

Глоссарий 2026

Рабочая группа по Цифровому ТВ (ЦТВ)
в рамках комитета Advanced TV

Руководитель:

Алексей Филия

Заместитель генерального директора по стратегии
и развитию рекламных продуктов ГПМ Реклама

арир

Вступительное слово



АЛЕКСЕЙ ФИЛИЯ

Заместитель генерального
директора по стратегии и развитию
рекламных продуктов ГПМ Реклама



За последние несколько лет цифровое телевидение демонстрирует устойчивый и стремительный рост как за счёт расширения парка устройств, так и за счёт увеличения среднего времени взаимодействия пользователя с ними. Сегодня цифровое ТВ уже воспринимается как самостоятельный сегмент, а его огромный потенциал индустрии только предстоит раскрыть.

С одной стороны мы видим бурную востребованность канала среди рекламодателей, с другой — фиксируем серые зоны, которые вызывают недопонимания и недостаточную осведомлённость об инструментарии и селлерах. К тому же, у популярности цифрового ТВ есть и теневая сторона — появление мошенников. Маскируя «электричество» и некачественный трафик под реальные целевые показы, сомнительные игроки предлагают инвентарь, который им недоступен или его вовсе не существует.

Адекватный ответ на все эти вызовы — повышение прозрачности рынка, выработка критического мышления и индустриальная самодисциплина. С целью перевести рынок из состояния хаоса в структурированную систему мы создали рабочую группу по Цифровому ТВ в рамках комитета по Advanced TV в АРИР в конце 2025 года.

Нашей первой базовой задачей стало составление терминологической рамки, так как разные трактовки снижают эффективность взаимодействия игроков и не позволяют корректно оценивать кампании. Глоссарий снимает эту неопределённость. Он фиксирует общеотраслевое понимание ключевых понятий: от типов устройств и способов доставки до форматов рекламы и верификации инвентаря. Важно подчеркнуть, что мы будем корректировать и дополнять документ по мере усложнения рынка и появления новых технологических решений.

Благодарю всех участников за вовлечённость и ценную экспертизу. Следующие шаги рабочей группы — это публикация карты сегмента с ключевыми владельцами инвентаря и селлерами, дополненная описанием, которое сделает навигацию по нему удобнее. Также в планах регулярный выпуск Бюллетеней активности рекламодателей в Цифровом ТВ. Уверен, что совместная работа принесёт индустрии реальную практическую пользу.

Категории

01. Strategic

Уровень концептуальных зонтичных категорий, описывающих рынок в целом и задающих рамку для классификации

02. Hardware

Физические устройства, обеспечивающие воспроизведение контента на ТВ-экране

03. Platform / OS

Программная среда, управляющая пользовательским интерфейсом, доступом к приложениям, навигацией и частью рекламных возможностей на ТВ-устройстве

04. Delivery

Технологический способ доставки видеоконтента от источника к устройству

05. Content

Классификация видеоконтента по типу, структуре и модели потребления

06. Inventory

Рекламные возможности внутри контента или интерфейса

1 Strategic

Advanced TV / Продвинутое ТВ

Собирательный термин для технологий дистрибуции контента и рекламы на экраны телевизионных устройств через сеть интернет и локальные сети телеком-операторов, обеспечивающих расширенные возможности таргетинга, интерактивности и измерений в сравнении с классическим методом получения сигнала посредством воздушной антенны или коаксиального кабеля.

Digital TV / Online TV / Диджитал ТВ / Онлайн ТВ

Сегмент видеодистрибуции, представляющий собой трансляцию вещания телевизионных каналов и интеграцию в него цифровой рекламы через сеть интернет и локальные сети телеком-операторов в браузерах, мобильных и ТВ-приложениях, а также на специализированных устройствах для просмотра.

2 Hardware

Connected TV / CTV / Подключенное ТВ

Телевизионное устройство с функцией Smart TV, умный проектор или стационарный экран с подключенной внешней ТВ-приставкой (медиаплееры, стики, игровые консоли), обеспечивающие воспроизведение видеоконтента и рекламы через сеть интернет и локальные сети телеком-операторов.

