

## دور الدولة القانوني في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية

أ.م.د / أحمد السيد الحسيني  
مدرس بقسم الإدارة الرياضية  
كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

أ.م.د / كريم محمد الحكيم  
أستاذ مساعد ورئيس قسم الإدارة الرياضية  
كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

أ.م.د / عمرو محمد حامد زاهر  
مدرس مساعد بقسم الإدارة الرياضية كلية التربية الرياضية - جامعة المنصورة

### الملخص

يستخلص الباحث أن المشرع قد ركز على بعض فئات التحليل دون غيرها من خلال:

- ركز المشرع على موضوع حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية وذلك كسند تشريعي يقوم بحماية المنظمات الإعلامية والرياضية في سبيل تعزيز أهدافها التجارية.
- ركز المشرع على موضوع حماية حقوق متلقي خدمات البث وذلك كوسيلة هامة من قبل الدولة في حماية حق المواطن في متابعة مسابقات كرة القدم من خلال اشارة مفتوحة وغير مشفرة.
- عدم دخول الجهات المالكة للحقوق والمنظمات الإعلامية في أي ممارسات احتكارية تؤدي إلى استغلال المواطن.
- أغفل المشرع موضوع تحديد الجهات المالكة للحقوق وذلك كوسيلة هامة تحافظ على الجهات المالكة للحقوق وعدم تعرضها لأي نوع من انتهاك الحقوق.
- أغفل المشرع فئة الموارد المالية الناتجة من حقوق البث على الرغم من أهميتها في تعزيز موارد الجهات المالكة للمسابقات.
- أغفل المشرع فئة التحليل تنمية الاهداف الثقافية والاجتماعية وتعزيز القيم الوطنية للمواطنين كوسيلة هامة تضمن حق المواطن في مشاهدة مسابقات كرة القدم.

## مقدمة الببح:

لتنمية الإحساس بالجماعة والشعور بالاتحاد والإحساس  
بحب المجتمع.(٨: ١٧٣)

وقد أدى ذلك إلى حدوث تحولات غير مسبوقه فى  
إنشاء القنوات الرىاضية المتخصصة واللى أنشأت بهدف  
تلبية احتياجات جمهور المشاهدين فى متابعة الرىاضة  
بشكل عام ومسابقات كرة القدم بشكل خاص إضافة إلى  
تعزىز النواحي التجارية لهينات البث.(٣: ٢)

ولقد تجلى ذلك فى سعى هينات البث فى المنافسة  
للحصول على حقوق البث لمسابقات كرة القدم معتمدة  
على القيم المحتملة من توليد دخل من الإعلانات وبرامج  
الرعاية خاصة عن طريق جذب مجموعة من المشاهدين  
الأكثر صعوبة فى الوصول إليهم، ومن جانب آخر تقديم  
محتوى رىاضى يعطى الحق للمواطنين من  
متابعته.(١٢: ٧٧)

ومن هنا فإن الارتفاع الكبير فى عائدات حقوق  
البث لمسابقات كرة القدم يمثلى انعكاس للانفتاح  
الاقتصادى والاجتماعى وتطبيق آليات السوق التى  
تحكمه العلاقة بين العرض والطلب.

ففى الأسواق، تُخصص الموارد من خلال التفاعل  
بين الطلب والعرض والسعر، حيث أن هناك حالات لا  
يمكن الحصول خلالها على المنفعة الكاملة من السوق  
نظرا لنقص المنتجات المطلوبة أو الزيادة فى المنتجات  
الأقل طلب، حيث لا يقدم السوق أفضل نتاج ممكن  
ويصاب توزيع الموارد بالخلل، وفى هذه الحالة، لا يعمل  
السوق لصالح المجتمع أو الأمة ويمكن للدولة التدخل إذا  
رأت أنها تستطيع توفير نتاج أفضل، ويمكن لهذا التدخل

تعتبر الصورة الإيجابية والتصاعد الواضح لمكانة  
الرىاضة فى المجتمعات، قد مكناها من أن تشغل جزءاً  
هاماً وحيوياً من اهتمام الحكومات فى معظم الدول لما  
تلعبه من دور فعال وحيوى على المستوى المحلى  
والدولى على مختلف الأصعدة الاجتماعية والثقافية  
والاقتصادية، وتعتبر الرىاضة أكثر من مجرد نشاط  
تجارى أو اقتصادى، فالرىاضة تتميز بأنها ذات بعد  
اجتماعى ذو أثر هام على المجتمع، ذلك لأن الأنشطة  
الرىاضة وخاصة كرة القدم لها أهمية اجتماعية كبيرة  
لدى أفراد المجتمع.

وتلعب كرة القدم دور هام فى تكامل وتماسك  
المجتمع حيث أن لها دور فى تقارب الآخرين وتقوية  
العلاقة بينهم لما لها من دور فى التواصل الاجتماعى  
بين الأفراد من خلال الممارسة، إضافة إلى ذلك فإن  
مشاهدة مباراة رىاضية سوف يخلق فرصة لمشاركة  
الخبرات فبدلاً من مشاهدة أحد المواطنين المباراة منفرداً  
فإنه يجلس مع الآخرين للإحساس بمتعة المشاهدة؛ مما  
دفع المؤسسات الإعلامية مثلها فى ذلك المؤسسات  
الاقتصادية إلى استثمار تلك المفاهيم الرىاضية فى  
تحقيق أهدافها الخاصة والوصول إلى المجموعات  
المستهدفة.(١٥: ٤٦)

ويعتبر البث التلفزيونى للرىاضة بشكل عام  
ومسابقات كرة القدم خاصة فوائده عديدة تعود على  
المواطن حيث أنها تقرب الناس من بعضهم البعض  
بطرق مختلفة، وتخلق فرص لمشاركة الخبرات، إضافة

المتابعين لذلك السوق حيث أن البث الفضائي يعتبر من قضايا الأمن القومي التي يجب ان تكون مصلحة المواطن في مقدمة الأولويات من أجل توفير ذلك المنتج له في ظل غياب تام من الدولة بالشكل الذي يثير التساؤل أين دور الدولة ممثلة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون باعتباره الجهة الوحيدة التي تملك إشارة البث وكذلك الحكومة ممثلة في وزارة الشباب والرياضة.

وفي الوقت الحالي وفي ظل الأنباء والأحداث حول تخلي التلفزيون المصري عن حقوق الشارة والإنتاج والعمل على اسنادها إلى احدى الشركات الخاصة، وبالإضافة إلى أن حقوق البث للكرة المصرية اصبحت في يد شركة واحدة فقط، كل ذلك يطرح لنا تساؤل هام حول الآليات التي يمكن ان تستخدمها الدولة تجاه تلك الشركات في حالة ما تم إذاعة مسابقات كرة القدم المصرية على احدى القنوات المشفرة، وذلك لحماية مصالح منظومة البث الرياضي التي تتمثل في حق المشاهدة لصالح المواطن أولاً وحماية المصالح التجارية للقنوات الفضائية.

