

## СОЦИАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ

**Ключевые слова:** платное телевидение, рынок услуг, социальная направленность, телекоммуникационные услуги, цифровое телевидение.

**Аннотация.** В статье рассматривается развитие и использование телекоммуникационных услуг с точки зрения уровня их социальной значимости, как важнейшей составляющей услуг данного вида. Рассмотрены основные направления влияния телекоммуникаций на социальную жизнь населения страны. В качестве важного направления рассмотрено существующее положение и перспективы развития цифрового телевидения. Проанализирован рынок платного телевидения в России.

Телекоммуникационные услуги сегодня – двигатель прогресса и основная платформа для построения информационного общества. А уровень обеспеченности населения телекоммуникационными услугами – это неотъемлемый атрибут системы показателей качества жизни населения. Телекоммуникационные услуги приобретают всё большую социальную направленность.

Стремительно развивающиеся рынки мирового сообщества предъявляют с каждым днем все новые и новые требования к уровню технологичности информационного обмена предоставления услуг. Услуги сегодня создают 70 % совокупного производства и рабочих мест в странах, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития, и формируют около 75 % ВВП США.

Телекоммуникационные услуги вплоть до 80-х годов XX века не являлись самостоятельно выделенной отраслью в народном хозяйстве, им отводилась роль вспомогательного средства при развитии промышленности, сельского хозяйства [3, с. 37].

Д. Белл предсказывал внедрение информатизации в развитие всех сторон жизни общества на основе компьютерных технологий и даже утверждал, что в будущем рынок будет заменен организованным обменом на основе компьютерных сетей. Такие сети, по его мнению,

строятся на основе телекоммуникаций. Основой появления нового общества должна стать телекоммуникационная революция, которая позволит перейти от индустриального к сервисному (информационному) обществу.

Информационная сеть в узком значении понимается как технологическая среда, которая состоит из каналов связи (проводная, радио-, спутниковая связь), узлов (маршрутизаторов, коммутаторов) и клиентских устройств (компьютеры). В более широком смысле информационные сети являются свободной средой коммуникации между людьми, что сделало их не просто техническим средством передачи информации, а одним из каналов связи в рамках социальной коммуникации. Следовательно, информационная сеть социальна, она позволяет устанавливать новые социальные отношения, социальные возможности. Данное утверждение подтверждается в концепциях различных социологов тем, что новые технологии обладают интерактивностью, при которой возможна обратная связь между участниками коммуникации, что делает общение в информационных сетях полноценным актом социальной коммуникации. И наоборот, отсутствие обратной связи разрушает процесс коммуникации [3, с. 54].

Как доказывает Э. Тоффлер, во всех обществах существует коммуникационная среда, или инфосфера, которая сложилась на стыке техно- и социосферы, которые она обслуживает, помогая интегрировать экономическое производство с поведением отдельных людей. Каждая из этих сфер выполняет свою ключевую функцию в более крупной системе, а все вместе они образовали структуру информационного общества.

Таким образом, развитие информационных и телекоммуникационных технологий, информационных сетей и их включение в социальную среду способствовало развитию современного информационного общества.

Информационное общество характеризуется высоким уровнем развития информационных и телекоммуникационных технологий и их интенсивным использованием гражданами, бизнесом и органами государственной власти.

С помощью телекоммуникационных услуг люди получают не только дополнительные каналы для обмена информацией. Информатизация общества приводит к изменениям в других областях жизни, в частности, общественно-политической (интерактивное ТВ, голосование и подсчет голосов на выборах через Интернет) и образовательной (дистанционное обучение). Кроме того, с развитием телекоммуникаций происходят изменения и на рынке труда – такие профессии как

биржевой брокер, переводчик, журналист стали доступны более широким слоям населения, т. к. телекоммуникации позволяют выполнять необходимую работу удаленно, используя сеть Интернет для передачи информации.

Социальная направленность информатизации выражается, прежде всего, в предоставлении гражданам страны возможностей реализовать свои конституционные права на доступ к открытым информационным ресурсам, в достоверном информировании российской и международной общественности о социально значимых событиях российской и международной жизни, в развитии индустрии и инфраструктуры информационных, компьютерных и телекоммуникационных услуг. Это диктует необходимость конвергенции, тесного взаимодействия всех трех составляющих процессов информатизации.

