

Винахід може бути використаний в відеоінформаційних системах при рекламуванні товарів та послуг. Відомий спосіб організації реклами, що включає формування бази даних абонентів і масове розсилання рекламних повідомлень рекламодавців на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку [1].

Недоліком вказаного способу є те, що він не може забезпечити велику увагу людей до рекламних повідомлень через те, що ніяк не допомагає привертати увагу до рекламних матеріалів.

Найбільш близьким є спосіб керування електронною рекламною мережею, що передбачає запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії і показ її через відеоінформаційну систему в магазинах, кафе, пасажирському автотранспорті, а також в місцях відпочинку та підвищеного скупчення людей [2].

Цей спосіб має такий самий недолік.

В основу винаходу поставлена задача привернути увагу людей до товарів та послуг шляхом показу рекламної відеоінформації на екрані відеоінформаційної системи разом з відеофільмом та відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей.

Поставлена задача вирішується тим, що у способі реклами товарів та послуг на екрані відеоінформаційної системи, включаючим запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії і показ її через відеоінформаційну систему в магазинах, кафе, пасажирському автотранспорті, а також в місцях відпочинку та підвищеного скупчення людей, новим є те, що запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії виконують разом з записом відеофільму та іншої відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей, а потім здійснюють показ рекламної відеоінформації разом з відеофільмом та іншою відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей, при цьому рекламну відеоінформацію показують постійно в одному з кутів чотирикутного екрану, так що розміри її відеозображення не перевищують 35 відсотків площі поверхні екрану;

новим по п.1 є також те, що рекламну відеоінформацію показують періодично з застосуванням усіх чотирьох кутів екрану, з інтервалом між показом не меншим за одну секунду і тривалістю показу не меншим за одну секунду;

новим по п.1 є ще й те, що рекламну відеоінформацію показують постійно в вигляді смуги, в нижній чи в верхній частині екрану, або в одній з бокових частин екрану, при цьому площа смуги не повинна перевищувати 35 відсотків площі поверхні екрану;

новим по п.3 є також те, що використовують верхню, нижню та бокові смуги по чергово, періодично, з інтервалом між показом не меншим за одну секунду і тривалістю показу не меншим за одну секунду;

новим по п.3 є також те, що рекламну відеоінформацію показують у вигляді біжучого рядка в верхній або нижній частині екрану;

крім того новим по п.1 є також те, що запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії виконують по чергово з записом відеофільму та іншої відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей не пошкоджуючи її, а потім здійснюють показ так, що рекламна відеоінформація займає всю площу поверхні екрану і тривалість її показу не перебільшує 30 секунд між відеофільмом та іншою відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей, причому інтервал між показом рекламної відеоінформації встановлюють таким, щоб він був не менш, ніж у 4 рази довшим від тривалості показу рекламної відеоінформації;

новим по п.6 ще є й те, що рекламну відеоінформацію супроводжують рекламною аудіоінформацією;

новим по п.1 є також те, що рекламну відеоінформацію записують на магнітні та оптичні носії у вигляді окремих кадрів між відеофільмом та іншою відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей і показують окремі кадри рекламної відеоінформації з зупинкою;

до того ж новим по п.8 ще є й те, що рекламну відеоінформацію показують в покадровому режимі; новим по п.8 також є те, що окремі кадри рекламної відеоінформації показують без зупинки;

новим по пп.1-10 є те, що рекламну відеоінформацію показують на екрані відеоінформаційної системи у напрямку, який співпадає, або відрізняється на кут не більше, ніж на 45 градусів, з напрямком показу показників часу, температури повітря, атмосферного тиску та радіаційного фону так, щоб ці показники разом з екраном відеоінформаційної системи попадали в поле зору людини;

новим по пп.1-10 також є те, що рекламну відеоінформацію показують на екрані відеоінформаційної системи в міському пасажирському транспортному засобі, в лівій передній його частині по напрямку рухання, причому напрямком показу рекламної відеоінформації повернутий відносно напрямку рухання транспортного засобу на кут від 0 до 45 градусів.

Спосіб здійснюють наступним чином. На магнітні та оптичні носії інформант записують відеофільм та іншу відеоінформацію, що користується підвищеною популярністю у людей і разом з нею записують рекламну відеоінформацію, так, що вона накладається на зображення відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей і потім показують її на екрані відеоінформаційної системи. Екраном відеоінформаційної системи може бути кінескоп, рідиннокристалічний екран або плазмовий екран, а також проєкційний екран. При цьому рекламна відеоінформація не повинна заважати дивитися відеофільм і розміри її відеозображення не повинні перевищувати 35 відсотків площі поверхні екрану. До того ж рекламна відеоінформація повинна знаходитися в одному з кутів чотирикутного екрану, щоб якнайменше заважати показові популярного відеофільму або відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей. Інакше популярний відеофільм, відеокліп чи інша популярна відеоінформація не зможе привернути додаткову увагу людей до рекламної відеоінформації.