Set-top box / STB / ТВ-приставка

Внешнее устройство, подключаемое к стационарному экрану (телевизору, монитору, проектору), обеспечивающее прием, декодирование и воспроизведение видеоконтента и рекламы посредством технологий IPTV или OTT.

Gaming console / Игровая консоль

Стационарная игровая система, подключенная к телевизору или другому экрану, поддерживающая приложения для воспроизведения онлайн-видео и контента через интернет.

Smart TV

Телевизор со встроенной операционной системой, возможностью установки OTT-сервисов и интернет-подключением.

3 Platform / OS

Home Screen

Главный экран ТВ-устройства с навигацией по сервисам, приложениям или источникам сигнала, а также с рекомендательными блоками.

Launcher

Программная графическая оболочка телевизора или ТВ-приставки, формирующая главный экран устройства, обеспечивающая навигацию пользователя и запуск установленных приложений, виджетов и контента.

Connected Television App Store (CTV App Store) / Магазин приложений

Встроенная в операционную систему или платформу цифровая витрина сервисов, обеспечивающая пользователям поиск, установку, обновление и управление приложениями. Примеры для разных производителей: Google Play, Samsung Apps, LG Content Store и другие.

Advertising Service ID (ASR)

Уникальный анонимный идентификатор устройства Smart TV или ТВ-приставки, присваиваемый операционной системой и используемый для настройки показа и измерения эффективности рекламы.

Tizen Advertising ID (TIFA)

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств на базе операционной системы Tizen (телевизоры Samsung Smart TV), используемый для таргетирования и измерения эффективности рекламы.

LG Device ID for Advertising (LGDA)

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств на базе операционной системы webOS (телевизоры LG Smart TV).

VIDAA ID

Уникальный идентификатор пользователя или устройства Smart TV на платформе VIDAA. Используется для показа и измерения рекламы, управления частотой рекламных контактов, аналитики и персонализации при наличии соответствующего согласия пользователя.

Google Advertising ID (GAID)

Уникальный сбрасываемый рекламный идентификатор устройств

на базе операционных систем Android TV и Google TV (смарт-телевизоры Sony, Philips, Xiaomi, а также медиаприставки «Яндекс Модуль», SberBox, Android-боксы и др.).

Identifier for Advertisers (IDFA)

Уникальный рекламный идентификатор устройства Apple. Используется для показа и измерения рекламы, атрибуции, оценки охвата и управления частотой рекламных контактов. Доступ к IDFA предоставляется только с разрешения пользователя.

4 Delivery

Linear TV / Классическое ТВ

Линейное телевидение телеканала по фиксированному расписанию, доставляемое зрителю через эфирную, кабельную или спутниковую инфраструктуру. ТВ-сигнал не предполагает индивидуальной подмены для конкретного устройства или домохозяйства.

Internet Protocol Television (IPTV)

Доставка ТВ-сигнала по IP в управляемой (закрытой) сети оператора или провайдера (managed network) с контролируемыми параметрами качества и доступом через приставку или приложение оператора. Особенностью технологии является доставка видеоконтента с серверов оператора связи.

Over The Top (OTT)

Доставка видеопотока через публичный интернет (open internet). Качество контента определяется качеством интернет-соединения конечного пользователя и техническими особенностями работы приложения для просмотра.

Content Delivery Network (CDN)

Распределённая сеть серверов для быстрой и стабильной доставки цифрового контента пользователям. CDN передаёт видео и другие материалы через ближайшие к пользователю серверы, сокращая задержку и нагрузку на основной источник.

Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV)

Гибридная технология объединения эфирного сигнала и интернет-контента для создания интерактивных сервисов. Активируется

нажатием «красной кнопки» на пульте, предоставляя доступ к телеархивам, голосованиям, прогнозу погоды и доп. информации о передачах или рекламируемых брендах, превращая обычный просмотр в интерактивный.

Unicast

Индивидуальный способ передачи данных (видеопотока) по IP-сети, при котором контент доставляется от сервера напрямую к единственному конечному устройству пользователя.

Multicast

Технология групповой передачи данных (многоадресное вещание), при которой источник отправляет в IP-сеть только один поток контента, а сетевое оборудование (маршрутизаторы/коммутаторы) автоматически дублирует этот поток и доставляет его всем подписанным пользователям.

