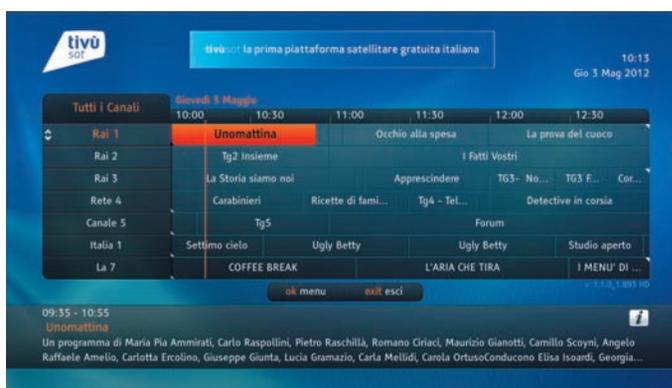


Ольга Жернакова

EPG — на грани телевидения и Интернета

Одно из самых интересных направлений развития телевидения и Интернета — появление разнообразных сервисов, связывающих эти два мира. Говоря об этих сервисах, маркетологи используют термины «социальное телевидение», «второй экран» и множество других столь же расплывчатых понятий. Мы обязательно постепенно расскажем подробнее о технологиях и бизнес-моделях, которые стоят за этими терминами. Но начать стоит с довольно простой и тривиальной темы — программы передач¹.



На экране — EPG, разработанный для DVB-ресиверов с поддержкой MHP, который используется в спутниковой бесплатной итальянской платформе Tivùsat.

EPG (электронный программный гид) является одной из главных дополнительных услуг операторов, распространяющих телеканалы как через спутник или кабель, так и через Интернет. Соединение интерактивных дополнительных интернет-услуг и телевидения происходит очень часто именно на базе программы передач.

Примеров такой связи много. Скажем, для того, чтобы посмотреть телепрограмму, которая шла вчера (услуга Catch up TV), удобнее всего пользоваться EPG — естественно, специальной версией, показывающей предыдущие передачи и запускающей их просмотр через Интернет. Для того, чтобы удаленно управлять записью программы, тоже нужен доступ к EPG, причем на экране мобильного устройства. Для большинства систем поиска и рекомендаций тоже нужен EPG. И минимального EPG, которое в случае цифрового ТВ передается в DVB-потоке, может оказаться недостаточно. Поэтому при запуске всех этих услуг провайдеры ищут компанию, которая предоставит собственно тексты и дополнит программу передач нужной информацией, например подробными описаниями передач с разбивкой по жанрам или специальными метками для синхронизации «второго экрана».

Практически все иностранные компании, планирующие запуск интерактивных услуг в России, спрашивают нас, не посоветуем ли мы партнера с программой передач, с которым они смогут работать. В России, конечно, существуют компании, готовящие программку. Мы поговорили с тремя из них: компаниями EPG Service, «Рикор» и «Сервис ТВ». И все они рассказали, что готовы при наличии соответствующего запроса от клиента дорабатывать программу передач. Вот только запросов таких практически нет.

Виталий Васильев работает в компании EPG Service. Эта компания предоставляет программу передач для целого ряда кабельных операторов и для «Триколор ТВ». Виталий рассказал нам о том, как устроен этот рынок в России.

Некоторые телеканалы не хотят отдавать программу передач

На первый взгляд кажется, что любой телеканал заинтересован в максимально широком распространении своей программы передач. Однако оказывается, что это не так. Получить данные от некоторых федеральных телеканалов достаточно трудно. Они работают в основном с одним посредником — компанией «Сервис ТВ». Эта компания предоставляет данные и для бумажных журналов и газет, и для некоторых крупных операторов, и для «Яндекса». Вполне возможно, что отчислений от этих партнеров хватает, чтобы какие-то суммы доходили и до телеканалов. Возможно, телеканалам просто удобнее работать с одним партнером. Как бы то ни было, некоторые крупные федеральные телеканалы пытаются свою программу передач продавать. «Я обратился в один из крупных федеральных телеканалов, — рассказывает Виталий Васильев. — Мне перезвонил их человек из юридического отдела и спросил, готов ли я платить за их программу 500 тысяч рублей в месяц. Эта сумма сравнима с нашими общими ежемесячными затратами. И такой случай не единственный. Программу передач не получить у «Первого», НТВ, РЕН ТВ, «ТВ Центра», СТС, «Домашнего». Данное положение дел привело к банкротству компании «Пресс ТВ». Антимонопольный комитет, в который обращалось общество, не смог решить проблему, ссылаясь на то, что телеканалы — это коммерческие организации и они вправе выбирать, кому

