

Левитина Ирина Юрьевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Краснодарский государственный
институт культуры», г. Краснодар
e-mail: irina-levitina9@yandex.ru

Levitina Irina
Candidate of Economic Sciences,
Krasnodar State Institute of Culture,
Krasnodar
e-mail: irina-levitina9@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В XX ВЕКЕ

Аннотация. Рассмотрены основные события из истории формирования и развития рынка мобильного телевидения в XX веке. История развития рынка мобильного телевидения включает научный поиск и ответы на потребности рынка, а также предпринимательский риск. Это позволяет решить комплекс задач от освоения космоса до выпуска на рынок коммерчески выгодного продукта с уникальными потребительскими свойствами. Современное мобильное телевидение – интенсивно развивающаяся отрасль отечественной экономики. Цель данного исследования – восполнить недостаток освещения в отечественной литературе учебно-образовательного характера экономической направленности процессов формирования и развития мирового рынка мобильного телевидения и является частью специального комплекса материалов для вузов.

Ключевые слова: рынок, телевидение, мобильное телевидение, предпринимательство, формирование и развитие рыночного сегмента, потребитель, массовое производство.

FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE MOBILE TV MARKET IN THE 20TH CENTURY

Abstract. The history and development of the mobile television market in the 20-th century have been considered. The history of the mobile television market includes scientific research, responding to market needs and business risk. This allows you to solve a whole range of tasks: from space exploration to the launch of a commercially profitable product with unique consumer qualities. Modern mobile television is a rapidly developing branch of the national economy. The objective of this research is to fill the lack of coverage in the domestic economic-scientific literature of the processes of formation and development of the world market of mobile television (this paper is part of the special complex materials for higher education).

Keywords: market, TV, mobile TV, entrepreneurship, formation and development of the market segment, consumer, mass production.

Современный уровень развития техники и технологий привели к массовому использованию цифровых устройств, значительная часть которых имеет небольшой размер и может уместиться в кармане. Это привело к развитию ряда отраслей экономики, трансформации потребностей потребителя, даже формированию нового типа потребителя – человека, большую часть времени взаимодействующего с гаджетом. А термин «цифровая экономика» уже прочно находится в лексиконе не только обычных людей, но и ученых. Одним из наиболее широких определений можно считать формулировку доктора экономических наук В. Иванова, который полагал, что цифровая экономика – виртуальная экономика, дополняющая реальность. То есть так могут быть обозначены действия производства, обмена, потребления в виртуальном пространстве, то есть это экономические отношения, возникающие на основе цифровых технологий. Сегодня цифровая экономика охватывает практически все сферы взаимодействия: производство, торговлю, транспорт, логистику, связь, медицину и т. д. Одним из наиболее интенсивно прогрессирующих направлений является развитие персональных мобильных устройств, которые способны сегодня предоставлять потребителю целый спектр услуг. Так, при помощи гаджетов сегодня не только можно создавать, хранить, получать информацию и изображения, осуществлять финансовые операции, взаимодействовать с предприятиями, организациями, государственными структурами, проводить и фиксировать измерения медицинских показателей и т. д. Все больше пользователей расширяют возможности своих гаджетов, подключая новые сервисы, что благотворно сказывается на состоянии этого экономического сектора.

© Левитина И.Ю., 2018. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2018. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Многие традиционные экономические отрасли постепенно обретают в персональных устройствах свое виртуальное воплощение (газеты, журналы, книгоиздание, фото, реклама, банки, коммерческие предприятия, различные виды творческой деятельности и пр.), но также в гаджетах получают новые возможности и изначально виртуальные явления: связь и электронные СМИ (например, «телевидение, которое всегда с тобой» [2, с. 170]).

Мобильное телевидение сегодня может означать, с одной стороны, возможность приема телевизионного контента вне стационарных условий, то есть телевизионный сигнал передается через спутники связи на приемники, которые могут находиться практически в любой точке планеты. Второе понимание мобильного телевидения – получение программ четвертого экрана (после киноэкрана, телевизионного экрана, монитора компьютера), то есть персональное переносное устройство: мобильный телефон или другой гаджет.