Рынок телекоммуникационных услуг – это социальный институт, сложившийся в сфере экономической деятельности по передаче, обмену, хранению информации, основанной на системе правил и норм и социальном контроле за их исполнением, совокупности общественных отношений, складывающихся в процессе экономической деятельности хозяйственных агентов, в целях регулирования конкуренции и уровня цен и выполнения социально значимых функций.

Телекоммуникационные услуги дают практически неограниченные возможности не только различным отраслям для повышения эффективности использования обмена и получения информации, но и для различных категорий потребителей.

Телекоммуникации в России являются одной из наиболее динамично развивающихся и обладающих потенциалом долгосрочного экономического роста отраслей. Охват сотовой связи достиг уже почти 100 %, абоненты фиксированной связи начинают постепенно отказываться от этой услуги. Наиболее активно растущие сегменты рынка – Интернет и цифровое платное телевидение.

Телерадиовещание сегодня находится ближе всех к каждому жителю нашей страны, обладая самым мощным и целенаправленным социальным эффектом. Поэтому социальную направленность телекоммуникационных услуг мы предлагаем рассмотреть и оценить именно на примере телевизионных услуг.

Состояние телерадиовещания как важнейшего средства массовой информации, направления и темпы его развития имеют первостепенное значение для социальной стабильности общества, информационной безопасности государства, экономической активности и духовного развития населения. Для активизации и систематизации деятельности по усовершенствованию телерадиовещания государством разра-

ботана федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» от 3 декабря 2009 г. № 985р. Программа содержит комплекс мер по формированию современной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры.

Основу государственной системы телерадиовещания составляют ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания», ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС), ОАО «Первый канал», ФГУП «Космическая связь», ФГУП «Телевизионный технический центр «Останкино».

Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)», утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р, также в качестве одного из приоритетов государственной политики в сфере развития информационного общества в Российской Федерации выделяет развитие телерадиовещания, модернизацию системы телерадиовещания, расширение зоны уверенного приема российских телерадиопрограмм.

В результате реализации основных направлений и мероприятий Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации к 2015 году должен быть достигнут показатель уровня доступности для населения базовых услуг в сфере информационных и телекоммуникационных технологий – 100 % [1, с. 92].

К настоящему времени в Российской Федерации имеются существенные различия в доступности эфирных телевизионных каналов для населения в различных регионах страны, при этом около 1,6 млн человек, проживающих примерно в 10 тыс. населенных пунктах, не охвачено телевизионным вещанием, а более 3 млн человек имеют возможность принимать лишь одну телевизионную программу.

Так как основу информационного обеспечения населения страны составляет созданная в течение нескольких десятилетий государственная система бесплатного наземного эфирного телерадиовещания, то задачи обновления инфраструктуры наземного вещания и перехода на современные цифровые технологии подготовки и трансляции телерадиоканалов носят неотложный характер и имеют первостепенное значение в соответствии с приоритетами развития Российской Федерации. Существенным фактором, определяющим сроки реализации Программы, является решение Международного союза электросвязи, принятое на конференции по планированию наземного цифрового вещания «Женева-06», устанавливающее срок окончания переходного периода на цифровое наземное эфирное вещание – 2015 год.

Основным направлением действия Программы является обеспечение всеобщего охвата населения страны цифровым телерадиовещанием.

Предполагается, что к концу 2015 года жители России смогут смотреть не менее 20 цифровых эфирных телеканалов, включая канал в формате телевидения высокой четкости.

Цифровое эфирное телевидение – это новый этап развития телевидения во всем мире. ЦЭТВ – это технология передачи телевизионного изображения и звука при помощи цифрового кодирования видеосигнала и сигнала звука с использованием цифровых каналов. Цифровое кодирование в отличие от аналогового обеспечивает доставку сигнала с минимальными потерями, так как картинка и звук цифрового сигнала не подвержены влиянию внешних факторов.

