(19)中华人民共和国国家知识产权局

(12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 106416128 A
(43)申请公布日 2017.02.15

(21)申请号 201480076781.0

(22)申请日 2014.12.30

(30)优先权数据
2863124 2014.09.10 CA
61/923,315 2014.01.03 US

(85)PCT国际申请进入国家阶段日
2016.09.01

(86)PCT国际申请的申请数据
PCT/CA2014/051268 2014.12.30

(87)PCT国际申请的公布数据
WO2015/100496 EN 2015.07.09

(71)申请人 投资资产公司
地址 加拿大大不列颠哥伦比亚省

(72)发明人 贝努瓦·拉利伯特

(74)专利代理机构 上海申新律师事务所 31272
代理人 董科

(51)Int.Cl.
H04L 12/16(2006.01)
G06Q 30/02(2006.01)
H04L 12/58(2006.01)
H04L 9/00(2006.01)
H04W 12/08(2006.01)
H04W 4/00(2006.01)
H04W 4/14(2006.01)

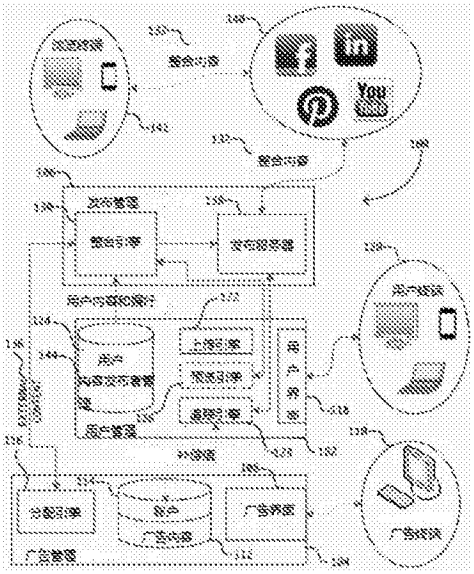
权利要求书9页 说明书24页 附图24页

(54)发明名称

一种自动化的外部内容整合的用户内容共享系统和方法

(57)摘要

本发明描述了一种带有自动外部内容整合功能的用户内容共享系统和方法。在一个实施例中，系统和方法配置有在每个系统用户的个人通讯设备上呈现的图像用户界面(GUI)。GUI提供一内容选项功能选择，在用户的操作下，进行共享的用户内容，和一共享平台选项功能选择，在用户的操作下，一个或多个共享平台。该系统还包括一数字内容整合器，通讯连接到用户接口以收集对应内容选择功能的用户内容，整合器可访问存储的不同于用户内容的外部内容。整合器将外部内容和选择的用户内容进行整合，以输出整合内容。系统还包括一通讯接口，通讯连接到整合器且选择性地可操作的接口连接每个不同的内容共享平台，其中整合内容代表系统用户作为来源通过所述通讯接口同时转发到选择的共享平台。



CN 106416128 A

1.一种通过不同的可访问网络共享平台进行共享数字用户内容的系统，该系统包括：

一个呈现在系统用户各自的个人通讯设备上的图像用户界面，具有内容选择功能选项，在用户操作下，对用户内容进行共享，以及共享平台选择功能选项，在用户操作下，选择一个或多个所述不同的共享平台；

一个数字内容整合器，通讯连接所述用户界面以访问所述内容选择功能对应的选择用户内容，所述整合器可访问存储的不同于用户内容的外部内容，其中所述整合器将所述外部内容与所述选择用户内容整合以输出整合化内容；

一个通讯接口，通讯连接所述整合器且选择性地可操作地接口连接每个所述不同的共享平台，其中所述整合内容代表所述系统用户作为来源，通过所述通讯接口，同时转发到所述选择择的一个或多个所述共享平台；

