



УКРАЇНА

(19) UA (11) 32965 (13) U
(51) МПК (2006)
G09F 19/22
G09F 15/00
B44F 1/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) ПРИСТРІЙ ДЛЯ ПРИВЕРТАННЯ УВАГИ ТА ПІДСИЛЕННЯ ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ ЩИТІВ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

1

(21) u200800517

(22) 15.01.2008

(46) 10.06.2008, Бюл. № 11, 2008 р.

(72) ПИСАРЕНКО ІГОР ВОЛОДИМИРОВИЧ, UA

(73) ПИСАРЕНКО ІГОР ВОЛОДИМИРОВИЧ, UA

(57) 1. Пристрій для привертання уваги та підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами, наприклад бігбордів, з розташованими на їх поверхні намальованими або виконаними друкарським способом рекламними зверненнями і системою зовнішнього освітлення, який демонструє виділений ключовий рекламний елемент, який **відрізняється** тим, що його виконано у вигляді додатково змонтованого на лицевій поверхні рекламно-інформаційного щита зовнішньої реклами або стіні будинку автономного лайтбоксу або світної коробки з багатоточковою системою внутрішнього освітлення та з прозорим або напівпрозорим екраном, причому система освітлення виконана у вигляді точкових джерел світла, наприклад, у вигляді світлодіодів, оптоволокна або аналогічних за функціональними можливостями джерел світла, одного або різних кольорів, які жорстко встановлено на платах на базовій поверхні, або змонтованих з механізмом переміщення на базовій поверхні світної коробки у зображувачу рекламний ключовий елемент вигляді, наприклад, логотипу, товарного знака або інших заданих зображень та узорів з можливістю включення їх у відповідності з

2

заданими алгоритмами, інтервалами, черговістю та зміною інтенсивності та яскравості світіння від 0 до 100 %, при цьому система джерел світла електрично зв'язана з електронно-механічним блоком керування роботою функціональних елементів пристрою.

2. Пристрій за п. 1, який **відрізняється** тим, що плати із встановленими на них точковими джерелами світла змонтовано з механізмом переміщення на базовій поверхні світної коробки з можливістю зміни відстані як між самими джерелами світла, так і між платами з джерелами світла і поверхнею прозорого або напівпрозорого екрана, на яку спроектовані світлові потоки, несучі зображення, причому можливість зміни відстані передбачена та здійснювана як у налагоджувальному, так і у робочому режимах пристрою.

3. Пристрій за п. 1, який **відрізняється** тим, що плати з встановленими на них точковими джерелами світла жорстко зорієнтовані з можливістю настроєного проходження світлових потоків крізь прозорий екран у напрямку заданої ділянки.

4. Пристрій за пп. 1, 2, 3, який **відрізняється** тим, що електронно-механічний блок керування роботою функціональних елементів пристрою виконано на базі стартерів, реле часу і подібних інших пристроїв, встановлених у відповідних електричних колах або на базі програмованого командоконтролера.

Корисна модель належить до великогабаритних засобів або носіїв зовнішньої реклами, наприклад, до бігбордів, які все більше і більше використовують з рекламною, демонстраційною та інформаційною метою на дорогах, стінах будинків і тому подібних поверхнях у вигляді плакатів, щитів, колон та інших конструкцій на вулицях та автомагістралях міст, а точніше до пристроїв для привертання уваги та підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами.

Відомі і найбільш розповсюджені у вигляді об'єктів зовнішньої реклами великогабаритні рек-

ламно-інформаційні щити, або бігборди [1], [2], [3]. До цього типу належать рекламні щити, що переважно мають площу 3х6м і які встановлюють на опору, або на стіни будинків і які несуть на лицевій поверхні намальовані або виконані друкарським способом рекламні звертання, плакати або оголошення та афіші. Для їх освітлення у темні часи використовують зовнішнє підсвічування двома-трьома лампами одного кольору. Не зважаючи на те, що реклама на освітленому бігборді працює цілодобово, рівень впливу на потенційного споживача треба вважати пасивним, тому що він швидко

(13) U

(11) 32965

(19) UA

знижується, а на фоні відсутності ефекту оновлення інформації або якої-небудь активної діяльності, виникає ефект звикання до рекламного об'єкту.

