

## アメリカのケーブルテレビ

—プログラム・サービスについて—

(1) スーパーステーション

井 上 宏

Cable Television in America ~ Program Services ~ (1) Superstation

Hiroshi Inoue

### Abstract

It is well known that cable television is characteristic of multiple channels. What kind of programs do they carry to the subscribers? I research into the cable program services in U.S.A., where the age of the broadcasting TV has now shifted to the age of cable TV. Although cable televisions with multiple channels have come into reality in some areas in Japan as well, it can be a great help for cable TV's study to know about the cable TV in the United States. There are program services such as retransmission of broadcasting TV, local origination, access channel and service via communication satellites in American cable TV. The number of services via satellites amounts to more than 90. Here, I refer to the service via satellites, but I focus on a category of superstation, mainly on TBS superstation. In addition to it, I consider what characteristics the superstation has.

Key words : American cable TV, cable network, program supplier, communication satellite, Superstation

### 抄 録

ケーブルテレビが「多チャンネル」を特徴とするメディアであることは、よく知られているところであるが、その数多くのチャンネルにはどんなプログラムが流されるのであろうか。チャンネルに制限のあった空中波テレビの時代から、既に多チャンネルのケーブル時代を迎えているアメリカについて、そのプログラム・サービスの現状を調べる。日本においても、多チャンネルのケーブルテレビが誕生しつつあるが、ケーブル先進国のアメリカの状況は、多チャンネル利用の可能性を知る上で有益である。アメリカのケーブルには、再送信、自主制作、アクセス、衛星経由のサービスがあるが、ここではまず衛星経由サービスから取り上げる。と言ってもそれだけで90を越えるサービスがあり、いくつかのカテゴリーに分けて見ていくことになるが、本稿においては、まず「スーパーステーション」のカテゴリーについて取り上げる。その代表として、TBS SuperStation を主に取り上げ、その他には、WGN, WWOR などについて触れ、スーパーステーションの特徴について考察する。

キーワード：アメリカのケーブルテレビ、ケーブルネットワーク、番組サプライヤー、通信衛星、スーパーステーション

## はじめに

ケーブルテレビは多チャンネルを特徴とするが、それらのチャンネルはどんな事業者によって、どんな内容で埋められているのであろうか。多チャンネルと言っても、それぞれのチャンネルにどんなソフトがのっているのかが分からないと、多チャンネルの意味を明らかにすることはできない。

アメリカのケーブルテレビについて、その事業者と内容についてみていこうと思う。ケーブルテレビの番組サービスについては、地上波テレビの再送信、自局制作番組、それに衛星経由番組がある。ここでは、通信衛星を経由して各地のケーブルテレビ局に配信されているサービスに絞ってみていくことにする。と言っても、そのサービスの数は、1990年4月現在で95を数えるというから（「New Media」1990/8号、21頁）、その全てについて調べる余裕は現在のところないが、ここでは代表的と思われるケーブル・ネットワークに絞って取り上げることにする。

多チャンネルと一口に言っても、どれぐらいのチャンネル数を指すものなのか定かではない。1990年のアメリカの状況では30チャンネル以上持つ局が58.96%、ベーシック加入世帯数でいうと89.46%となり、圧倒的多数の人々が30チャンネル以上をエンジョイしている（「New Media」1990/8号、13頁）現状であることから、少なくとも30以上ぐらいは念頭に置いておいてよいだろう。技術的には100以上のチャンネルも可能ということであるが、現実には地域のニーズやコスト、ケーブル・オペレーターの政策や番組供給者の数によって決まってくる。従って、ケーブルテレビ局によって収容するネットワークの数は違ってくる。ネットワーク側からすれば、多くのケーブル局にネットして、多くの加入者を対象にしているところもあれば、そうでないところもあるというわけである。ケーブル・ネットワークは、多チャンネルの激しい競争の中にあって、それぞれが何らかの特徴を主張しており个性的であるのだが、特徴に注目していくつかのカテゴリーに分けて考えることができる。

