



تلویزیونهایی که مخاطب را تماشا می‌کنند/ پخش آگهی مناسب با سلیقه مخاطب

پس از آن که شرکت اینتل اعلام کرد که یک دستگاه گیرنده تلویزیون دیجیتال را با دوربینی که به مخاطبان خود خیره می‌شود راهی بازار خواهد کرد، بسیاری نسبت به نقض حریم خصوصی افراد هشدار دادند.

پس از آن که شرکت اینتل اعلام کرد که یک دستگاه گیرنده تلویزیون دیجیتال را با دوربینی که به مخاطبان خود خیره می‌شود راهی بازار خواهد کرد، بسیاری نسبت به نقض حریم خصوصی افراد هشدار دادند. به گزارش خبرگزاری مهر، شرکت اینتل به عنوان سازنده میکرو تراشه هایی که در اکثر رایانه های شخصی وجود دارد، بخش کاملا جدیدی را با عنوان اینتل مدیا راه اندازی کرده که برای یکی از محصولات تلویزیونی اینترنتی با عنوان " اورویلیان " بازاریابی می کند.

اریک هاگرز نایب رئیس اینتل مدیا اظهار داشت: این خدمات جدید به کاربران تلویزیونی شخصی تر ارائه می کند و درباره آنها اطلاعات جمع کرده و به شخصیت آنها اهمیت می دهد.

بر اساس ادعای اینتل، این دوربین ویژگیهای تعاملی و شخصی سازی شده به کاربران خود ارائه می کند تا افراد مختلف در یک خانه بتوانند از برنامه ها و یا آگهی هایی متناسب با سلیقه خود بهره بگیرند.

اینتل ، آخرین شرکتی است که محصولات تلویزیونی با حسگر دوربینی تولید کرده با هدف تماشای مخاطب کار می کند.

'''

وریزون به عنوان یکی از ارائه کنندگان خدمات کابلی تلویزیون در ماه دسامبر درخواست خود را برای حق اختراع خود مبنی بر فناوری دستگاه گیرنده تلویزیون دیجیتالی که می تواند مخاطب و کاری را که در اتاقش انجام می دهد را مشاهده کند، ارائه داد و موجبات خشم عده بسیاری از مخاطبان را برانگیخت.

این شرکت در درخواست ثبت اختراع خود اظهار داشته است که این دستگاه می تواند تشخیص دهد که مخاطب تلویزیون در حال حاضر مشغول انجام چه کاری است تا متناسب با کاری که انجام می دهد، یک آگهی تبلیغاتی پخش کند.

مایکروسافت اخیرا یک درخواست ثبت اختراع فناوری برای حسگر حرکتی کینکت خود ارائه کرده که می تواند تشخیص دهد چند نفر در مقابل تلویزیون نشسته اند و اگر متوجه شود که تعداد افراد از آنچه که باید باشد بیشتر است، کار خود را متوقف می کند.

تلویزیون گوگل نیز چنین ویژگی دارد که از دستگاه های ثبت صدا و تصویر برای همین کار استفاده می کند.

چالشها درباره خدمات تلویزیونی که با هدف نگاه به مخاطب طراحی شده افزایش می یابد، اما طراحان این خدمات اظهار داشته اند که توانایی شناسایی کاربران مختلف دارای ارزش بسیاری است. تلویزیونهای امروز هیچ چیز درباره مخاطب خود نمی دانند و یک نوع خدمات را برای همه افراد یک خانواده ارائه می دهد.

وقتی راهی برای تشخیص مخاطب وجود داشته باشد در آن زمان حتی آگهی هایی پخش می شود که متناسب با شخصیت و ویژگیهای هرکدام از کاربران و مخاطبان تلویزیون باشد.