

# TELEVİZYON-FUTBOL (SPOR) BİRLİKTELİĞİNDE BELİRSİZLİK İLKESİNİN GEREKLİLİĞİ: FRANSA MODELİ

Cem ÇETİN<sup>1</sup>

Geliş Tarihi: 29.12.2003  
Kabul Tarihi: 27.01.2004

## ÖZET

Yirminci yüzyılın en önemli icadı olan televizyon, sadece kitleleri bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmekle kalmayıp başka işlevlerle de varlığını sürdürmektedir. Bu işlevlerden bir tanesi de sporun finansörlüğüdür. ABD'de 1950'li yıllarda, Avrupa'da ise 1980'li yıllarda başlayan televizyon-spor birlikteliği, bugün öyle bir noktaya gelmiştir ki, televizyonsuz bir spor dünyası ya da sporsuz bir televizyon yayıncılığı düşünülemez. Bir başka ifadeyle spor televizyona, televizyon da spora mahkumdur. Bu birliktelik sürecinde, televizyon sporun en önemli finansörü konumuna gelmiştir. Günümüzde birçok spor etkinliği televizyonun ekonomik gücü sayesinde gerçekleşmektedir. Bu çerçevede üzerinde durulması gereken nokta, spor yayınları için son derece büyük yüksek bütçeler ayıran televizyonun bu ekonomik kaynağı nereden bulduğudur. Aslında kaynaklar bellidir. Bunlar abone ücretleri ve reklamlardır. Bu iki gelir kaynağının televizyon kanallarını tatmin edecek miktarları yakalaması ancak kitlelerin bu yayınlara göstereceği yoğun ilgiyle söz konusu olmaktadır. Böyle bir gerçek varken, ekrana yansıtacak spor etkinliklerinde belirsizlik ilkesinin en üst seviyede olması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon-futbol, belirsizlik ilkesi, havuz sistemi

## THE NECESSITY OF UNCERTAINTY PRINCIPLE FOR TELEVISION-SOCCER (SPORTS) RELATIONSHIP: FRANCE MODEL

## ABSTRACT

Television, the most important innovation of the twentieth century, doesn't only inform, entertain and educate the masses but also has other functions. One of these functions is financing sports. Television-sports relationship which started in 1950s in United States and in 1980s in Europe is at a point that one cannot think of them separately anymore. In other words, they need each other for survival. During this long-term relationship TV broadcasting has become the most important financial supporter of sports. Nowadays, many sports events take place with the financial support of television channels. Therefore, the point one must concentrate on is the source of this financial power that television has to use for sport events broadcasting. Actually, the sources are evident; advertising revenue and subscription fees. In order for these income sources be satisfying for the TV channels, the interest of the masses in the sports programs on TV must continue. When this is the case, uncertainty must be key for TV broadcast of sports since the audience would not be as interested for any games if they already know the result.

**Key Words:** Television-soccer, Uncertainty, Pool System.

## GİRİŞ

Kitle iletişim konusunda çalışan araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının üç önemli işlevi bulunduğuna dikkat çekerler. Bunlar bilgilendirmek, haber vermek ve eğlendirmektir. Televizyon sektöründe yaşanan gelişmeler ışığında bir başka işlev daha devreye girmiştir. Yeni işlev finansörlüktür. Kitle iletişim araçları içinde en etkili olan televizyon, yayın ihtiyacını karşıladığı her alana son derece önemli ekonomik kaynak yaratmaktadır. Bu alanlardan bir tanesi de spordur.

Televizyonun spora yoğun ilgi göstermesiyle birlikte, yayın dünyasından spor dünyasına büyük paralar akmaya başlamıştır. Durum öyle bir noktaya gelmiştir ki, milyon hatta milyar Euro'ların telaffuz edildiği bu süreçte televizyon, artık, spor etkinliklerinin bir numaralı finansörüdür. Birçok spor etkinliği televizyon gelirleri sayesinde düzenlenmektedir. Spor için büyük paralar harcayan televizyon, pek tabii ki, bu politikayı kendi ticari çıkarları doğrultusunda daha fazla para kazanmak için izlemektedir. Arzu edilen sonuçların alınması, ancak, bir takım koşulların yerine getirilmesiyle söz konusudur. Bunlardan en önemlisi, spor yayınlarında **belirsizlik ilkesinin** gerekliliğidir. Bu çalışmada Fransa 1.Futbol Ligi üzerinde durularak, belirsizlik ilkesinin televizyon ekonomisi için ne kadar gerekli olduğu sayısal veriler aracılığıyla anlatılmaya çalışılacaktır.