本稿においては、まず「スーパーステーション」の概念でとらえられるものについて取りあげることとする。

文献資料については、その都度明示をするが、アメリカのケーブルネットワークについての詳細は、私自身が直接個々のサプライヤーから集めた会社案内、年報、新聞発表資料、番組表などに多くを負っている。それといくつかの現地のケーブルテレビ局を訪問して関係者にインタビューするなどして得た資料から得たものも多い。そして現地でケーブルテレビに加入をして視聴体験をしたことは、実際に多くのことを知ると同時に、想像力を刺激されて役にたった。私は、1985年4月から1年間、アメリカのインディアナ大学テレコミュニケーション学部 に滞在。Donald E. Agostino 教授, Susan T. Eastman 教授, Dolf Zillman 教授などの講義を聴講。ブルーミントン（インディアナ州）の「Horizon/Tele-Communications」と「Community

Access Channel 3」, インディアナポリス（インディアナ州）の「Indianapolis Cablevision」, トロント（カナダ）の「Rogers Cable TV」, メリビル（ミズリー州）の「Maryville Cable TV」などを訪問。2度目の渡米は、1989年2月から11か月間で、ミズリー州のロックハースト大学に滞在。William J. Ryan 教授, Charles Moran 教授らと研究交流。カンザス・シティ（ミズリー州）の「American Cablevision」を訪問。この年インディアナ大学の Eastman 教授を再訪して有益な示唆を得る。資料収集に協力をいただいた関係者の方々及び上記の教授各位に感謝する次第である。

## 1. スーパーステーション (superstation)

現在稼働している代表的なスーパーステーションとしては、アトランタの「TBS SuperStation」とシカゴの WGN, ニューヨークの WOR が上げられる。

スーパーステーションというのは、通信衛星やコモン・キャリアーのマイクロウェーブを使ってケーブルテレビ向けに配信をする独立放送局のことを言う。放送局として地元エリアで電波を出しながら、同時にケーブルテレビ向けにもサービスを行うのである。

### 1) TBS SuperStation

アメリカのケーブルテレビを語るときに欠かすことのできない人物にテッド・ターナー (Ted Turner) という男がいる。アメリカ南部のアトランタ（ジョージア州）にあって、父の経営する広告会社のターナー・コミュニケーション・コーポレーションの会計担当を勤めていたが、後に会社の代表となり、放送業界に進出をはかる。1970年1月1日に、アトランタの経営不振に陥っていた独立U局のチャンネル17 (WJRJ) を買い取り、名前を Turner Communications Group の名を折り込んで WTCG とした。このときターナーは32才であった。

1976年1月3日に、ターナーは地元のプロ球団であるナショナル・リーグのアトランタ・ブレーブス (Atlanta Braves) を買収する。プロ球団を所有することは、そのテレビ放映権を持つことであり、番組編成において有利な立場を獲得したことになる。

ターナーは、テレビ局でありながらケーブルテレビ向けに番組の配信が出来るということに目を付け、伝統的なテレビネットワークとは違った新しいケーブルネットワークを考え実施にうつしたのである。そして送り出し局となる自らの局を「スーパーステーション」と名付けた。1976年12月17日、WTCG は RCA の Satcom 1 のトランスポンダーを使って、初めてケーブルテレビ向けに番組ネットを行ったのである。この時受信したケーブル局はわずか4局で、2万4千の加入世帯が対象であった。最初のスーパーステーションの誕生である。

1977年1月28日、テッド・ターナーは地元のプロ・バスケットチーム、アトランタ・ホークス (Atlanta Hawks) を買収。人気スポーツの二つを手にしたわけである。プロ野球といいプロバスケットといい、どちらもローカルで人気があると同時に全国的に人気があるスポーツで、そう

いう意味で WTCG は全国に送り出せる強いソフトを手にしたことになる。

1979年8月21日、Turner Communications Group が Turner Broadcasting System, Inc. と名が変わり、8月27日に WTCG は WTBS と変更される。名称は実態に合わせてその後も変わっていき、1987年9月に Super Station TBS となるが、1989年7月にロゴは TBS Super Station と書き改められる。このプロセスはスーパーステーションを名乗り出たところから、全国ネットワークとしての位置を名実ともに確立し、そのことを明確にすることであった。

1981年2月1日、TBS はニールセン調査会社による視聴率調査の対象に加えられるようになり、これはケーブルネットワークとしては初めてのことで、これ以降広告主が積極的に反応するようになる。TBS はベーシック・サービスで提供されており、広告に依存するところが大きい。