Buffering / Буферизация

Процесс предварительной загрузки и временного хранения части видеопотока в памяти устройства (буфере) перед началом или во время его воспроизведения.

Latency / Временная задержка

Время, которое проходит с момента захвата или отправки видео контента сервером до момента его фактического отображения на экране конечного пользователя.

Bitrate / Битрейт

Объём данных (количество бит), передаваемых или обрабатываемых за одну секунду при трансляции видео- или аудиопотока. Измеряется в килобитах в секунду (Kbps) или мегабитах в секунду (Mbps).

Streaming Protocol / Протокол потоковой передачи

Набор правил и стандартов, определяющих порядок передачи, обработки и воспроизведения медиаданных (видео и аудио) от сервера к пользовательскому устройству через сеть в режиме реального времени. Протоколы потоковой передачи обеспечивают доставку контента, управление качеством соединения и адаптацию потока в зависимости от условий сети.

Core content player (CCP) / Основной контентный плеер

Цифровой медиаплеер предназначенный для воспроизведения цифрового медиаконтента (видео, аудио и изображений) и используемый пользователем для просмотра или прослушивания выбранного контента.

Time-shifted TV / DVR / Pause Live / Телевидение со сдвигом во времени

Общее название технологий интерактивного телевидения, позволяющих пользователю управлять просмотром линейного эфира в реальном времени: ставить трансляцию на паузу, перематывать контент назад, возобновлять просмотр с места остановки или запускать программу с начала.

Catch — up / Кэч — ап

Технология отложенного просмотра, предоставляющая пользователю доступ к архивным телевизионным программам или кино в течение ограниченного времени после их выхода в эфир.

5 Content**Linear / Линейное ТВ**

Традиционный формат распространения телевизионного контента, при котором вещание осуществляется в соответствии с заранее сформированным программным расписанием (сеткой вещания). Пользователь не может изменять время начала, приостанавливать просмотр или управлять порядком воспроизведения программ.

Live Streaming / Прямой эфир

Часть Линейного ТВ, трансляция видеоконтента через сеть интернет и локальные сети телеком операторов в режиме реального времени непосредственно в момент фиксации события.

Free Ad-supported Streaming TV (FAST) /**Бесплатное стриминговое ТВ с рекламой**

Модель распространения бесплатных линейных тематических телеканалов через интернет, монетизируемая за счёт показа рекламы. В отличие от классического AVOD, в FAST-контенте программы транслируются не по запросу пользователя, а в формате непрерывного потокового вещания в соответствии с заранее сформированным расписанием.

Video on Demand (VOD) / Видео по запросу

Система доставки видеоконтента через интернет и локальные сети телекоммуникационных операторов, позволяющая пользователю самостоятельно выбирать, запускать, приостанавливать, перематывать и просматривать видеоматериалы (фильмы, сериалы, шоу и другие программы) из каталога платформы в любое удобное время.

Broadcaster Video on Demand (BVOD) / Видео по запросу от вещателей

Модель цифровой дистрибуции видеоконтента, принадлежащего традиционным телевизионным холдингам (вещателям), которая предоставляет пользователям доступ к просмотру ранее вышедших в эфире передач по запросу.

Advertising Video on Demand (AVOD) / Видео по запросу с рекламой

Модель монетизации, при которой пользователь получает бесплатный доступ к каталогу видео по запросу, а платформа получает доход за счет показа рекламы.

Subscription Video on Demand (SVOD) / Видео по запросу по подписке

Модель распространения и монетизации видеоконтента, при которой пользователю предоставляется доступ к каталогу платформы по запросу на определённый период времени (месяц, год и др.) за регулярную абонентскую плату. Классическая модель SVOD не предусматривает показ коммерческой рекламы.

Subscription Ad-supported Video on Demand (SAVOD) / Hybrid VOD /**Гибридная модель**

Комбинированная модель монетизации видеоконтента, при которой пользователь получает доступ к контенту платформы по подписке (часто по сниженной стоимости), но при этом соглашается на просмотр рекламных материалов во время воспроизведения.

Transactional Video on Demand (TVOD) /**Транзакционное видео по запросу**

Модель монетизации видеоконтента, основанная на разовой оплате за доступ к конкретной единице контента. Включает две основные вариации: EST (Electronic Sell-Through) — покупка цифровой копии контента с возможностью постоянного доступа в личной коллекции, и VOD-Rental — аренда контента на ограниченный период времени. В данной модели показ коммерческой рекламы, как правило, отсутствует.

