

## THE TRADE RELATION OF MEDIA AND SPORTS IN THE SAMPLE OF TURKISH TV BROADCASTING RIGHTS OF FOOTBALL MATCHES AND ITS FUTURE

Mihalis Kuyucu\*

\*Asst.Prof., Istanbul Aydın University, Turkey, [michaelkuyucu@gmail.com](mailto:michaelkuyucu@gmail.com),  
[michael@michaelshow.net](mailto:michael@michaelshow.net)

### Abstract

The distribution of sport games of professional and amateurs is an important revenue source for the sport organizations. The sport revenue of broadcasting rights of leagues and matches brings billion of dollar to the sport organization every year. Since the sport events are an important program source media benefits from this issue too. The American soccer, The Champion League, World Cup and such organizations reach to a big portion of audience. These broad reach brings big revenues to media and advertisers. In this study there has been a research on the trade market that was generated in media by sports broadcasting. In the first part of the study the concept of sports broadcasting, its definition and its variation are discussed. In the second part of the study there has been a reference to the synergy of football and TV in sports broadcasting. The economy that was created by football and television was researched in the sample of world and Turkey. In the research there has been an evaluation on the economy of football TV broadcasting market from the privatization of TV from 1990s till today.

**Keywords:** Television Broadcasting, Sports Broadcasting, Football and TV, Football Broadcast Bidding  
Football TV Broadcast Rights

## TÜRKİYE'DEKİ FUTBOL MAÇLARININ TELEVİZYON YAYIN HAKLARI ÖRNEKLEMİNDE SPOR İLE MEDYANIN TİCARİ İLİŞKİSİ VE GELECEĞİ

### Özet

Medya aracılığı ile spor müsabakalarının yayılımı, profesyonel ve amatör spor organizasyonları için önemli bir gelir kaynağıdır. Spor ligleri ve kişisel müsabakalarda, medya haklarından elde edilen ücretler her yıl futbol takımlarına milyarlarca dolar kazandırmaktadır. Spor etkinlikleri önemli bir program kaynağı olduğu için medya da bu durumdan faydalanmaktadır. Amerikan Futbolu, Şampiyonlar Ligi, Dünya Futbol Şampiyonası gibi spor organizasyonları geniş çapta izleyici veya dinleyiciye ulaşmaktadır. Bu geniş erişim medya ve reklamcılara yüksek gelirler kazandırmaktadır. Bu çalışmada medyanın spor yayıncılığında ortaya çıkarttığı ticaretin yarattığı pazar incelenmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde spor yayıncılığının tarihi, doğası ve çeşitliliği ile ilgili kavramsal bir araştırmaya yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde spor yayıncılığının en büyük kolu olan futbolun televizyon mecrası ile yarattığı sinerjiye değinilmiştir. Futbol ve televizyon mecrasının spor yayıncılığında yarattığı ekonomi Dünya ve Türkiye örneğinden hareket edilerek incelenmiştir. Araştırmada Türkiye'de özel televizyon yayıncılığının başladığı 1990lardan günümüze her yıl büyüyerek gelişen bir pazar olan futbol yayıncılığının ekonomik boyutu ile ilgili bir değerlendirme yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon Yayıncılığı, Spor Yayıncılığı, Futbol ve TV, Futbol Yayın İhaleleri, Futbol TV Yayın Hakları