

GAMING & DIGITAL ENTERTAINMENT

словарь

арип

Содержание

01	Игры	3
02	Стриминг	9
03	Киберспорт	12
04	Метавселенные и web3.0	13
05	Реклама в играх	16
06	Медиапоказатели	20
07	Благодарности	24
08	ОБ АРИП	25

Игры

Видеоигра — игра, основанная на взаимодействии с электронным устройством: компьютером, игровой приставкой, мобильным телефоном и пр. В российской практике под видеоиграми могут подразумевать только игры для игровых консолей или портативных устройств (Sony Playstation, Microsoft Xbox, Nintendo Switch), тогда как в международной практике в понятие «видеоигры» также включают игры и для мобильных телефонов и смартфонов, и для компьютера.

Гейминг — процесс игры в видеоигры и все, что с этим связано.

Жанр игры — одна из основных характеристик видеоигр, набор специфических характеристик геймплея, позволяющий объединять видеоигры в категории. Часто игра может быть отнесена к нескольким жанрам сразу. Примеры игровых жанров: шутер, RPG или ролевая игра, гонки, Match-3 или три-в-ряд, приключения, симуляторы, экшен и др.

F2P, FTP, Free-to-play, Условно-бесплатные игры — видеоигры, распространяющиеся бесплатно, но предполагающие внутриигровые покупки (IAP) за реальные деньги. Такие внутриигровые покупки повышают комфорт игрока и открывают доступ к контенту, позволяя более эффективно или быстро проходить игру. Например, игроки могут купить ускоритель в гоночной игре, более мощное оружие или защитное обмундирование в шутерах, уменьшить время, необходимое на постройку внутриигровых построек и т.п. На данный момент большинство мобильных, социальных и многопользовательских игр распространяются по модели Free-to-play.

Freemium игры — игры, подразумевающие бесплатное использование демоверсии игры. Для доступа к полной версии необходимо произвести оплату. Часто понятия Freemium и Free-to-play игр смешиваются и используются как синонимы.

Браузерные игры — видеоигры, в которые играют по сети Интернет с использованием Интернет-браузера. Могут быть одно – или многопользовательскими, а также принадлежать к разным жанрам. Изначально не предполагали установку программного обеспечения (так называемого клиента игры) на компьютер игрока, однако сейчас это часто необходимо.

Моба — 3D-жанр многопользовательской командной сессионной игры, в которой игроки сражаются друг против друга, управляя уникальными персонажами и используя их уникальные наборы способностей.

Королевская битва — один из жанров массовых многопользовательских онлайн-игр, совмещающий в себе элементы симулятора выживания с режимом last man standing. «Королевская битва» сталкивает большое количество управляемых игроками персонажей с минимальным набором снаряжения на ограниченной карте; игроки должны искать на карте оружие и уничтожать противников, пока в игре не останется только один.

Шутер — жанр компьютерных игр. На момент зарождения жанра за рубежом укрепилось слово «шутер», как вариант описания игрового процесса и перевод для слова shooter, в России и некоторых других странах постсоветского пространства жанр изначально был назван как «стрелялка».

Мини-игра — представляет собой короткую видеоигру, доступную в рамках другой видеоигры, приложения или электронного продукта. Как правило, мини-игры подразумевают короткие игровые сессии длительностью одну-две минуты, а также простое управление и геймплей, которые позволяют сразу начать играть. Часто используются как рекламный формат в связи с высокими показателями вовлеченности пользователей.

AR (Augmented Reality) — это интерактивный опыт реальной среды, в которой объекты, находящиеся в реальном мире, усилены сгенерированной компьютером перцептивной информацией, иногда с помощью нескольких сенсорных модальностей, включая визуальные, слуховые, тактильные, соматосенсорные и обонятельные. AR можно определить как систему, которая включает в себя три основные функции: комбинацию реального и виртуального миров, взаимодействие в реальном времени и точную трехмерную регистрацию виртуальных и реальных объектов. Наложённая сенсорная информация может быть конструктивной (т.е. добавленной к естественной среде) или деструктивной (т.е. маскировкой естественной среды). Этот опыт органично переплетается с физическим миром, так что он воспринимается как иммерсивный аспект реальной окружающей среды. Таким образом, дополненная реальность изменяет текущее восприятие реальной среды, тогда как виртуальная реальность полностью заменяет реальную среду пользователя смоделированной. Дополненная реальность связана с двумя в значительной степени синонимичными терминами: смешанная реальность и реальность, опосредованная компьютером.