Цифровое эфирное телевидение обеспечивает интерактивность, которая включает социальные опросы, голосование в конкурсах, образовательные программы. Переход на цифровое эфирное вещание идет во многих странах мира. В 2010 году цифровая эфирная трансляция началась и в России.

В ходе реализации Программы решаются следующие задачи:

- модернизация инфраструктуры государственных сетей телевизионного вещания и переход на цифровые технологии телевещания;
- создание многофункциональных космических аппаратов для распределения телевизионных каналов по всем временным вещательным зонам;
- создание системы цифровизации архивных материалов, их обработка и классификация на базе ФГУ «Государственный фонд телевизионных и радиопрограмм»;
- развитие новых видов телевизионного вещания, включая телевидение высокой четкости.

Для обеспечения жителей страны многопрограммным цифровым телевизионным вещанием остаются востребованными и важными все виды телевизионного вещания. В конечном итоге цифровые технологии наземного, спутникового и кабельного вещания, а также технологии радиодоступа будут не вытеснять, а дополнять друг друга, что позволит обеспечить равные права граждан Российской Федерации на получение социально значимой информации.

Сеть эфирного наземного телевещания традиционно является одной из наиболее доступных для любого россиянина, поэтому чрезвычайно важно, чтобы построенная сеть соответствовала самым современным требованиям и обеспечивала возможность запуска новых

услуг. Новая версия стандарта цифрового наземного телевизионного вещания DVB-T2 позволяет существенно увеличить количество информации, передаваемой в сети цифрового телевизионного вещания. Преимущества стандарта DVB-T2 могут быть задействованы для улучшения качества транслируемых программ и расширения спектра услуг, предоставляемых населению на базе эфирных наземных сетей цифрового телевизионного вещания.

Прием эфирных телеканалов в цифровом формате возможен при наличии телевизора со встроенным приемником стандарта DVB-T/T2 (MPEG-4/AVC (H.264)) или при подключении к уже имеющемуся телевизору цифровой телевизионной приставки.

Первый этап ФЦП – это создание цифровой сети трансляции первого пакета общероссийских обязательных общедоступных телеканалов, в который входят «Первый канал», «Россия-1», НТВ, 5 канал, «Россия-2», «Россия-Культура», информационный канал «Россия-24», детско-юношеский канал «Карусель», а также один региональный телеканал, который будет выбран по итогам конкурса Министерства связи и массовых коммуникаций РФ. Помимо этого, в первый пакет войдет трансляция телепередач Общественного ТВ. К 2015 году перечень бесплатных цифровых телеканалов расширится как минимум до 20. Цифровое телевизионное вещание на территории России будет осуществляться в стандарте DVB-T2 [2, с. 114–125].

Создание цифровой сети телевещания разделено на 4 очереди с приоритетом приграничных районов. Пилотными зонами для отработки технологических решений для сетей цифрового вещания стали Республика Татарстан, Курская область, Ленинградская область, Санкт-Петербург, Москва и ряд других городов. На данный момент вещание в формате DVB-T2 осуществляется в Москве, Санкт-Петербурге, Татарстане и Хакасии. До конца 2013 года все регионы России, где вещание ведется в старом стандарте DVB-T, будут переведены на DVB-T2.

Аналоговое телевидение с наступлением XXI века уже не в состоянии удовлетворять потребности телезрителей в доступности и разнообразии каналов, а также высоком качестве изображения и звука.

С появлением спутниковой связи появилась необходимость в новых технологиях. На смену аналоговому вещанию еще в 1992 году группой экспертов был предложен первый способ цифрового эфирного вещания. В международной практике он называется DVB-T вещанием (от англ. Digital Television, DTV). Началась эра цифрового эфирного вещания.

Однако технологии стремительно развивались. Россия вслед за западными соседями только сменила в ряде регионов привычное телевидение (аналоговое) на первую «цифру», как уже США и ряд стран Европы наслаждались просмотром телепрограмм в более совершенном варианте – DVB-T2 (Digital Video Broadcasting – Second Generation Terrestrial).