一个外部内容公开追踪器，为不同用户追踪所述外部内容和用户内容的整合。

2.如权力要求1所述的系统，所述外部内容公开追踪器渐进地关联每个用户以及各自共享的每个用户内容项，从而得到一个基于所述追踪的相应的补偿值，

其中所述系统还包括一个结算接口，基于一个相关联的总递增补偿值，以为每个所述用户提供直接补偿。

3.如权利要求2所述的系统，其特征在于，所述外部内容包括广告内容，且其中所述补偿值被设置为关于所述广告内容向曾经共享的所述整合内容的观众的公开的函数。

4.如权利要求3所述的系统，其特征在于，所述补偿值基于自动关联的各自内容可视性因子对每个所述用户进行校准。

5.如权利要求4所述的系统，其特征在于，所述可视性因子自动将每个用户和/或整合内容项定义多个用户联系人中至少一个函数，多个用户联系人可访问所述共享整合内容项、多个为所述整合内容项记录发布共享的活动视图或单击和由所述选择共享平台为每个所述用户认定的所述用户信誉值。

6.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述用户的个人通讯设备包括可拍照设备，且其中所述内容选择功能通讯连接到可拍照设备的拍照功能以选择通过可拍照设备获取的数字内容。

7.如权利要求6所述的系统，其特征在于，所述内容选择功能自动激活所述拍照功能以获取新的内容，且所述用户可以自动上传所述新内容到所述整合器中进行共享。

8.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述内容整合器包括可网络访问的中央数字内容整合引擎；

其中所述界面呈现在用户的个人客户端设备且通讯可连接到所述可网络访问接口以从所述客户端设备上传所述选择内容到所述整合引擎，代表用户通过相应的网络接口把在所述用户上的通讯接口共享至所述选择的一个或多个共享平台。

9.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述不同的共享平台包括不同的社交媒体平台。

10.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述不同的共享平台包括蜂窝可访问网络发短信平台、服务器可访问电子邮件平台、可访问服务器社交媒体平台、可访问服务器个人视频发布平台，可访问服务器个人图像发布平台和可访问服务器短信或博客发布平台中的至少两个。

11.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述图像用户界面还包括用户凭证输入功能，接收所述用户的输入，用户凭证各自关联所述选择一个或多个所述共享平台，以代表所述用户利用所述通讯接口转发所述整合内容。

12.如权利要求1所述的系统，其特征在于，所述图像用户界面包括外部内容选择功能，接收输入用户外部内容偏好，用户外部内容偏好传到所述整合器且用于从大量可利用外部内容项中用户偏好外部内容的整合的导向选择。

13.如权利要求12所述的系统，其特征在于，所述外部内容选择功为接收用户选择提供选择器工具：不同的外部内容种类，不同的外部内容品牌和不同的特定外部内容项。

14.如权利要求2所述的系统，其特征在于，所述图像用户界面包括外部内容选择功能，从一系列逐步升级的外部内容整合选项中接收输入用户选项，和从所述逐步升级的系列选项中接收所述根据所述用户选项增长的相应的补偿值增加的累计率。

15.如权利要求2所述的系统，其特征在于，所述相应的补偿值的至少一部分计算是根据关于多个共享平台为每个所述用户内容项选出的函数。

16.如权利要求2所述的系统，其特征在于，所述系统为每个系统的用户维护用户配置文件，且其中所述相应补偿值的至少部分计算是根据关于每个所述用户配置文件的各自完善度的函数。

17.如权利要求2所述的系统，其特征在于，所述图像用户界面包括外部内容选择功能，接收输入用户外部内容偏好，输入用户外部内容偏好传到所述整合器且利用从多个可用外部内容项中对用户偏好外部内容整合的导向筛选，且其中所述相应的补偿值至少部分计算是根据关于所述用户外部内容偏好的函数。

18.一种广告整合和补偿服务器包括：

一输入通讯接口，与各自的用户客户端设备通讯连接以访问用户选择内容和第三方基于服务器的共享平台的用户选择；

一广告整合引擎，由数字数据处理器运行，以将选择广告项目和所述用户选择的内容整合然后输出可共享的整合内容项；

一输出通讯接口，与所述第三方基于服务器的共享平台通讯连接，以转发所述可共享整合内容项，使可共享整合内容项代表用户作为来源进行共享；以及

一基于服务器的结算功能，将各自递增补偿值与每个用户关联，至少部分基于多个各自选择的内容项，通过系统用于广告整合与共享，其中所述结算功能根据关于所述各自递增补偿值的函数直接补偿每个所述用户。