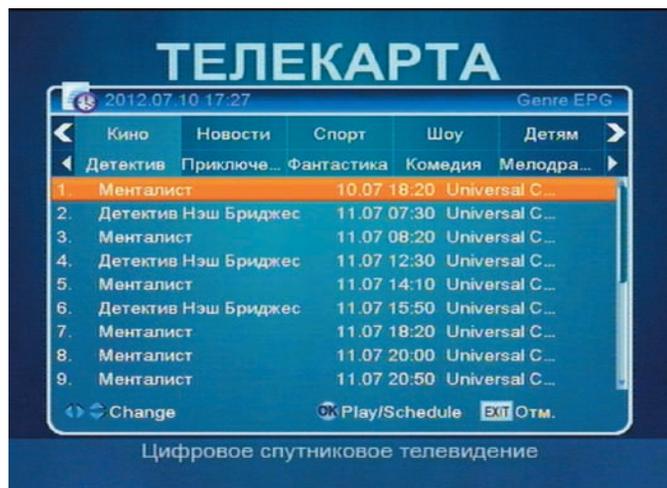
¹ Мы совсем недавно писали об истории программы передач и EPG, см. статью «Экскурсия по эфиру: смена формата» С. Беднова, «Теле-Спутник» №9, сентябрь 2013 г.

предоставлять программу передач. А нам пришлось перейти на подготовку еженедельных телепрограмм для операторов».

Если не ставить задачу получить программы заранее, простой список телепрограмм можно обычно взять из открытых источников, например с сайтов телеканалов. Телеканалы обычно публикуют программу передач на неделю. И, как отмечает Виталий, для ее использования договор не требуется, так как собственно программка не является объектом авторского права и подпадает под категорию «сообщение о событиях и фактах, имеющее информационный характер» — как, скажем, расписание электричек. Но такой подход исключает возможность подготовки программки для бумажных изданий — не успеть, и усложняет работу агрегаторов — раз в неделю на сотрудников обрушивается вал данных, программа передач от сотен телеканалов, и при этом о многих передачах, кроме времени их выхода в эфир, названия и аббревиатур типа «х/ф», никакой информации нет. В результате невозможно определить, какой из одноименных фильмов выходит в эфир, и в EPG попадают ошибочные описания. Бывает, что фильмов с одинаковым названием около десятка! «Сложнее всего разобраться, если речь идет об индийских фильмах, — рассказывает Виталий, — и о федеральных телеканалах, которым не написать запрос и не позвонить для уточнения информации, в отличие от большинства нишевых телеканалов».

Ошибки и проблемы

Ошибки в телепрограмме, связанные с неправильным описанием фильма, время от времени встречаются не только на федеральных телеканалах. Естественно, если вместо описания одного фильма зритель видит описание другого, он оказывается дезориентирован. Ошибка в описании — на ответственности составителя программки. Бывают и другие ошибки, связанные с технологическим процессом у оператора. Опе-



Жанровый гид в «Телекарте»

ратор может в последний момент снять с эфира фильм или передачу и забыть внести изменения в EPG. На нашем форуме время от времени обсуждаются такие несоответствия. Если на основе EPG строятся какие-то дополнительные услуги, хотя бы даже простая запись фильма на диск приставки, ошибки нужно будет свести к нулю.