Среди главных преимуществ DVB-T2 по итогам проведенных испытаний было установлено, что устойчивость к помехам, качество картинки, скорость передачи сигнала и другие показатели у сигнала в стандарте DVB-T2 примерно в 1,48 раза лучше DVB-T, а также:

- большая зона распространения сигнала;
- эффективное использование частотного ресурса;
- энергоэффективность;
- возможность организации «местного» вещания;
- возможность развития телевидения высокой четкости;
- расширение числа доступных населению телеканалов.

Изначально планировалось перевести цифровое эфирное вещание в России на стандарт DVB-T2 к 2015 году. Однако согласно распоряжению правительства, министра связи и массовых коммуникаций РФ, и решению Государственной комиссии по радиочастотам от 16 марта 2012 г. переход на стандарт DVB-T2 перенесен на 2012–2013 годы.

Сейчас в розничную продажу выведено уже более полусотни моделей телевизионных приемников ведущих мировых производителей, поддерживающих стандарт DVB-T2, поддержкой стандарта сжатия видеосигнала MPEG4 и режима Multiple PLP.

По расчетам специалистов, при выходе на массовое производство объемы рынка составят в 2013 году примерно 6 млн телевизоров и 5–6 миллионов приставок.

Цифровое эфирное телевидение обеспечит трансляцию 20 каналов к 2015 году, но потребность в качественном, насыщенном интересными тематическими каналами телевидении существует уже сегодня, поэтому более 30 млн человек по итогам 2012 года выбрали для себя и пользуются услугами платного телевидения. Традиционное телевидение испытывает все более существенное давление со стороны неэфирного ТВ (кабельные, спутниковые каналы и IP-TV) и различных «новых медиа», преимущественно проектах, реализованных в сети Интернет. Основным трендом вскоре будет динамичный рост конкуренции. Поэтому представляется интересным анализ рынка платного телевидения в России.

Российский рынок платного ТВ демонстрирует быстрые темпы роста. В то время как мировой рынок по итогам 2012 года вырос на 6 %, российский – на 19 %, превысив 47 млрд руб. На текущий момент проникновение платного ТВ в России составляет около 55 %. Услугой платного цифрового ТВ пользуются 14,5 млн домохозяйств, более 30 млн абонентов. В 2013 году эта цифра составит 32,5 млн человек. По итогам 2015 года в России будет более 37 млн абонентов платного ТВ. Структура рынка платного ТВ по состоянию на 2012 год представлена на рисунке 1.

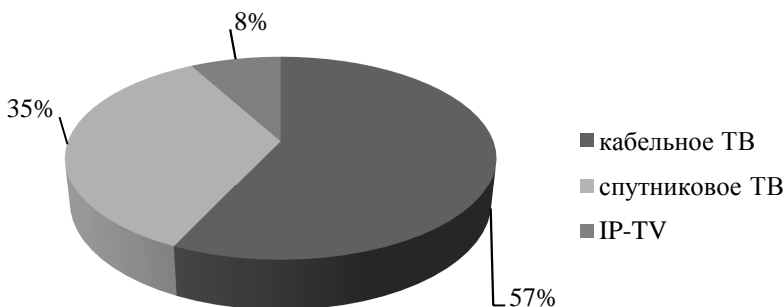


Рисунок 1 – Структура рынка платного ТВ в России за 2012 год

Крупнейшим сегментом остается кабельное ТВ, при этом больше всего (на 1,7 млн) выросло число платных подписчиков спутникового ТВ. Лидером рынка по темпам роста стал сегмент IP-TV. Число кабельных ТВ абонентов на конец 2012 года составило 16,8 млн человек, спутниковое ТВ смотрели 10,7 млн человек, а IPTV – 2,7 млн. В итоге доля IP-TV на рынке платного телевидения выросла за год с 5 % сразу до 9 %. Соответственно этому сократилась доля «кабельщиков». По итогам года проникновение платного ТВ выросло во всех регионах. Лидируют по этому показателю Центральный и Северо-Западный федеральный округа с 68 % и 66 % соответственно. Наименьшее проникновение платного ТВ отмечается в Южном и Сибирском федеральных округах, где оно составляет 42% и 38%. [4]

71 % всех доходов пришлось на шесть компаний: «Ростелеком» – 19 %, затем «Триколор» – 14 %, МТС – 12 %, «НТВ-Плюс» – 12 %, «Эр-Телеком» – 8 % и «Акадо» – 6 %. На рисунке 2 представлено распределение абонентов крупнейших компаний по итогам 2012 г. (в млн человек) [4, 209].