VR (Virtual Reality) — это смоделированный опыт, который может быть похож на реальный мир или полностью отличаться от него. Приложения виртуальной реальности включают развлечения (например, видеоигры), образование (например, медицинское или военное обучение) и бизнес (например, виртуальные встречи). Другие различные типы технологий в стиле VR включают дополненную реальность и смешанную реальность, иногда называемую расширенной реальностью или XR.

MR (Mixed Reality) — иногда называемая гибридной реальностью — представляет собой слияние реального и виртуального миров для создания новых сред и визуализаций, в которых физические и цифровые объекты сосуществуют и взаимодействуют в реальном времени.

IAP, in-app purchases (Внутриигровые покупки, микротранзакции) — покупки, которые совершают пользователи в игре для получения доступа к дополнительному контенту. Как правило, стоимость одной покупки небольшая (может быть и 10-20 рублей).

LAN (Local Area Network) — игроки находятся в одном помещении и связаны локальной сетью, а не играют из дома через Интернет.

Гайд — руководство, содержащее информацию о прохождении игры, секретах и методах достижения того или иного блага в игре.

CS:GO (Counter-Strike: Global Offensive) — многопользовательская компьютерная игра, разработанная компаниями Valve и Hidden Path Entertainment. Выпуск игры для персональных компьютеров на операционных системах Windows и macOS, также игровых приставках Xbox 360 и PlayStation 3 состоялся 21 августа 2012 года.

Dota 2 (Defense of the Ancients) — компьютерная многопользовательская командная игра в жанре multiplayer online battle arena, разработанная корпорацией Valve. Игра является продолжением DotA — пользовательской карты-модификации для игры Warcraft III: Reign of Chaos и дополнения к ней Warcraft III: The Frozen Throne.

HS (Hearthstone) — коллекционная карточная онлайн-игра по мотивам вселенной Warcraft, разработанная компанией Blizzard Entertainment и распространяемая по модели free-to-play.

LoL (League of Legends) — многопользовательская компьютерная игра в жанре моба, разработанная и выпущенная американской компанией Riot Games в 2009 году для платформ Microsoft Windows и macOS. Игра создавалась как подражание DotA, пользовательской карте (модификации) для Warcraft III. Она распространяется бесплатно, по модели free-to-play.

Fortnite — компьютерная онлайн-игра, разработанная американской компанией Epic Games совместно с People Can Fly и выпущенная в ранний доступ в 2017 году. Fortnite предлагает игрокам на выбор три отдельных режима:

- ▶ **Fortnite: Save the World** — кооперативный симулятор выживания с открытым миром, в котором игрокам предлагается сообща отбиваться от монстров, похожих на зомби, с помощью оружия и различных построек;
- ▶ **Fortnite: BattleRoyale** — соревновательный режим в жанре королевской битвы, в котором 100 игроков должны сражаться друг с другом, пока в живых не останется только один;

- ▶ **Fortnite: Creative** — режим «песочница», добавленный в 2018 году, в котором игроки могут самостоятельно создавать различные сооружения, наподобие Minecraft.

PUBG (Player Unknown: Battlegrounds) — многопользовательская онлайн-игра в жанре королевской битвы, разрабатываемая и издаваемая студией PUBG Corporation, выпущенная в 2017 году. В игре до 100 игроков, которые десантируются на остров, после чего ищут снаряжение и оружие, чтобы убить других участников и при этом самим остаться в живых. Доступная безопасная зона на внутриигровой карте со временем начинает уменьшаться, делая более тесным доступное пространство и выше вероятность столкновения игроков. Последний выживший игрок или команда побеждает в раунде.

Valorant — многопользовательская компьютерная игра, разработанная и издаваемая компанией Riot Games. Является первой игрой Riot Games в жанре шутер от первого лица.