1982年1月に衛星 Satcom 1 は Satcom 3-R に切り替わり、更に1985年1月には、Galaxy 1 にとって代わられる。1985年4月12日、TBS は24時間のステレオ放送を開始。あらゆる年齢層に渡る幅広い番組を用意したファミリー・エンタテインメントのネットワークを目指す。

番組編成の上では、家族向きの全国ネットワークを目指すという点で、地上波の3大ネットワークと変らないのであるが、それらとの差を出すための、特色を出した編成を行っているのが注目される。

1982年1月30日、TBS はジャック・クストー (Jacques Cousteau) の「海底世界」を放送。これを機にクストーのシリーズものに対する権利を得た他に、そのオリジナル作品の放送について、クストー協会 (The Cousteau Society) と契約を行った。

1984年6月6日、それまでのアトランタ・ブレーブスの野球とアトランタ・ホークスのバスケット・ボールに加えて、スポーツの一層の強化のために、NBA (National Basketball Association) との2年間のケーブル独占契約を結ぶ。その後更に契約を更新して1990年まで延長を決める。また84年東南地域グループのカレッジ・フットボールのケーブル放送権を得る。TBS は以上のようなプロ野球、プロ・バスケット、大学フットボールなどの他にも自動車レースやトラック・フィールド競技なども取り上げ、年間約250のスポーツ・イベントを放送する。

スポーツでは特筆すべきこととして、1986年7月5日から20日迄モスクワで開かれた初めてのグッドウィル・ゲーム (Goodwill Game) の中継放送を行ったことが上げられる。この時の参加国は75か国に及んだ。TBS はソ連のテレビ・ラジオ国家委員会と身体文化・スポーツ国家委員会と協定を結び、さまざまなゲームを129時間に渡って放送した。1987年、TBS はグッドウィル・ゲームの放送で4つのエミー賞を獲得。グッドウィル・ゲームは4年毎に開催されるが、TBS は1988年迄関係することになっている。

映画も TBS がエンタテインメント編成の柱にしているもので、6000本を越える映画のコレクションを所有している。

1986年3月25日、TBS は MGM/UA のフィルム・ライブラリーを買収。MGM Entertainment Company は、Turner Entertainment Company に変る。MGM 関係のもので3700

本あって、1950年以前のワーナー・ブラザーズ・クラシックス（Warner Bros. Classics）のもの合わせると、6000本ぐらいになると言われている。それらの中から、TBSは毎週35～40本の映画を流すのである。1986年9月には、白黒のクラシック映画のカラー化を試み「Yankee Doodle Dandy」のカラー版を初公開。そして100本のカラー化された白黒映画をシリーズで放送する「The Color Classic Network」をスタートさせるのである。若い視聴者を引きつけるためというのがその理由である。1988年11月9日には「カサブランカ」のカラー版を初公開している。

エンタテインメントの第三の柱は、音楽バラティーターである。毎金曜日と土曜日深夜の「Night Tracks」で、その週のトップテン音楽、ロック、ポップ、リズム&ブルース、ダンス音楽など最新ポピュラー・スターのミュージック・ビデオを14時間放送する。ウィークエンドの深夜をポピュラーな音楽とスターで編成するのを特徴としている。

TBSの今一つの特徴に、ドキュメンタリーがある。1982年に、クストー協会と契約し、クストー協会によって制作された探検と冒険のドキュメンタリーを放送。「クストーの世界再発見」（Cousteau's rediscovery of the world）は5年がかりで撮影された地球システムの生態学的研究の成果で、20回シリーズで放映される。1986年3月にデビュー。クストーのチームはハワイ、日本、ホーン岬、キューバ、フィリピン諸島、インドネシア、インド、支那海、南太平洋などの海図にない地域の探索をフィルムに収めたのである。

他のクストーのスペシャルものでは、アメリカ合衆国の水システムの全貌を初めて追った「クストー／ミシシッピ」（エミー賞受賞）、アマゾン川流域を探索した「クストー／アマゾン」、アマゾンとアメリカ合衆国との間のコカイン問題を追った「ジャングルのなかの吹雪」（Snowstorm in the jungle）などを放送。