وفي الآونة الأخيرة نجد أن هناك تعارض بين لوائح وقوانين الدولة المصرية والاتحاد الأفريقي لكرة القدم؛ فقد قام جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية بإصدار قرار بإحالة رئيس الاتحاد الأفريقي لكرة القدم للنيابة العامة وذلك لثبوت قيامه بمخالفة مواد القانون، حيث قام بإساءة استخدام وضعه المسيطر في اسلوب ونظام منح حقوق البث المتعلقة ببطولات كرة القدم والذي يملك وحده حق استغلاله التجاري، وقام

أن يأخذ شكل المشاركة في السوق، تنظيم السوق، التدخل المالي أو الاقتصادي. (٧) (١٣ : ٧٨)

ومن بين الأنواع الأربعة المشار إليهما سابقاً فإن تنظيم السوق تفضله الحكومات التي تسعى إلي تجنب أو الحد من عجز السوق عن سداد متطلبات البث الرياضي، وذلك من خلال سن مجموعة من التشريعات والقوانين التي تنظم سوق حقوق البث بشكل عام والبث الرياضي بشكل خاص. (١٤ : ٧٨ ، ٧٩)

وتنظر معظم الدول إلي مسابقات كرة القدم ذات الأهمية المحلية والدولية باعتبارها سلع ذات قيمة حيث يصبح طلب الجمهور عليها متزايد وذلك لتعزيز الهوية الثقافية والوطنية الأمر الذي دفع العديد من الدول لإصدار تشريع يسمح للحكومة بتنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم بما يكفل مشاهدة مباريات كرة القدم باعتبارها حق انساني. (١٣ : ٦٣) (١٨ : ٢٦٢)

ومن هنا فإن الدولة عليها التزامات بحماية حق العامة في المعرفة وضمان الحصول على تغطية حية وكاملة للرياضة، وهناك سؤال يطرح نفسه وهو هل هذا الالتزام يلزم الدولة بضرورة تغطية المباريات الرياضية كلها وبثها بثاً مباشراً؛ ومهما كانت الإجابة على هذا التساؤل فيجب على الحكومات تلبية رغبة الجمهور في مشاهدة الرياضة والاستمتاع بها كأى نشاط اجتماعي مع الحفاظ على حقوق الأندية القانونية في البث وحق بيع التغطية الاعلامية للمباريات. (٩ : ٦٤)

#### مشكلة البحث:

تعتبر أزمة حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية من القضايا التي تخص قطاع عريض من

ح- ما دور قانون البث والاستقبال الفضائي في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

#### المصطلحات المستخدمة في البحث:

أ- الدور القانوني\*: مجموعة القواعد العامة التي تحكم وتنظم الحقوق والواجبات للأطراف المعنية بقضية سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية.

ب- حقوق البث\*: المادة الإعلامية التي تتمثل في البث المباشر والمؤجل والمشفر والحصري وغير الحصري والمفتوح وغيره للمباريات والتي تتنافس عليها هيئات البث للحصول عليها من الجهات المالكة لتلك الحقوق لتقديمها إلى الجمهور المشاهد.

ج- سوق البث\*: مكان تلاقي العارضين للحقوق الرياضية المتمثلين في الجهات المالكة لتلك الحقوق والطالبيين لتلك الحقوق والمتمثلين في هيئات البث والوكالات الإعلانية.

د- مسابقات كرة القدم المصرية\*: تلك المسابقات المنوط بتنظيم والمشاركة فيها الاتحاد المصري لكرة القدم وتتمثل في المسابقات التالية: دوري الاندية بكل درجاته، بطولة الكأس المصرية، بطولات دوري كرة القدم النسائية بكل درجاته، بطولة الكأس المصرية لكرة القدم النسائية، مسابقات الكرة الخماسية، مسابقات الاعمار المختلفة، كرة القدم الشاطئية، أية مسابقات أخرى

بإعطاء إحدى الوكالات الحقوق دون طرحها للوكالات الأخرى الراغبة في الحصول على الحقوق في أمر طبيعي يضمن منافسة حرة وعادلة، حيث قام عمدا بتجاهل عدة مطالبات بطرح بيع هذه الحقوق في إطار مزيدة علنية تراعي قواعد المنافسة العادلة والشفافية بين المتنافسين؛ الأمر الذي دفع الباحث إلى إجراء دراسة تحليلية للوائح والقوانين ذات العلاقة بقضية حقوق البث.

#### هدف البحث:

تحليل الدور القانوني للدولة في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية.

#### تساؤلات البحث:

أ- ما دور قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

ب- ما دور قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

ت- ما دور قانون حماية المستهلك في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

ث- ما دور قانون حماية حقوق الملكية الفكرية في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

ج- ما دور قانون ضمانات وحوافز الاستثمار في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية؟

واستهدفت الدراسة دراسة الأساليب المستحدثة في بيع حقوق البث للمسابقات عالمياً، بالإضافة إلى دراسة تحليلية لأسلوب بيع حقوق البث التلفزيوني للمسابقات المحلية والعائدات السنوية اعتباراً من موسم ٢٠٠٤ الي موسم ٢٠٠٧ م وكانت عينة الدراسة مجموعة من أعضاء المجالس والإعلاميين وخبراء التسويق ومجموعة من الوثائق واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية ونقدية التحليلية واستخدم الباحث الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات وكانت أهم النتائج لا ينص القانون الحالي للهيئات الرياضية علي أي نص يتعلق بحقوق البث التلفزيوني للأندية الرياضية، يجب المحافظة علي استمرار تدفق الأموال لجميع الأندية بالتساوي، ضرورة عدم سيطرة اتحاد الإذاعة والتلفزيون علي نظام بيع حقوق البث التلفزيوني، لا تستطيع الأندية أو الاتحاد بيع حقوق البث فضائياً إلا بعد موافقة التلفزيون المصري وتوقيعه على العقد لضمان نقل الصورة.

٣- دراسة سعد شلبي (٢٠٠٧ م) (١): بعنوان تسويق حقوق البث التلفزيوني في المجال الرياضي "دراسة تحليلية" وهدفت الدراسة تحليل قيم حقوق البث التلفزيوني لبعض الأحداث الرياضية وكانت عينة الدراسة مجموعة من الوثائق في مجال التسويقي الرياضي بشكل عام وتسويق حقوق البث التلفزيوني بشكل خاص واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث الاستبيان، تحليل الوثائق لجمع البيانات وكانت أهم النتائج يوجد تباطأ في السنوات الأخيرة في نسبة

ينظمها الاتحاد، وهذه المسابقات تجري بموجب قواعد الاتحاد المصري لكرة القدم وفقاً للمادة (٧١) من لائحة الاتحاد المصري لكرة القدم رقم (٥٦٠) لسنة ٢٠١٢ م.

