Кафедра теории журналистики

РЕФЕРАТ

на тему: «РАЗВИТИЕ КАБЕЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В США»

Содержание

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc473483922)

[1 ИСТОРИЯ КАБЕЛЬНОГО ТВ В США 5](#_Toc473483923)

[1.1 Основные исторические вехи развития кабельного телевидения в США. 5](#_Toc473483924)

[1.2 Предпосылки широкого завоевания рынка. 8](#_Toc473483925)

[2 СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА КАБЕЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ В США 10](#_Toc473483926)

[2.1 Разновидности каналов КТВ 10](#_Toc473483927)

[2.2 Взаимодействие бизнеса и КТВ 11](#_Toc473483928)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 13](#_Toc473483929)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 15](#_Toc473483930)

# ВВЕДЕНИЕ

Телевидение – это крупнейшее открытие 20 века, относительно новый вид средства массовой информации, который соединил в себе и развитие технологий, и развитие журналистики. Телевидение заняло свою важную нишу в средствах коммуникации, серьезно преобразив систему журналистики, методы работы, жанры, и, можно сказать, повлияло на развитие общества, социальных институтов, политических процессов.

Кабельное телевидение - это один из способов доставки видео информации до потребителя, наряду со спутниковым ТВ и эфирным. Это платный вид телевидения. Кабельное ТВ считается одним из самых перспективных направлений развития ТВ на сегодняшний день, в условиях сегодняшнего уровня технического развития. Безусловно, для того, чтобы основательно и глубоко изучить, понять влияние такого масштабного явления как телевидение на развитие современного общества, необходимо большое количество времени, но уже сейчас имеются работы ряда исследователей, посвященных ТВ, в частности кабельному телевидению.

Впервые кабельное ТВ появилось в США в начале 50 -гг. 20 века. Именно американское кабельное ТВ сейчас самого высокого качества, именно оно предоставляет потребителю самое большое и разнообразное количество каналов самой разноплановой информации.

Актуальность выбранной тематики работы связана с важностью изучения нового медиасредства, ее неполной изученности при большом влиянии на формирование общественного мнения. «Телевидение - величайшее явление XX века, которое объединило в себе самые передовые достижения научно-технической мысли, культуры, журналистики, искусства, экономики. Став одним из компонентов системы средств массовых коммуникаций, телевидение не завершило ее формирование, но повлекло за собой серьезные изменения, оказав влияние не только на функционирование каждого из ее элементов, но и на деятельность целых государственных институтов».[[1]](#footnote-1) «КТВ в структурном делении по технологиям предоставления услуг занимает крупнейшую долю рынка коммерческого ТВ, обеспечивая 74% абонентской базы и 54% дохода».[[2]](#footnote-2).

Цель данной исследовательской работы - очертить основные вехи истории развития американского кабельного телевидения.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Обозначить ключевые этапы истории кабельного ТВ в США от появления до сегодняшних дней.

2. С точки зрения современной ситуации попытаться дать оценку вкладу кабельного ТВ как средства коммуникации, прогнозировать основные тенденции дальнейшего развития и значимости в развитии и общества.

Объект исследования – кабельное ТВ как средство доставки видео информации.

Предмет исследования вытекает из целей работы – история кабельного телевидения, технические аспекты, влияние на общественное развитие, проблемы и перспективы существования КТВ в США.

Теоретическая основа исследования не так обширна, потому что это относительно новый объект изучения, но в данной работе использованы научные труды таких исследователей как Корнилова Е. Е. ,Самойленко Ю. К. ,Голядкин Н. А. ,Колесник С. Г. В своем труде «Телевизионная журналистика» Кузнецов Г. В. Рассматривает телевидение, в частности интересующее нас кабельное телевидение, с исторической точки зрения, его влияние на социальные институты, связь с технологическим развитием, как новое средство массовых коммуникаций. В своей книге «Краткий очерк становления и развития кабельного телевидения в России и за рубежом» Голядкин Н. А. рассматривает особенности исторического развития кабельного ТВ в разных странах. В труде «Американское телевидение как вид индустрии» Самойленко рассматривает ТВ именно с точки зрения коммерческой выгоды, бизнеса.