Другой тип проблем с EPG возникает, когда программа передач слишком велика для данной сети. Оборудование оператора может просто не справляться с большим объемом информации, и требуются специальные усилия для того, чтобы описания стали минимальными — допустим, до 250 символов на один анонс, плюс ограничение на число дней. Правда, такие операторы не вводят и интерактивные услуги.



digital tv & internet software

EPG server



Зал 4, Стенд 731

- ➔ Генерация EPG в цифровых телевизионных сетях DVB-S/S2, DVB-T/T2, DVB-C
- ➔ Управление EPG в десятках региональных DVB сетях с одного сервера
- ➔ Автоматический ИМПОРТ данных программы передач из разных источников
- ➔ ПУЛЕНЕПРОБИВАЕМАЯ надёжность и стабильность в работе
- ➔ Запуск ДЕМО сервера в Вашей сети БЕСПЛАТНО
- ➔ Работает по принципу «ВКЛЮЧИЛ и ЗАБЫЛ»
- ➔ Совместим с ЛЮБЫМ оборудованием
- ➔ Соответствует спецификации DVB
- ➔ Запуск в эксплуатацию быстрый и БЕСПРОБЛЕМНЫЙ
- ➔ Генерация PSI/SI таблиц - NIT, SDT, TDT, TOT, BAT, EIT

11:32:20		Шкала времени	
Четверг 12.12		12:00	
1 канал	Новости	Они м Мы (16+)	
Дом кино	Кинорост	Кин-Дза-Дза	
Россия HD	Вести	Человек с бульв	
Discovery	Перу	Атлас Discovery	
ЕвроКино	Серафина из Санлиса		

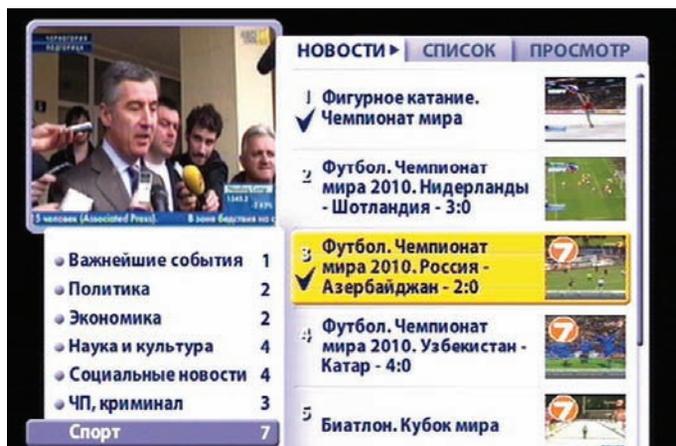


comteza

 +371 25699901
 www.comteza.com

 Garozes 1, Riga, Latvia
 info@comteza.com

реклама



Интерактивная программа передач, разработанная в компании «Рикор»

Что же нужно операторам

«Телеканалов у нас более четырехсот, — рассказывает Виталий Васильев. — Мы агрегируем информацию, добавляем классификацию и дополнительные описания. Над этим работают наши семь редакторов. Затем мы создаем xml-файлы для каждого из операторов платного ТВ. На выходе мы делаем приблизительно 20 уникальных вариантов форматов — для разных типов оборудования у разных операторов. Стоимость наших услуг зависит от числа абонентов. Для самых маленьких операторов, до двух тысяч абонентов, которых на рынке 80%, — это 2750 рублей в месяц».

Для операторов это выгоднее, чем тратить время своих сотрудников, так как формат программ все время меняется, и совсем автоматизировать процесс сбора ПО невозможно.

Для разного типа контента нужна разная дополнительная информация. «У контента есть глобальная классификация по жанрам, — продолжает Виталий Васильев. — Мы весь контент делим на художественные фильмы, телесериалы, документальные фильмы, документальные сериалы, новости, юмор, спорт, мультфильмы, мультсериалы и т.д. И собираемся ввести дополнительную классификацию — набор характеристик для каждого вышеназванного класса. Для фильма это актеры и режиссеры, год и страна производства, для ток-шоу и новостей — ведущие, для спортивных программ — тип соревнований, например чемпионаты, и названия команд или имена спортсменов. Но есть еще дополнительная характеристика, не связанная с жанром, — это тема, по которой как раз и можно фильтровать контент. Допустим, наука, автомобили, музыка и т.п.»