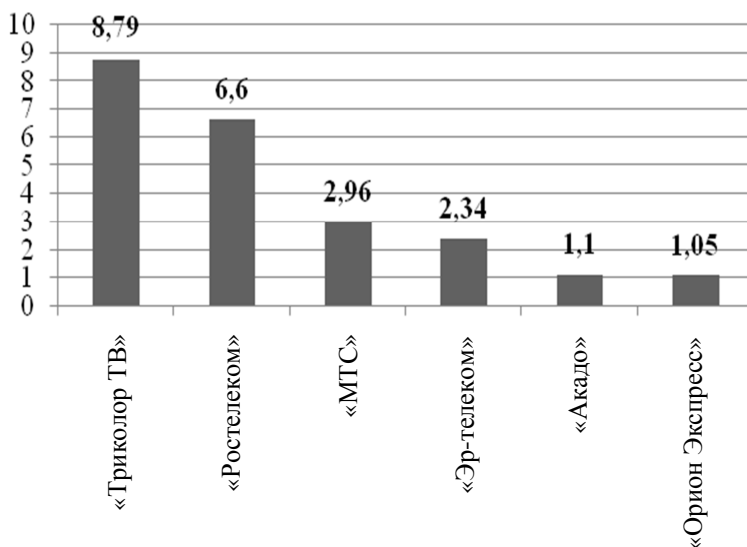


Рисунок 2 – Количество абонентов компаний-лидеров рынка за 2012 год (в млн человек)

В конце июня 2013 года состав участников рынка изменяется, компания «Эр-телеком» сообщила о том, что покупает ТВ-компанию «Акадо». Третий игрок рынка платного кабельного ТВ приобретает четвертого. Совокупная абонентская база «Акадо» + ЭР-Телеком составит около 3,5 млн абонентов, оставляя впереди только «Ростелеком». Одновременно с этим «ЭР-Телеком» выйдет на рынок Москвы, что может существенно изменить конкурентный ландшафт столичного Pay TV рынка

Кроме того, подчеркивается быстрая смена как технологий вещания, так и форматов распространения информации, эволюция экосистемы устройств демонстрации контента. Представители экспертного сообщества отмечают, что традиционное ТВ переживает кризисный период, отсутствуют собственные идеи. Среди причин стагнации отмечается также усиление роли государства на медиарынке и отток пользователей в сеть чему, в свою очередь, способствует цифровизация средств связи. Эксперты констатируют, что эпоха доминирования привычного формата телевидения постепенно подходит к своему завершению. В случае, если в ближайшее время не будут приняты эф-

фективные меры в борьбе за зрителя, рейтинги федеральных каналов будут неизбежно снижаться. Эксперты обращают внимание на то, что одним из ключевых трендов индустрии сегодня – развитие SmartTV, в связи с чем следует говорить об интеграции функций и систем дистрибуции контента.

Остановимся подробнее на технологии IP-TV, сегмент которого на данный момент является лидером роста. Комплексами интернет-телевидения IPTV принято называть системы, в которых протоколы IP сети Internet используются для трансляции телевизионных программ, и применяется пакетная передача видео-данных. Применение технологий Internet в этих комплексах, однако, не ограничивается только внедрением более перспективных способов доставки телевизионных программ пакетного телевидения. В современном понимании IP-TV представляет собой принципиально новую форму коммуникации, которая успешно сочетает в себе информационную полноту и насыщенность сети Интернет с богатыми графическими и акустическими возможностями современных телевизионных систем. Именно по этой причине развитию комплекса технологий IP-TV уделяется повышенное внимание.

Концепция развития телерадиовещания в Российской Федерации на период до 2015 года рассчитана на социальную нагрузку с целью цифровизации лишь небольшого количества федеральных каналов. Поэтому, по мнению аналитиков аудиторско-консалтинговой группы ВДО, даже после полного перехода национального телевидения на цифровое вещание, с распространением ШПД и мобильного Интернета, прежде всего в стране будет расти аудитория IP-TV.

