

**TELEVİZYON
KANALLARININ ve
SPORUN
GELECEĞİ**

Televizyon Kanallarında Spor Yayınlarının

Geleceği

- Fransa'da 1990 yılında 48 spor dalı ekranlarda kendine yer bulurken,
- 1995'te bu rakam 42,
- 2000 yılında 32,
- 2010 yılında ise 21'e gerilemiştir.
- Televizyonda spor yayınlarına ayrılan süre artarken yayınlanan spor dalı sayısının azalması düşündürücüdür.

Televizyon Kanallarının Bazı Branşlara İlgili Göstermeme Nedenleri

1- Yayınların televizyon seyircisi tarafından **izlenir nitelikte olmaması** (rekabetten uzak branşlar, anlaşılması zor kurallara sahip branşlar, şiddet görüntüleri).

2- Spor dallarının yapılışı itibarı ile **ekran formatına uygun olmaması** (yelken, rüzgar sörfü, oryantiring)

3- **Yayın uzmanlığı ve kadrolaşmayı**

Televizyon Kanallarında Spor Yayınlarının Geleceği

- Bu nedenle sporseverlere ulaşmak isteyen spor dalları, televizyon kanallarına olan bağımlılıktan kurtulmak için girişimlerde bulunmaktadır.
- Örneđin, Fransa Atletizm Federasyonu bu durumdan kurtulmak için kendisine ait internet sitesi üzerinden “Athle Tv” yayınlarını başlatıp televizyon kanallarının ekrana taşımak istemediği yarışları bu yarışları izlemek isteyen kitle ile

Televizyon Kanalları Arasındaki Rekabet ve Yayın Pazarının Özellikleri

- Televizyonda spor yayınlarının söz konusu olduğu pazar, 2 aşamalı bir özelliğe sahiptir.
- 1. Aşama yayın haklarının sahipleriyle bu hakları satın almak isteyen televizyon kanalları arasındadır. Spor organizasyonlarının sahipleri belli bir ücret karşılığında sahibi oldukları spor müsabakalarını televizyon kanallarına satmaktadır.

Televizyon Kanalları Arasındaki Rekabet ve Yayın Pazarının Özellikleri

- İkinci aşamada yer alan televizyon kanalları yaptıkları bu yatırımın karşılığını almak istemektedir.
- Bu süreçte ise televizyon kanallarının önünde **iki ana gelir kaynağı** vardır.
- **1- Yayınları izlemek için para veren aboneler,**
- **2- Yayın arasındaki reklam kuşaklarını satın alacak** ve da yayınların **sponsorluğunu**

Spor Yayınlarında Belirsizlik İlkesinin Gerekliliği ve Uygulama Şekilleri

- Spor yayınları için ücret ödeyen televizyon kanalları ticari mantık çerçevesinde bu yatırımların karşılığını almak istemektedir.
- Bu yatırımların karşılığını almakta yayın hakları satın alınan spor karşılaşmalarının ilgi uyandırmamasından geçmektedir.
- İlginin boyutunu ise izlenme oranı (reyting) ve abone sayısı belirlemektedir

Spor Yayınlarında Belirsizlik İlkesinin Gerekliliği ve Uygulama Şekilleri

- Belirsizlik İlkesi: Karşılaşma sonuçlarının tahmin edilme oranının düşük olmasıdır.
- Televizyondaki spor yayınlarında “belirsizlik ilkesi” ortadan kalktığında **izlenme oranları düşmektedir.**
- Bu durumun bir çok örneđi bulunmaktadır.

Spor Yayınlarında Belirsizlik İlkesinin Gerekliliği ve Uygulama Şekilleri

• Formula 1'in 2002-2003 sezonunda Ferrari'nin Alman Formula 1 Pilotu Michael Schumacher'in Őampiyonluđunu sezonun ortasında ilan etmesi yarışlarına olan ilgiyi yarı yarıya azaltmıŐtır. Bunun üzerine Formula 1 organizasyon komitesi televizyon yayınlarından gelen talepler doğrultusunda kural deđiŐikliklerine giderek arabalar arasındaki teknolojik farklılıkları asgariye indirmek için dŐzenlemeler getirmiŐtir.

