

HbbTV - технология двойного назначения

Если коротко, HbbTV - это технология, которая позволяет делать из линейного цифрового телевидения интерактивное. Путем добавления ссылки в поток можно заставить телевизор абонента загрузить web-содержимое. В версии 2.0 поддерживаются стандарты: HTML5, MPEG-DASH, HEVC, DRM. Они позволяют делать интересные вещи. О них ниже.

Технология была создана вещателями для вещателей. Для желающих узнать о предмете подробнее я просто оставлю здесь ссылку [на wiki](#), и [спецификации](#).

В России технология распространена слабо. По нашим данным, на момент написания статьи HbbTV поддерживают около 5% телевизоров. Среди них такие марки, как Sony и Philips. На телевизорах Samsung опция отключена, но производитель может по собственному желанию включить ее удаленно. На LG это может сделать сам пользователь. Один из крупнейших вещателей ведёт переговоры о включении технологии с корейцами. В целом, из smart-телевизоров эту технологию поддерживают около 93% устройств.

Несмотря на то, что технология предназначена для вещателей, экспериментальным путем мы выяснили, что в поток можно вставить 2 таблицы AIT (в которых, собственно, и передаются данные HbbTV). А если немного попотеть, можно научиться пересобирать и AIT вещателя. Так что операторы тоже могут извлечь для себя пользу от прогресса.

Мы погрузились в тему и постарались придумать, как использовать это во благо. Вот наши идеи:

- доступ к архиву канала прямо из эфира. Делается довольно просто, особенно если есть уже работающий IPTV-сервис;
- сделать возможность досмотреть передачу на смартфоне/планшете с приложением. При этом именно с того места, на котором пользователь остановился на телевизоре;
- сэкономить полосу в DVB-C и при этом отдать пользователю столько HD- и 4K-содержимого, сколько хочется. При этом, в DVB-C можно передавать каналы 4K в HD, а если мы понимаем, что перед нами телевизор, который умеет HEVC и имеет 4K-разрешение, то отдавать 4K-поток по IP;
- показать расширенное EPG с картинками и подробным описанием передачи;
- заменять рекламные врезки балетом "лебединое озеро";
- сделать анализ аудитории: кто какую передачу и в какое время смотрит.

По соотношению "объем разработки - полезность", победил последний вариант. Спустя пару месяцев напряженной работы родилась одна из самых точных (на наш скромный взгляд) систем аналитики телесмотрения в России. Она собирает метрики о каждом факте начала просмотра и его продолжительности, причем делает это без потери данных и, главное, незаметно для абонента.

Краткие результаты

Абонент ничего не замечает. Зато мы знаем все о его поведении: какой канал и в какое время он смотрит. Мы видим самые популярные передачи и со 100%-й точностью понимаем, переключают ли каналы во время рекламы.

Охвачено около 5% аудитории. А это значит, что даже на одном городе- миллионнике это сравнимо с количеством пиллметров MediaScore во всей России. Когда опция будет включена на Samsung и LG, появится настоящая BigData по телесмотрению.

Данные поступают онлайн. Это открывает большой простор для творчества. К примеру, можно настроить онлайн-анализ аудитории прямо во время трансляции ток-шоу. Для производителей контента это что-то из мира фантастики.

Аналитическая система - это нужно и полезно. Почему? Потому что она позволяет определять востребованность канала в сетке с предельной точностью. Больше не придется ванговать или раскладывать таро, вот они - достоверные данные.

Информация о том, какой контент предпочитает домохозяйство, позволяет точнее настроить маркетинг и противодействие оттоку. А если в будущем рынок придет к таргетированному показу рекламы в каналах "длинного хвоста", без такой аналитики не обойтись.

Если развернуть систему по всей РФ, получится отличный источник данных для анализа аудитории. Да, конечно, местный рынок анализа аудитории монополизирован хуже некуда, и заработать здесь денег на данных представляется сомнительным мероприятием. Тем не менее, изменить ситуацию, когда вся аналитика по популярности контента собирается на основании мнения 6 000 не самых благополучных домохозяйств, выглядит возможным.

Приобретение оборудования для работы с HbbTV способно больно ударить по бюджету. Так что мы научились использовать его не только в своей сети, но и предоставлять сервис аналитики "из облака" заинтересованным операторам. Сегодня практически любой оператор без глобальных вложений может увидеть данные по своим абонентам. Главное - научиться правильно применять этот инструмент, извлекая из него максимум пользы для себя

и абонентов. Этим мы и будем заниматься ближайшие 6 месяцев.

Нам очень пригодится для этого помощь коллективного разума. Так что присоединяйтесь, думайте, критикуйте и в комментариях рассказывайте про свои HbbTV-проекты. Есть мнение, что это пока игрушка, но ...