<sup>1</sup> Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi

### HAVUZ SİSTEMİ VE BELİRSİZLİK İHTİYACI

Ekranlara yansıyan spor yayınlarında belirsizlik ilkesine olan ihtiyaç, ilk defa 1950'li yıllarda ABD'deki beyzbol maçlarında ortaya çıkmıştır. Televizyon gelirleri rakiplerine oranla daha fazla olan birkaç beyzbol takımı, oynadıkları maçları sürekli kazanınca, karşılaşmaların izlenme oranları düşmeye başlamıştır. İzlenme oranlarındaki bu gerileme, televizyonların en önemli gelir kaynağı reklamlara yansırken, yayıncılar beyzbol takımlarına ödediği miktarlarda yüzde 50'lere varan kesintilere gitmiştir. Söz konusu gelişme, televizyondan gelen parayla giderlerini karşılamaya alışan beyzbol takımı yöneticilerini endişelendirmiş ve bir çözüm arayışına itmiştir. Yaşanan sorun, o dönemde keşfedilen **Havuz Sistemi** sayesinde giderilmiştir (1).

Amerikan televizyonlarında 1950'li yıllarda başlayan Havuz Sistemi ile Avrupa televizyonları yaklaşık 30 yıl sonra, 1980'li yıllarda tanışmıştır. Gecikme, Avrupa Kıtası'nda televizyon yayınlarının uzun yıllar **kamu hizmeti tekeli** anlayışıyla sunulmasından kaynaklanmaktadır. Bu süreç özel televizyon kanallarının bu tekeli kırmalarıyla son bulmuş ve Amerikan televizyon dünyasındaki uygulamalar Avrupa televizyonlarına da yansımıştır.

Yeni süreç etkisini, önce, milyonlarca insanı peşinden sürükleyen **futbolda** göstermiştir. Kamu hizmeti tekelinin hüküm sürdüğü dönemlerde futbol maçları, ekranlarda şimdi kadar çok fazla yer bulmazken, kamuya ait yayın kuruluşlarının yayın bedeli olarak yaptığı ödemeler de son derece cüziydi. Öyle ki, İtalya'da RAI, 1983 yılında, banttan ekranlara taşıdığı haftada bir lig maçı için yıllık 3.5 milyon dolar ödüyordu. Almanya'da ARD ve ZDF, lig maçlarının özet yayını için yıllık 4 milyon dolar harcıyordu. İngiltere'de BBC, bir sezon içinde ekranlara taşıdığı 10 naklen lig maçı için yaklaşık 5 milyon dolar veriyordu. Fransa'da ise TF1, Antenne 2 ve FR 3'ün kasasından çıkan para 1 milyon doların altındaydı (2).

### TELEVİZYON-FUTBOL BİRLİKTELİĞİNİN GETİRDİĞİ DEĞİŞİKLİKLER

Özel televizyon kanallarının devreye girmesiyle başlayan rekabet ortamı, geniş kitlelerin ilgisini çeken futbol yayınlarının baş döndüren bir hızla değer kazanmasına neden olmuştur. Fransa'da bir lig maçının yayın değeri 1984 yılında 38 bin Euro'yken, bu rakam 2002 yılında 915 bin Euro'ya çıkmıştır (3).

Avrupa'nın ilk paralı televizyon kanallarından bir tanesi olan Canal Plus'un, yayınlarına başladığı 1984 yılından itibaren futbola verdiği önem, televizyon-futbol ilişkisinde radikal değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Dikkat çekici yenilik, yayın karşılığı olarak televizyondan gelen paranın futbol takımlarının bütçelerinde, artık, en önemli gelir kaynağını oluşturmasıdır. Halbuki bu değişimden önce futbol kulüplerinin en önemli gelir kaynağı, maça giden seyircilerin bilet karşılığı olarak ödedikleri gişe hasılatlarıydı. Öyle ki, 1970/71 sezonunda Fransız 1.Lig takımlarının en önemli gelir kaynağı % 81 ile gişe hasılatlarıyken, 1990'dan sonra bu yere televizyon gelirleri oturmuştur. Fransa Ligi'nde son iki sezonun şampiyonu Lyon'un televizyon geliri, %50'lik bir payla bütçesinde ilk sırayı almaktadır (4).