Как отмечает Виталий Васильев, до сих пор ни одному оператору, с которыми компания работает, не потребовались какие-то дополнительные жанровые теги или данные о телепрограммах

Олег Нестеренко, руководитель отдела маркетинга и развития продуктов компании «ВОЛЯ»:

Услуга электронного гида реализована для всего линейного телевидения, которое представлено в наших пакетах. Поставщиком контента для EPG сейчас является «Все ТВ».

В перспективе нужно расширять объем информации: добавлять графику, интегрироваться в общую экосистему интерактивных услуг, чтобы заинтересовавший фильм по линейному ТВ можно было посмотреть через VOD или, например, посмотреть предыдущую серию, если не видел ее раньше. Например, по ТВ идет «Гадкий я-2», и должна быть возможность сообщить через EPG, что в VOD-библиотеке есть первая часть этого мультфильма.

и фильмах, но компания уже начала эту информацию собирать и сейчас ищет партнеров, которым бы она пригодилась. «Нам было бы интересно заниматься дополнительной классификацией передач для того, чтобы операторы могли делать дополнительные персональные услуги для каждого абонента», — поясняет Виталий. По его мнению, операторы уже стали соревноваться друг с другом, у кого интереснее программка, и задумываются о хорошем EPG с картинками.

Однако, как отмечают и в «Сервис ТВ», пока операторам нужно немного. Есть базовый формат — то, что готовит телеканал. Практически все заказчики сейчас получают расширенную программу передач, содержащую дополнительные описания программ и фильмов. Некоторые еще дополнительно самостоятельно добавляют описания фильмов со сторонних ресурсов.

Оператор может работать с несколькими поставщиками программы передач, а для интерактивных сервисов использовать каких-то дополнительных технологических партнеров или создавать свои подразделения. Например, «Рикор» начал с того, что покупал «сырую» программу передач и готовил расширенный EPG собственными силами. В то время никто на рынке таких услуг не предоставлял, а они были обязательно нужны для фильтрации видео в спутниковом телевидении «Актив ТВ». А сейчас «Рикор» предлагает такие расширения программы для остальных операторов. Для того, чтобы различать «простой» EPG и «расширенный», «Рикор» даже ввел собственное название продукта — IPG (interactive program guide). Ну и, естественно, из всех пакетов платного ТВ именно «Актив ТВ» наиболее широко использует интерактивные возможности, связанные с расширенной информацией о передаче. Именно эта информация позволяет собирать на приставке персональные телеканалы.

Выгодно ли оператору и телеканалам, чтобы телезритель мог найти интересную передачу?

Есть телезрители, которые EPG не пользуют и даже не знают о его существовании. Они умеют только переключать телеканалы. Однако по мере роста числа телеканалов EPG становится все более полезным. «У меня как у телезрителя постоянно возникает проблема, как сориентироваться в тех 120-140 телеканалах, которые предоставляет оператор. Есть телеканалы, о которых я не знаю и никогда и не узнаю, пока не выберу какие-то интересные меня жанры или темы», — рассказывает Виталий Васильев.

Те телеканалы, которые находятся в конце списка или «длинного хвоста» телесмотра, несомненно, выиграют, если у телезрителя появится дополнительная возможность их найти. Но это значит, что основные федеральные телеканалы на первых кнопках при этом проигрывают! Поэтому федеральным телеканалам это совсем не нужно, и они борются за фиксированную привязку к кнопкам на пульте. Оператору тоже перераспределение просмотров может быть выгодно, только если в результате увеличатся продажи премиальных телеканалов или видео по запросу. В остальных случаях оператор может надеяться только на увеличение лояльности абонентов.