1984年8月20日、TBSはThe National Audubon Societyと長期に渡る番組制作について協定を交わす。それに基づいて環境問題を扱ったクォーターリーのシリーズものを企画。1986年に「オーデュボン・スペシャルの世界」（World of Audubon Specials）を制作するために、TBSはNational Audubon SocietyとPBSとで共同事業を起こす。

1985年11月7日、TBSはThe National Geographic Societyと長期に渡っての番組編成の契約を交わす。National Geographic Societyの「Explorer」は実生活における冒険や探検に焦点を当てて人間の行動を追跡するもので、毎日曜日の午後9時（東部時間）に放送される。1987年3月22日放送された「タイタニック号の秘密」は「Explorer」の特別番組であったが、ニールセン視聴率で11.4%、占拠率17%が記録され、ベーシック・サービスで最高の視聴率をあげたドキュメンタリー番組となった。

1988年3月20日から22日迄、トータル7時間のスペシャル番組として「ソビエト連邦の実像」（Portrait of the Soviet Union）を放送。国民、地理、文化など広範囲に取材し、アメリカではそれまでに見られたことのないソ連の一面を見せた。制作に2年間かけ、ソビエトについ

てそれまでになかった最も包括的な番組を制作したのである。

ソ連関係ではもう一つ、ソ連のグラスノチ政策以来のソビエト放送の変化を伝えた3時間の「Larry King's Night of Soviet Television」が注目される。

TBSはThe Better World Societyと協同して、世界の問題に視聴者の関心を高めるためのスペシャル番組を制作。1987年2月には、超大国の関係と核兵器問題を扱った「恐怖を越えて」(Beyond Fear)という5分番組のシリーズを放送。核材料の闇市を取りあげた「Terror Trade; Buying the Bomb」などがある。

TBSはNational Education Associationとの協同で、変貌する社会が教育システムにどんな影響を与えるのかを問題とした「Whose School is It」といったスペシャルを作っている。

TBSのニュースは、一般のニュースと素材の取り上げ方が変っている。毎日曜日前午10時(東部時間)からの30分番組で、世界のニュースからその週で最も元気づけてくれるニュースを取りあげる。人間の積極的で健康的で創造的な側面の報道を行うのである。

1988年3月現在で、TBSは全米のテレビ所有世帯の50%に到達。89年3月現在では、4千9百万世帯を越えて届くまでに成長した<sup>1)</sup>。

TBSはスーパーステーションでありながら、ケーブル・ネットワークのベーシック・サービスとして、一般向きの総合編成を特徴としたチャンネルを目指し、地上波の3大ネットワークとは違った編成のタイプを作り出したものとして注目される。地元アトランタのプロ・スポーツを野球とバスケットで2チームを所有し、映画の膨大なコレクションを所有している点が大きな強みとなっている。つまりは他のチャンネルと競争していけるだけのソフトを持っていることであろう。最初からソフトがあったわけではなく、一つ一つ獲得していったのもテッド・ターナーの事業者精神によるものと思われる。スポーツの世界でも、3大ネットワークが手をつけないグッドウィル・ゲームを取り込んだり、ソ連について大胆な取材を試みたりしたことにも、そのことが伺える。

TBSを基本的にはエンタテインメントのネットワークとしながらも、ドキュメンタリーの編成に意を用いている点に興味がそそられる。その制作方法として、Cousteau Societyとか、National Audubon Society, National Geographic Society, Better World Societyなどの団体と協同し、それぞれの団体の特徴を生かして制作を展開している点が注目される。ソフト開発の一つの方法と言えよう。過去の映画ライブラリーも大きな価値を持つが、新しい番組作りをどうするかは、ケーブル・ネットワークがいつもかかえなければならない問題である。総合編成を目指すTBSとしては、それだけ一層新しい試みにチャレンジする必要があるであろう。

## 2) WGN

WGNは、シカゴにあるVHF局の独立局で、親会社はTribune Company。スーパーステーションとしてのスタートは1978年11月。衛星はGalaxy 1を用いて2300万を越える世帯をカバ