User Generated Content (UGC) / Пользовательский контент

Оригинальный контент, создаваемый конечными пользователями (непрофессиональными авторами, независимыми блогерами или участниками онлайн-платформ) и распространяемый через цифровые сервисы.

6 Inventory**In-stream**

Формат размещения видеорекламы, при котором рекламные материалы интегрируются непосредственно в видеоконтент, воспроизводимый в основном контентном плеере пользователя (CCP). Реклама может демонстрироваться до, во время или после просмотра основного видеоконтента (преролл, мидролл, постролл).

Out-stream

Формат размещения видеорекламы за пределами основного контентного плеера (CCP), при котором рекламные материалы демонстрируются в интерфейсе цифрового сервиса, приложении или операционной системе.

Pre-roll

Формат размещения рекламы, которая запускается непосредственно перед началом трансляции выбранного пользователем видеоконтента, в т.ч. в прямом эфире, принадлежащем правообладателю.

Mid-roll

Формат размещения рекламы, которая прерывает трансляцию видеоконтента в заранее определенных точках (рекламных паузах).

Post-roll

Формат видеорекламы, при котором рекламный ролик запускается после завершения воспроизведения основного видеоконтента.

Switch-roll

Формат размещения видеорекламы, при котором рекламный материал демонстрируется пользователю в момент переключения между линейными телеканалами. Размещение и управление такой рекламой осуществляется оператором связи, IPTV-провайдером или поставщиком телевизионной платформы.

Patch-roll / Врезка в поток

Формат размещения рекламы, при котором часть рекламного блока в эфирном телевизионном вещании заменяется на цифровую рекламу, адаптированную под конкретного пользователя, устройство или условия просмотра.

Pause-roll

Формат размещения рекламы, отображаемой на экране в момент приостановки пользователем воспроизведения контента (нажатия на паузу) или при возвращении к просмотру контента после приостановки.

Ad Break / Рекламный блок

Последовательность из одного или нескольких рекламных роликов, объединённых в единый непрерывный поток и размещаемых внутри видеоконтента или на его границах.

Interactive-roll

Формат рекламы, содержащий интерактивные элементы, с которыми пользователь может взаимодействовать с помощью пульта ДУ, курсора (указателя) или смартфона.

L-Band

Графический рекламный формат, при котором рекламный блок размещается рядом с видеоконтентом: видеоплеер уменьшается в размере и смещается, освобождая L-образную область экрана для отображения рекламного сообщения.

Overlay

Графический рекламный формат, при котором рекламное сообщение отображается поверх воспроизводимого видеоконтента без остановки или прерывания его воспроизведения.

OEM advertising inventory /**Рекламный инвентарь производителя устройства**

Рекламные форматы, встроенные непосредственно в операционную систему производителя устройства (Smart TV, ТВ-приставки) или в его интерфейсную оболочку (лончер).

Bumper (Bumper-roll)

Короткий рекламный формат (короткий Pre-roll длительностью до 10 секунд) без возможности пропуска.

Термины в алфавитной последовательности

A **Advanced TV / Продвинутое ТВ**

Собирательный термин для технологий дистрибуции контента и рекламы на экраны телевизионных устройств через сеть интернет и локальные сети телеком-операторов, обеспечивающих расширенные возможности таргетинга, интерактивности и измерений в сравнении с классическим методом получения сигнала посредством воздушной антенны или коаксиального кабеля.

Advertising Service ID (ASR)

Уникальный анонимный идентификатор устройства Smart TV или ТВ-приставки, присваиваемый операционной системой и используемый для настройки показа и измерения эффективности рекламы.

Advertising Video on Demand (AVOD) / Видео по запросу с рекламой

Модель монетизации, при которой пользователь получает бесплатный доступ к каталогу видео по запросу, а платформа получает доход за счет показа рекламы.

Ad Break / Рекламный блок

Последовательность из одного или нескольких рекламных роликов, объединённых в единый непрерывный поток и размещаемых внутри видеоконтента или на его границах.