## الدراسات المرجعية

### أ. الدراسات باللغة العربية

١- دراسة محمد عبد الباقي (٢٠١١ م) (٢): بعنوان تنظيم حقوق البث التلفزيوني لمباريات الدوري المصري الممتاز لكرة القدم واستهدفت الدراسة التعرف على تنظيم حقوق البث التلفزيوني لمباريات الدوري المصري الممتاز لكرة القدم وكانت عينة الدراسة مجموعة من أعضاء المجالس والإعلاميين وخبراء التسويق ومجموعة من الوثائق واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث الاستبيان، تحليل الوثائق، المقابلة الشخصية لجمع البيانات وكانت أهم النتائج أحقية الأندية الرياضية المشاركة في الدوري المصري الممتاز لكرة القدم في بث مبارياتها، بيع مباريات الدوري ارضياً وفضائياً بطريقة البيع الجماعي، امتلاك اتحاد الإذاعة والتلفزيون لإشارة البث يحد من حقوق الاتحاد المصري لكرة القدم والأندية الأعضاء في بيع بث المباريات فيما يتعلق ببث المباريات فضائياً، يحق للمواطن المصري أن يقوم بمتابعة جميع مباريات الدوري المصري لكرة القدم وذلك عبر اشارة مفتوحة وغير مشفرة دون دفع مقابل مادي.

٢- دراسة مصطفى عزام (٢٠٠٨ م) (٣): بعنوان العائد الاقتصادي لحقوق البث التلفزيوني للأندية الرياضية

للتلفزيون على كريكيت المحترفين " لاعبي كريكيت المحترفين" وهدفت الدراسة: التعرف على تأثير مشاهدة التلفزيون المدفوع على كريكيت المحترفين من وجهة نظر لاعبي كريكيت المحترفين" وكانت عينة الدراسة: أعضاء فرقة أندية المحترفين للعبة الكريكيت واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث الاستبيان عن طريق الهواتف المحمولة، المقابلة الشخصية لجمع البيانات وكانت أهم النتائج: وفقاً لرأى اللاعبين فقد لعب التلفزيون المدفوع دوراً هاماً في التأثير لعبة الكريكيت من المنظور الثقافي والاقتصادي والحوكمة. علاوة على ذلك، فأشارت النتائج المستخلصة من هذه الدراسة أن لعبة الكريكيت المحترفين في إنجلترا وويلز أصبحت تعتمد بشكل متزايد على مورد اقتصادي كبير وهو الدفع مقابل مشاهدة الحقوق الرياضية.

٢- دراسة بابيتي بوليك (Babette Boliek) (٢٠١٤م) (٦): بعنوان مكافحة الاحتكار وقواعد جديدة لتنظيم الإذاعات التلفزيونية الرياضية وهدفت الدراسة: التعرف على قواعد مكافحة الاحتكار وتنظيم الإذاعات التلفزيونية الرياضية وكانت عينة الدراسة: مجموعة من القواعد والقوانين واللوائح المنظمة لعمل القنوات التلفزيونية واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث تحليل الوثائق عن طريق أسلوب تحليل المضمون لجمع البيانات وكانت أهم النتائج توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج تتمثل في محاربة سلوك مناهضة المنافسة، وضع سياسيات لترشيد تنظيم بث

الزيادة في قيمة حقوق البث التلفزيوني في الكثير من الأحداث والبطولات الرياضية، مراعاة تسويق حقوق البث التلفزيوني بين مختلف أشكال العرضين في السوق ومنهم القنوات المجانية وذات الاشتراك، حقوق البث التلفزيوني هي الأولى بين قاطرة الإيرادات التسويقية لمختلف عناصر المزيج التسويقي.

٤- دراسة وليد صلاح الدين (٢٠٠٦م) (٤): بعنوان تشفير المباريات والبطولات الرياضية بمصر وبعض دول العالم دراسة مقارنة وهدفت الدراسة التعرف على نظام تشفير المباريات بمصر وبعض دول العالم وكانت عينة الدراسة إعلاميين في المجال الرياضي، مجموعة من اللوائح والقوانين واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات وكانت أهم النتائج: التنسيق بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في بث البطولات الرياضية، ضرورة وجود تشريعات جديدة تتوافق من الاستثمار والاحتراف وحقوق الملكية الفكرية للأحداث الرياضية، إيجاد مصادر غير تقليدية لتمويل وشراء حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية، مراعاة الجانب الاقتصادي للجمهور المستهدف من خلال تحقيق أفضل مستوى خدمي لعملية التشفير وبأقل تكاليف متاحة من الاشتراكات.

#### ب. الدراسات باللغة الإنجليزية:

١- دراسة جيمس ادامسون (James Adamson) (٢٠١٤م) (٥): بعنوان تأثير الدفع مقابل المشاهدة

الأحداث الرياضية عن طريق صياغة وسن قوانين وقواعد للتلفزيون المدفوع ووصلات الكابل

٣- دراسة توماس هوهين Thomas Hoehn (٢٠١٣م) (١١): بعنوان البث الإذاعي للرياضة: قيمة تشغيل صفقات حقوق التلفزيون في كرة القدم الأوروبية وهدفت الدراسة التعرف على قيمة تشغيل صفقات حقوق كرة القدم المتلفزة بأوروبا وكانت عينة الدراسة: منافسات الدوري الوطني خلال الفترة من ٢٠٠٧: ٢٠١٢م، مسابقات دوري أبطال أوروبا ٢٠٠٣: ٢٠١١م لعدد ١٥ دولة أوروبية واستخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية واستخدم الباحث تحليل الوثائق لجمع البيانات وكانت أهم النتائج: تقدر صناعة البث التلفزيوني الرياضي بأوروبا على نحو يقارب ١٠ بليون يورو وهي تقارب من ٥٠% من إجمالي صناعة الرياضة في أوروبا، معظم مباريات الدوريات الوطنية لكرة القدم قد هاجرت بالفعل إلى شبكات التلفزيون المدفوعة، تتأثر قيمة حقوق البث التلفزيوني لمسابقات المنتخبات الوطنية بشكل كبير بعوامل الجودة إضافة إلى حجم التلفزيون المدفوع وحجم الجمهور المحتمل.

### خطة وإجراءات البحث:

#### أ. المنهج المستخدم

استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الدراسات المسحية التحليلية معتمداً على الخطوات والقواعد المنهجية لتحليل محتوى ومضمون النص القانوني.

#### ب. مجتمع البحث

يتضمن مجتمع البحث مجموعة الوثائق التي تشمل اللوائح والقوانين ذات العلاقة بموضوع البحث والتي توضح الدور القانوني للدولة في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم.