Опыт «Рикор» («Актив ТВ») кажется, скорее, негативным. Оператор, предложивший абоненту самую продвинутую на российском рынке систему фильтрации контента по жанрам и даже сюжетам, проигрывает своим соперникам, сделавшим ставку на массовый продукт. «Орион Экспресс» потратил силы и средства на запуск жанрового телегида несколько лет назад, но сейчас эту услугу не продвигает, так как оценил, что она может быть интересна от силы 5% телезрителей. Интересное решение монетизации нашел «Триколор ТВ», запустивший специальный пульт к детским телеканалам. По сути, это как раз и получается фильтрация по жанрам. Для абонента это удобно, а для оператора окупается за счет продажи дополнительного пульта.

Операторы наземного платного ТВ планируют улучшать EPG в ближайшее время. Например, пресс-служба «Дом.Ру» сообщила, что планирует добавить трейлеры и более детальное описание программ. «Билайн» введет навигацию по отдельным темам. «ВОЛЯ» объединит в EPG услуги линейного ТВ и видео по запросу (см. комментарии).

Производители жанровых версий EPG «Рикор» и LSky рассматривают на то, что их гиды будут востребованы в цифровом эфирном ТВ, и активно работают с эфирными операторами СНГ. Главное, чтобы приемное оборудование могло работать с этими гидами. По мнению Александра Ковальского из LSky, главная проблема, которая возникает при запуске сложного гида, — это отображение метаданных на экранах ТВ. «Этот аспект чаще всего остается за пределами фокуса темы EPG. А он, можно сказать, будет наиважнейшим! Килочасы, потраченные на подготовку метаданных, и сотни килобит драгоценной полосы пропускания, выделенные на доставку этих данных до абонента, могут пойти коту под хвост только из-за того, что у абонента на экране вся полученная EPG-информация отображается в неудобном, нечитаемом, невоспринимаемом виде. Если включить телегид на любой приставке, на любом ТВ со встроенным тюнером, то легко обнаружить, что абонент видит чаще всего какие-то обрывки заголовков».

Приемное оборудование и EPG

Для того, чтобы дополнительные теги обрабатывались, телевизионная приставка должна их понимать. Простенькие дешевые операторские устройства могут с обработкой не справляться. Но есть целый класс устройств, которые это могут: компьютеры, планшетики, Smart TV, медиаплееры, в том числе премиальные приставки для спутникового ТВ на базе Linux. Соответственно, возникли и альтернативные сервисы EPG для этих устройств.

Вообще, с точки зрения различных приставок существует как минимум четыре типа EPG. Во-первых, это традиционный EPG оператора, который передается в служебной таблице EIT в составе транспортного потока DVB и должен распознаваться любой приставкой для цифрового ТВ. Как пояснил нам Питер Зиберт (Peter Siebert), исполнительный директор DVB Forum, EIT ScheduleTable поддерживает разбивку на жанры и дополнительную информацию о программе, описание EPG можно найти в документе EN300 468.

Во-вторых, это EPG, который передается в DVB-потоке, но в отдельном разделе — private section (там же, где и обновления ПО). Такой гид распознается только операторской приставкой с помощью специального ПО. Таким образом, например, сделан гид для новых киносервисов «Триколор ТВ». Иностранные операторы, например FreeSat и Sky UK (Великобритания), Viasat (Скандинавия), тоже такой способ широко применяют.

Третий тип EPG — это гиды, которые развиваются в рамках новых гибридных телевизионных стандартов, к примеру, европейского HbbTV. Это тоже программные гиды, но уже с интерактивными функциями — например, в HbbTV можно двигаться по времени и выбирать для просмотра те передачи, которые прошли ранее (то есть запускать видеоролик по запросу), или запускать дополнительный видеоканал (подключаться к линейному интернет-вещанию). Таким образом, в данном случае EPG уже стал пользовательским интерфейсом для бесшовного перехода между традиционным и интернет-вещанием.