一する。看板番組はスポーツの生放送で、親会社がプロ野球のシカゴ・カブズ (Chicago Cubs) を所有している。プロ・バスケットのシカゴ・ブルズ (Chicago Bulls) のゲームや中西部ビッグ・テン (Big Ten) の大学スポーツなどを独占的に放送したり、スポーツ中継を大きな特色としている。ローカルのスポーツはローカル市場で強みを発揮し、WGN は全米第 3 位のシカゴ市場の独立 V 局として、成功している放送局である。月額 1 世帯当たり 10 セントの支払いで、コモン・キャリアーの会社によって、ベーシック・サービスとして配信される。スーパーステーションであるので、WGN の全視聴者の約半数はシカゴ地域外に住む人達となっており、特に中西部において強みを発揮している。

1985年に、野球の大リーグはスーパーステーションで取り上げられるチームに対して、リーグ 26 チームに分配するために、年間料金の課金を始めだした。そのため WGN の親会社はシカゴ・カブズの放送で年間約 300 万ドルを支払っている。

WGN は子供番組、劇場用映画やテレビ映画なども放送するが、TBS と同様に地元のスポーツを編成の柱にしているところが注目されるのである<sup>2)</sup>。

### 3) WWOR

WWOR はニューヨークの独立 V 局で、歴史もありローカル経済で潤っている放送局である。元の WOR で、1987年 RKO から MCA によって買収される。ニューヨークの 800 万人の視聴者に加えて、2000 を越えるケーブルテレビ局を対象に約 1200 万世帯をカバーする。

WWOR は主としてスポーツを、そのほかに映画やオフ・ネットワークの再放送ものを取りあげますが、伝統的にスポーツを誇ってきた。そのなかには、野球のニューヨーク・メッツ (New York Mets)、ホッケーのニューヨーク・レンジャーズ (New York Rangers)、ニューヨーク・アイランダーズ (New York Islanders)、ニュージャージー・デビルズ (New Jersey Devils)、サッカーのニューヨーク・コスモス (New York Cosmos)、バスケットボールのニューヨーク・ニックス (New York Knicks) とニュージャージー・ネッツ (New Jersey Nets) などのプロスポーツの 7 チームを含んでいる。そしてまた、東部ビッグテンの大学バスケットボールのゲームも放送する。しかし、80 年代の後半にはいって、オフ・ネットワークの再放送ものを増やし、1987年には人気番組のコスビー・ショー (The Cosby Show) 125 話に対し、1 話に 35 万ドルという記録的な値を付けた程である。現在、その番組編成は約 3 分の 1 がスポーツで、3 分の 1 が映画、3 分の 1 がシリーズのシンジケーションものになっている<sup>3)</sup>。

### 4) その他のスーパーステーション

その他にはニューヨークの独立局である WPIX やダラスの独立局である KTVT が知られている。WPIX は放送でカバーする視聴者とケーブルで対象とする視聴者を合わせて、東部地域 1100 万世帯をターゲットにしている。編成のパターンは WGN や WWOR と同様だが、プロ

野球大リーグのニューヨーク・ヤンキース (New York Yankees) の放送を特徴としている。KTVT も地元のプロ野球テキサス・レンジャーズ (Texas Rangers) や大学のフットボール、バスケットボールの中継が特徴となっている<sup>4)</sup>。

ラジオのスーパーステーションとして、WFMT-FM のステレオ放送がある。衛星経由でケーブルテレビに送られる。番組はボストン・ポップス・オーケストラ、ボストン・シンホニー・オーケストラ、シカゴ・シンホニー・オーケストラ、クリーブランド・オーケストラ、フォークミュージック・コンサート、ヒューストン・グランド・オペラ、国会図書館コンサート、ニューヨーク・シティー・オペラ、ミルウォーキー・シンホニー・オーケストラ、ニューヨーク・フィルハーモニック・オーケストラ、フィラデルフィア・オーケストラ、サンフランシスコ・オペラ、サンフランシスコ・シンホニー・オーケストラなどの音楽で編成されている。ケーブルテレビに流す以前から聴取者からも批評家からも尊敬を勝ち得ていたラジオ局で、番組の戦略の一つに作曲家に作品を作らせることがある。コマーシャル・タイムも多くのラジオ局が一時間当たり通常18分のところ4～5分しかとっていない<sup>5)</sup>。

## 5) スーパーステーションの特徴

### a) ケーブルテレビへのネット

スーパーステーションは、V局であるかU局であるかを問わず、どのネットワークにも加盟していない独立局である。地上の電波だけにしか出口がないとき、独立局はネットワーク加盟局に比べて不利である。加盟局ならネットワークから番組を受けることが出来るし、またネットワークに流すことも出来る。独立局はそれが出来ないのである。ケーブルテレビへの配信は、独立局にとってはまさにもうひとつの出口なのである。