Можно говорить (с известной степенью условности, конечно), что история развития мобильного телевидения начинается в 1963 г., когда в журнале *Mechanix Illustrated* появляется статья К. С. Kirbride об электронных устройствах небольших размеров: миниатюрном телевизоре, компактном магнитофоне и даже небольшом компьютере, размер которого практически соответствует размеру обычной книги [5]. В статье необходимость создания устройств небольшого формата обосновывалась целями освоения космоса: грузоподъемность космических кораблей имеет определенные ограничения, поэтому следует позаботиться о том, чтобы снижать вес снаряжения экспедиции через уменьшение размера и массы всех предметов. Известно, что в компании RCA (Radio Corporation of America) уже ведутся работы в этом направлении, но большая часть информации об этом засекречена [9].

Примечательно, что практически с самого начала развития телевизионной индустрии возникает технология создания программ (особенно новостных), которые служат правительственным интересам и выступают достаточно эффективным средством формирования общественного мнения, что способствует развитию и мобильных аппаратов [1, с. 13].

В 1966 г. в февральском номере журнала *Popular Mechanics* опубликованы результаты работы по совершенствованию портативных телевизионных устройств. В статье сообщалось, что телевизионное изображение становится не только цветным – сам экран теперь плоский и двусторонний (то есть изображение передается на 2 стороны устройства) [8]. Кроме того, высказывалось предположение о том, что вскоре такие телевизионные приемники станут доступны населению: в магазинах их цена примерно будет составлять порядка 150-200 долл. США (средняя заработная плата в то время – около 400 долл. США). В том же 1966 г. издание *The Columbus Dispatch* сообщает, что в компании Motorola один из инженеров начинает разрабатывать идею карманного телевидения. До своей скоростной кончины он успевает продемонстрировать опытный образец, но вот убедить руководство в имеющемся экономическом потенциале своего изобретения времени не осталось.

В другом издании того времени публикуется информация, также сопровождаемая фотографиями, о создании микротелевизионного устройства, размеры которого 10x6, 5x5 сантиметров. Это выставочный образец, изготовленный для выставки *Radio and TV Exhibition 1966*, серийная модель должна поступить в продажу уже в 1967 г.

Однако первым телевизионным приемником, предназначенным для массового производства, считается Panasonic TR-001 [4]. Вес этого приемника составляет 890 г, включая блок питания. Для Европы была создана модификация TR-001 EU, которая и поступила в продажу. Ожидаемого коммерческого успеха такие телевизионные приемники не принесли, компания остановила производство практически на 10 лет, а проданные аппараты сегодня представляют собой музейную ценность. Фотография этого устройства размещена на сайте музея радио и телевидения – www.radiomuseum.org.

Разработка телевизионных устройств небольшого размера велась инженерами коммерческих производственных предприятий многих стран. Начиная со второй половины XX в. начинается интенсивное развитие рынка бытовой электроники, предназначенное для повседневного использования в различных целях: развлечение, образование, деловая деятельность, коммуникация и др. Так, в Великобритании благодаря производственно-коммерческой деятельности высокотехнологичной компании Sinclair Radionics Ltd, основанной 25.07.1961 г., был налажен выпуск портативных телевизионных приемников, в том числе «премиум-класса» (в 1977 г.). Первоначально компания, которой руководил предприниматель, инженер-изобретатель, журналист К. Синклер, также в 1966 г. разработала портативный телевизор *Microvision*, однако с коммерческой

точки зрения этот проект был невыгодным, поскольку издержки на производство были чрезвычайно высокими. К попытке массового выпуска предприятие вернулось спустя 10 лет при поддержке Национального научно-исследовательского совета, выделившего 1 000 000 фунтов на возрождение проекта по производству портативных телевизоров. Однако в 1977 г. предложение вновь значительно превысило спрос (стоимость аппарата составляла 99,95 фунтов), что привело к тому, что тысячи аппаратов остались непроданными, а предприниматель понес убыток практически в полмиллиона фунтов. Действительно, в то время производство портативной техники было бизнесом высокого риска. Это было связано с рядом причин, в том числе конкурентного характера. К. Синклер довольно активно занимался продвижением своей продукции: он выступал с обращениями к публике, в которых описывал потребительские возможности портативных устройств публиковал материалы в различных изданиях налаживал партнерские связи и организовывал сотрудничество с инвесторами и производителями. Не все его усилия были эффективны, однако он упорно продолжал заниматься производством портативных устройств, хотя искренне считал, что искусственный интеллект будет проблемой для человечества: «как только вы начнете создавать машины с искусственным интеллектом, которые конкурируют и превосходят людей с интеллектом, нам будет очень трудно выжить, это неизбежность» [6].