19.如权利要求18所述的系统，其特征在于，还包括广告商入口，以上传所述广告项至所述存储器。

20.如权利要求18所述的系统，其特征在于，所述结算功能还为每个所述用户追踪各自可视性因子，定义多个用户联系人中至少一个的函数，用户联系人可访问所述共享整合内容、多个所述整合内容的记录活动视图、之前记录视图的历史记录和由所述选择共享平台认定的用户信誉值，其中所述增量补偿值至少部分由所述可视性因子的函数设置。

21.如权利要求18所述的系统，其特征在于，所述输入通讯接口还访问与所述选择内容共享平台相关联的各自用户凭据，以获得在该平台上代表所述用户共享所述集成内容的许可。

22.如权利要求18所述的系统，其特征在于，所述输入通讯接口还访问一个或多个用户选择的广告内容偏好，用户选择内容偏好可用于选择所述选择广告内容项以进行整合。

23.如权利要求22所述的系统，其特征在于，所述广告内容偏好包括下述中的至少一个：可选择广告类型、品牌和项。

24.如权利要求22所述的系统，其特征在于，所述广告内容偏好包括一系列逐步升级的广告内容整合等级内的可选择等级，且其中所述结算功能增加了所述补偿值的增长率，作为所选等级的函数。

25.一种基于服务器在用户的共享内容里自动整合广告且由此直接补偿用户的方法，所述方法包括自动地：

接收输入用户选择内容和目标第三方基于服务器内容共享平台上的用户选择；

选择广告项以与所述用户选择的内容整合；

将所述选择广告项与所述用户选择内容进行整合然后输出可共享整合内容项；

转发所述整合内容项至所述目标第三方基于服务器内容共享平台，以代表所述用户作为来源进行共享；

至少部分基于多个选择的用户选择内容项，增加与用户相关联的补偿值以共享广告整合；以及

以所述增量补偿值的函数对用户直接补偿。

26.如权利要求25所述的方法，还包括为用户追踪可视性因子，至少定义多个用户联系人中至少一个的函数，用户联系人可访问所述共享整合内容、多个所述整合内容的记录活动视图、之前记录视图的历史记录和由所述选择共享平台认定的用户信誉值，其中所述增量补偿值至少部分由所述可视性因子的函数设置。

27.如权利要求25所述的方法，还包括接收输入一个或多个用户选择广告内容偏好；其中所述广告内容根据关于所述一个或多个用户选择广告内容偏好的函数进行选择。

28.如权利要求27所述的方法，其特征在于，所述一个或多个广告内容偏好包括下述中的至少一个：可选的广告类型、品牌和项。

29.如权利要求27所述的方法，其特征在于，所述一个或多个广告内容偏好包括一系列逐步升级的广告内容整合等级内的可选择等级，且其中该补偿值至少部分是按照所述选择等级定义的比率增加的。

30.一种通过内容共享平台共享数字用户内容的系统，该系统包括：

一输入通讯接口，与所述各个用户客户端设备通讯连接以通过内容共享平台访问要共享的用户选择内容，且还访问从多个这样的偏好中选择的用户选择整合广告偏好；

一存储多个广告项的可访问服务器存储器，且每个广告项有至少一个所述关联的偏好；

一由数字数据处理器运行的广告整合引擎，以将对应所述用户选择偏好的选择的广告项和所述用户选择内容进行整合，以输出可共享的整合内容项；以及

一个输出通讯接口，接口连接所述内容共享平台以转发所述可共享整合内容项，使可共享整合内容项代表用户作为来源进行共享。

31.如权利要求30所述的系统，其特征在于，所述输入通讯接口与所述各个用户客户端设备通讯连接，以通过各个用户特定的用户权限访问来代表所述各个用户发布定向广告推

送。

其中所述广告整合引擎，响应所述用户权限，数字化地将各自用户标识符与定向广告内容项整合，以生成用户特定的整合定向广告内容项；以及

其中所述输出通讯接口通过共享平台，代表各个用户作为来源，转发所述用户特定的整合广告内容项，使所述各个用户的联系人仅允许可浏览用户特定的整合广告内容项。

32.如权利要求31所述的系统，其特征在于，所述各个用户标识符标识所述各个用户，作为由所述广告客户定向内容可识别的广告实体所赞助。

33.如权利要求31所述的系统，还包括基于服务器的结算功能，使各自递增补偿值和每个所述各个用户相关联，基于多个以其名义发布的广告客户定向内容项中的至少一个和所述广告定向内容项经发布后的可视性。