## ИСТОРИЯ КАБЕЛЬНОГО ТВ В США

Кабельное телевидение ([англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Cable television - сокращённое название от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) Community Antenna Television) – модель [телевизионного вещания](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), в которой телесигнал распространяется по средствам [высокочастотных](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B0) сигналов, передаваемых через проложенный к потребителю [кабель](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D1%8C). Кабельное телевидение противопоставляется [эфирному](https://ru.wikipedia.org/wiki/DVB-T2) и [спутниковому телевидению](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%83%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5)[[3]](#footnote-3).

## Основные исторические вехи развития кабельного телевидения в США.

Передача видеосигнала по кабельным сетям является наиболее перспективным способом распространения информации. Наиболее красноречиво это видно на примере развития его в США.

Первую примитивную кабельную сеть в США в 1948г. Соорудил владелец магазина бытовой техники Джон Уолсон в небольшом городке Маханой – Сити (шт. Пенсильвания), расположенном в гористой местности. Качество приема видеосигнала на антенны телевизионных приемников из–за перепада высот было недостаточным. Тогда Дж. Уолсон укрепил высокую мачту на ближайшей горке и поставил на ней антенну, электрический кабель от которой подключил на вход телевизора. Изображение заметно улучшилось. После этого он присоединил кабелем к наружной антенне собственный дом и дом соседа. Через год, объединив свои усилия с компанией Jerrold Electronics Corp., расположенной на другом конце города, за абонентскую плату три доллара в месяц они стали протаскивать кабель всем желающим.

Вначале 50-х годов. Проблемы с получением ТВ–лицензии на эфирное вещание привели к быстрому росту небольших кабельных сетей по всей Америке. К 70–м годам. пропускная способность кабеля значительно возросла, и компании, разместив комплексы антенн на высотных зданиях, стали ретранслировать эфирные каналы, а к середине 70–х годов. Еще и спутниковые. Собственные программы кабельных каналов поначалу были примитивными. Однако1июня 1980г. Начала вещание глобальная кабельная сеть CNN, основанная американским бизнесменом Робертом Эдвардом Тернером (род. в1938г.), с высококачественными программами собственного производства. В течение пяти лет канал стал настолько популярным, что стал транслироваться через спутники по всему миру.[[4]](#footnote-4)

Как пишет Г. В. Кузнецов в работе «Телевизионная журналистика», кабельное ТВ в США изначально появилось как коммерческое. Эфирные телевещатели видели себе конкуренцию в КТВ. Под давлением владельцев эфирного ТВ в 1966г. Федеральная комиссия связи приняла правила, в которых устанавливались запреты на показ по КТВ той продукции, которая могла нанести ущерб эфирным телесетям (спортивные состязания, фильмы и т. п. ). Новый вид вещания набирал силу, и Верховный суд США в 1972г. Вынес решение о необходимости учитывать интересы всех сторон, вовлеченных в этот бизнес. Так развитие кабельного телевидения получило правовую базу. Попытки владельцев эфирного телевидения помешать превращению КТВ из ретранслятора в самостоятельное средство массовой коммуникации оказались безрезультатными.[[5]](#footnote-5)

Кузнецов в своей книге анализирует причины довольно медленного завоевания КТВ рынка СМИ. А причины заключены в следующем: изначальные правовые ограничения в распространении и кабельного вещания, о которых уже было сказано, а так же то, что над первыми кабельными каналами работали все – таки не журналисты, а технари, которые не могли создать оригинальный контент. Только в 70-е гг., когда владельцы кабельных сетей стали делать упор на оригинальность и уникальность своих программ, кабельное телевидение стало уверенным участником рынка СМИ.

Именно в эти годы в кабельном телевидении США произошло много изменений и внедрено много новшеств, которые и привели к тому, что сегодня это одно из самых перспективных типов телевещания. Эти изменения шли с одной стороны в техническом плане: усовершенствовались технологии передачи информации, внедрялись оптико – волоконные сети. А с другой – развивался контент в направлении более полного удовлетворения запросов клиентов: оригинальные программы, предоставление дополнительных каналов за отдельную плату, ограничение от рекламной информации, служба PPV («плата за просмотр»). Служба PPV в дальнейшем стала еще более популярна, так как телезритель в считанные минуты имел возможность получить желаемую передачу, шоу и т. д. КТВ в структурном делении по технологиям предоставления услуг занимает крупнейшую долю рынка коммерческого ТВ, обеспечивая 74% абонентской базы и 54% дохода».[[6]](#footnote-6)