**Tablo 1 : Fransa'da Profesyonel Futbolun Gelir Kaynakları (\*)  
(1.Futbol Ligi / Gelirler % Şeklinde Belirtilmiştir)**

Gelirler	1970/71	1980/81	1990/91	1997/98	1998/99	1999/00
Gişe Hasılat	81	65	29	20	22	16
Yerel Yönetim	18	20	24	12	10	4
Sponsor-Reklam	1	14	26	21	20	16
Televizyon	0	1	21	42	42	56
Diğer	0	0	0	5	6	8

(\*) Kaynak: Ulusal Futbol Ligi (LNF/Ligue Nationale de Football)

Üzerinde durulması gereken bir başka gelişme ise futbol yayınlarının paralı kanallar tarafından ele geçirilmesidir. Bu sürecin altında yatan en önemli neden, bu kanalların futbol gibi birçok kişinin ilgisini çeken bir etkinliğe sahip olup, abone sayılarını artırma arzularıdır. Birinci Lig maçları Fransa'da Canal Plus, İngiltere'de Sky Sports, İtalya'da Telepiu, İspanya'da Canal Plus İspanya, Almanya'da Premiere gibi belli bir ücret karşılığı ödenerek izlenen paralı kanallar tarafından ekranlara taşınmaktadır. 2001/02 sezonunda Avrupa'daki televizyon kanalları, futbol maçlarının yayın hakları için 3.9 milyar Euro ödemiştir (5).

Yayınlarında reklama yer vermeyen paralı kanalların bir numaralı gelir kaynağı abone ücretleridir. Böyle bir gerçek söz konusuysen, kanallar hedefledikleri abone sayısına, ekranlara yansıyacak görüntüler teknik ve içerik açısından cazip olduğu takdirde ulaşacaklardır. Bu noktada iki unsur ön plana çıkmaktadır. Bunlar **yayın kalitesi** ve **belirsizlik ilkesi**'dir.

Yayın kalitesi, ekrana yansıyacak görüntülerin televizyon seyircisine keyif alabileceği şekilde sunulmasıyla ilgilidir. Televizyon kanalları teknolojinin kendilerine sağladığı imkanları kullanarak, başta futbol maçları olmak üzere her türlü spor etkinliğini en iyi şekilde ekranlara taşımaktadır. Bu konuda Andrea Klose, "Televizyon Futbolu" adlı makalesinde yayın teknolojisindeki gelişmeleri, "Televizyon seyircileri oyunu gittikçe daha yoğun ve ayrıntılara odaklanmış olarak algılıyorlar" şeklinde özetlemektedir (6).

## ÇETİN, C., “Televizyon Futbol (Spor) Birlikteliğinde Belirsizlik İlkesinin Gerekliliği: Fransa Modeli”

Yayın kalitesi kadar önemli bir başka unsur, **belirsizlik ilkesidir**. Ekranlara yansıtılacak karşılaşmalar tıpkı bir film, dizi ya da yarışma programı gibi televizyon izleyicisine yayın süresi boyunca belli bir heyecanı, çekişmeyi yaşatmak zorundadır. Bu da ancak takımlar arasındaki güç dengelerinde bir uçurum söz konusu değilse mümkün olabilmektedir. Dile getirdiğimiz bu teorik yapı çerçevesinde, belirsizlik ilkesinin en iyi şekilde Fransa 1.Futbol Ligi'nde uygulandığı görülmektedir.

Belirsizlik ilkesini gözler önüne seren bir çok unsur vardır ama en önemlisi sezon bittiğinde kimin mutlu sona ulaştığıdır. Fransa 1.Futbol Ligi'nde 1990 ila 2003 yılları arasında tam 8 değişik takım (Marsilya, PSG, Nantes, Auxerre, Monaco, Lens, Bordeaux, ve Lyon) şampiyon olmuştur. Ortaya çıkan bu tablo, televizyon ekonomisine uygun olarak belirsizlik ilkesinin Fransa 1.Futbol Ligi'nde ne kadar mükemmel bir şekilde işlediğini göstermektedir. Avrupa futbolunda söz sahibi olan diğer ülke liglerine bakıldığında zirve yarışını kazanan takım sayısı İtalya'da 7, İngiltere'de 6, İspanya ve Almanya 5'dir. Bu sayı Türkiye'de ise belirsizlik ilkesi anlayışına ters düşecek kadar düşük olan 3 ile sınırlı kalmıştır.