34.如权利要求31至33中的任意一条所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项通过所述输出接口发布，且作为所述各个用户的发布或用户活动的函数。

35.如权利要求34所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项在低发布活动时期自动地发布，自动为所述各自的用户设置追踪发布历史的函数。

36.如权利要求34所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项在所述各个用户发布自己的内容之前立即自动发布，作为对所述各个用户自己的内容的介绍。

37.如权利要求34所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项作为所述各个用户地理的函数自动发布，以在所述用户特定整合广告定向内容项中整体参考所述地理位置。

38.如权利要求34所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项作为所述各个用户的人口统计或个人的函数自动发布。

39.如权利要求31至38任意一条所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项自动包括促销内容，促销内容特别地可由所述各个用户的联系人兑换且只能通过所述共享平台访问。

40.如权利要求30所述的系统，还包括基于服务器的结算功能，至少部分基于多个各自选择的内容项使各自递增补偿值关联每个用户，从而通过系统进行广告整合和共享，其中所述结算功能作为所述各自递增补偿值的函数补偿每个所述用户。

41.如权力要求30所述的系统，其特征在于，所述用户选择整合广告偏好从不同特定可选外部内容品牌和不同特定可选广告项的至少一个中选择。

42.如权利要求30所述的系统，还包括图像用户界面，呈现在所述各个用户设备上，且有内容选择功能选项，在用户操作下，所述用户选择内容；和广告偏好选择功能，可选择地显示所述多个偏好和选项，在用户操作下，显示所述用户选择整合广告偏好。

43.如权利要求40所述的系统，还包括图像用户界面，呈现在所述各个用户设备上名病情有内容选择功能选项，在用户操作下，所述用户选择内容；和广告偏好选择功能，可选择地显示所述多个偏好和各自补偿率，以分别和每个所述偏好的选择关联，且应用在计算所述各自递增补偿值，和在用户操作下从所述多个偏好中选择所述用户选择整合广告偏好。

44.如权利要求30所述的系统，还包括客户端应用程序，可在本地执行每个所述用户客户端设备以呈现内容选择功能和广告偏好选择功能的图像用户界面；其中至少一些所述客户端设备包括可拍照设备，且其中所述内容选择功能通讯连接拍照功能以选择得到的选择

数字内容如所述用户选择内容。

45.如权利要求44所述的系统，其特征在于，所述内容选择功能自动地启动所述拍照功能以获取新内容，且能使所述用户自动上传所述新内容如用户选择内容到所述整合引擎进行共享。

46.如权利要求30-45中任意一条所述的系统，其特征在于，所述整合引擎包括中央可访问网络数字内容整合器。

47.一种通过服务器内容共享平台共享数字用户内容的系统，所述系统包括：

一输入通讯接口，连接各个用户客户端设备以使用户选择内容发布至基于服务器内容共享平台；

一由数字数据处理器运行的整合引擎，将用户相关数据与用户选择内容整合以输出可共享的整合内容项；以及

一输出通讯接口，与所述基于服务器内容共享平台接口连接，转发所述可共享的整合内容项，使其代表用户作为来源进行共享且作为所述用户选择内容的一部分，完整地识别用户相关数据。

48.如权利要求47所述的系统，其特征在于，所述用户相关数据包括用户标示，用户标示完整识别作为所述用户已共享的选择内容的发起人的用户。

49.如权利要求48所述的系统，其特征在于，所述整合引擎经操作以数字签名的形式嵌入所述用户标示，整合到所述可共享整合内容项，且不可分离。

50.如权利要求48所述的系统，其特征在于，所述用户标示包括用户在系统上之前注册的用户名。

51.如权利要求47所述的系统，其特征在于，所述用户相关数据包括当前用户位置或者之前注册的用户地址。

52.如权利要求47所述的系统，其特征在于，所述系统包括可访问服务器用户数据库，数据库存储每个系统用户对应的信息，包括所述用户相关数据，其中所述用户相关数据可由所述整合引擎从所述用户数据库进行访问。