Кузнецов точно указывает на то, что в деле завоевания рынка и расширения сети кабельного телевидения немаловажную роль играло правовое регулирование в этой области. Как мы уже упоминали Верховный суд США в 1972г. Вынес решение о том, что необходимо учитывать интересы всех видов телевещания, тем самым предоставив правовую базу кабельному телевидению. И только в 1981г. Президент Р. Рейган подписал закон о федеральной политике в области кабельного телевидения, который снимал все ограничения, мешающие деятельности кабельных систем и развитию кабельной индустрии. Тем самым конкуренция в этой сфере бизнеса обострилась, ведь закон легализовал деятельность не только кабельного ТВ, но и разрешил спутниковые антенны. В любом случае можно сделать вывод, что закон Рейгана имел положительные следствия для развития всего телевидения в США, в том числе и кинематографу, ведь в условиях сильной рыночной конкуренции между компаниями, выигрывает зритель, получая и лучшие условия, и лучшее качество программ.[[7]](#footnote-7)

В начале 90-х годов существовало более ста общенациональных и региональных кабельно–спутниковых каналов, а пропускная способность типичной кабельной системы превышала 30 каналов. В стране насчитывалось свыше 10 тысяч кабельных систем. Расширение выбора привело к росту абонентской платы с 5-6 долларов в месяц до 25-30 за «базовый пакет», т.е. за несколько десятков каналов, отобранных системой для показа своей аудитории.[[8]](#footnote-8)

В 1999г. Появилось цифровое кабельное телевидение. Пионером этого движения стал крупнейший кабельный провайдер США – Тайм Ворнер (TimeWarner). Он разработал специальный кабельный приемник – The Voyager Digital Terminal (это устройство с новыми интерфейсами, возможностью подключения клавиатуры, вывода данных и т. п.). На сегодняшний день, такие устройства выпускают еще такие компании, как General Instruments (Motorola), Scientific Atlanta и другие.

## Предпосылки широкого завоевания рынка.

Колесник С. Г. В книге «Основные тенденции развития телевидения США (1995- 1996 гг.)» обозначает следующие причины успешности кабельного ТВ на американском рынке:

1. Технологические: а) кабельные компании предлагали специальный конвертор – кейбл бокс (cablebox). Он преобразовывал сигнал в сигнал 3-го канала стандартного телевидения. Что делало кабельную сеть доступной массовому пользователю.

б) запуск спутникового вещания, совместное спутниково–кабельное вещание. «Великая кабельная лихорадка» началась в США после 1975г., когда тарифы на спутниковую связь сильно снизились. Поэтому было, выгодно распространять различные программы для кабельных систем, имеющих параболические антенны. В 1980г. В Атланте начала вещание «Сеть кабельных новостей» (CNN) Теда Тернера, возникли музыкальный канал MTV, спортивный ESPN, документальный «Discovery», канал для детей «Nikelodeon», для женщин «Lifetime» и др., специально предназначенные для трансляции по системе спутниково-кабельного вещания.

2. Контент.

А) тематическое вещание. Появляется все больше кабельных систем, рассчитанных на определенную категорию зрителей. За дополнительную оплату, зритель мог выбрать полюбившиеся ему каналы и подключиться к ним. То есть каждый телезритель мог выбрать программу по своему вкусу, согласно своим интересам и увлечениям. Тематическое вещание на КТВ позволяло увеличивать зрительскую аудиторию за счет профессионального интереса или хобби телезрителя.

Б) новый метод привлечения аудитории – PPV (платный просмотр), о котором подробнее будет сказано ниже. Суть этой технологии заключалась в том, что зритель платил не за канал, а за отдельную программу.

3. Преимущества кабельного ТВ перед спутниковым, связанные с технологическим оснащением и легкостью обслуживания: минимальная цена, легкость в установке и настройке, исключение риска поломок, защита от технических помех, лучшее качество изображения и звука.[[9]](#footnote-9)

# СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА КАБЕЛЬНОГО ВЕЩАНИЯ В США

## 2.1. Разновидности каналов КТВ

Кузнецов Г.В. подробно анализирует современную систему кабельного вещания в США по содержанию, источнику финансирования, влиянию бизнеса на их деятельность.

По содержанию каналы КТВ бывают специализированные и общие.