На сегодняшний день лидером по предоставлению услуги IP-TV является компания «Ростелеком». Более 1 миллиона абонентов компании смотрят уникальный федеральный продукт «Интерактивное ТВ» [5].

Ключевое отличие IP-TV – наличие интерактивных функций, позволяющих регулировать содержание, время и даже порядок трансляции телепередач. Абонентское оборудование, предоставляемое пользователям IP-TV, позволяет ставить на паузу трансляцию, после чего она будет записываться в буфер и продолжаться по желанию пользователя. Можно программировать запись той или иной передачи: управление временем при этом формате может быть организовано с практически бесконечным разнообразием. Ключевыми преимуществами «Интерактивного ТВ» являются удобный интерфейс и способ оплаты. Помимо этого, продукт интегрирован с социальными сетями, так что пользователи могут обмениваться между собой информацией о том, что они смотрят. Вещание при этом может быть осуществлено с

различных экранов: на телевизоре, компьютере, планшетных и мобильных устройствах. Экраны технологически объединены таким образом, что абонент сможет одновременно совершать покупки на одном носителе и смотреть телеэфир на другом.

Компании «МТС» и «Эр-телеком» предлагают телевидение на основе гибридного формата DVB-C и IP-TV. Они объясняют преимущества такой технологии тем, что она обеспечивает постоянную, непрерывную подачу сигнала: помехи в Интернете не будут влиять ни на качество, ни на работоспособность телевизионных каналов. Это наиболее «народный» стандарт, потому что разъем для подключения кабеля напрямую либо через цифровую приставку есть на всех телевизорах, а это означает, что проблемы с заменой или подбором телевизора при желании абонента пользоваться услугой цифрового ТВ исключены.

По оценке аналитиков компании «Эр-телеком», в ближайшей перспективе стандарт DVB-C будет занимать значительную долю рынка, но в то же время год от года, вероятно, востребованность услуги по данной технологии станет снижаться, и в итоге мы придём к тому, что она будет интересна только той немногочисленной аудитории, которая не пользуется Интернетом. В отсутствие повсеместно распространённой инфраструктуры ШПД провайдер решил развивать гибридное ТВ, сочетающее обе технологии, DVB-C и IP. Телеканалы передаются по кабелю, а дополнительные сервисы абоненты смогут получать по IP-протоколу.

Таким образом, именно технология IP-TV, т. е. услуга «Интерактивное телевидение» от компании «Ростелеком» является наиболее эффективной и перспективной, которая позволяет предоставлять дополнительные услуги и сервисы, связанные не только с видеоконтентом.

Что касается будущего всего платного ТВ, то, согласно прогнозам специализированного агентства, предоставляющего профессиональные услуги по исследованию и анализу телекоммуникационного рынка России и стран СНГ iKS-Consulting, число абонентов платного ТВ к 2016 году превысит 35,7 млн – подписчиками этой услуги станут 64 % российских семей.

Основными тенденциями платного ТВ в ближайшие годы станут развитие ОТТ, создание альянсов производителей телеконтента и операторов ОТТ. Термин Over the Top (ОТТ) начал широко использоваться с 2009 года, он обозначает передачу видео Over the Top – поверх сетей различных провайдеров. Предоставление сервисов ОТТ является результатом эволюционного развития телекоммуникационной отрасли в целом.

Ожидается также распространение телевизоров с доступом в Интернет, развитие мультиплатформенного телевидения, доступа к видеоконтенту, расположенному в «облаках», со всех устройств, имеющих подключение к сети. При этом аналитики подчеркивают, что у данной тенденции есть естественный предел. Основной целевой аудиторией для платного ТВ является социально активная молодежь, остальные же категории граждан не следует принимать в расчет при прогнозировании уровня проникновения платного ТВ.

Также одной из тенденций является рост телесмотрения тематического ТВ и массовый интерес к услугам онлайн ТВ.

