO *Intellectual Property Hand Book: Policy, Law and Use*. 2nd Ed. Geneva: WIPO Publication. 2004.

17. Primo-Braga C, Fink C, Paz-Sepulveda C. Intellectual property rights and economic development. World Bank Discussion Papers, 2000, 412.
18. Chappelet, J. L., & Mrkonjic, M. Assessing sport governance principles and indicators. In Research Handbook on Sport Governance. Edward Elgar Publishing, 2019.
19. Jafari-Tousi E & Nourani N. Study on Intellectual Property in Sports Focusing on Radio/Television Broadcasting Patent. International Academic Journal of Humanities, 2018, 5(2), 162-172.
20. Farsadmokhtary V. The Role of Industrial Property Rights in the Development of Iran's Sports Industry. Allameh Tabataba'i University, College of Postgraduate Studies, 2015. (in Persian)
21. Khoshnevis-Zarch, A. Examples of intellectual property rights in the sports industry. M.Sc., Qom University, 2010. (in Persian)
22. Amadi UJ. Intellectual property rights in sports: A trick or two Nigeria can learn from the global game. African Sports Law and Business Bulletin, 2017, 1, 14.
23. Corbin J, Strauss A. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. Sage publications; 2014 Nov 25.
24. Hylton JG. The Over-Protection of Intellectual Property Rights in Sport in the United States and Elsewhere. J. Legal Aspects Sport, 2011, 21, 43.
25. Salimi S. A Comparative Study of the Duties and Responsibilities of the Government with regard to Sport in Iranian and British Law. Faculty of Law, Azad University, Central Tehran Branch, 2015. (in Persian)
26. Rezaei Sh, Amiri M, Kouzehchyan H. Investigating the Obstacles to the Relationships between the football clubs and Audiovisual Organization in Iran, Management Journal, 2016, 8, 189-206. (in Persian)
27. Mohammadzadeh Be. Guarantees of intellectual property protection in law. Legal Legal Research Journal, 2018, 3, 12-42. (in Persian)
28. Shilbury D, O'Boyle I, Ferkins L. Examining collective board leadership and collaborative sport governance. Managing Sport and Leisure. 2020, 25 (4):275-89.
29. Bozorgi W. The Intellectual Property Rights System Suitable for Developing Countries: With Notes on Iran. Business Research Journal, 2018, 22 (83). (in Persian)
30. Mohammadi A, Salehi M and Zahedi M. Protecting the right to reputation in the light of intellectual property rights through a comparative approach. Comparative Law Research, 2016, 21 (3), 184-214. (in Persian)
31. Margoni T. The Protection of Sports Events in the EU: Property, Intellectual Property, Unfair Competition and Special Forms of Protection. IIC-International Review of Intellectual Property and Competition Law, 2016 47(4), 386-417.
32. Nadarian M and Somayeh R. Feasibility of Establishing a Master of Sport Law Degree in Iranian Universities. Journal of Interdisciplinary Studies in Humanities, 2013, 4, 19-32. (in Persian)

33. Raisi M and AghaeiBejestani M. Intellectual Property Rights in Imamieh Jurisprudence and Iranian Laws. *Journal of Jurisprudence and Islamic Law Research*, 2016, 3 (12), 70-51. (in Persian)
34. Dehghani Firouzabadi F. Modeling the framework of business law in Iranian professional sport based on structural equations. Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Al-Zahra University, 2015. (in Persian)
35. Roessler V. College Athlete Rights after O'Bannon: Where Do College Athlete Intellectual Property Rights Go from Here. *Vand. J. Ent. & Tech. L.*, 2015, 18, 935.
36. Al-Ameen HA. Image right clauses in football contracts: masterstroke for mutual success?. *Intellectual Property Rights*, 2017, 5(1).

Designing a Model to Support the Intellectual Property Rights in Iran Sport

Helena Khosravi¹- Farshad Emami^{*2}-Mohsen Esmaeili³- Seyyed Emad Hosseini⁴

1.Ph.D. Student of Sport Management, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran, 2.Assistant Professor, Ayatollah Amoli Branch, Islamic Azad University, Amol, Iran, 3. Assistant Professor, Sport Sciences research Institute, Tehran, Iran, 4. Assistant Professor, Faculty of Sport Science and Health, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

(Received: 21/02/2020; Accepted: 27/06/2020)

Abstract

The purpose of this study was to design a model to support intellectual property rights in Iran sport. The research method was qualitative based on the grounded theory approach. Research data was collected by semi-structured interview. Purposeful sampling was used until achieving the theoretical adequacy of the data (23 sport management professors, sports law professors and law professors). In order to measure the validity and reliability of the interviewing tool, intra-subject agreement and process audit were used. Data was analyzed with three systematic stages of open coding, axial coding, and selective coding. The analysis of the interviews created 101 secondary codes, 38 key concepts, and 28 categories. Accordingly, 9 main categories were entitled as "Membership and Interaction with International Law Organizations", "Cultural, Social, Religious and Political Areas", "Industrial Development of Sport", "Enactment of Intellectual Property Laws in Sport", "Education Mechanisms", "Supervision and Protection of Law", "Creating Structure and Managing Intellectual Property Rights", "Intellectual Property Rights' Benefits and Profits" and "Intellectual Property Rights of Sporting Instances". Generally, it can be said that intellectual property in sport is influenced by many factors and its operation requires activation of different mechanisms.

Keywords

Intellectual Property Rights, Sports Law, Rules, Grounded Theory.

* Corresponding Author:Email: f_emami2007@yahoo.com ; Tel:+989191272049