**Tablo 2: Avrupa'nın Önde Gelen 1.Futbol Liglerinde Şampiyon Takımların Dağılımı**

Sezon	FRANSA	İNGİLTERE	İTALYA	İSPANYA	ALMANYA	TÜRKİYE
1986/87	Bordeaux	Everton	Napoli	R.Madrid	B.Munih	G.Saray
1987/88	Monaco	Liverpool	Milan	R.Madrid	W.Bremen	G.Saray
1988/89	Marsilya	Arsenal	Inter	R.Madrid	B.Munih	F.Bahçe
1989/90	Marsilya	Liverpool	Napoli	R.Madrid	B.Munih	Beşiktaş
1990/91	Marsilya	Arsenal	Sampdoria	Barcelona	K.Slautern	Beşiktaş
1991/92	Marsilya	Leeds	Milan	Barcelona	Stuttgart	Beşiktaş
1992/93	0	M.United	Milan	Barcelona	W.Bremen	G.Saray
1993/94	PSG	M.United	Milan	Barcelona	B.Munih	G.Saray
1994/95	Nantes	Blackburn	Juventus	R.Madrid	Dortmund	Beşiktaş
1995/96	Auxerre	M.United	Milan	A.Madrid	Dortmund	F.Bahçe
1996/97	Monaco	M.United	Juventus	R.Madrid	B.Munih	G.Saray
1997/98	Lens	Arsenal	Juventus	Barcelona	K.Slautern	G.Saray
1998/99	Bordeaux	M.United	Milan	Barcelona	B.Munih	G.Saray
1999/00	Monaco	M.United	Lazio	Deportivo	B.Munih	G.Saray
2000/01	Nantes	M.United	Roma	R.Madrid	B.Munih	F.Bahçe
2001/02	Lyon	Arsenal	Juventus	Valencia	Dortmund	G.Saray
2002/03	Lyon	M.United	Juventus	R.Madrid	B.Munih	Beşiktaş
Ş.T.S	8	6	7	5	5	3

ŞTS: Şampiyon Takım Sayısı

### TELEVİZYON GELİRLERİNİN TAKIMLARA DAĞITILMA ŞEKLİ

Televizyondan gelen para, futbolun bir numaralı gelir kaynağı olduğuna göre, düzenlemelerin televizyon ekonomisini verimli kılacak şekilde yapılması artık bir zorunluluktur. Havuz Sistemini benimseyen Fransa 1.Futbol Ligi'nde öyle bir rekabet ortamı yaratılmıştır ki, bugün gelinen noktada, hem televizyon kanalı (Canal Plus) hem futbol kulüpleri hem Fransız Futbol Federasyonu kazanmaktadır.

Fransa'nın bugün geldiği noktayı daha iyi görebilmek için geçmişteki uygulamaları incelemekte büyük fayda vardır. Uzun yıllar Fransa 1.Futbol Ligi'nin televizyon geliri, başta İngiltere 1.Futbol Ligi (Premier) olmak üzere İspanya 1.Futbol Ligi (Liga), İtalya 1.Futbol Ligi (Calcio) ve Almanya 1.Futbol Ligi (Bundesliga) kadar yüksek değildi. 1996-97 sezonunda İngiltere Ligi'nin yayın değeri 245 milyon, İtalya'nın 220 milyon, Almanya'nın 130 milyon Euro'yken, Fransa Ligi'nin yayın değeri sadece 70 milyon Euro'ydu. Bunun bir sonucu olarak, 1990'lı yılların başından itibaren tanınmış ya da tanınmamış bir çok Fransız futbolcu, kendilerine daha fazla para veren İngiliz, İspanyol, İtalyan ve Alman takımlarına transfer olmuşlardır.