Эти три типа EPG делаются усилиями вещателей, и самый красивый вариант получается при использовании HbbTV. Это происходит потому, что в этом случае гид передается с использованием интернет-технологий. Федор Белкин, владелец сайта sboxx.org, рассказывает: «Интерактивные возможности HbbTV в Европе пока что в зачаточном состоянии, но очень многие каналы и провайдеры начали использовать этот стандарт как раз

таким образом для передачи EPG. HbbTV — это целая связка технологий, которые позволяют передавать любые данные, в том числе и EPG, и презентовать их, как это угодно передающей стороне, независимо от возможностей принимающего оборудования (главное, чтобы была поддержка HbbTV). Возможности презентации передаваемых данных безграничны, так как конечный пользователь, по сути дела, видит нечто вроде веб-страницы (только не обязательно на весь экран), где пределом может служить только фантазия создателя страницы. Я сам лично пользуюсь телевизором Samsung, который оснащен HbbTV, и вижу, что это очень круто. У каждого канала есть свое лицо, свой дизайн и свой способ подачи данных».

Ну и наконец, четвертый тип — это альтернативные гиды, которые тоже загружаются на приставку из Интернета, но готовятся не операторами или телеканалами.

Альтернативные EPG через Интернет

Альтернативные EPG из Интернета — единственный вариант, если в DVB-потоке программы передач нет или она передается нестандартным способом, а для приема используется несертифицированное оборудование.

Существует несколько форматов, используемых для представления информации. Наиболее популярным в СНГ является XMLTV. Именно этот формат разметки используется ресурсом linux-sat.tv для еженедельной программы передач российских и украинских телеканалов, которую чаще всего и используют многочисленные приложения для конкретных моделей ресиверов. XMLTV подразумевает возможность вставки картинок и подробной дополнительной информации. Поэтому, вообще говоря, EPG из Интернета могут выглядеть красивее: содержать дополнительные теги для сортировки по эпизодам сериалов,

- Подготовка ТВ программы для телегида и сайта, операторов ТВ, OTT сервисов и др.
- Подготовка материалов в различных стандартах xmltv, JTV, DRE-EPG и др.
 - Профессиональная корректура текстов.
 - Расширенное описание телепередач.
- Специальное предложение для небольших операторов.



epg service
навигация в эфире

Тел. (499) 506-78-23

<http://epgservice.ru>

реклама



Возможности презентации информации EPG при использовании HbbTV практически безграничны

подгружать картинки, информацию о фильмах из базы IMDb или рейтинги из «Кинопоиска».

Несмотря на большой объем данных, работают такие гиды быстрее, так как ресиверу не нужно собирать информацию из потока DVB (где она передается секциями), недельная программка загружается в память в виде файла. Однако есть и серьезный недостаток. Для работы альтернативного EPG на устройство нужно устанавливать плагин и редактировать его настройки. Для обычного конечного пользователя это трудно.

Возможностей у интернет-гида побольше, но в СНГ они практически не используются. Олег Евдокимов, владелец сервиса teleguide.info, рассказывает, что пока востребованы только текст и картинки, никаких жанров или дополнительных тегов не используется. Как отмечает Федор Белкин, во-первых, у нас такими сервисами в основном занимаются энтузиасты, которые ничего на них не зарабатывают, а во-вторых, большинство пользователей такой формат устраивает: «Софт ресивера, который подтягивает данные из Интернета (неважно, в каком формате), может делать с этими данными две вещи, которые совершенно не связаны друг с другом технически. Во-первых, подменять этими данными информацию EPG, которая обычно идет из DVB-потока, и потом показывать пользователю стандартный интерфейс EPG, который обычно используется для DVB-данных. Это делает большая часть софта на спутниковых ресиверах. В этом случае вы не прыгнете выше того, что может показать стандарт DVB. Во-вторых, можно показывать эти данные пользователю, как это заблагорассудится софту, позабыв о том, как ресивер обычно показывает в DVB EPG-информацию. При этом стандартные

Марина Левочкина, начальник отдела обеспечения телевизионного контента ОАО «ВымпелКом»:

Для нас EPG — это базовая услуга, которая в полном объеме доступна всем без исключения абонентам «Билайн ТВ» совершенно бесплатно. Кроме того, наличие телепрограммы является необходимым условием для реализации ключевого функционала нашего продукта — функций управления эфиром (пауза, перемотка, запись).