#### ج. أداة جمع البيانات

في ضوء ما أسفرت عنه القراءات النظرية والدراسات المرجعية، وطبقاً لمتطلبات البحث، استعان الباحث في جمع بيانات هذه الدراسة بأداة جمع البيانات التالية:

#### ١. تحليل الوثائق:

تضمنت أدوات الدراسة مجموعة الوثائق التي تشمل اللوائح والقوانين التي توضح الدور القانوني للدولة في تنظيم سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم وفقاً لجدول (١):

**جدول (١)**

**اللوائح والقوانين ذات العلاقة بموضوع البحث**

م	المجال	الوثائق
٢	اللوائح والقوانين ذات العلاقة بموضوع الحقوق البث	قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩م وتعديلاته رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩م
		القانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥م في شأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية
		مشروع قانون حماية حقوق المستهلك لسنة ٢٠١٥م
		قانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م
		قانون ضمانات وحوافز الاستثمار رقم (٨) لسنة ١٩٩٧م.
		وثيقة تنظيم البث والاستقبال الفضائي والإذاعي فبراير ٢٠٠٨م

الباحث من خلال ما جمعه من معلومات واطلع عليه من دراسات ومراجع متخصصة مرفق (٨).

٢. تم عرض فئات التحليل المقترحة على (٩) من الخبراء مرفق (١) لإبداء الرأي عن مدى مناسبتها ومدى كفايتها لتصميم استمارة التحليل، وقد ارتضى الباحث البقاء على الفئات التي تحوز على نسبة ٧٥٪ فأكثر جدول (٢).

حيث اعتمد الباحث على أداة تحليل مضمون النص القانوني للوثائق لجمع البيانات بهدف التعرف على الدور القانوني للدولة في تنظيم سوق حقوق البث.

**استمارة تحليل مضمون ومحتوي النص القانوني**

١. تم تحديد (فئات المضمون) اعتماداً على فئه التحليل (موضوع النص القانوني) من خلال تحديد ستة فئات لتحليل النص القانوني توصل إليها

**جدول (٢)**

**النسبة المئوية لآراء الخبراء نحو الصورة الأولية لفئات التحليل (ن = ٩)**

م	فئات التحليل	مناسب	غير مناسب	النسبة المئوية
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	٩	٠	١٠٠%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	٩	٠	١٠٠%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	٨	١	٨٨,٨٨%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	٧	٢	٧٧,٧٧%
٥	تسويق حقوق البث للمسابقات "الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	٨	١	٨٨,٨٨%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	٩	٠	١٠٠%



**د- خطوات البحث:**

بعد تحديد عينة البحث وإعداد أداة جمع البيانات، قام الباحث بالخطوات التالية:

١. المعاملات الإحصائية لاستمارة تحليل مضمون ومحتوي النص القانوني

١- حساب معامل الصدق: استعان الباحث بالطرق الآتية لحساب معامل صدق الاستبيان وهي:

أ- صدق المحتوى: توصل الباحث من خلال تحليل المراجع والوثائق إلى تحديد فئات التحليل وفقاً لتكرار ورودها في المراجع المتخصصة.

ب- صدق المحكمين: قام الباحث بعرض فئات التحليل المقترحة مرفقاً (٨)، على (٩) خبراء

١. عرض ومناقشة نتائج التساؤل الأول ما دور قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

**جدول (٣)**

**تحليل مضمون نص قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون**

م	فئات التحليل	قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "٣" البند "٤"	١	٩,٠٩%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	مادة "٢" البند "١"، "٨"	٢	١٨,١٨%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	مادة "٢" البند "١١"، "١٢"، "١٣"	٣	٢٧,٢٧%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	مادة "٢" البند "١١"، "٣"	٢	١٨,١٨%
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	مادة "٣" البند "٣" مادة "٢٠"	٢	١٨,١٨%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	مادة "٣" البند "٤"	١	٩,٠٩%
١٠٠%	اجمالي المواد القانونية	٣٤ مادة	١١	مجموع التكرارات
	عدد المواد ذات العلاقة بموضوع البحث	٣ مواد		
	النسبة المئوية	٨,٨٢%		

## عرض النتائج

البث والوكالات الإعلانية لبث تلك المسابقات كما أنه يجوز له عدم بث أي مباراة رياضية مالم تكن هيئات البث حاصلة على تصريح رسمي ورخصة بث من قبله.

وجاء نص المادة (٢) البند "١، ٣، ٦، ٨، ١١"، بالتركيز على فئة التحليل حماية حقوق متلقي خدمات البث، تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد، تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين، من خلال أن يلتزم اتحاد الإذاعة والتلفزيون بتقديم وبث مسابقات كرة القدم بالكفاءة المطلوبة بما يتوافق مع متطلبات التطور التقني والفني في المعدات والإنتاج والتصوير والإخراج، والعمل على تقديمها وبثها لصالح المواطن المشاهد بما يخدم تعزيز الهوية الوطنية والمغزى الوطني والثقافي لصالح الجمهور المتلقي.

وجاءت المادة (٣) البند "٣" والمادة (٢٠) بتناول فئة التحليل الموارد المالية الناتجة من حقوق البث من خلال أنه يجوز لاتحاد الإذاعة والتلفزيون كجهة حكومية من الحصول على مقابل مادي في سبيل تعزيز موارده من خلال تحديد قيمة ثابتة لسعر شارة البث للمباراة الواحدة للوكالات الإعلانية وهيئات البث وذلك نتيجة لما يقوم به الاتحاد من خدمات في إنتاج ذلك المحتوى الرياضي، كما أنه من الممكن أن يحصل الاتحاد على حق بث مسابقات كرة القدم مقابل التنازل عن تكاليف الشارة والإنتاج لصالح الوكالات الإعلانية.

يتضح من الجدول (٣) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بقانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون قد بلغ (١١) تكرار، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (١) بنسبه ٩,٠٩% من إجمالي التكرارات، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث" (٢) بنسبه ١٨,١٨%، وكان معدل تكرار فئة التحليل "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد" (٣) بنسبه ٢٧,٢٧%، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين" (٢) بنسبه ١٨,١٨%، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "الموارد المالية الناتجة من حقوق البث" (٢) بنسبه ١٨,١٨%، وقد بلغ معدل تكرار فئة التحليل "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" (١) بنسبه ٩,٠٩% من إجمالي التكرارات.

## التحليل

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون للقانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩ في شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون وتعديلاته رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩م أن المشرع قد ركز على كافة موضوعات التحليل، فقد ضمنت نص المادة (٣) البند "٤" فئة التحليل حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية، الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات من خلال أنه يجوز لاتحاد الإذاعة والتلفزيون من إنتاج المواد الإذاعة والتلفزيونية بما فيها حق إنتاج مسابقات كرة القدم باعتباره شريكا في منتج كرة القدم باعتباره مالك لشارة البث والإنتاج بالشكل الذي يتيح له منح واعطاء التراخيص لهيئات

## ٢. عرض ومناقشه نتائج التساؤل الثاني ما دور قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

### جدول (٤)

#### تحليل مضمون نص قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية

م	فئات التحليل	قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "١١"، "٤"، "٧"، "٨" فقرة أ، ب، ج، د، هـ، "٦" البند "أ"، "٢٠"	١٠	٦٦,٦%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	مادة "٤"، "٦" البند "أ"، "١٧"، "٩"، "١٠"	٥	٣٣,٣%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	---	٠	٠%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	---	٠	٠%
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	---	٠	٠%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	---	٠	٠%
	اجمالي المواد القانونية	٢٥ مادة	مجموع التكرارات	١٥
	عدد المواد ذات العلاقة بموضوع البحث	٨ مواد		
	النسبة المئوية	٣٥%		
				١٠٠%

### عرض النتائج

"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"، "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" لكل منهم (٠) تكرار بنسبه ٠%.