53.如权利要求47-52中任意一条所述的系统，其特征在于，至少一些所述用户相关数据可视整合以可视识别用户为所述用户选择内容的发起人。

54.如权利要求53所述的系统，其特征在于，所述用户标示还包括与GPS定位关联的且由所述各个用户客户端设备计算和从各个用户客户端访问的用户当前地址。

55.一种存储有说明和指令的非瞬时性计算机可读媒体，通过基于服务器内容共享平台由共享数字用户内容中个人通讯设备的处理器实现了：

通过在个人通讯设备上实现的图像用户界面接收输入，通过基于服务器内容共享平台，用户内容选择进行共享；

通过所述图像用户界面接收输入，整合广告偏好的选项选自多个这样的偏好；以及

将所述用户内容选项和所述整合广告偏好选项传到由远程数字数据处理器运行的广告整合引擎，以整合对应所述偏好选项的选择广告项和所述用户内容，然后输出可共享的整合内容项，根据指令将所述可共享的整合内容项转发至基于服务器内容共享平台，使可共享整合内容项代表所述用户作为来源进行共享。

56.一种存储有说明和指令的非瞬时性计算机可读媒体，通过基于服务器内容共享平

台由共享数字用户内容中个人通讯设备的处理器实现了：

通过在个人通讯设备上实现的图像用户界面接收输入，通过基于服务器内容共享平台，用户内容的选择进行共享；

将所述用户内容选项和所述整合广告偏好选项传到由远程数字数据处理器运行的广告整合引擎，以整合对应所述偏好选项的选择广告项和所述用户内容，然后输出可共享的整合内容项，根据指令将所述可共享的整合内容项转发至基于服务器内容共享平台，使可共享整合内容项代表所述用户作为来源进行共享以及完整地标示所述用户为所述用户内容的发起人。

57.一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的基于服务器的方法，该方法包括自动地：

接收用户内容的输入用户选项，通过基于服务器的内容共享平台进行共享；

接收选自多个这样的偏好的整合广告偏好的输入用户选项；

将用户标识符与用户内容整合以输出可共享的整合内容项；以及

转发所述整合内容项到所述基于服务器内容共享平台，使可共享整合内容项代表用户作为来源进行共享且整体地标示用户为所述用户内容的发起人。

58.如权力要求57所述的方法，其特征在于，所述整合广告偏好是特定的品牌或广告商。

59.一种通过基于服务器内容共享平台数字内容共享的用户补偿系统，该系统包括：

一输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接，以使用户选择内容可以发布至所述基于服务器内容共享平台；

一服务器可访问存储器，存储有多个广告项；

一由数字数据处理器运行的广告整合引擎，将选择广告项和所述用户选择内容整合，然后输出可共享的品牌整合内容项；

一输出通讯接口，与所述基于服务器内容共享平台通讯连接，以转发所述可共享的品牌整合内容项，使可共享的品牌整合内容项代表所述用户作为来源进行共享；以及

一基于服务器结算引擎，至少部分基于多个各自选择的内容项使各自递增补偿值和每个用户相关联，以通过系统进行广告整合和共享，其中所述结算引擎根据所述各自递增补偿值的函数直接补偿每个所述用户。

60.如权利要求59所述的系统，其特征在于，所述用户补偿系统是对基于服务器内容共享平台的整合，且其中所述输入通讯接口作为所述注册用户可访问内容共享平台的用户入口由基于服务器内容共享平台运行。

61.如权利要求60所述的系统，还包括追踪引擎，追踪引擎通过所述注册用户的联系人追踪每个所述可共享的品牌整合内容项的可视性，注册用户能够通过所述共享平台访问所述可共享品牌整合内容项。