По способу финансирования КТВ делятся на: каналы открытого доступа (общественные, муниципальные, образовательные), местные и коммерческие.

Основывая свои выводы на сведениях Кузнецова, можно сказать, что в США большое развитие получило общественное телевидение, в сравнении с нашей страной. Источник финансирования таких каналов – различные общественные организации, муниципальные общины, религиозные движения, общественные объединения. То есть само общество, без посредничества государства, как это существует в нашей стране. И это не может не сказываться на содержании программ общественного ТВ. Как пишет Кузнецов, «на общественных каналах не бывает рекламы, в их эфире может выступить любой гражданин. Кабельным компаниям запрещено зарабатывать на таких каналах, к тому же кабельная система обязана предоставить их бесплатно – таково условие выдачи лицензии».

К типу общественных каналов относятся так же муниципальные каналы и религиозные. С точки зрения коммерческой выгоды, эти виды КТВ существуют за счет абонентской платы и различных дотаций, благотворительных взносов со стороны религиозных движений, пожертвований населения и др.

Отметим ещё раз, что на указанных выше разновидностях каналов, реклама запрещена. И наилучшей рекламной площадкой для рекламодателей служат местные каналы, которые информируют население о жизни местной общины. Следовательно, источником дохода их помимо абонентской платы является реклама. И содержание таких каналов в большей мере зависимо от финансовых влияний и коммерческой рентабельности – другими словами более коммерциализировано.

Следует отметить, что жители активно участвуют в работе каналов. Помимо пожертвований, некоторые программы могут формироваться по инициативе жителей местности, покрытой кабельной сетью.

Источниками существования коммерческих кабельных каналов являются реклама, абонентская плата и платные заказные службы.

## Взаимодействие бизнеса и КТВ

Практически четверть всех кабельных систем США распределена между двумя крупнейшими операторами: «Телекоммьюникейшн синк.» и «Тайм Уорнер».

Доходы кабельного бизнеса устойчиво растут с середины 70-х годов. К концу 90-х годов в США действовали более 11 тысяч кабельных систем, в том числе около ста общенациональных служб. Их аудитория составила 60% от всех телезрителей – это около 60млн. семей. Больше нигде в мире нет такой многочисленной кабельной аудитории.[[10]](#footnote-10)

Бизнес серьезно контролирует кабельные телекоммуникации. Это имеет двоякие следствия: с одной стороны рыночная конкуренция стимулирует развитие кабельного ТВ, улучшению качественных показателей для телезрителей, но с другой стороны коммерциализация не обходит стороной контент кабельных каналов, унификация, упор на развлекательный характер, погоня за рейтингами, то есть снижение уровня культуры. Поэтому одна из проблем современного телевидения США, да и в других странах – это найти баланс между выражением интересов общества и коммерческой рентабельностью, учитывая интересы разных групп населения.

Считается, что такого рода баланс нашел известнейший американский канал, о котором нельзя не упомянуть – HBO.

HBO (Номе Вох Office) - это первая американская сеть кабельного телевидения. Компания HBO была основана в 1965 Чарльзом Доланом, о котором уже упоминалось в связи с возникновением кабельной сети. В том же году 20 процентов активов компании были приобретены корпорацией Time-Life (ныне [Time Warner](https://ru.wikipedia.org/wiki/Time_Warner)). Сегодня канал HBO по своему контенту считается качественным тв каналом. В России трансляция э того канала началась в 2012 году. В США этот канал имеет высокие рейтинги, успешно конкурируя с сугубо развлекательными программами. Успех канала связан как с контентом, так и с технологиями. С первых лет существования этот канал отличался от других: на нем отсутствовала реклама, но активно демонстрировалась эротика, это была одной из причин активного роста телезрителей. К тому же канал поддерживал свою популярность за счет развития технологических возможностей: запуск спутникового вещания, HD – формат, мобильные приложения.

Вторым общенациональным каналом стала WTBS, так же как HBO доставлявшая сигнал кабельным операторам через спутник.

Количество каналов эфирного вещания росло, кабельное ТВ выдерживало конкуренцию за счет использования частот ниже и выше эфирного диапазона.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня кабельное телевидение является новшеством, которое не только передает телевизионные программы, но и предназначается, как способ подключения к интернету.

