

Поиск — поверхность discovery с самым высоким интендом: её зритель выбирает сам. У него две задачи (найти известный тайтл; искать «что-нибудь такое»), и он находит лишь то, что описано в метаданных. Постройте слои keyword, опечаток, semantic и hybrid, проектируйте под пульт ТВ и не делайте нулевой результат тупиком. Дефолты движков и правила структурированных данных Google в 2026 меняются — сверяйте вживую.

1 · ДВЕ ЗАДАЧИ ПОИСКА

- ☐ **Known-item** — зритель ввёл известное название. Оптимизируйте под скорость, опечатки и точное совпадение.
- ☐ **Exploratory** — зритель знает лишь настроение или «как X». Нужно совпадение по смыслу; переходит в рекомендации.
- ☐ **Обе задачи из одной строки** — система только под known-item выдаёт пустой экран на каждый запрос по настроению.
- ☐ **Поиск читает метаданные** — он находит лишь то, что в каталоге описано достаточно, чтобы всплыть.

2 · СЛОИ ПОИСКА (стройте вверх, не пропускайте)

- ☐ **Keyword / lexical (BM25)** — инвертированный индекс + ранжирование; дефолт в Lucene/OpenSearch. Владеет точными названиями и именами.
- ☐ **Опечатки** — совпадение по edit distance (Damerau-Levenshtein), чтобы «strm» нашёл «Storm»; точные совпадения — выше.
- ☐ **Semantic / vector** — embeddings + approximate nearest neighbor (HNSW) ловят смысл, не слова. Владеет настроением и «как X».
- ☐ **Hybrid + fusion** — keyword и vector параллельно, слияние по рангу (RRF), затем re-ранк топа с персонализацией.

3 · ПРОЕКТИРУЙТЕ ПОД ТЕЛЕВИЗОР

- ☐ **Autocomplete** — подсказывайте тайтлы после 1-2 букв; на 10-футовом UI это основной ввод, а не приятная мелочь.
- ☐ **Голосовой поиск** — дайте говорить запрос; предпочтительная замена медленному вводу с D-pad на экранной клавиатуре.
- ☐ **Свяжите голос с semantic-бэкендом** — голос рождает длинные запросы, на которые keyword-бэкенд ответить не может.
- ☐ **Прощайте всё** — опечатки, частичные слова, множественное число и ведущее «the» в названии.

4 · ПЕРЕДАЧА, ВНЕ ПЛАТФОРМЫ И МЕТРИКИ

- ☐ **Передача при нуле** — никогда пустой «Нет результатов»; покажите ближайшее, смежные жанры, персональные ряды.
- ☐ **Кормите рекомендатель** — успешный поиск — сильный сигнал интенда; неудачный — повод рекомендателю вступить.
- ☐ **Discovery вне платформы** — публикуйте Schema.org VideoObject, чтобы Google и AI-ассистенты находили ваши тайтлы.
- ☐ **Считайте нужные метрики** — zero-result rate и abandonment, плюс NDCG / MRR для качества ранжирования.

ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ — СНАЧАЛА KEYWORD + ОПЕЧАТКИ, ЗАТЕМ SEMANTIC, ЗАТЕМ HYBRID; НИКОГДА НЕ ТУПИК

Поиск — единственная поверхность discovery, которую зритель выбирает сам, поэтому провалить его — самый дорогой промах продукта: зритель хотел что-то посмотреть, а вы не связали его с этим. По порядку. Первое: запустите грамотный keyword-поиск — инвертированный индекс с ранжированием BM25 (дефолт в движках, которые у большинства уже есть), сделанный удобным за счёт терпимости к опечаткам, чтобы ошибка всё равно совпала, и autocomplete, чтобы зритель почти не печатал. Второе: добавьте semantic-поиск, когда важны настроение, перефраз и «что-нибудь как X» — embeddings плюс индекс приближённого ближайшего соседа (HNSW) ловят смысл, а не слова; внутренности модели embeddings отдайте AI-команде, а здесь держите продуктовую обвязку. Третье: запускайте оба как hybrid и сливайте два ранжированных списка по рангу (Reciprocal Rank Fusion), затем re-ранкуйте топ с персонализацией — keyword владеет точным названием, semantic — смыслом, а hybrid решает обе задачи из одной строки. Проектируйте под телевизор: на 10-футовом UI с пультом набор — враг, поэтому опирайтесь на autocomplete и голос и помните, что голос рождает длинные exploratory-запросы, на которые отвечает только semantic-поиск. Наконец, не делайте нулевой результат тупиком — передавайте запрос рекомендациям, возвращайте успешные поиски как сигналы интенда, публикуйте структурированные данные Schema.org, чтобы внешние движки находили ваши тайтлы, и считайте zero-result и abandonment как рычаги удержания. Дефолты движков и требования структурированных данных Google меняются — сверяйте перед планированием.