Щоб ще менше заважати показові популярної відеоінформації, рекламну відеоінформацію показують періодично, з застосуванням від одного до всіх чотирьох кутів екрану з інтервалом між показом не меншим за одну секунду і тривалістю показу не меншим за одну секунду, оскільки відеоінформацію, тривалістю меншою за одну секунду, людське око погано сприймає. Встановлення інтервалу між показом рекламної відеоінформації меншим за одну секунду зробить її менш привабливою і до того ж заважатиме показу рекламного відеофільму.

Рекламну відеоінформацію також показують постійно в вигляді смуги, в нижній чи в верхній частині екрану, або в одній з бокових частин екрану, при цьому площа смуги не повинна перевищувати 35 відсотків площі поверхні екрану, інакше вона заважатиме показу популярного відеофільму.

Верхню, нижню та бокові смуги використовують також почергово, в будь-якому порядку, а також періодично, з інтервалом між показом не меншим за одну секунду і тривалістю показу не меншим за одну секунду. Інтервал і тривалість показу не можна робити меншими, через наведені вище причини до п.2 формули.

В верхній та нижній смугі показують рекламну відеоінформацію у вигляді біжучого рядка.

Запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії виконують також почергово з записом відеофільму та іншої відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей не пошкоджуючи її, а потім здійснюють показ так, що рекламна відеоінформація займає всю площу поверхні екрану і тривалість її показу не перебільшує 30 секунд між відеофільмом та іншою відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей, причому інтервал між показом рекламної відеоінформації встановлюють таким, щоб він був не менш, ніж у 4 рази довшим від тривалості показу рекламної відеоінформації.

Якщо тривалість показу рекламної відеоінформації буде більшою за 30 секунд, то людям не цікаво буде дивитися популярний відеофільм і це відверне увагу від реклами. Період між показом рекламної відеоінформації також повинен бути не менш, ніж в 4 рази довшим від тривалості показу рекламної відеоінформації з цієї ж самої причини.

Показувану рекламну відеоінформацію супроводжують також аудіоінформацією, тобто озвучують. В цьому випадку рекламна аудіоінформація не заважатиме показу відеофільму, чи іншої відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей. Це збільшує привабливість реклами.

Запис рекламної відеоінформації на магнітні та оптичні носії також здійснюють в вигляді окремих кадрів між відеофільмом та іншою відеоінформацією, що користується підвищеною популярністю у людей і потім показують окремі кадри рекламної відеоінформації з зупинкою, або в покадровому режимі разом з кадрами відеоінформації, що користується підвищеною популярністю у людей, або кадри відеоінформації показують без зупинки. Це дозволяє значно економити інформаційний простір магнітних та оптичних носіїв інформації. До того ж такий показ рекламної відеоінформації додатково привертає увагу людей різкою зміною швидкості руху на екрані відеоінформаційної системи. Показ кадрів рекламної відеоінформації без зупинки здійснюють для тієї рекламної відеоінформації, що вже показували вище вказаними способами. Блання на екрані окремих кадрів нагадуватиме про раніш показувану рекламну відеоінформацію і найменше заважатиме показові популярного відеофільму.

Рекламну відеоінформацію показують також на екрані відеоінформаційної системи у напрямку, який співпадає, або відрізняється на кут не більше, ніж на 45 градусів, з напрямком показу показників часу, температури повітря, атмосферного тиску та радіаційного фону так, щоб ці показники разом з екраном відеоінформаційної системи попадали в поле зору людини. Тобто екран відеоінформаційної системи розташовують близько до показників часу, температури повітря, атмосферного тиску та радіаційного фону, щоб таким чином привернути ще більшу увагу до рекламної відеоінформації. Кут між напрямками показу інформації не повинен перевищувати 45 градусів, оскільки при цьому людина не буде добре бачити всю показувану інформацію.

Ще рекламну відеоінформацію показують на екрані відеоінформаційної системи в міському пасажирському транспортному засобі, в лівій передній його частині по напрямку рухання, причому напрямком показу рекламної відеоінформації повернутий відносно напрямку рухання транспортного засобу на кут від 0 до 45 градусів. Цим додатково привертають увагу людей через те, що кожна людина, перед тим як водити до пасажирського транспортного засобу, дивиться прямо перед собою та в напрямку водія і екран відеоінформаційної системи також попадатиме в її поле зору. Кут напрямку показу рекламної відеоінформації не повинен перевищувати 45 градусів, оскільки в цьому випадку не всі люди в салоні пасажирського транспортного засобу будуть добре бачити показувану рекламну відеоінформацію.

Таким чином вказаний спосіб може додатково привернути увагу людей до реклами товарів та послуг, навіть якщо сама реклама виконана на невисокому професійному рівні.

Приклад конкретного виконання:

Популярний відеофільм оцифровували за допомогою комп'ютерної системи і записували на відеокасету вже разом з рекламною відеоінформацією, що змонтували на цій самій комп'ютерній системі. Записану таким чином відеокасету показували за допомогою відеоінформаційної системи в кафе та в міських маршрутичних таксі.

Джерела інформації:

1. Патент України №48912 A7 G09F19/00, G06F13/00, H04M11/00, бюл. №8, 2002р.
2. Патент України №55320 A7 G09F19/00, бюл. №3, 2003р.