放送局でありながら、ケーブルテレビへのネットが可能になるのは、FCC のケーブル規制の自由化の賜物であるし、また受信アンテナの低価格化の所産である。

1962年には、ローカルテレビがケーブルテレビと同一のコミュニティにある場合、FCC はケーブルテレビが遠隔地からの電波をマイクロウェーブを使って移入することを禁止した。66年には、ケーブルテレビはローカルテレビの全てを伝送しなければならないとし、そして上位100位までのマーケットへの電波の移入は、それが公共の利益に適うかどうかの決定をする FCC のヒアリングを受けなければならないとした。このヒアリングの要求は、いかなる送信手段にかかわらず、全ての電波の輸入は FCC の承認を得なければならないというものであった。FCC にはヒアリングの要求が満ち溢れてしまい、多くのケーブル・オペレーターは、FCC のヒアリングを待つ間その建設を延期した。

1972年に FCC によって新しいルールが出来るが、そこでもまだマーケットの大きさによって、移入電波に制限を加えていた。上位50位までのマーケットでは、移入は2つのシグナルについて許され、その次ぎの50位マーケットでは、1つが認められたに過ぎない。おまけに上位25位



マーケットから移入されるシグナルは最も近い都市からのものであるべきであるとされた。そのほか番組に関して2つの規則があった。1つは、ケーブルテレビは地元のネットワーク加盟局が流すのと同時に同じ番組を移入電波で流すことは出来ないとしたことである（black out rule）。2つ目は、上位50のマーケットにあるケーブルテレビは、シンジケート番組を流す時、それがシンジケート市場に出されてから、あるいは地元ローカル局がその放送権を買った場合、その1年以内は放送してはいけないというものであった。

1970年代の中頃から、FCCはローカル放送局の経済的保護を考えていたが、ケーブルテレビの遠距離電波の移入が害を及ぼすという根拠を見出すのが難しくなり、漸次制限を取り外していったのである。1980年にはFCCはブラック・アウト・ルールを廃止してしまった<sup>6)</sup>。

スーパーステーションがケーブルテレビで受信されるためには、受信アンテナの費用が安くなる必要があった。1975年にFCCはケーブルテレビにレシーブ・オンリー（Receive-Only）の地球局の建設を認めた。そのときのFCC規則では、ディッシュ（dish）は直径9m以下であってはならなかった。値段も85,000ドルから125,000ドルもした。1976年の終りにはFCCは、アンテナを4.5mのものまで認め、それによって値段は8,000ドルから60,000ドルまでに下がったのである。1983年の終りまでには、5000以上のケーブルテレビが地球局の建設を終えた。中には、2,500ドルで作られたものもあった。安い投資で衛星からのサービスが受けられるというのが「ケーブル革命」を起こしたとも言われているぐらいである<sup>7)</sup>。

FCCはローカルのテレビを保護しながら、同時にケーブルテレビも育ててという狭間でさまざまな妥協策を考えてきたわけであるが、スーパーステーションの出現は従来の放送秩序を変革する大きな要素になったと思われる。

#### b) スーパーステーションの経営

スーパーステーションは、ケーブルテレビの加入者へと視聴者のターゲットを拡大していても、直接の見返りはない。拡大した視聴者数の大きさによって、広告料金の値上げをはかって収入を増やそうとするのである。初めのうち、広告代理店はローカル・マーケットを越えて、視聴者を増やしても広告主はそれに対してお金を払わないであろうと思っていた。当時の営業の考え方としては、増えた視聴者は「ボーナス視聴者」（bonus audience）ということで広告主に与えられるものであった。こうしたボーナス的考え方を破るということは、ケーブルテレビの視聴者がかなりの数に及んで初めて可能になったのである。スーパーステーション側もケーブル側に受けてもらい、ケーブル視聴者にアピールするためには、お金をかけた番組を用意しなければならず、そのためにも料金を上げざるをえないというわけである<sup>8)</sup>。