Мы планируем улучшать телепрограмму в двух направлениях: сделать наполнение еще более интерактивным и информативным, а также ввести навигацию по отдельным темам, программам. Когда у вас более 235 телеканалов, удобная телепрограмма, в которой можно быстро найти то, что нужно, — это просто необходимо.

средства ресивера для презентации EPG не используются, и тут предел — только фантазия программиста, который делает интерфейс для показа XMLTV-данных. В основном, те ресиверы на Linux, которые в состоянии принимать и обрабатывать XMLTV, также в состоянии и показать потом эти данные как угодно (с картинками, дополнительной информацией и т.д.). На этой стадии софт может даже «залезать» в IMDb и обогащать уже существующую информацию из XMLTV еще более детальной (актеры, отзывы зрителей, фотографии со съемок, да вообще все что угодно). Но это все дополнительный, нештатный софт, который нужно еще ставить, настраивать и т.д. В основном это делают не спутниковые ресиверы, а медиacentры HTPC (DVBLINK, WindowsMediaCenter и т.д.)».

Коммерческие независимые EPG через Интернет

Судя по опыту иностранных сервисов, сейчас появилась реальная возможность заработать на программе передач, связанная с «вторым экраном». Более того, деньги на программе передач для второго экрана зарабатывают не только операторы, но и независимые интернет-компании.

Тема EPG через Интернет на устройствах типа планшета и смартфона становится все более популярной по мере увеличения количества таких устройств. Считается, что половина телезрителей смотрит телевизор с планшетником на коленях, и телеканалам хотелось бы, чтобы они обсуждали передачу, а не писали письма по электронной почте. Программы передач и дополнительные телевизионные приложения для этих устройств делают как операторы, так и независимые интернет-компании. И одно из направлений — расширенный EPG, который позволяет лучше ориентироваться в телепрограммах и фильмах.

Среди независимых интернет-сервисов, зарабатывающих деньги на программе передач, иностранные аналитики прежде всего называют Zeebox, Glue, Viggie и O_n (сервис Yahoo). Glue, например, предоставляет подробную информацию о фильме, передаче или спортивном матче, рекомендует другие похожие передачи и фильмы и строит некую социальную сеть, объединяющую телезрителей по их телевизионным пристрастиям. Зарабатывает сервис на рекламе и продвижении отдельных передач. Еще более интересна модель работы сервиса Viggie. Это приложение для устройств на базе Android или iOS, которое показывает телезрителю подробную телепрограмму с возможностью установить напоминания, посмотреть описание фильма, поделиться мнением в соцсетях и общаться в чате с другими пользователями. Однако главная идея сервиса — программы лояльности. Viggie продвигает некоторое количество телепрограмм (продвигаются, допустим, 20 программ, которые можно посмотреть в данный момент), предлагает дополнительную информацию и различные конкурсы для увеличения вовлеченности и дает бонусы за просмотр. Если зарегистрированный пользователь смотрит определенную продвигаемую телепередачу, то он ежеминутно получает специальные бонусные баллы, которые можно использовать потом для покупки билетов в кино, кофе в «Старбаксе», получения подарочных сертификатов и пр. Все это за счет рекламодателей, в основном тех же, кто спонсирует телевизионные шоу. Вторая группа рекламодателей — сети, которые хотят продвинуть то или иное шоу. Реклама показывается на втором экране, и она может быть и интерактивной, и достаточно хорошо таргетированной. Судя по всему, программа работает отлично — приложение скачали более 4 млн пользователей, а доход сервиса за последние 9 месяцев оценивается в 9,3 млн долларов. На первом этапе телеканалы не особо обращали внимание на этот сервис, но теперь тоже вкладывают в него рекламные деньги, потому что так можно заинтересовать пользователя смотреть программы в реальном времени вместе с рекламой. ■