Стриминг

Стрим — прямой эфир на Интернет-сервисе, например, Twitch или YouTube.

Стример — человек, транслирующий себя через Интернет, как в прямом эфире, так и посредством предварительно записанных видео.

Стриминговые сервисы:

► **Twitch** — видеостриминговый сервис, специализирующийся на тематике компьютерных игр, в том числе трансляциях геймплея и киберспортивных турниров. Видео на платформе Twitch можно просматривать как в реальном времени, так и по запросу.

► **Trovo** — китайская онлайн-платформа для создания или просмотра трансляций компьютерных игр. Площадка предоставляет блогерам возможность зарабатывать деньги на рекламе и подписках. И является одним из главных конкурентов стриминговой платформы Twitch в России, так как, в отличие от нее, продолжает выплачивать средства российским пользователям.

► **VKplay** — игровое подразделение компании VK, российская игровая платформа, включающая в себя магазин компьютерных игр, стриминговый сервис и торговую площадку внутриигровых предметов.

Сообщества Twitch — сообщества объединяют стримеров и помогают им во взаимодействии. Сообщество стримеров в Twitch выглядит следующим образом: участники сообщества указаны в списке слева, при этом активные в настоящее время каналы находятся вверху списка. Видеопроигрыватель отображает прямые трансляции участников, при этом под ним приведено описание сообщества.

Бан — временное или пожизненное отлучение администрацией пользователя от доступа к функционалу сервиса или игры. Причиной бана может быть любое нарушение правил: грубость, ботоводство, читерство, нарушение авторских прав и т.п.

Блогер — это любой человек (даже виртуальный), который ведет онлайн-дневник (блог), регулярно делится новым контентом.

Виджет — это консольное приложение, предоставляющее дополнительные чат команды и программы для стримеров платформы Twitch.

Донат — 1. Покупка за реальные деньги внутриигровых предметов или валюты. Обычно присутствует в условно-бесплатных играх; 2. Денежный взнос в поддержку блогера.

Хайлайты (Нарезка) — своеобразный формат видеозаписей, распространённый на Twitch. Нарезки представляют собой видеосборники из наиболее интересных (по мнению составителя) фрагментов, вырезанных из записей онлайн-видеотрансляций на сайте Twitch. В качестве интересных моментов выбираются различные смешные или казусные ситуации, оговорки, случаи неожиданного поведения, инциденты или фэйлы, попавшие помимо воли участников в прямой эфир стримов. При составлении нарезок при монтаже используются дополнительные видеоэффекты, выделяющие мимику участников или подробности видеозаписей с целью усиления юмористического эффекта. В нарезках часто встречаются нецензурные выражения, темы 18+, всякий трэш и взрослый юмор, характерный для Twitch. Юмор на Twitch специфический, и часто бывает понятен только самим участникам Twitch.

Just Chatting (Общение) — стримеры общаются со своей аудиторией или смотрят видео, фильмы, мультфильмы и сериалы.

Аукцион — рубрика во время трансляции, на которой стример просит присылать своих зрителей донаты с указанием, какую игру он должен застримить. По итогу аукциона побеждает игра, набравшая наибольшую сумму донатов.

Рейд — перенаправление зрителей от популярного стримера на прямую трансляцию безызвестного новичка. Из-за этого счётчик зрителей на стриме достигает 100+, 1000+ и даже 10000+ при привычных 5-10 человек.

Дизлайк (Кнопка «Не нравится») — опущенный вниз большой палец руки. Дословно — «не нравится» — прямая противоположность лайка, выражение неодобрения материалу или пользователю.

Сегментация блогеров — это система градации блогеров на основе количества подписчиков:

- ▶ **Наноблогеры** — блогеры с 10-50 тыс. подписчиков;
- ▶ **Микроблогеры** — блогеры с 50-100 тыс. подписчиков;
- ▶ **Миниблогеры** — блогеры с 100-500 тыс. подписчиков;
- ▶ **Средние блогеры** — блогеры с 500 тыс. - 1 млн подписчиков;
- ▶ **Крупные блогеры** — блогеры с 1-2 млн подписчиков;
- ▶ **ТОП-блогеры** — блогеры от 2 млн подписчиков.