Как уже говорилось выше, благодаря деятельности К. Синклера выпускается и аппарат «премиум-класса» Sinclair MTV1, стоимость которого 200 фунтов или 400 долл. США [7].

В конце 1970-х гг. продолжаются технологические разработки, благодаря которым на международной выставке бытовой электроники IFA в Берлине в 1977 г. компанией Hitachi представлен опытный образец не с электронно-лучевой трубкой, а с жидкокристаллическим экраном. В 1981 г. фирма Panasonic представляет мини-телевизор (диагональ экрана 35 мм), названный Travel Vision поскольку (согласно информации от производителя) новый телевизор способен принимать телевизионные программы в более чем 100 странах практически по всему миру. Указывалось также, что приемник мог использоваться в аэропортах, автомобилях, вокзалах и т. д., в том числе в собственных дворах и даже ванных комнатах. В 1984 г. выпущены модели с цветными CRT-мониторами, которые фактически закрыла эпоху традиционных электронно-лучевых трубок в телевизорах. Рынок все больше начинает наполняться телевизионными приемниками с жидкокристаллическими экранами [3]. Новые технологии, открытые в 1888 г. Ф. Р. Райнитцером, австрийским ученым в области химии и ботаники, существенно (практически десятикратно) удорожали цену экрана, однако позволяли получить более качественное изображение, а кроме того были компактнее своих предшественников. Поэтому первыми потребителями аппаратов с жидкокристаллическими экранами были правительственные и военные организации, а затем, после удешевления производства, продукция с LCD-мониторами стала доступна и массовому потребителю. В июне 1983 г. компания CASIO выпускает первый массовый TV-10 с жидкокристаллическим экраном диагональю 67 мм, что потенциально создает этой компании основу для ее лидерства на рынке карманных телевизоров с жидкокристаллическим экраном.

Мы уже говорили о том, что технологические исследования проводятся по всему миру. И вот в 1982 г. на массовом рынке появляется продукт японской корпорации Sony Watchman FD-210. Однако его трудно назвать компактным в полной мере: его высота составляла 20 см, а ширина – 9 см.

В начале 1980-х гг. компания К. Синклера также использует новые технологии и выпускает Sinclair FTV1, что по расчетам должно занять должное место на рынке и обеспечить карманным телевидением буквально каждое домохозяйство. Однако и этот проект терпит неудачу, поскольку работу аппарата на 15 часов обеспечивали литиевые батареи, которые в то время стоили существенно: примерно 10 фунтов за 3 штуки, а стоимость телевизора была порядка 80 фунтов. Конечно, потребитель не желал нести эти расходы и телевизоры не приобретал.

В августе 1984 г. компания EPSON выпускает коммерческий карманный телевизор с жидкокристаллическим экраном, впервые передающим цветное изображение. Рекламный слоган этого продукта был «Anytime, anywhere, Televian» – везде и всюду с телевизором, то есть телевизор должен был ассоциироваться у потребителя с домашним питомцем, который может сопровождать своего хозяина везде и всюду, а его компактные размеры 160x80x31 мм и небольшой вес 450 г с батареей не обременят пользователя. Отметим, что впоследствии исследования и инновации также позволили компании занять одно из лидирующих мест на мировом рынке.

В мае 1985 г. фирма CASIO выводит на рынок усовершенствованную модель компактного телевизора с цветным жидкокристаллическим экраном, которая имеет более низкую по сравнению с аналогичными образцами конкурентов цену. В июне CITIZEN предлагает потребителям оценить модель футуристического дизайна Bookvision,

которая не только оснащена цветным дисплеем, но и имеет складную световую подставку. В 1986 г. упомянутые компании занимаются совершенствованием своих телевизоров под девизом «еще меньше, еще лучше», так для передачи звука используются наушники, которые оснащены антенной, экран расположен в крышке аппарата.