**Tablo 3 - Avrupa'daki Bazı Liglerin Yayın Ücretleri ve Yayınlanan Maç Sayısı (\*) (1996-97 Sezonu/ Euro)**

	İngiltere	Almanya	Fransa	İspanya	İtalya
Yayın Geliri	245.000.000	130.000.000	70.000.000	195.000.000	220.000.000
Haftalık Maç Sayısı	2	2	1+1	3	2

(\*) Kaynak: Problemes Economiques, No: 2.503, Ocak 1997, s: 29

Tablo 4 - Avrupa Liglerinde Top Koşturan Fransız Futbolcuların Ülkelere Göre Dağılımı (\*)

Sezon	Toplam	İtalya	İspanya	İngiltere	Almanya	4 ÜlkeToplam	Diğer 1
1992/93	9	1	0	2	1	4	5
1993/94	10	3	0	1	0	4	6
1994/95	39	5	1	1	1	8	31
1995/96	56	6	1	4	1	12	44
1996/97	88	14	13	9	2	38	50
1997/98	137	20	12	19	4	55	82
1998/99	138	24	11	30	1	66	72
1999/00	172	20	9	30	3	62	110
2000/01	198	25	8	37	6	76	122
2001/02	231	29	11	45	9	94	137
2002/03	233	24	11	54	6	95	138

(\*) Kaynak: L'Equipe, 19 Şubat 2003 (Stephane Biton)

Diğer (1), kategorisinde İrlanda, İsrail, Lüksemburg, Belçika, İskoçya, Portekiz, İsviçre, Türkiye, Danimarka, Ermenistan, Avusturya, Hollanda, Yunanistan, Galler, Polonya, Macaristan, Norveç bulunmaktadır.

Fransız futbolcuların kariyerlerini yurt dışında sürdürme tercihlerinin altında yatan bir başka neden ise yüksek vergi oranlarıdır. Elli bin Euro kazanan bir futbolcunun vergiler ile birlikte maliyeti bir Fransız takımı için **160 bin Euro'dur**. Halbuki aynı oranda kazanan bir futbolcu Alman takımına **105 bin Euro**, İspanyol takımına **100 bin Euro**, İtalyan takımına **98 bin Euro**, İngiliz takımına **85 bin Euro'ya** mal olmaktadır (7). Bu rakamlardan da anlaşılacağı üzere, bir Fransız takımıyla bir İngiliz takımının transfer pazarında eşit şartlarda kozlarını paylaşmadığı ortadadır. Belki de bunun içindir ki, son birkaç yıldır çok sayıda Fransız futbolcu, kariyer tercihlerini İngiliz takımları lehine kullanmaktadır.

Ne Fransız oyuncularının göçü ne de yüksek vergi oranları Fransa 1.Futbol Ligi'nin değerinin artmasını engellemiştir. Her ne kadar altı çizilen sorunlar, zaman zaman bir takım sıkıntılara neden olduysa da, taviz verilmeden izlenen politikalar, Fransa 1.Futbol Ligi'ni televizyon ekonomisi açısından son derece verimli bir duruma getirmiştir. Bu olumlu süreç Fransa 1. Futbol Ligi'nin yayın hakkını uzun yıllardır elinde bulunduran Canal Plus'un ekonomik göstergelerine de yansımıştır. Sahip olduğu 4 milyon abonesiyle Avrupa Kıtası'nın 1 numaralı paralı kanalı olan Canal Plus, 2001 yılını 36 milyon Euro kârla kapatmıştır (9).

Bulunduğu pazarda Canal Plus'un ticari başarısını görmek için, Almanya'da yayın yapan ve ülkesinin paralı kanalı olan Premiere'in sayısal verilerine bakmakta büyük fayda vardır. Almanya 1.Futbol Ligi'nin yayın haklarını elinde bulunduran Premiere, Canal Plus'un 36 milyon Euro kâr yaptığı 2001 yılını 865 milyon Euro'luk zararla tamamlamıştır. Premiere'in pozitif bilanço'ya geçmesi için halen 2.4 milyon olan abone sayısını 4 milyona çıkarması gerekmektedir. Fransa'da Canal Plus'un takımlara yaptığı ödemeler istikrarlı bir şekilde artmaktadır. 2004/07 sezonu için yapılan yeni anlaşmayla Fransa Ligi Avrupa Kıtası'nda İngiltere Ligi'nden sonra televizyon geliri en yüksek ikinci lig durumuna gelmiştir.