Ежегодные доходы платных операторов платного телевидения достигают 1,5 млрд. долларов в год, и это еще совсем не предел. КТВ в США обладает довольно богатым контентом различных программ и фильмов, оно многоканально, структурировано. По техническому и творческому оснащению, у них нет конкурентов. Прогнозисты в США говорят о том, что ближайшие 10 лет КТВ еще будет сохранять свои лидирующие позиции. Как пишет Голядкин, в сохранении позиций кабельному ТВ США способствует расширение объема выполняемых услуг охраны дома и автоматического снятия показаний счетчиков электроэнергии, воды и газа до выполнения финансовых расчетов прямо из дома (телебанкинг) и приобретения товаров (телешопинг).

Итак, кабельное телевидение – это один из современных типов массовой коммуникации, разновидность платного ТВ. С технологической точки зрения – это телевещание высокочастотных сигналов с помощью проложенных к телезрителям кабель. Как тип телевещания, он имеет ряд преимуществ: имеет большее разнообразие каналов, программ на выбор, более высокое качество изображения, возможность обратной связи с телезрителем.

На сегодняшний день американское кабельное телевидение – это мировой лидер платного ТВ. С одной стороны оно развивается как средство массовой коммуникации, с другой – как выгодный бизнес.

Но помимо преимуществ оно имеет и недостатки: у кабельного телевидения, по сравнению с эфирным, меньшее количество аудитории.

Зачастую, люди, имея кабельное телевидение с огромным выбором программ, все – таки предпочитают смотреть каналы эфирного ТВ.

Рейтинги кабельного телевидения намного ниже эфирных рейтингов.

В связи с тем, что сигнал распространяется по проводам, и не все подписываются на кабельное телевидение, с его помощью невозможно достичь каждого потребителя на площади рынка.

Кабельное телевидение сегодня очень быстро развивается за счет развития технологий, но имеет ряд проблем: одна из них – отсутствие законодательного регулирования, сильная конкуренция с набирающим силу Интернет - телевидением, проблемы финансовой зависимости и др.

Сегодня кабельное ТВ – это очень прибыльный бизнес, и в нашей стране тоже. И осмысление этого вида коммуникации с научной точки зрения, помогло бы использовать возможности кабельного вещания, его широкого распространения во благо общественного развития.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб.пособие для студ. вузов. М., 2004.
2. Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. М., 1997.
3. Качкаева А.Г. Перспективные направления: Кабельное телевидение. М., 2002.
4. Колесник С.Г. Основные тенденции развития телевидения США (1995- 1996 гг.). Учебное пособие. М., 2002.
5. Корнилова Е.Е. Телевизионная реклама. СПб., 2002.
6. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, М., 2002.
7. Кузнецов П. История американского телевидения. http://www.historicus.ru/138/
8. Объем российского рынка платного телевидения // http://ttcomm.ru/1910-obem-rossijjskogo-rynka-platnogo-televidenija-v.html.
9. Рябовол Е. Федеральные медиакомпании хотят зарабатывать в Ростове самостоятельно .http://re-port.ru/articles/36461
10. СлеповН.Н.цифровые сетиSDH.–М.: Изд. «– Трендз», 2015.
11. Д.Д., мл. Техническое руководство по оптике. –М.: ЛОРИ.

1. Корнилова Е.Е. Телевизионная реклама. СПб., 2002. [↑](#footnote-ref-1)
2. Объем российского рынка платного телевидения // http://ttcomm.ru/1910-obem-rossijjskogo-rynka-platnogo-televidenija-v.html. [↑](#footnote-ref-2)
3. Егоров В. Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. М., 1997. [↑](#footnote-ref-3)
4. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб .пособие для студ. вузов. М., 2004. [↑](#footnote-ref-4)
5. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, М., 2002. [↑](#footnote-ref-5)
6. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, М., 2002. [↑](#footnote-ref-6)
7. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, М., 2002. [↑](#footnote-ref-7)
8. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения: Учеб.пособие для студ. вузов. М., 2004. [↑](#footnote-ref-8)
9. Рябовол Е. Федеральные медиакомпании хотят зарабатывать в Ростове самостоятельно .http://re-port.ru/articles/36461. [↑](#footnote-ref-9)
10. Кузнецов П. История американского телевидения. http://www.historicus.ru/138/ [↑](#footnote-ref-10)