B **Bitrate / Битрейт**

Объём данных (количество бит), передаваемых или обрабатываемых за одну секунду при трансляции видео- или аудиопотока. Измеряется в килобитах в секунду (Kbps) или мегабитах в секунду (Mbps).

Broadcaster Video on Demand (BVOD) /

Видео по запросу от вещателей

Модель цифровой дистрибуции видеоконтента, принадлежащего традиционным телевизионным холдингам (вещателям), которая предоставляет пользователям доступ к просмотру ранее вышедших в эфире передач по запросу.

Buffering / Буферизация

Процесс предварительной загрузки и временного хранения части видеопотока в памяти устройства (буфере) перед началом или во время его воспроизведения.

Bumper (Bumper — roll)

Короткий рекламный формат (короткий Pre-roll длительностью до 10 секунд) без возможности пропуска.

C **Catch-up / Кэч — ап**

Технология отложенного просмотра, предоставляющая пользователю доступ к архивным телевизионным программам или кино в течение ограниченного времени после их выхода в эфир.

CDN

Сеть распределенных по географическому признаку серверов для ускорения доставки видеоконтента, снижающая задержки и повышающая устойчивость стриминга.

Connected TV (CTV) / Подключенное ТВ

Телевизионное устройство с функцией Smart TV, умный проектор или стационарный экран с подключенной внешней ТВ-приставкой (медиаплееры, стики, игровые консоли), обеспечивающие воспроизведение видеоконтента и рекламы через сеть интернет и локальные сети телеком-операторов.

Connected Television App Store (CTV App Store) /**Магазин приложений**

Встроенная в операционную систему или платформу цифровая витрина сервисов, обеспечивающая пользователям поиск, установку, обновление и управление приложениями. Примеры для разных производителей: Google Play, Samsung Apps, LG Content Store и другие.

D Digital TV / Online TV / Диджитал ТВ / Онлайн ТВ

Сегмент видеодистрибуции, представляющий собой трансляцию вещания телевизионных каналов и интеграцию в него цифровой рекламы через сеть интернет и локальные сети телеком операторов в браузерах, мобильных и ТВ-приложениях, а также на специализированных устройствах для просмотра.

F Free Ad-supported Streaming TV (FAST) /**Бесплатное стриминговое ТВ с рекламой**

Модель распространения бесплатных линейных тематических телеканалов через интернет, монетизируемая за счёт показа рекламы. В отличие от классического AVOD, в FAST-контенте программы транслируются не по запросу пользователя, а в формате непрерывного потокового вещания в соответствии с заранее сформированным расписанием.

G Google Advertising ID (GAID)

Уникальный сбрасываемый рекламный идентификатор устройств

на базе операционных систем Android TV и Google TV (смарт-телевизоры Sony, Philips, Xiaomi, а также медиаприставки «Яндекс Модуль», SberBox, Android-боксы и др.).

Gaming console / Игровая консоль

Стационарная игровая система, подключенная к телевизору или другому экрану, поддерживающая приложения для воспроизведения онлайн-видео и контента через интернет.

H Home Screen

Главный экран ТВ-устройства с навигацией по сервисам, приложениям и источникам сигнала, а также с рекомендательными блоками.

Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV)

Гибридная технология объединения эфирного сигнала и интернет-контента для создания интерактивных сервисов. Активируется нажатием «красной кнопки» на пульте, предоставляя доступ к телеархивам, голосованиям, прогнозу погоды и доп. информации о передачах или рекламируемых брендах, превращая обычный просмотр в интерактивный

I IDFA

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств Apple TV, применяемый в экосистеме Apple. Доступ к идентификатору осуществляется при наличии явного согласия пользователя, предоставляемого в интерфейсе приложений.

In-stream

Формат размещения видеорекламы, при котором рекламные материалы интегрируются непосредственно в видеоконтент, воспроизводимый в основном контентном плеере пользователя (CCP). Реклама может демонстрироваться до, во время или после просмотра основного видеоконтента (преролл, мидролл, постролл).

Interactive-roll

Формат рекламы, содержащий интерактивные элементы, с которы-

ми пользователь может взаимодействовать с помощью пульта ДУ, курсора (указателя) или смартфона.