#### التحليل

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون للقانون رقم ٣ لسنة ٢٠٠٥ في شأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية أن المشرع قد ركز على موضوع حماية الحقوق التجارية والاقتصادية للجهات المعنية حيث جاءت نصوص المواد رقم (١)، (٤)، (٦) البند "أ" بالشكل الذي يتيح ممارسة الأنشطة

يتضح من الجدول (٤) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية قد بلغ (١٥) تكرار، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (١٠) تكرارات بنسبه ٦٦,٦% من اجمالي التكرارات، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث" (٥) تكرارات بنسبه ٣٣,٣% من اجمالي التكرارات، وكان معدل تكرار فئة التحليل "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد"، "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين"،

وإزالة الأضرار الجسيمة التي وقعت على الاقتصاد المصري نتيجة ما قام به الاتحاد الأفريقي لكرة القدم.

ومن جانب آخر فقد راعي الجهاز حق المشاهد بمتابعة مسابقات كرة القدم في ظل اجواء تنافسية تتيح له أسعار أفضل وحرية أكبر في الاختيار، وبالنظر للمواد رقم (٤)، (٦) البند "أ"، (٧)، (٩)، (١٠) نجد أن المشرع قد تناول موضوع حماية حقوق متلقي خدمات البث من خلال توفير محتوى المنتج الرياضي للمواطن المشاهد حيث أنه يحق لجهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية التدخل إلى حدث أي شيء يؤدي إلى الأضرار بالصالح العام أو الإضرار بالحقوق المواطن المشاهد في تلقي خدمة البث.

الاقتصادية للجهات المعنية الممثلة في وكالات التسويق وهيئات البث ومالكي الحقوق على نحو لا يؤدي إلى منع حرية المنافسة أو الإضرار بالممارسات الاقتصادية كإحداث تأثير فعال على أسعار الحقوق أو حجم المعروض وذلك لحماية باقي الجهات ذات العلاقة.

وبالنظر للمواد رقم (٧)، (٨) البند "أ، ب، ج، د، هـ"، نجد أنه يحظر على المالك الرئيسي للحقوق فعل من شأنه أن يؤدي إلى الحد من حرية الغير في الدخول في منافسة للحصول على المحتوى وذلك بعرض المحتوى من خلال مناقصات علنية وشفافة، أو التمييز بين وكالتين تتشابه مراكزهم التجارية، وذلك لحماية الحقوق التجارية للجهات ذات العلاقة.

ووفقا للمادة (٢٠) فيجوز للجهاز مخاطبة كافة الجهات المعنية بالدولة لضمان تنفيذ الاتحاد لقراراته

### ٣. عرض ومناقشه نتائج التساؤل الثالث ما دور قانون حماية المستهلك في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

#### جدول (٥)

#### تحليل مضمون نص قانون حماية المستهلك

م	فئات التحليل	قانون حماية المستهلك	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "٢"، "١٦"، "٤٣"	٣	٦٠%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	مادة "٢"، "٤"	٢	٤٠%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	---	٠	٠%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	---	٠	٠%
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	---	٠	٠%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	---	٠	٠%
١٠٠%	مجموع التكرارات	٧٥ مادة	٥	١٠٠%
		٤ مواد		
		٥,٣٣%		

### عرض النتائج

فإنه يحظر تدخل الجهات المالكة للحقوق وهيئات البث أو الوكالات الإعلانية في أي ممارسات احتكارية أو اتفاقات أو ممارسة أي شيء يؤدي إلى استغلال المواطن المشاهد.

وقد جاء نص المادة (١٦) بأنه يجب أن يلتزم المالك الرئيسي لحقوق البث بالإعلان عن أسعار حقوق البث التي يعرضها ويقدمها سواء كانت تلك الحقوق "بث تلفزيوني، بث اذاعي، انترنت، تليفون محمول، .." وكيف سيتم البث هل من خلال البث المباشرة أم المؤجل أم من خلال عرض بعض اللقطات والأهداف. وذلك بشكل واضح وصريح من خلال مناقصات علنية وشفافة على أن تكون شاملة كافة الضرائب والرسوم.

وبالنظر إلى المادة (٤٣) من ذات القانون فيتضح أنها تعتبر سند ومكمل رئيسي للمادة رقم (٨) من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية بأنه يحظر على المالك الرئيسي للحقوق الامتناع عن بيع حقوق البث لإحدى الوكالات الإعلانية أو هيئات البث دون غيرها ممن يتشابهون في نفس المركز التجاري، وذلك بعرضها وتقديمها من خلال مناقصة علنية تضمن حرية المنافسة.

يتضح من الجدول (٥) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بقانون حماية حقوق المستهلك قد بلغ (٥) تكرارات، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (٣) تكرارات بنسبه ٦٠% من إجمالي التكرارات، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث" (٢) بنسبه ٤٠% من إجمالي التكرارات، وكان معدل تكرار فئة التحليل "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد"، "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين"، "الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"، "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" لكل منهم (١) تكرار بنسبه ١٠%.

### التحليل

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون للقانون حماية حقوق المستهلك لسنة ٢٠١٥م أن المشرع قد ركز على موضوع حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية، وحماية حقوق متلقي خدمات البث حيث جاءت نص المادة رقم (٢)، (٤) بالشكل الذي يتيح من حرية ممارسة النشاط التجاري والاقتصادي لجميع الجهات ذات العلاقة متمثلة في الوكالات الإعلانية وهيئات البث ومالك الحقوق، إلا أنه على الرغم من ذلك

٤. عرض ومناقشه نتائج التساؤل الرابع ما دور قانون حقوق الملكية الفكرية في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

جدول (٦)

تحليل مضمون نص قانون حقوق الملكية الفكرية

م	فئات التحليل	قانون حقوق الملكية الفكرية	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "١٤١"، "١٤٧" البند "أ"، "١٤٩"، "١٥٠"، "١٥١"، "١٥٨" البند "٢"، "١٦٩"	٧	٣١,٨١ %
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	مادة "١٤١"، "١٧١" البند "٤"، "١٧٢" البند "١"، "٣"	٤	١٨,١٨ %
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	---	٠	٠ %
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	مادة "١٧١" البند "٤"	١	٤,٤٥ %
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	مادة "١٤٩"، "١٥٠"، "١٥١"، "١٦٩"	٤	١٨,١٨ %
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	مادة "١٤٧"، "١٤٩"، "١٥٠"، "١٥١"، "١٥٨"، "١٦٩"	٦	٢٧,٢٧ %
	اجمالي المواد القانونية	مادة ٢٠٦	مجموع التكرارات	٢٢
	عدد المواد ذات العلاقة بموضوع البحث	٩ مواد		
	النسبة المئوية	٤,٣٦ %		
				١٠٠ %

عرض النتائج

٠%، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين" (١) بنسبة ٤,٤٥ %، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "الموارد المالية الناتجة من حقوق البث" (٤) بنسبه ١٨,١٨ %، وقد بلغ معدل تكرار فئة التحليل "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" (٦) بنسبه ٢٧,٢٧ % من اجمالي التكرارات.