Відомі носії зовнішньої реклами іншого типу, це лайтбокси або світні коробки, які мають вигляд пластикової конструкції, наприклад, розміром 1,2х1,8м, всередині якої встановлено лампи денного світла для освітлення у пізні часи рекламного сюжету, надрукованого на напівпрозорій плівці і встановленому із зовнішнього боку прозорого екрану, або з обох боків, особливо при використанні світної панелі з полікарбонату з освітленням світлодіодами, що встановлено по торцю панелі [3], [4]. Однак, незважаючи на деяку значну привабливість таких світних носіїв зовнішньої реклами у порівнянні з бігбордами та їх зовнішнім освітленням у них, як і у бігбордів, присутній ефект швидкого зниження привабливості та його впливу на споживача у зв'язку з відсутністю ефекту оновлення інформації і відсутністю будь-якої активної діяльності, якого-небудь жвавого руху.

Відомі пристрої для привертання уваги до об'єктів зовнішньої реклами, які вирішують це питання дякуючи використанню миготливого освітлення, спрямованого на ключові елементи реклами, за допомогою встановлених на верхній або бокових сторонах рекламного щита ламп, а також за допомогою гірлянд миготливих ламп і встановлення на щитах зовнішньої реклами різної форми вертушок та флюгерів, що приводяться до обертання вітром [5]. Однак, запропоновані конструкції наведених пристроїв не забезпечують у достатній мірі вирішення поставлених задач. Використання ламп зовнішнього освітлення для створення миготливого освітлення ключових елементів реклами на щиту буде скрутним, тому що на бігбордах для зовнішнього освітлення використовують або прожектори, або лампи напалювання великої потужності з подовженим часом включання та відключення. А якщо торкнутися використання гірлянд миготливих ламп, а також різних вертушок та флюгерів, які ніяк не пов'язані ні з рекламним сюжетом, ні з ключовими елементами реклами, то це взагалі недоцільно, тому що в дійсності ці елементи будуть не привертати увагу до реклами, а відволікати її на себе.

Останнє розглянуте технічне рішення по створенню пристроїв для привертання уваги до об'єктів зовнішньої реклами є найбільш близьким по технічній суті та технічному результату.

В основу корисної моделі поставлено задачу по створенню більш активного пристрою для привертання уваги і підсилення ефективності впливу на людину рекламно-інформаційних щитів зовнішньої реклами, який завдяки своїм новим, більш активним конструктивним ознакам, позбавленню виявлених недоліків і збереженню відомих позитивних ознак і усіх умов та вимог основної задачі зовнішньої реклами, і шляхом створення нових умов для більш надійного і гарантованого привертання уваги людини забезпечить досягнення нового технічного результату.

Поставлена задача вирішується тим, що заявлена корисна модель усуває недоліки відомих технічних рішень і пропонує нове більш активне і

ефективне технічне рішення поставленої задачі з новим технічним результатом.