Twitch дроп — автоматические подарки за просмотр трансляции.

Кастить — вести онлайн-трансляцию на стриминговой платформе/комментировать.

Фолловер — подписчик на чей-либо аккаунт/канал, который может отслеживать новые посты/ролики/стримы интересующих его людей.

Киберспорт

Киберспорт (англ. e-sports) — онлайн-видеоигры, геймплей в которых построен на соревнованиях между игроками или командами игроков. Киберспорт в России признан официальным видом спорта.

Киберспортивные дисциплины — видеоигры, в рамках которых проходят киберспортивные соревнования, например, Dota 2, League of Legends и др. Популярность дисциплины тесно связана с популярностью игры.

Major (Мейджор) — крупный киберспортивный турнир, как правило, международный.

Minor (Минор) — мелкий киберспортивный турнир, как правило, по призовому фонду (в зависимости от игры) и уровню команд меньше мейджоров.

Лига — это один из самых популярных форматов соревнований в киберспорте. Она проходит с относительной периодичностью, с определенной тематикой и включает в себя открытые квалификации и серию турниров, которые завершаются LAN-финалом (Local Area Network).

Метавселенные и web3.0

Метавселенная — это постоянно функционирующая сеть виртуальных 3D миров, где пользователи коммуницируют в виде аватаров, используют и создают цифровые объекты и пользовательский контент.

Аватар — графическое представление пользователя, его альтер-эго, игрового персонажа — то, каким его будут видеть другие игроки.

Web 3.0 — новая Интернет-технология, опирающаяся на искусственный интеллект и децентрализованную базу данных (блокчейн) для создания более удобных и безопасных коммуникаций в сети.

Блокчейн — база данных, содержащая в себе информацию о сделках между участниками сети. Ключевой особенностью является высокая степень защиты данных. Каждая новая запись в базе связана с предыдущей, что делает невозможным удаление или редактирование информации без изменения всей базы данных. Данная технология широко применяется в сфере NFT и криптовалют.

NFT-маркетплейс — это площадка для продажи и покупки цифровых сертификатов (токенов), подтверждающих обладание определенным цифровым объектом.

NFT (Невзаимозаменяемый токен) — цифровой сертификат, используемый для продажи и покупки прав на уникальные цифровые объекты. В игровой среде это могут быть редкие персонажи, коллекционные предметы, недвижимость или игровые ценности, которые можно купить, продать или обменять на другие активы.

Виртуальный мир (Метамир) — смоделированная с помощью компьютерных технологий среда, имитирующая реальный мир или создающая принципиально новый.

Виртуальный ивент — это интерактивное событие, которое происходит внутри цифровой среды (метавселенной или виртуального мира) и собирает игроков в конкретное время и в конкретном пространстве.

Виртуальный концерт — выступление с эффектом погружения, происходящее в виртуальном пространстве с атмосферой, где вместо сцены 3D-локация, вместо зрителей аватары, вместо билетов вход (портал) в мир.

Игровая механика — базовая единица взаимодействия пользователя с виртуальным миром с системой правил, действий и реакций, создающая геймплей.

Порталы — это внутриигровые объекты в Roblox, которые позволяют пользователю перейти из одного виртуального мира (метамир) в другой. Чаще всего порталы выглядят как двери, арки, порталы в классическом sci-fi стиле или брендированные объекты — но по сути это просто триггеры, активирующие телепортацию между мирами.

Робаксы (англ. Robux) — это основная валюта игровой метавселенной Roblox, с помощью которой пользователи могут покупать одежду, аксессуары, эмоции, анимации, внутриигровые предметы и доступ к эксклюзивным играм или возможностям.

Цифровой двойник (Digital Twin) — это цифровая модель реального объекта, системы или процесса, которая отражает его состояние и поведение. Цифровые двойники применяются для анализа, прогнозирования и симуляции различных сценариев.