Tablo 5 - Avrupa'daki Bazı Liglerin Yayın Ücretleri ve Televizyon Gelirlerinin Futbol Takımları Bütçelerindeki Payı (\*) (2002/03 Sezonu/ Euro)

	İngiltere	Fransa	İtalya	İspanya	Almanya
Yayın Geliri	800.000.000	480.000.000	470.000.000	300.000.000	290.000.000
Tv Gelir Yüzdeleri	%39	%51	%54	%51	%45

(\*) Kaynak: Deloitte&Touch (France Football, 31.Aralık. 2002, No. 2.960, s: 33)

Fransa 1.Futbol Ligi'nin her geçen gün artan değerinde, pek tabii ki, televizyondan gelen paranın takımlara dağıtım biçiminin rolü büyüktür. Fransa'da halen geçerli olan yayın sözleşmesi 3 yıllık olup (2001-2004) toplam 1.230.000.000 Euro'dur. Televizyondan gelen para, **Dayanışma Ödeneği** ve **Sıralama Primi** adı altında iki kritere göre dağıtılmaktadır.

**Tablo 6 – Avrupa Futbolunda Televizyon Gelirlerinin Dağıtım Kriterleri (1999/2000, Sayısal Veriler % şeklindedir) (\*)**

	Dayanışma Ödeneği	Sıralama Primi	Medya Primi	Toplam
Fransa 1.Futbol Ligi	73	27	0	100
İngiltere 1.Futbol Ligi	50	25	25	100
Şampiyonlar Ligi	16	40	44	100
İtalya 1.Futbol Ligi (G.B.Ö)	0	0	100	100

(\*) Kaynak (8) : BOURG Jean François, “Le Football et La Télévision: Evolution des Relations Economiques”, *Panoramiques*, Editör: HENNEBELL Guy, 2002, No: 61, Editions Carlet, s: 19-23

İki kriterden bir tanesi olan **Dayanışma Ödeneği**, her takıma, sabit bir bedel olan, 8.3 milyon Euro getirmektedir. Bu rakam takımlara yapılan toplam ödemenin yüzde 83’ünü oluşturmaktadır. Başta Marsilya olmak üzere taraftar portföyü büyük olan takımlar Dayanışma Ödeneği’ni adil bulmadıklarını belirtse de, takımlar arasında rekabet ortamını sağlaması açısından son derece önem taşıyan bu uygulama, aynı zamanda büyük takım-küçük takım oluşumunun getirdiği eşitsizlikleri de bir ölçüde azaltmaktadır

Havuz Sistemi ile gelen para takımlara dağıtılırken ikinci kriter **Sıralama Primi’dir**. Bu kriter göre, takımlar sportif başarılarına göre bir ödenek almaktadırlar. Fransa 1.Futbol Ligi’nde 2001/02 sezonunda mutlu sona ulaşan Lyon, sportif başarısının karşılığı olarak Sıralama Primi adı altında 6.860.383 Euro kazanmıştır. Aynı sezon içinde televizyondan en çok maçı yayınlanan takım olan Marsilya’nın kasaına ise Sıralama Primi adı altında 2.972.823 Euro girmiştir (10). Bu çerçevede kesinlikle göz ardı edilmemesi gereken nokta, Dayanışma Ödeneği’nin Sıralama Primi’nden daha fazla olduğudur.

**Tablo 7 - Fransa 1.Futbol Ligi’nde Takımların 2001/02 Sezonu Toplam Televizyon Gelirleri (Euro) ve MaçYayın Sayısı (\*)**

Takımlar	MYS	DÖ	Sıralama Primi	Toplam Gelir
Lyon	19	8.300.000	6.860.383	15.160.383
Lens	21	8.300.000	6.136.232	14.436.232
Auxerre	16	8.300.000	5.602.647	13.902.647
PSG	23	8.300.000	4.802.268	13.102.268
Lille	13	8.300.000	4.535.476	12.835.476
Bordeaux	17	8.300.000	4.268.683	12.568.683
Troyes	2	8.300.000	3.735.098	12.035.098
Sochoux	7	8.300.000	3.201.512	11.501.512
Marsilya	27	8.300.000	2.972.823	11.272.823
Nantes	13	8.300.000	2.667.927	10.967.927
Bastia	4	8.300.000	2.134.341	10.434.341
Rennes	7	8.300.000	1.600.756	9.900.756
Montpellier	5	8.300.000	1.333.963	9.633.963
Sedan	4	8.300.000	1.067.170	9.367.170
Monaco	14	8.300.000	800.378	9.100.378
Guingamp	2	8.300.000	762.265	9.062.265
Metz	3	8.300.000	1.829.435	10.129.435
Lorient	1	8.300.000	1.829.435	10.129.435

(\*) Kaynak: Profesyonel Futbol Ligi (LFP)  
MYS: Maç Yayın Sayısı; DÖ: Dayanışma Ödeneği

Bu iki kriter göre yapılan dağıtım sonunda, 2001/02 sezonunda en fazla parayı 15.1 milyon Euro ile şampiyon takım sıfatını taşıyan Lyon alırken, en az parayı ise 9.06 milyon Euro ile Guingamp almıştır. Fransa Ligi’nde en çok kazanan ile en az kazanan arasında çok büyük bir fark söz konusu değildir. Havuz Sistemi’nin rekabet ortamını sağlayacak bir şekilde işleminde Dayanışma Ödeneği’nin rolü büyüktür.