يتضح من الجدول (٦) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بقانون حماية الملكية الفكرية قد بلغ (٢٢) تكرار، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (٧) بنسبه ٣١,٨١ % من اجمالي التكرارات، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث" (٤) بنسبه ١٨,١٨ %، وكان معدل تكرار فئة التحليل "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد" (٠) بنسبه

## التحليل

المادي من استغلال الغير لمنتجة يحق له اللجوء إلي المحكمة الخاصة به مع إعادة النظر في المقابل المادي بشرط أن تراعي المحكمة المختصة حقوق المتعاقد معه وعدم الإضرار به. وتوضح نص المواد (١٥٨)، (١٦٩) أنه تتمتع هيئات البث الحاصلة على حقوق البث بمنح الترخيص لبث مسابقات كرة القدم وذلك لأنها أصبحت مالك ثانوي لتلك الحقوق، كما أنها تمنع أي بث لتلك المسابقات دون ترخيص كتابي منها، وأن هيئات البث الأخرى لها الحق في إذاعة وبث مسابقات كرة القدم التي توجد داخل النطاق الجغرافي أو في أي مكان عام، ولكن يجب عليها أن تقوم بدفع مقابل مادي للمالك الثانوي لحقوق البث مع الإشارة لذلك المالك الثانوي أو تقوم بدفع تعويض لصاحب هذا المنتج.

وجاء نص المادة (١٤١)، (١٧١) البند "٤"، (١٧٢) البند "١"، "٣"، بالتركيز على فئة التحليل حماية حقوق متلقي خدمات البث، وتنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطن المشاهد من خلال أنه يمكن لهيئات البث الغير حاصلة على حقوق البث لمسابقات كرة القدم من بث بعض اللقطات أو الصور أو مقتبسات من المباريات الرياضية ذات الأهمية العالية للمواطن المشاهد وذلك بغرض التحليل والنقد والمناقشة والعمل على توصيل الرسالة الإعلامية للمشاهدين لتنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية لديهم إلى أنه يجب ذكر المصدر الذي يتم نقل تلك المادة الإعلامية منه.

وقد استندت إحدى القنوات التلفزيونية "صدي البلد" الغير مالكة لحقوق البث لمسابقة الدوري الممتاز

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م أن المشرع قد ركز على كافة موضوعات التحليل باستثناء تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد حيث جاءت نصوص المواد رقم (١٤١) إلى أن تطبيق القانون ليس فقط على الأعمال الأدبية والاكتشافات والاختراعات بل يمكن تطبيقها على المنتجات والخدمات الرياضية كحقوق البث لمسابقات كرة القدم.

وجاء نص المادة (١٤٧)، (١٤٩)، (١٥٠)، (١٥١)، (١٥٨)، (١٦٩) بتناول فئة التحليل حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية، الموارد المالية الناتجة عن حقوق البث، الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات، من خلال أنه تتمتع الجهات المالكة للحقوق بإعطاء الحق في بيع حقوق البث الخاصة بها من خلال البث التلفزيوني أو الإذاعي أو الانترنت أو التليفون المحمول سواء كان ذلك من خلال البث المباشر أو الموجل أو من خلال بعض الصور واللقطات وفقا للمادة (١٤٧)، وبناء على المادة (١٤٩) فيشترط لانتقال تلك الحقوق أن تكون بناء على عقود مبرمة بين الطرفين توضح بها طريقة وحجم البث والمدة الزمنية لاستغلال تلك الحقوق حيث يعتبر المالك الرئيسي للحقوق غير مالك لتلك الحقوق خلال مدة التعاقد، ولصاحب المنتج الحق في أخذ مقابل مادي نتيجة استغلال إحدى الوكالات الإعلانية لمنتجه وتسويق ذلك المنتج وبيعه إلى القنوات الفضائية كما جاء في المادة (١٥٠)، وإذا لم يحصل صاحب المنتج كما جاء في نص المادة (١٥١) علي حقه

ولذلك فإن إذاعة مقتطفات من مصنف محمي بغرض النقد أو المناقشة أو الاعلام أو التغطية لأحداث جارية هامة للجمهور هو حق مكفول للقنوات وسبب إباحة للعرض بموجب المواد (١٧١)، (١٧٢) من قانون الملكية الفكرية المصري رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م ويوافق هذا ما تم النص عليه في اتفاقية تريبس، وبرن، وروما وهي اتفاقات الدولة الحاكمة لحقوق الملكية الفكرية والاساس الذي تبني من خلاله التشريعات الوطنية، وهذا ما يجري عليه العمل في الصحافة المكتوبة فالنقل مباح للأحداث الجارية مع ضرورة الاشارة الي المصدر.

على قانون حقوق الملكية الفكرية مادة (١٧١) البند "٤"، (١٧٢) البند "١"، "٣"، وذلك بعرض بعض اللقطات والأهداف والصور من مباريات الدوري المصري الممتاز موسم ٢٠١٥، ٢٠١٦ بغرض النقد والتحليل والإعلام باعتباره حق أصيل وفقا للقانون ولا يخل بأي استغلال أو حقوق الغير، وكان ذلك بناء على دعوة قضائية قامت بها شركة بريزنتيشن ضد شركة كليوباترا ميديا مجموعة قنوات "صدى البلد" بشأن التضرر من اعتداء مزعوم على حقوقها من قبل تلك القناة.

#### ٥. عرض ومناقشة نتائج التساؤل الخامس ما دور قانون ضمانات وحوافز الاستثمار في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

##### جدول (٧)

##### تحليل مضمون نص قانون ضمانات وحوافز الاستثمار

م	فئات التحليل	قانون ضمانات وحوافز الاستثمار	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "١"، "٢"، "١٠"	٣	١٠٠%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	---	٠	٠%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	---	٠	٠%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	---	٠	٠%
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	---	٠	٠%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	---	٠	٠%
	اجمالي المواد القانونية	٧٠ مادة	مجموع التكرارات	١٠٠%
	عدد المواد ذات العلاقة بموضوع البحث	٣ مواد		
	النسبة المئوية	٤,٢٨%		



## عرض النتائج

يتضح من الجدول (٧) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بقانون ضمانات وحوافز الاستثمار قد بلغ (٣) تكرارات، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (٣) تكرارات بنسبه ١٠٠% من إجمالي التكرارات، وكان معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث"، "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد"، "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين"، "الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"، "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" لكل منهم (٠) تكرار بنسبه ٠%.