Gift — виртуальный подарок, который получает пользователь в метавселенной. В экосистеме Roblox под gift'ом чаще всего понимается сертификат с кодом на цифровую валюту Робаксы.

Metaverse Out of Home (MOOH) — рекламный формат, при котором бренд размещает наружную рекламу внутри метавселенных, имитируя ООМ-медиа в реальном мире. В игровых платформах, метавселенных это означает, что рекламные креативы (баннеры, билборды, экраны, растяжки и digital-стойки с рекламой) интегрируются внутрь игровых локаций. Они визуально и контекстно имитируют городскую среду, но при этом — интерактивны, измеримы и масштабируемы.

UGC — цифровой контент, который создают пользователи или независимые креаторы в метавселенных и игровых платформах. Это могут быть 3D-модели, аватары, одежда, аксессуары, анимации, окружение и даже полноценные игровые механики.

Скин — внешний облик предмета или игрового персонажа.

Minecraft — популярная компьютерная игра, разработанная шведской студией Mojang. Суть игры заключается в исследовании виртуального мира, созданного из равномерных квадратных блоков. Игроку доступно несколько режимов («творческий», «выживание» и «хардкор»), от которых напрямую зависит будущий стиль игры. Если творческий режим в основном нацелен на строительство, декорирование объектов и создание сложных механизмов, то режимы «выживание» и «хардкор» предоставляют игроку возможность проверить себя на прочность в условиях ограниченных ресурсов и постоянной опасности окружающего мира. Игра доступна на различных платформах: ПК (компьютеры), консоли (PlayStation и Xbox) и мобильные устройства.

Roblox — игровая платформа, на которой пользователи (с помощью готовых шаблонов) могут создавать свои игры или играть в игры, уже созданные другими участниками проекта.

Decentraland — платформа виртуальной реальности, где пользователи могут одновременно создавать свой собственный цифровой контент и взаимодействовать с другими людьми в режиме реального времени. В Decentraland все предметы и элементы окружения являются NFT. Они торгуются на внутренней торговой площадке за криптовалюту (фактически настоящие деньги).

Реклама в играх

Имиджевая реклама — форма маркетинговой коммуникации, нацеленная на создание и поддержание благоприятного имиджа бренда, узнаваемости, завоевания доверия пользователя.

Banner (Баннер) — рекламный формат с графическим или видеоизображением рекламного характера.

Brand association — представление потребителей о бренде, уникальный набор ассоциаций в сознании целевых клиентов, набор убеждений о конкретном бренде, восприятие потребителем продукта и общая оценка бренда потребителями.

Standard Banner — баннерный рекламный формат фиксированного размера, расположенный в контенте сайта в специально отведенном для него месте (например, боковой баннер 240x400). Называется стандартным в противовес «нестандартным» форматам (Rich Media).

Rich Media — общее название для всех «нестандартных» рекламных форматов, которые содержат интерактивные возможности и/или элементы, выходящие за границы стандартного баннерного места. Также в обиходе их могут называть «спецпроекты». Как правило, такие форматы используются для решения имиджевых и обучающих задач бренда.

OLV (Online video) — общее название для рекламных видеороликов в онлайн. Делится на три большие части: in-stream, out-stream и in-banner video.

In-banner video — рекламный видеоролик, размещенный в баннерном формате. Видеоролик может быть встроен как в стандартный баннер, так и в «расхлоп» формата Banner Expand. Обычно видеоролик в баннере стартует без звука, звук можно включить наведением на область.

In-stream — рекламный видеоролик, размещаемый непосредственно в контенте, то есть в плеере сайта, как правило такого сайта, на котором именно видео-контент является основным. Может демонстрироваться перед стартом основного контента (pre-roll), во время воспроизведения контента (mid-roll), во время постановки контента на паузу пользователем (pause-roll) или по окончании демонстрации контента (post-roll). Если Интернет-ресурс продает все перечисленные рекламные форматы единым пакетом, то обобщенно такой формат называется all-roll или multi-roll.

Pre-roll — рекламная вставка, которая загружается до начала запрошенного пользователем онлайн-видео и длится, как правило, до 30 секунд.

Post-roll — рекламная вставка, которая показывается в конце онлайн видео.