スーパーステーションは、コモン・キャリアーの会社が独立テレビ局の放送電波をキャッチして、それをマイクロウェーブで衛星地球局のアップリンク伝送機に送り、その目的のためにリースされた衛星のトランスポンダを経由させ、ケーブルテレビが用意するダウンリンク受信機に落

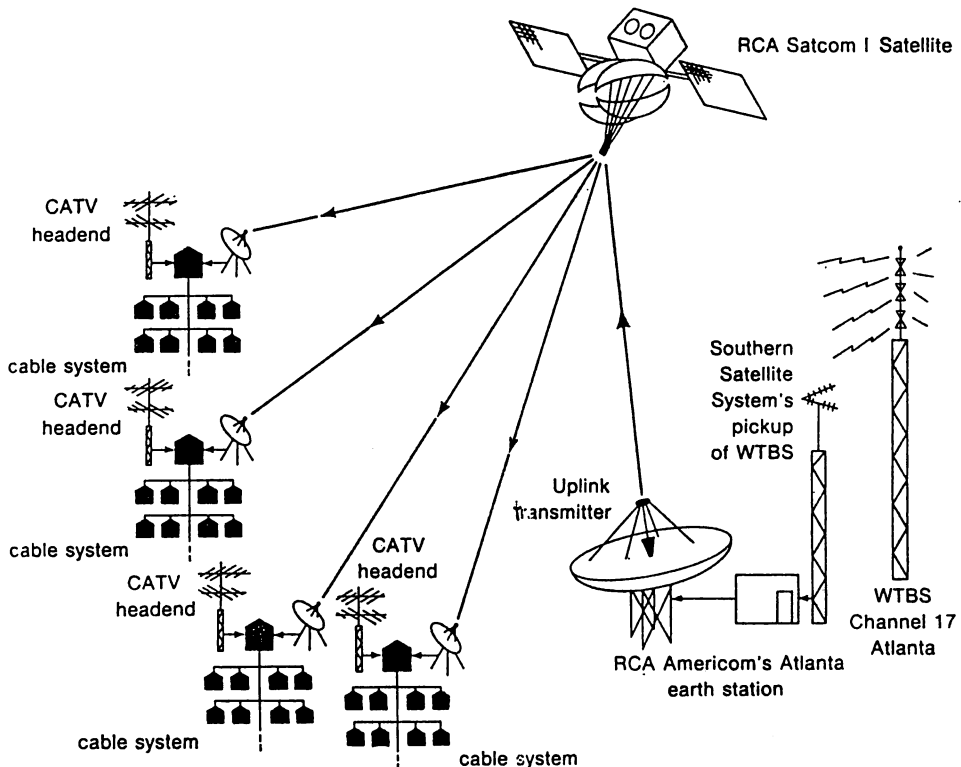
とすのである。図Aは TBS の例を示したもので、コモン・キャリアの Southern Satellite System が、TBS の電波をとらえ、RCA Americom のアトランタにある地球局とやはり RCA のトランスポンダーを経由させて、各地のケーブルテレビの受信アンテナに伝送している図を書いたものである。現在では、衛星は Galaxy 1 が利用されている。

ケーブル・オペレーターは、スーパーステーションの著作権のかかった番組については、著作権料を支払う。またケーブルテレビ側は、コモン・キャリアの会社にスーパーステーションの伝送料として、加入者の合計数を基にして料金を支払うことになっている。このお金はスーパーステーションに入るものではない。1983年のデータだが、月額1加入者当たり10セントとなっている<sup>9)</sup>。

c) 24時間サービス

一般のテレビ局が放送する時間は、1日のうち通常18~20時間位であるが、スーパーステーションは24時間放送をする。アメリカでは東部と西部とでは3時間の時差がある。あるスポーツが東部で午後7時30分に始るとしたら、西部では午後4時30分である。このような時差の存在は見

図A：スーパーステーションのケーブルテレビへのネット



(Susan T. Eastman, Sydney W. Head & Lewis Klein 「Broadcast/Cable Programming」 2nd Edition, 1985, 303頁より抜粋)

る側からすると不便なので、リピートをはさむことによって、それぞれの生活時間に合わせるようにするというのが、編成の仕方となる。24時間サービスのチャンネルは、日本の感覚ではリピートが多いという印象を受けるが、全国一律にサービスを展開するかぎり、時差からくる悩みの解決策としては止むを得ないというべきである。