В скором будущем среди участников рынка возможна конкуренция по предоставлению каналов высокой чёткости HD. Количество таких каналов у разных операторов варьируется от 19 до 40, и уже 15 процентов пользователей платного телевидения готовы платить за высококачественное изображение на экране. По данным IHS Screen Digest, телевидение в формате высокой четкости к концу 2012 года смотрели 4,08 млн российских телезрителей, а к концу 2014 года – 7,69 млн.

В итоге государственная Программа развития телерадиовещания, безусловно, стимулирует развитие телекоммуникационного рынка в России, но стоит отметить, что в связи с сильнейшим проникновением платного телевидения, способного уже сегодня предложить абоненту качественное цифровое телевидение, телевизионным каналам, входящим в мультиплексы 1,2 и 3, необходимо будет поработать над контентом и продвижением, для того чтобы привлечь внимание зрителей и хоть как-то конкурировать с предложениями платного ТВ. Конечно, речь здесь не идёт о сельских жителях и жителях отдалённых районов, для которых программа по цифровизации телевидения даст возможность получать информацию хорошего качества по многим каналам.

В пользу платного ТВ свидетельствует и тот факт, что при возникновении каких-либо неполадок в оборудовании абонент может обратиться в службу поддержки своего оператора. Кроме этого, для того, чтобы цифровизация приобрела сплошной характер, по нашему мнению, не обойтись без государственного субсидирования покупок приставок.

Таким образом, социальная составляющая телекоммуникаций с каждым днём возрастает. Потребности в получении своевременной и достоверной информации, в новых знаниях, в развлечениях, которые человек может реализовать с помощью современного телевидения, продолжают совершенствоваться и усложняться. Телерадиовещание, несмотря на широкое развитие Интернета и он-лайн просмотра видеоконтента, остаётся основным носителем рекламы, и, соответственно, основным источником СМИ. Государство заинтересовано в развитии и улучшении качества передаваемого изображения и нацелено на осуществление всеобщей цифровизации телевидения. В то же время рынок платного телевидения продолжает завоёвывать аудиторию, предлагая всё новые и новые технологии, современные решения и возможности, стремясь сделать просмотр телевизора процессом индивидуальным и интерактивным.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» (утв. постановлением Правительства РФ от 3 декабря 2009 г. № 985) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://base.garant.ru/6731125/>
2. Преимущества перехода // Цифровое эфирное телевидение. Федеральная цифровая программа. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ртс.рф/description/benefits/>
3. Проскура Д. В., Проскура, Н. В., Мурашова Н. А, Зайцев А. Н. Становление информационного общества в условиях инновационного развития телекоммуникационных услуг. НГТУ. – Н. Новгород, 2013. 145 с.
4. Российское ТВ в 2012 году // Современные телекоммуникации России (Отраслевой информационно-аналитический онлайн журнал) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.telecomru.ru/article/?id=6304>.
5. Официальный сайт ОАО Ростелеком [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.rt.ru](http://www.rt.ru).

## SOCIAL ORIENTATION OF TELECOMMUNICATION SERVICES

**Keywords:** *Keywords: pay television, social orientation, telecommunication services, digital television.*

**Annotation.** *In article development and use of telecommunication services from the point of view of their social importance level, as the most important component of services of this look is considered. The main directions of telecommunications influence on population social life of the country are considered.*

*As the important direction existing situation and prospects of digital television development is considered. The market of pay television in Russia is analysed.*

---

**ПРОСКУРА ДМИТРИЙ ВИКТОРОВИЧ** – доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и статистики, Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, Нижегородская область, (dipro@inbox.ru).

**PROSKURA DMITRY VIKTOROVICH** – doctor of economics sciences, the professor of chair of economics and statistics, the Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, Knyaginino, Nizhny Novgorod region, Russia, (dipro@inbox.ru).

**PROSKURA NATALIA VIKTOROVNA** – candidate of economics sciences, the senior lecturer of chair of commerce and marketing, the Viatka State University of humanities, Russia, Kirov, (nproskura@gmail.com).

**ПРОСКУРА НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и маркетинга, Вятский Государственный гуманитарный университет, Россия, Киров, (nproskura@gmail.com).

---