Fransa 1.Futbol Ligi’nde yaşanan olumlu gelişmeler sadece televizyon gelirlerinin artışıyla sınırlı kalmamıştır. Takımlar arasındaki yoğun rekabet ortamı statlara giden seyirci sayısına da yansımıştır. Televizyon yayınlarının şimdiki kadar fazla olmadığı ve ekonomik açıdan bir değer taşımadığı 1980/81 sezonunda Fransa 1.Futbol Ligi maçlarını izleyen

seyirci sayısı ortalama 9.825 olarak gözükürken, bu sayı 1996/97 sezonundan itibaren sürekli yükselen bir grafikte 14.212'den 1998/99'da 19.807, 1999/00'de 22.324 ve 2000/01'de 22.960 şeklinde kayıtlara geçmiştir (11). Hiç şüphe yok ki, bu sayısal veriler televizyonun bir spor dalını kitlelere pazarlamasında ne kadar büyük bir rol oynadığını açık bir şekilde gözler önüne sermektedir. Seyirci sayısındaki artış yüzde olarak olmasa bile gişe gelirlerini de artırmıştır.

Seyirci ve gişe geliri artışının yanı sıra oynanan futbolun kalitesinde de gözle görülür iyileşmeler söz konusudur. Bunlar kırmızı ve sarı kart gören oyuncuların sayısında azalma, ofsayt pozisyonlarının sayısında gerileme, atılan gol sayısında artış, Fransız takımlarının Avrupa Kupalarında yükselen performansı ve Fransa Millî Takımı'na Fransa Ligi'nde çağrılan futbolcu sayısındaki artış şeklinde özetlenebilir (12).

## SONUÇ

Fransa 1.Futbol Ligi'nin gelir kaynaklarını gösteren tablo televizyon gelirlerinin spor etkinliklerinin gerçekleşmesindeki önemini gözler önüne sermektedir. Böyle bir gerçek söz konusuken düzenlemelerin televizyon ekonomisini verimli kılacak şekilde planlanması artık bir zorunluluktur. Bu doğrultuda ekranlara yansıtacak spor karşılaşmalarının belirsizlik ilkesine uygun olarak, her türlü sonuca açık olması gerekmektedir. Bu da ancak takımlar arasında yaratılacak rekabet ortamıyla sağlanabilir. Bu noktada Havuz Sistemi rekabet ortamı için çok önemli bir uygulamadır.

Amerikalıların bir icadı olan ve ligi bir ürün niteliğine dönüştüren Havuz Sistemi'nde rekabet ortamının sağlanması, ancak, bir takım şartlar yerine getirildiği takdirde mümkün olabilmektedir. Bunların başında televizyondan gelen paranın "büyük takım-küçük takım" ayrımı yapılmadan dağıtılması gelmektedir. Fransa örneğinde görüldüğü üzere, dağıtım eşitlik ilkesine uygun kriterler dikkate alınarak yapıldığında, sistem içindeki herkes kazanmaktadır Ne var ki bazı ülkelerdeki büyük takımlar, kendi ekonomik çıkarları çerçevesinde, karar alma mekanizmaları üzerinde kurdukları baskıyla Havuz Sistemi'ni ortadan kaldırmaktadırlar. Bu süreç Avrupa Kıtası'nda İtalya, İspanya, Portekiz ve Yunanistan için söz konusudur.

29 Mart 1999 tarihinde yürürlüğe giren 78 numaralı yasa ile İtalya 1.Futbol Ligi'nde Havuz Sistemi uygulamasına son verilmiş, takımlar kendi başlarına yayın haklarını pazarlamaya başlamışlardır. Aynı yasa tek bir televizyon kanalının tüm takımların yayın haklarına izin vermediği gibi, tek bir kanalın en fazla yayınların yüzde 60'ına sahip olabileceğini öngörmektedir (13). Bu süreç bazı takımlara ciddi gelirler sağlarken, bazılarını da ekonomik sıkıntıya sokmuştur. 2002/02 sezonunda İtalya 1.Futbol Ligi'ndeki 8 takımın yayın anlaşması yapamaması nedeniyle, ligler 2 hafta gecikmeyle başlamıştır.