## التحليل

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون لقانون ضمانات وحوافز الاستثمار رقم ٨ لسنة ١٩٩٧م أن المشرع قد تناول موضوع حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية حيث جاءت نص المادة رقم (١)، (٢) من أحكام هذا القانون بالشكل الذي يسرى على جميع

الشركات الخاصة "الوكالات الإعلانية، هيئات البث"، حيث تتمتع تلك الجهات بضمانات وحوافز الاستثمار بما في ذلك من إعفاءات ضريبية.

وجاءت نص المادة (١٠) بأنه لا يجوز لأي جهة إدارية كانت مثل وزارة الشباب والرياضة، وزارة الإعلام، التدخل في عمل الشركات الخاصة مثل "الوكالات الإعلانية وهيئات البث" وذلك في تحديد سعر حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية التي تم شرائها من الأندية الرياضية أو الاتحاد المصري لكرة القدم أو التي يتم بيعها إلى هيئات البث الطالبة لتلك الحقوق، إلا أنه يمكن للجهات الإدارية بالدولة من ضمان دخول الشركات الخاصة في منافسة للحصول على حقوق البث وذلك من خلال مناقصات علنية وشفافة تشرف عليها الدولة، وبالإضافة لذلك فيمكن للدولة أن تفرض الضرائب على إحدى الشركات الخاصة في حالة استحواذها على كامل سوق حقوق البث لمسابقات كرة القدم المصرية.

٦. عرض ومناقشه نتائج التساؤل السادس ما دور قانون البث والاستقبال الفضائي في تنظيم بث مسابقات كرة القدم المصرية؟

جدول (٨)

تحليل مضمون نص قانون البث والاستقبال الفضائي

م	فئات التحليل	قانون البث والاستقبال الفضائي	التكرارات	النسبة %
١	حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية	مادة "٤" البند "٢"، "٥" البند "٣"، "١٠"	٣	١٨,٧٥%
٢	حماية حقوق متلقي خدمات البث	مادة "٤" البند "١"، "٣"، "٤" مادة "٥" البند "٣"، "٤"، "٥"	٦	٣٧,٥%
٣	تعزيز القيم الوطنية للمواطن المشاهد	مادة "٤" البند "٥" مادة "٥" البند "٢"	٢	١٢,٥%
٤	تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين	مادة "١"، "٤" البند "٥"	٢	١٢,٥%
٥	"الموارد المالية الناتجة من حقوق البث"	---	٠	٠%
٦	الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات	مادة "٥" البند "٦"، "٥" مادة "١٠"	٣	١٨,٧٥%
١٠٠%	اجمالي المواد القانونية	١١ مادة	١٦	مجموع التكرارات
	عدد المواد ذات العلاقة بموضوع البحث	٤ مواد		
	النسبة المئوية	٣٦,٣٦%		

عرض النتائج

١٢,٢٥%، وقد بلغ معدل تكرار فئة التحليل "الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات" (٣) بنسبه ١٨,٧٥% من اجمالي التكرارات.

التحليل

يتضح للباحث من التحليل السابق لفئات المضمون لوثيقة تنظيم البث والاستقبال الفضائي والإداعي في المنطقة العربية لسنة ٢٠٠٨م أن المشرع قد ركز على كافة موضوعات التحليل باستثناء موضوع الموارد المالية الناتجة من حقوق البث حيث جاءت نصوص المواد رقم (٤) البند "٢"، مادة (٥) البند "٣"، مادة

يتضح من الجدول (٨) أن إجمالي معدل تكرار فئات التحليل الخاصة بوثيقة تنظيم البث والاستقبال الفضائي قد بلغ (١٦) تكرار، حيث كان معدل تكرار فئة التحليل "حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية" (٣) بنسبه ١٨,٧٥% من اجمالي التكرارات، كما بلغ معدل تكرار فئة التحليل "حماية حقوق متلقي خدمات البث" (٦) بنسبه ٣٧,٥%، وكان معدل تكرار فئة التحليل "تعزيز القيمة الوطنية للمواطن المشاهد" (٢) بنسبه ١٢,٢٥%، وقد بلغ معد تكرار فئة التحليل "تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين" (٢) بنسبه

(١٠) بتناول فئة المضمون حماية الحقوق التجارية للجهات المعنية من خلال أنه يجب أن تلتزم هيئات البث والوكالات الإعلانية والمالك الرئيسي للحقوق بحماية المنافسة بالشكل الذي يتيح من حرية ممارسة النشاط التجاري والاقتصادي لجميع الجهات ذات العلاقة وعدم الدخول في أي ممارسات احتكارية من شأنها الإضرار بسوق حقوق البث وفقاً للمادة (٤) بند "٢"، وبناءً على المادة (٥) البند "٣" فيجب على الدولة فرض قوانين وتشريعات توفر الضمان القانوني لهيئات البث والوكالات الإعلانية والمالك الرئيسي للحقوق في اللجوء إلى أجهزة تلقي الشكاوي والمنازعات لضمان حرية ممارساتها التجارية. ووفقاً للمادة (١٠) فيجب على هيئات البث أخذ تصريح رسمي ورخصة بث من اتحاد الإذاعة والتلفزيون وذلك لبث مسابقات كرة القدم باعتباره المالك الرئيسي لشارة البث.

وجاء نص المادة (٤) البند "١، ٣، ٤"، المادة (٥) البند "٣، ٤، ٥"، بالتركيز على فئة التحليل حماية حقوق متلقي خدمات البث، عن طريق التركيز على مجموعة من القواعد والالتزامات التي يجب على جهات البث "اتحاد الإذاعة والتلفزيون، القنوات الفضائية المصرية" إتباعها وذلك لضمان حق المشاهد العربي عامة والمصري خاصة في متابعة مسابقات كرة القدم، إضافة لذلك فيحق لاتحاد الإذاعة والتلفزيون إصدار ما يراه من لوائح وقوانين فيما يتعلق ببث مسابقات كرة القدم وذلك طبقاً لمبدأ السيادة الوطنية لكل دولة من الدول علي أرضها بما يوفر حق المشاهد المصري من

متابعة مسابقات كرة القدم عبر إشارة مفتوحة وغير مشفرة أيا كان مالك هذه الحقوق حصرية كانت أو غير حصرية.