ケーブルテレビの方からすれば、深夜帯を埋めるために、スーパーステーションは有難い存在となる。何故ならケーブルテレビが24時間のサービスを展開できるということは、加入者を獲得するために重要なセールス・ポイントになるからである。数は多くなくても、その地域に生活して、通常の間帯でテレビが見られない時差出勤の勤労者に、見てもらえるからである。深夜労働者は帰宅後午前1時から6時の間にテレビを見るという。広告もそのような人々にターゲットを絞って行われる<sup>10)</sup>。

ケーブルテレビの多チャンネル性は、その全てが利用されるのではなくて、利用する側からすれば、自らのニーズに見合ったものが含まれさえしておればよいわけで、24時間サービスもその内の一つであって、多チャンネルはそういうことを可能にしてくれるわけである。

#### d) 番組編成の特徴

先に見たように、TBS を初めとしてスーパーステーションは、スポーツの生放送が編成上の要である。それぞれが立地する地域でのプロ・スポーツや大学スポーツを押えた布陣が強みである。スーパーステーションは、放送局でもあるので、番組の制作能力があり、必要な機材と人材を備えているので、スポーツ放送ばかりではなく、ロック・コンサートや重要な祝祭イベントや公共的イベントなども中継する。

スーパーステーションは、ローカルにおいて見られると同時に、広く全国にアピールする番組を作り、編成することに力を入れる。全国にアピールできるものは、放送とケーブルに使用するばかりでなく、他の独立局や小さなマーケットの局にシンジケーション番組として販売し、制作費の回収に努める。

映画をよく使用するが、これも TBS の場合は莫大なフィルム・ライブラリーを所有していて、ソフトに対して莫大な投資を行っている。

多くの独立局では、シンジケーション番組をよく使用するが、スーパーステーションでは、殆どの放送局では採用しないと思われるような作品、「Father Knows Best」や「Leave It to Beaver」といった古いものを取りあげる。全国マーケットに出せばそれなりに見られるという計算であろう。私自身も、カンザス市で滞りの折、TBS で「Father Knows Best」を見たが、日本では「パパは何でも知っている」で有名になったテレビ映画で、懐かしく何度も見てしまうという体験をした。

ローカルニュースは他の地域の人々には向かないので、スーパーステーションは全国向けのニュースを取りあげる。TBS の場合は、CNN と同じグループなので、全国向けのニュース編集

は容易である。その場合も、他のネットワークとは違ったニュース編集を特徴としている<sup>11)</sup>。

TBS のところで見だが、ドキュメンタリー制作で、外部の学術・教育団体と提携しての制作は、当該団体にとってもメリットがあり、映像作品を生み出していくこれからの方法として興味がそそられるところである。

(註) 資料は会社案内・年報・新聞発表資料などに多くを負っているが、関係個所での参考文献を次に記す。

#### 参 考 文 献

- 1) Sydney W. Head & Christopher H. Sterling [Broadcasting in America] 5th edition, Houghton Mifflin Company, 1987. p.276  
Susan T. Eastman, Sydney W. Head & Lewis Klein [Broadcast/Cable Programming] 3rd edition, Wadsworth Publishing Company, 1989, p.288-289  
Thomas F. Baldwin & D. Stevens McVoy [Cable Communication], Prentice Hall, Inc., 1983, p.112-113
- 2) Eastman, Head & Klein 前掲書 2nd edition, 1985, p.307. 同 3rd edition 1989, p.289
- 3) 同上 3rd edition, 1989, p.289-290
- 4) 同上 3rd edition, 1989, p.290
- 5) John R. Bittner [Broadcasting & Telecommunication] 2nd edition, Prentice-Hall, Inc. 1985, p.153
- 6) G. Kent Webb [The Economics of Cable Television], Lexington Books, 1983, p.31-35  
Eastman, Head & Klein 前掲書, 2nd edition, 1985, p.310
- 7) Eastman, Head & Klein, 前掲書, 2nd edition, 1985, p.302-304
- 8) 同上 2nd edition, 1985, p.304-305
- 9) 同上 2nd edition, 1985, p.302. 同 3rd edition, p.288
- 10) 同上 2nd edition, 1985, p.309-311
- 11) 同上 2nd edition, 1985, p.311-313