Internet Protocol Television (IPTV)

Доставка ТВ-сигнала по IP в управляемой (закрытой) сети оператора или провайдера (managed network) с контролируемыми параметрами качества и доступом через приставку или приложение оператора. Особенностью технологии является доставка видеоконтента с серверов оператора связи.

L - Band

Графический рекламный формат, при котором рекламный блок размещается рядом с видеоконтентом: видеоплеер уменьшается в размере и смещается, освобождая L-образную область экрана для отображения рекламного сообщения.

Latency / Временная задержка

Время, которое проходит с момента захвата или отправки видеоконтента сервером до момента его фактического отображения на экране конечного пользователя.

Launcher

Программная графическая оболочка телевизора или ТВ-приставки, формирующая главный экран устройства, обеспечивающая навигацию пользователя и запуск установленных приложений, виджетов и контента.

LG Device ID for Advertising (LGDA)

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств на базе операционной системы webOS (телевизоры LG Smart TV).

Linear TV / Классическое ТВ

Линейное телевидение телеканала по фиксированному расписанию, доставляемое зрителю через эфирную, кабельную или спутниковую инфра-структуру. ТВ-сигнал не предполагает индивидуальной подмены для конкретного устройства или домохозяйства.

Linear / Линейное ТВ

Традиционный формат распространения телевизионного контента, при котором вещание осуществляется в соответствии с заранее сформированным программным расписанием (сеткой вещания). Пользователь не может изменить время начала, приостанавливать просмотр или управлять порядком воспроизведения программ.

Live Streaming / Прямой эфир

Часть Линейного ТВ, трансляция видеоконтента через сеть интернет и локальные сети телеком операторов в режиме реального времени непосредственно в момент фиксации события.

M Mid - roll

Формат размещения рекламы, которая прерывает трансляцию видеоконтента в заранее определенных точках (рекламных паузах).

Multicast

Технология групповой передачи данных (многоадресное вещание), при которой источник отправляет в IP-сеть только один поток контента, а сетевое оборудование (маршрутизаторы/коммутаторы) автоматически дублирует этот поток и доставляет его всем подписанным пользователям.

O Original Equipment Manufacturer (OEM)

Рекламные форматы, встроенные непосредственно в операционную систему производителя устройства (Smart TV, ТВ-приставки) или в его интерфейсную оболочку (лончер).

Over the Top (OTT)

Доставка видеопотока через публичный интернет (open internet). Качество контента определяется качеством интернет-соединения конечного пользователя и техническими особенностями работы приложения для просмотра.

Out - stream

Формат размещения видеорекламы за пределами основного

контентного плеера (CCP), при котором рекламные материалы демонстрируются в интерфейсе цифрового сервиса, приложении или операционной системе.

Overlay

Графический рекламный формат, при котором рекламное сообщение отображается поверх воспроизводимого видеоконтента без остановки или прерывания его воспроизведения.

P Patch - roll / Врезка в поток

Формат размещения рекламы, при котором часть рекламного блока в эфирном телевизионном вещании заменяется на цифровую рекламу, адаптированную под конкретного пользователя, устройство или условия просмотра.

Pause - roll

Формат размещения рекламы, отображаемой на экране в момент приостановки пользователем воспроизведения контента (нажатия на паузу) или при возвращении к просмотру контента после приостановки.

Post - roll

Формат видеорекламы, при котором рекламный ролик запускается после завершения воспроизведения основного видеоконтента.

Pre - roll

Формат размещения рекламы, которая запускается непосредственно перед началом трансляции выбранного пользователем видеоконтента, в т.ч. в прямом эфире, принадлежащем правообладателю.

S Set-top box (STB) / ТВ-приставка

Внешнее устройство, подключаемое к стационарному экрану (телевизору, монитору, проектору), обеспечивающее прием, декодирование и воспроизведение видеоконтента и рекламы посредством технологий IPTV или OTT.

Smart TV

телевизор со встроенной операционной системой, возможностью установки OTT-сервисов и интернет-подключением.

Streaming Protocol / Протокол потоковой передачи

Набор правил и стандартов, определяющих порядок передачи, обработки и воспроизведения медиаданных (видео и аудио) от сервера к пользовательскому устройству через сеть в режиме реального времени. Протоколы потоковой передачи обеспечивают доставку контента, управление качеством соединения и адаптацию потока в зависимости от условий сети.