Takımlar arasındaki güç dengesini bozan bu tablo, İtalya 1.Futbol Ligi'nde rekabet ortamını zedeleyecek boyutlara doğru ilerlemektedir. Rekabetin arzu edilen seviyeden uzaklaşması, en çok televizyon kanallarını etkileyecektir. Zaten son birkaç yıldır iki yayın kuruluşundan Stream ve Telepiu'nun sürekli zarar etmesi İtalyan futbolunun geleceği açısından pek de olumlu sinyaller değildir. Benzer tablo İspanya'da da yaşanmıştır. Havuz Sistemi'nin 1997 yılında yasaklanmasından sonra ülkenin iki yayın kuruluşu Canal Satellite Digital ve Via Digital sürekli para kaybetmişlerdir. 1980'li yıllardan sonra futbolun 1 numaralı finansörü konuma geçen televizyonların, futbola yatırım yapıp daha sonra zarar etmeleri ciddi sorunları beraberinde getirmektedir. Alman futboluna verdiği ekonomik destekle ün yapan Kirch Grubu'nun, 2000'li yılların başındaki iflası, başta Bayern Münih olmak üzere, Alman takımlarının ekonomik çıkmazın içine sürüklemiştir. Bunun bir sonucu olarak Alman takımları, yatırım yapamadıkları için Avrupa Kupaları'nda eskisi kadar başarılı olamamaktadır. İtalya, İspanya ve Almanya'da yaşanan olumsuzluklar, Havuz Sistemi'nin ne kadar önemli olduğunu, ancak, bu sistemin sağlıklı sonuçlar vermesi için de büyük takım/küçük takım ayrımının yapılmaması gerektiği kabul edilmelidir.

## KAYNAKLAR

- (1) Çetin, C., "Spor Etkinliklerinin Düzenlemesinde Televizyonun Rolü", Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi, Bildiriler Kitabı, (Ed: İbrahim Yıldırım) s. 349-354, 10-11 Ekim 2003, Ankara.
- (2) Andreff, W., ve Nys, J.F., Le Sport et La Télévision, Dalloz, s. 8, Paris.
- (3) Barroso, J., Ricard, P., Ve Roche, M., "Renegociations des droits de retransmissions du football", Le Monde, Paris, 27.Nisan.2002.
- (4) Pretti, R., Ve Chevally, C., "Lyon, Numero 1 du Foot-Business, France Football (No. 2926), s. 18, Paris, 7 Mayıs 2002, Paris.
- (5) Andreff, W., Ve Bourg, J.F., "Broadcasting Rights and Competition in European Football", IASE International Conference. Sports and the Media, Neuchatel, Mayıs 2003
- (6) Klose, A., " Televizyon Futbolu", Futbol ve Kültürü (Ed. Roman Horak, Wolfgang Reiter, Tanıl Bora) içinde, İletişim Yayınları, s. 373-383, İstanbul, 1993.
- (7) Rousseau, D., "L'Elite se délité", L'Equipe, s. 3, Paris, 2002.
- (8) Barroso, J., Ricard, P., Ve Roche, M., "Renegociations des droits de retransmissions du football", Le Monde, Paris, 27.Nisan.2002.
- (9) Bourg, J.F., "Le Football et La Télévision: Evolution des Relations Economiques", Panoromiques (No.61), Ed. Hennebell, G., Editions Carlet, s: 19-23, Paris, 2002.
- (10) Potet, F., Le Championnat de France est de nouveau à vendre, Le Monde, Paris, s: 15, 24 Ağustos 2002.
- (11) Nys, J.F., "Les Clubs a la Croisée des Logiques sportives et économiques", Panoromique (No. 61), Ed.: Hennebell, G., Editions Carlet, s: 13-18, Paris, 2002.
- (12) Pretti, R., Ve Wetzel, L., "Thiriez: "Il y a un problème Monaco", France Football No. 3001), s.20, Paris, 14 Ekim 2003.
- (13) Andreff, W., Ve Bourg, J.F., "Broadcasting Rights and Competition in European Football", IASE International Conference. Sports and the Media, Neuchatel, Mayıs 2003.