وجاء نص المادة (١)، المادة (٤) البند "٥"، المادة (٥) البند "٢"، بتناول فئة التحليل تعزيز القيم الوطنية للمواطن والمشاهد، تنمية الأهداف الثقافية والاجتماعية للمواطنين من خلال أن تهدف الوثيقة إلى تنظيم طريقة البث للمسابقات المختلفة ومنها مسابقات كرة القدم في المنطقة العربية بما فيها ج. م. ع بالإضافة إلى أنها تعطي الحق لجميع هيئات البث الحق في بث مسابقات كرة القدم أو غيرها من الأحداث الأخرى وذلك للتعبير عن الرأي وانتشار الثقافة وذلك لتأكيد المغزى الوطني وتحقيق الأهداف الاجتماعية والثقافية للجمهور الرياضي.

وجاء نص المادة (٥) البند "٥، ٦"، المادة (١٠) بتناول فئة التحليل الجهات المالكة لحقوق البث للمسابقات من خلال أنه لا يحق لأي منظمة اعلامية بث مسابقات كرة القدم إلا بعد موافقة اتحاد الإذاعة والتلفزيون واخذ رخصة بث من قبله باعتباره مالك لشارة البث، وتعتبر تلك المواد سند ومكمل رئيسي لقانون حماية حقوق الملكية الفكرية رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢م

ومن خلال العرض السابق لنتائج تحليل محتوى اللوائح والقوانين ذات العلاقة بموضوع البحث، فقد تمكن الباحث من الإجابة على تساؤلات البحث.

## إستخلاصات البحث:

هامة تضمن حق المواطن في مشاهدة مسابقات كرة

القدم.

## توصيات البحث:

بناءً على الإستنتاجات الخاصة بموضوع

البحث يوصى الباحث بما يلي:

■ إعادة صياغة اللوائح والقوانين فيما يتعلق بتحديد

الجهات المالكة للحقوق كسند قانوني يحمي تلك

الجهات من أي انتهاك لحقوقها.

■ توجد حاجة لصياغة أو إجراء تعديلات على اللوائح

والقوانين فيما يخص بتنمية الموارد المالية للجهات

المالك للحقوق.

■ وضع اطار تشريعي يسمح بتدخل الدولة في حالة

الإضرار بالقيمة الاجتماعية والثقافية للموطن.

■ ضرورة إشراف الدولة على عمل مزادات شفافة

وعننية بين المنظمات الإعلامية الراغبة في

الحصول على حقوق البث وفقاً لآليات العرض

والطلب.

■ إعادة صياغة اللوائح والقوانين تسمح بتدخل الدولة

في حالة الإضرار بالقيمة الاجتماعية والثقافية

للموطن.

■ وضع ضوابط تشريعية بين المنظمات الإعلامية

والرياضية والتلفزيون الحكومي لضمان حقوق كل

طرف.

انطلاقاً من نتائج هذا البحث وفي ضوء المنهج

المستخدم وفي حدود العينة وأدوات جمع البيانات؛

يستخلص الباحث ما يلي:

● يستخلص الباحث أن المشرع قد ركز على بعض فئات

التحليل دون غيرها من خلال:

- ركز المشرع على موضوع حماية الحقوق التجارية

للجهات المعنية وذلك كسند تشريعي يقوم بحماية

المنظمات الإعلامية والرياضية في سبيل تعزيز

أهدافها التجارية.

- ركز المشرع على موضوع حماية حقوق متلقي

خدمات البث وذلك كوسيلة هامة من قبل الدولة في

حماية حق المواطن في متابعة مسابقات كرة القدم

من خلال اشارة مفتوحة وغير مشفرة.

- عدم دخول الجهات المالكة للحقوق والمنظمات

الإعلامية في أي ممارسات احتكارية تؤدي إلى

استغلال المواطن.

- أغفل المشرع موضوع تحديد الجهات المالكة للحقوق

وذلك كوسيلة هامة تحافظ على الجهات المالكة

للحقوق وعدم تعرضها لأي نوع من انتهاك الحقوق.

- أغفل المشرع فئة الموارد المالية الناتجة من حقوق

البث على الرغم من أهميتها في تعزيز موارد الجهات

المالكة للمسابقات.

- اغفل المشرع فئة التحليل تنمية الاهداف الثقافية

والاجتماعية وتعزيز القيم الوطنية للمواطنين كوسيلة

6. Boliek, B. (2014): Antitrust, Regulation, and the “New” Rules of Sports Telecasts. Columbia University School of Law.
7. Cooke, A. (1994): The Economics of Leisure and Sport. London: Routledge.
8. Gratton C, Solberg HA (2007): The economics of sports broadcasting. Routledge, London.
9. Helberger N (2005): Controlling access to content — Regulating Conditional Access in Digital Broadcasting. Kluwer Law International, The Hague
10. Hoehn, T.(2013): Broadcasting And Sports: Value Drivers Of Tv Right Deals In Europeav Football. London: Imperial College Business School, South Kensington Campus.
11. Hoehn, T. & Lancefield, D. (2003): Broadcasting and Sport. Oxford Review of Economic Policy.
12. Hoye ,R& et.al. (2010): Sport and Policy: Issues and Analysis, USA.

#### قائمة المراجع:

#### المراجع باللغة العربية:

١. سعد أحمد شلبي: تسويق حقوق البث التلفزيوني في المجال الرياضي "دراسة تحليلية"، مجلة المؤتمر العلمي الثالث "الرياضة والقانون" لكلية الحقوق بالاشتراك مع كلية التربية الرياضية بجامعة أسيوط، ٢٠٠٧م.
٢. محمد مصطفى عبد الباقي: تنظيم حقوق البث التلفزيوني لمباريات الدوري المصري الممتاز لكرة القدم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعة الاسكندرية، ٢٠١١م.
٣. مصطفى أحمد عزام: العائد الاقتصادي لحقوق البث التلفزيوني للأندية الرياضية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنين، جامعة حلوان، ٢٠٠٨م.
٤. وليد محمد صلاح الدين: تشفير المباريات والبطولات الرياضية بمصر وبعض دول العالم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة بنها، ٢٠٠٦م.

#### المراجع باللغة الأجنبية:

5. Adamson, J. (2014): The Influence Of Pay-To-View Television On Professional Cricket - Professional Cricket Players Perception, Faculty of Sport and Health Sciences, University of Jyväskylä.

17. Shalaby, S. (2003): **Marketing-Management in den deutschrn und den aegyptischen Sportverbaenden. Ein vergeleichende Analyse. Goettingen.**
18. Szymanski, S. (2010): **The Comparative Economics of Sport, New York.**
19. Toft, T. (2003): **Football: Joint selling of media rights. European Commission. Competition Policy Newsletter.**
13. Michael, E. (2006): **Public Policy: The Competitive Framework. South Melbourne, Vic: Oxford University Press.**
14. Nicholson, M. (2007): **Sport and the media: Managing the nexus. Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.**
15. Parrish, R et al (2010): **The Lisbon Treaty and EU Sports Policy—study**
16. **Productivity Commission. (2000): Broadcasting Inquiry Report. Canberra Commonwealth of Australia.**