Запропонований пристрій для привертання уваги і підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами складається з додатково змонтованого на лицевій поверхні щита зовнішньої реклами, або стіни будинку автономного лайтбокса, або світної коробки, з багатоточковою системою внутрішнього освітлення та прозорим або напівпрозорим екраном, причому система освітлення виконана у вигляді точкових джерел світла, наприклад, світлодіодів, оптоволокна або аналогічних за функціональними можливостями джерел світла, одного або різних кольорів, які жорстко встановлено на платах на базовій поверхні, або змонтованих з механізмом переміщення на базовій поверхні світної коробки у вигляді зображуючому рекламний ключовий елемент, наприклад, у вигляді логотипу, товарного знака або інших заданих зображень та узорів, з можливістю включання їх у відповідності з заданими алгоритмами, інтервалами, черговістю та зміною інтенсивності і яскравості світіння від 0 до 100%, при цьому система джерел світла електрично пов'язана з електронно-механічним блоком керування роботою функціональних елементів пристрою. При цьому плати з джерелами світла змонтовано з механізмом переміщення на базовій поверхні світної коробки з можливістю зміни відстані як між самими джерелами світла, так і між платами з джерелами світла і поверхнею прозорого або напівпрозорого екрана, на яку спроектовані світлові потоки, несучі зображення, причому можливість зміни відстані передбачена та здійснювана як у налагоджувальному, так і у робочому режимах пристрою. Крім цього, плати можуть бути жорстко зорієнтовані з можливістю настроєного проходження світлових потоків крізь прозорий екран у напрямку заданої ділянки. При цьому блок керування роботою елементів пристрою виконано на базі стартерів, реле часу і тому подібних інших пристроїв, встановлених у відповідних електричних колах або на базі програмованого командоконтролера.

Аналіз причинно-наслідкового зв'язку дозволяє зробити висновок, що наведені ознаки заявленої корисної моделі належать до суттєвих, тому що вони забезпечують досягнення нового технічного результату відрізняючи заявлений пристрій від аналогів.

Технічний результат забезпечується створенням в об'єкті зовнішньої реклами автономної багатоточкової системи внутрішнього освітлення, яка дозволяє створювати з точкових джерел світла зображення рекламних ключових елементів з можливістю зміни їх як у калейдоскопі, миготіння, похитування, та іншого активного руху, що у остаточному підсумку забезпечує привертання уваги і підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами, створюючи новий технічний результат.

Заявлена корисна модель у вигляді пристрою для привертання уваги та підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами придатна для промислового малосерійного виробництва, тому що майже не вимагає виготовлення оригінальних

деталей і може виготовлятися з відомих комплектуючих виробів.

Далі сутність корисної моделі пояснюється відповідним описом та кресленнями.

На Фіг.1 зображено щит зовнішньої реклами з закріпленням на ньому заявленім пристроєм у вигляді світлової коробки;

На Фіг.2 зображено заявлений пристрій у вигляді розрізу по А-А на Фіг.1 (збільшено);

На Фіг.3 зображено вид збоку на заявлений пристрій з спрямованим світловим потоком на задану дільницю.

Бігборд 1, або щит зовнішньої реклами, встановлено на опорі 2, або на стіні будинку. На лицевій поверхні 3 бігборда 1, або на стіні будинку, закріплено заявляємий пристрій у вигляді автономного лайтбоксу 4, або світної коробки з прозорим або напівпрозорим екраном 5, на якому проєкціюється зображення 6 рекламного ключового елемента або проходить світловий потік 7, спрямований на задану дільницю 8.

Всередині лайтбоксу 4 на базовій поверхні 9 змонтовано механізм 10 переміщення (зображено умовно), що забезпечує платам 11 можливість змінювати відстань як між розташованими на них точковими джерелами світла 12, так і між платами 11 з джерелами світла 12 та поверхнею екрану 5. Всередині лайтбоксу 4 встановлено і електронно-механічний блок 13 (зображено умовно) керування роботою окремих елементів пристрою, який електрично пов'язано як з механізмом 10, так і з платами 11 і джерелами світла 12 (на кресленнях не зображено).

Робота заявленого пристрою здійснюється таким чином: при включанні електронно-механічного блоку 13 керування в роботу вступають змонтовані на платах 11 точкові джерела світла 12 і механізм 10 переміщення, змонтовані разом на базовій поверхні 9 лайтбоксу 4, створюючи на екрані 5 мініливі, як у калейдоскопі, зображення 6 або створюючи прохідний крізь прозорий екран світловий потік 7, спрямований на задану дільницю 8. Запропонований у вигляді корисної моделі пристрій для привертання уваги та підсилення впливу на людину щитів зовнішньої реклами розроблено з урахуванням рекомендацій психології сприйняття інформації за допомогою органів зору і може з великим успіхом використовуватися на об'єктах зовнішньої реклами на вулицях та автомагістралях міст.