В 1987 г. компания CASIO открывает новую эру в производстве компактных телевизоров, которые способны передавать естественные цвета, так называемый Livingcolor. К концу 1980-х гг. аналогичные модели выпускают компании SONY и PHILIPS, которые в том числе рассматривают дизайн в качестве дополнительного фактора привлекательности для потребителей. В то же время некоторые компании, предлагая продукт верхнего ценового диапазона, практически не ограничивают функциональные возможности компактных телевизоров за счет улучшения характеристик и параметров аппаратов. Так, PHILIPS предлагает модель 4PL400, которая отличается от аналогичных более ярким экраном, шириной звукового поля, возможностью экономии энергии и памяти и пр.

Несколько ранее (в 1982-1983 гг.) японская компания SEIKO представила на рынке модифицированный компактный телевизор в часах. Это был сложный аппарат, дисплей которого размещался на циферблате часов, а остальная часть была отдельно. Несмотря на внушительные инвестиции добиться безупречного качества изображения не удалось, что при довольно высокой рыночной цене (50-600 долл. США) отрицательно сказывалось на объеме продаж на японском рынке. Тем не менее, такие часы-телевизор производили впечатление на публику, тем более что именно такие часы носил знаменитый Джеймс Бонд в фильме 1983 г. «Осьминожка».

В заключении отметим, что история формирования и развития рынка мобильного телевидения в XX в. – сложный комплекс, включающий процессы технического развития и предпринимательских усилий. Предприниматели, желая получить уникальный продукт для потребителей, вкладывали средства в научно-технические разработки, активно занимались маркетингом и рекламой, что в итоге привело к тому, что сегодня телевидение, в том числе мобильное, обычная реальность современного общества и бизнеса.

Библиографический список

1. Бирюков, Н. С. Буржуазное телевидение и его доктрины. – М.: «Мысль», 1977. – 282 с.
2. Колесниченко, О. Я. От дальновидения – к телевидению. – Краснодар. гос. ун-т культуры и искусств; изд. 2-е доп. – Краснодар, 2014. – 316 с.
3. Лейтес, Л. С. Развитие техники ТВ-вещания в России: справочник. – Изд. 2-е. – М.: Изд-во ФГУП «ГТЦ Останкино», 2008. – 568 с.
4. Burns, R. W. Television: An International History of the Formative Years. – The Institution of Electrical Engineers, UK. – 661 p.
5. Guenthoer, F. The short history of Pocket-TV. A chronology on the development of pocket-size Televisions [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.guenthoer.de/e-history (дата обращения: 12.10.2018).
6. Rodney, D. The Life of Clive [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rk.nvg.ntnu.no/sinclair (дата обращения: 12.10.2018).
7. Rodney, D. The Sinclair Story. – Duckworth, 1985. – 224 p.
8. Steckler, L. Fantastic new portable color TV. – Popular Mechanics, № 2, 1966. – Pp. 90-94.
9. RCA TV Equipment Section of The Broadcast Archive [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.olderadio.com (дата обращения: 12.10.2018).

References

1. Biryukov N. S. Burzhuaznoe televidenie i ego doktriny [*Bourgeois television and its doctrine of*], M.: Thought, 1977, 282 p.
2. Kolesnichenko O. YA. O dal'novideniya – k televeshhaniyu [*From far-sighted – to television*], Krasnodar. gos. un-t kul'tury i iskusstv; izd. 2-e dop., Krasnodar, 2014. 316 p.
3. Leites L. S. Razvitie tekhniki TV-veshchaniya v Rossii: spravochnik [*Development of technology of TV broadcasting in Russia: directory*], izd. 2-e, M.: Izd-vo FGUP «TTTs Ostankino», 2008, 568 p.
4. Burns R. W. Television: An International History of the Formative Years, The Institution of Electrical Engineers, UK. 661 p.
5. Guenthoer F. The short history of Pocket-TV. A chronology on the development of pocket-size Televisions. Available at: www.guenthoer.de/e-history (accessed 12.10.2018).
6. Rodney, D. The Life of Clive. Available at: rk.nvg.ntnu.no/sinclair (accessed 12.10.2018).
7. Rodney, D. The Sinclair Story, Duckworth, 1985. 224 p.
8. Steckler L. Fantastic new portable color TV, Popular Mechanics, I. 2, 1966, pp. 90-94.
9. RCA TV Equipment Section of The Broadcast Archive. Available at: www.olderadio.com (accessed 12.10.2018).