Mid-roll — рекламная вставка, которая показывается в процессе просмотра через заданный промежуток времени.

Out-stream — видеореклама, которая транслируется в контенте (например, в тексте статьи) или маскируется под контент (например, под пост в социальной сети). Как правило, плеер появляется на странице после того, как пользователь доскролил до заранее заданного места. Видео при этом стартует без звука, включение звука иницируется пользователем при наведении на плеер или клике на кнопку.

Product placement (Продакт плейсмент) — приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуется блогер в видео, имеет реальный коммерческий аналог. Может проявляться в демонстрации непосредственно самого рекламируемого продукта, его логотипа, а также упоминания продукта в положительном смысле.

Нативная интеграция — незаметная для пользователя реклама, как часть естественного контента.

Офлайн реклама — это комплекс мер по привлечению внимания целевой аудитории к бренду или продукту вне Интернета. Сюда относятся маркетинговые способы продвижения (брендрование сцены, зрительного зала и примыкающих помещений, а также трансляция контента на экранах во время проведения LAN-турнира как внутри, так и снаружи места проведения турнира), а также реклама — наружная, на телевидении, по радио, в прессе и прочая.

Спецпроект — формат рекламы, в котором контент создается совместно с медийной личностью специально для бренда в рамках определённой темы.

Post (Пост) — любая статья или запись на Интернет-странице. Название «пост» произошло от английского «post», что в переводе на русский язык означает «размещать», «публиковать».

In-app реклама — реклама внутри мобильных приложений и игр.

Influencer Marketing (Маркетинг влияния) — форма продвижения товаров и услуг через инфлюенсеров.

Стандартный формат — формат, зависящий от платформы, на которой он реализуется:

- ▶ **Инстаграм¹** — рекламная интеграция в формате фото в ленте или сториз-видео до 15 секунд;
- ▶ **YouTube** — рекламная вставка без дополнительной идеи и продакшена.

Формат 24 часа — рекламное размещение в формате сториз, которое доступно для аудитории в течение 24 часов.

¹ Компания Meta, которой принадлежат Facebook и Instagram, признана экстремистской на территории России, ее деятельность запрещена.

Медиапоказатели

DAU (Daily active users) — количество игроков, запускающих игру каждый день.

MAU (Monthly active users) — количество игроков, запускающих игру хотя бы один раз за месяц.

Impression (Показ) — показ рекламного сообщения.

Click (Клик) — нажатие пользователем на рекламное сообщение, которое инициирует интерактив с пользователем или переход на целевую страницу.

CPC (Cost-per-click) — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за клик.

Conversion Rate — показатель эффективности рекламы, уровень отдачи от рекламного объявления, который представляет собой процентное соотношение посетителей, выполнивших целевые действия (совершивших покупку, зарегистрировавшихся, оформивших подписку и т.д.) и общего числа аудитории.

CPL (Cost-per-lead)/CPA (Cost-per-action) — ценовая модель performance marketing, основанная на оплате за целевое действие на сайте или в приложении рекламодателя.

CPM (Cost Per Mille) — модель закупки рекламы по показателю, означающему стоимость 1 000 показов рекламного сообщения.

CPV (Cost Per View) — модель закупки рекламы по показателю, означающему стоимость одного просмотра рекламного видеоролика.

CRM (Customer Relationship Management) — система управления взаимоотношениями с клиентами. Программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с клиентами. Хранит транзакции и историю общения с клиентом, основываясь на твердых идентификаторах (hard key), таких как телефон или e-mail.

CTA (Call To Action) — мотивирующий к действию текст, оформленный в виде кнопки или стимулирующей к действию/покупке фразы.

CTR (Click-Through Rate) — соотношение количества кликов на рекламное сообщение к числу его показов, выраженное в процентах.

Brand association — представление потребителей о бренде, уникальный набор ассоциаций в сознании целевых клиентов, набор убеждений о конкретном бренде, восприятие потребителем продукта и общая оценка бренда потребителями.

Brand awareness — показатель осведомленности потенциальных потребителей о бренде.