Бібліографічні дані джерел інформації.

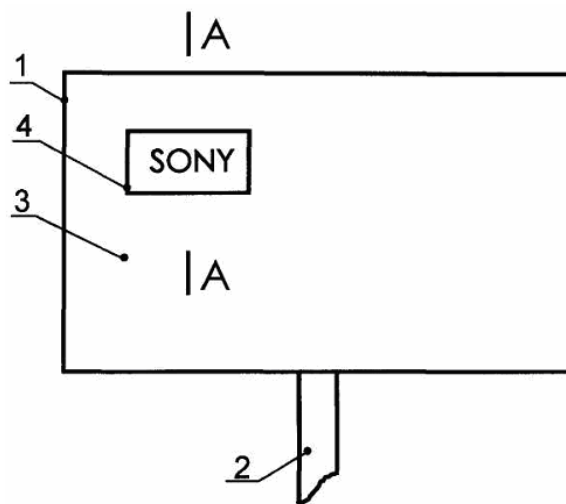
1. Е. Ромат „Реклама в системе маркетинга“, г.Харьков, НВФ „Студцентр“, 1995г., стр.309.

2. „Бигборд (щит) 3х6м“ рекламний файл рекламного агентства „ОПТИМА“, г.Харьков, (Интернет, 2008г. www.optima-pr.com.ua/?d=billbord).

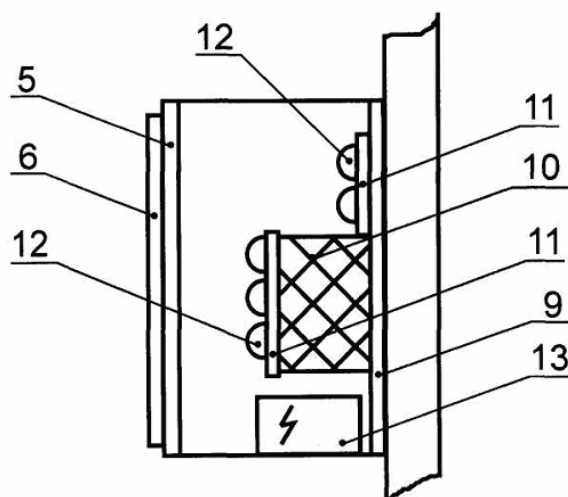
3. „Бигборды“ рекламное агентство „IPTV“, рекламный прайс-лист по наружной рекламе в Киеве РА „IPTV“, г.Киев, (интернет, 2008г. http://iptv.com.ua/naruzhnaya_reklama.html).

4. Патент России, №2178588 „Световая панель“, от 20.01.2002г. МПК G09F13/08, G12B11/00, автор Марков В.Н.

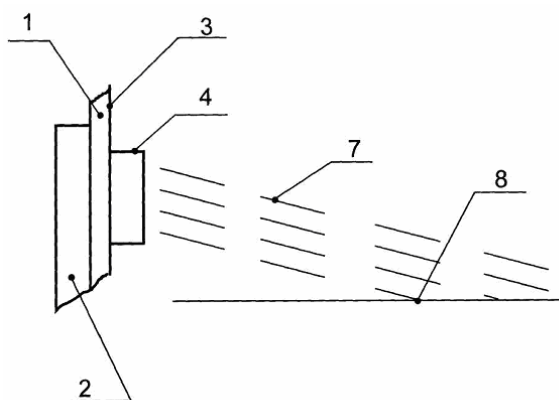
5. Патент России, №2001104109 „Устройства для привлечения внимания к объектам наружной рекламы“, от 27.08.2003г., МПК G09F15/00, автор Куликов Е.А.



Фиг. 1



Фиг. 2



Фиг. 3