Subscription Ad-supported Video on Demand (SAVOD) / Hybrid VOD/ Гибридная модель

Комбинированная модель монетизации видеоконтента, при которой пользователь получает доступ к контенту платформы по подписке (часто по сниженной стоимости), но при этом соглашается на просмотр рекламных материалов во время воспроизведения.

Subscription Video on Demand (SVOD) /

Видео по запросу по подписке

Модель распространения и монетизации видеоконтента, при которой пользователю предоставляется доступ к каталогу платформы по запросу на определённый период времени (месяц, год и др.) за регулярную абонентскую плату. Классическая модель SVOD не предусматривает показ коммерческой рекламы.

Switch - roll

Формат размещения видеорекламы, при котором рекламный материал демонстрируется пользователю в момент переключения между линейными телеканалами. Размещение и управление такой рекламой осуществляется оператором связи, IPTV-провайдером или поставщиком телевизионной платформы.

T Time - shifted TV / DVR / Pause Live /

Телевидение со сдвигом во времени

Общее название технологий интерактивного телевидения, позво-

ляющих пользователю управлять просмотром линейного эфира в реальном времени: ставить трансляцию на паузу, перематывать контент назад, возобновлять просмотр с места остановки или запускать программу с начала.

Tizen Advertising ID (TIFA)

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств на базе операционной системы Tizen (телевизоры Samsung Smart TV), используемый для таргетирования и измерения эффективности рекламы.

Transactional Video on Demand (TVOD) /**Транзакционное видео по запросу**

Модель монетизации видеоконтента, основанная на разовой оплате за доступ к конкретной единице контента. Включает две основные вариации: EST (Electronic Sell-Through) — покупка цифровой копии контента с возможностью постоянного доступа в личной коллекции, и VOD-Rental — аренда контента на ограниченный период времени. В данной модели показ коммерческой рекламы, как правило, отсутствует.

U**Unicast**

Индивидуальный способ передачи данных (видеопотока) по IP-сети, при котором контент доставляется от сервера напрямую к единственному конечному устройству пользователя.

User Generated Content (UGC) / Пользовательский контент

Оригинальный контент, создаваемый конечными пользователями (непрофессиональными авторами, независимыми блогерами или участниками онлайн-платформ) и распространяемый через цифровые сервисы.

V**VIDAA ID**

Уникальный анонимный рекламный идентификатор устройств на базе операционной системы VIDAA (телевизоры Hisense, Toshiba и ряда партнерских брендов).

Video on Demand (VOD) / Видео по запросу

Система доставки видеоконтента через интернет и локальные сети телекоммуникационных операторов, позволяющая пользователю самостоятельно выбирать, запускать, приостанавливать, перематывать и просматривать видеоматериалы (фильмы, сериалы, шоу и другие программы) из каталога платформы в любое удобное время.

Благодарности

Алексей Филия, ГПМ Реклама

Сергей Савинкин, ГПМ Реклама

Ольга Зборовская, Digital Alliance

Александра Стрелкова, MTS Ads Premium Video

Игорь Пачков, MTS Ads Premium Video

Екатерина Богдан, ЭКРАН

Виталий Елисеев, ЭКРАН

Вадим Гречишкин, сейлз-хаус ЭВЕРЕСТ

Дмитрий Карманов, Витрина ТВ

Андрей Бояринов, MediaHills

Андрей Григорьев, Сопредседатель комитета
Digital Video AD, сооснователь getads

ОБ АРИП

Ассоциация Развития Интерактивной Рекламы (АРИП) —

объединение ведущих игроков рынка интерактивной рекламы России, включающее более 100 участников, обеспечивающих экономику рекламными, коммуникационными и аналитическими инструментами

- АРИП основана в России в 2010 году
- АРИП сегодня объединяет лидирующие интернет-площадки, технологические платформы, рекламные агентства, измерителей и крупнейших рекламодателей
- АРИП 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
☎ +7 (495) 662-39-88

✉ add@interactivead.ru
🌐 www.interactivead.ru

Документ подготовлен участниками Рабочей группы
по Цифровому ТВ (ЦТВ) в рамках комитета Advanced TV

АРИП, 2026