Brand safety — защита бренда компании от упоминаний (в первую очередь рекламных) в неблагоприятном контексте. Так называемая репутационная безопасность бренда — это защита бренда компании и ее рекламных материалов от неблагоприятного информационного окружения.

Fraud (Фрод) — выполнение нужных рекламодателю действий (клики, установки, посещения сайта и т.д.) ботами или лицами, не заинтересованными в продукте. К такой мере могут прибегать рекламные площадки, агрегаторы и агентства для выполнения KPI по качеству/объемам трафика.

Viewability (Видимость) — это показатель, который отображает фактическую видимость рекламного сообщения для пользователей. Обычно видимым показ считается при нахождении 50% площади рекламного сообщения на экране пользователя в течение 1 и более секунд (в зависимости от стандарта).

Reach & Frequency (RF) — количество контактов одного уникального пользователя с рекламным сообщением за период рекламной кампании.

Reach (Охват аудитории) — количество представителей целевой аудитории, хотя бы один раз совершивших контакт с рекламным сообщением в рамках рекламной кампании.

Clutter (Клаттер) — метрика, отражающая уровень рекламного шума, объем рекламных сообщений в категории на 1 потребителя. В более узком смысле — это количество рекламных баннеров в пределах одного экрана. Уровень клаттера может быть большим, малым или отсутствовать. Если этот уровень является избыточным, рекламные сообщения и основной контент начинают вызывать у пользователей негативную реакцию.

Конверсия — коэффициент посетителей, выполнивших целевые действия (сделавших покупку, зарегистрировавшихся на сайте, оформивших подписку и т.д.) и общего числа посетителей.

Просмотр — единица измерения зрительного восприятия различного контента (баннер, ролик на Youtube, трансляция киберспортивного турнира, трансляция стрима и т.д.) в Интернете.

Целевая аудитория — совокупность потенциальных или существующих потребителей, которых стремится охватить рекламодатель в рамках маркетинговых активностей. Может определяться комбинацией пола, возраста, уровнем дохода, интересами и другими характеристиками.

Целевое действие — желаемое для рекламодателя действие пользователя или потенциального клиента, совершенное на сайте или в мобильном приложении заказчика.

Благодарности

АРИП Gaming&Digital Entertainment Glossary 2025 выпущен в рамках комитета по Gaming&Digital Entertainment Ad и рабочей группы Metaverse.

Мы выражаем благодарность участникам комитета Gaming&Digital и рабочей группе Metaverse:

Борис Абрамов, Сопредседатель комитета по Gaming&Digital Entertainment Ad, Директор по развитию бизнеса агентства Arena (группа АДВ),

Мария Литошина, Сопредседатель комитета по Gaming&Digital Entertainment Ad, Head of gaming department Media Direction Digital, Исполнительный директор по цифровым коммуникациям Media Direction Digital,

Родион Соколов, Сопредседатель комитета по Gaming&Digital Entertainment Ad, Head of gaming department Media Direction Digital, Управляющий партнер Cybernetica,

Владимир Ланцов, Участник рабочей группы Metaverse, Head of Metaverse, Hybrid.

ОБ АРИР

Ассоциация Развития Интерактивной Рекламы (АРИР) — объединение ведущих игроков рынка интерактивной рекламы России, включающее более 100 участников, обеспечивающих экономику рекламными, коммуникационными и аналитическими инструментами.

- ▶ АРИР основана в России в 2010 году.
- ▶ АРИР сегодня объединяет лидирующие интернет-площадки, технологические платформы, рекламные агентства, измерителей и крупнейших рекламодателей.
- ▶ АРИР внедряет на рынок лучший российский и международный опыт и поддерживает глобальные стандарты Interactive Advertising Bureau (IAB).
- ▶ До событий февраля 2022 года Ассоциация входила в международную сеть IAB и использовала trademark IAB Russia.

Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковая, д.3, стр. 3, этаж 4

Телефон/факс: +7 (495) 662-39-88

E-mail: add@interactivead.ru, www.interactivead.ru

Документ подготовлен участниками комитета

Gaming & Digital Entertainment Ad

АРИР, 2025 г.