62.如权利要求59所述的系统，其特征在于，所述递增补偿值至少部分基于与每个所述广告项相联系的各自补偿率。

63.如权利要求59所述的系统，其特征在于，所述输入通讯接口与所述各个用户客户端设备通讯连接，以进一步访问选自多个这样的偏好的用户选择整合广告偏好，且其中所述选择广告项由所述偏好的函数选择。

64.如权利要求63所述的系统，其特征在于，所述偏好包括特定品牌，特定广告客户和特定的广告内容项的至少一个。

65.如权利要求63所述的系统，其特征在于，所述偏好选择为与每个所述偏好相关联的列出的各自补偿率的函数。

66.如权利要求63所述的系统，其特征在于，所述偏好从列出的所述偏好中选取，其中所述列表通过系统自动生成和呈现在所述各自客户端设备上，列表至少部分基于通过各自系统用户配置文件收集的用户信息。

67.如权利要求59至66任一条所述的系统，其特征在于，每个所述各自递增补偿值至少部分基于多个共享平台，在多个共享平台上所述整合品牌内容项同时进行共享。

68.如权利要求59至67中任何一条所述的系统，其特征在于：

系统还包括基于服务器的追踪器；

所述广告整合引擎将唯一扫描代码和所述可共享品牌整合内容项进行整合，所述品牌内容在共享平台上一经发布和浏览，可共享品牌整合内容项在所述唯一扫描代码上由品牌内容浏览器的设备进行扫描，浏览器追踪信号就自动地从浏览器设备上发出至所述基于服务器追踪器，特别标示所述被浏览品牌内容到所述追踪器；以及

所述基于服务器结算引擎根据多个任一由追踪引擎接收的所述浏览器信号的函数增加所述各自递增补偿值。

69.如权利要求68所述的系统，其特征在于，所述浏览器追踪信号一经发出会自动地与由所述品牌浏览器设备扫描的所述唯一扫描代码进行关联。

70.如权利要求68或权利要求69所述的系统，其特征在于，所述浏览器追踪信号还唯一识别浏览器为系统的其他用户；且其中所述基于服务器结算引擎增加与所述其他用户有关的所述各自递增补偿值，根据关于所述唯一识别所述其他用户的所述追踪引擎接收的浏览器追踪信号的函数。

71.如权利要求68-70任意一条所述的系统，其特征在于，所述扫描码包括一个QR码。

72.如权利要求68-70任意一条所述的系统，其特征在于，所述扫描码包括条码或唯一识别号。

73.如权利要求59到67任意一条所述的系统，其特征在于：

系统还包括服务器运行的抓取器，抓取器运行以抓取在共享平台上的可访问已发布内容；

所述广告整合引擎还将唯一扫描代码和所述可共享品牌整合内容项进行整合，唯一识别所述品牌内容项且一经发布到所述共享平台就可由所述抓取器自动地识别；以及

所述基于服务器结算引擎根据关于多个时间量的函数增加所述各自递增补偿值，所述唯一扫描代码可由所述抓取器识别。

74.如权利要求59到73中任意一条所述的系统，其特征在于，所述输入通讯接口与所述各个用户客户端通讯连接，以通过各个用户特定的用户权限访问，代表所述各个用户发布广告定向推送；

其中所述广告整合引擎，响应所述用户权限，数字化地将各个用户标识符与广告定向内容项整合，以生成特定用户整合广告定向内容项；

其中所述输出通讯接口代表所述各个用户作为来源，转发特定用户整合广告定向内容

项到基于服务器的内容共享平台，经允许后所述各个用户的联系人可浏览特定用户整合广告定向；以及

其中所述结算引擎将不同的递增补偿值和所述各个用户相关联，至少部分基于多个以结算引擎的名义发布的广告定向内容项和所述经发布的广告客户定向内容项的可视性。

75.如权利要求74所述的一种系统，其特征在于，所述各个用户标识符由于由从所述广告客户定向内容中可识别的广告实体赞助因此可识别所述各个用户。

76.如权利要求74或权利要求75所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项通过所述输出接口根据关于所述各个用户的发布和用户活动的函数发布。

77.如权利要求76所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项在低发布活动时期自动发出，且为所述各个用户自动设置关于追踪发布历史的函数。

78.如权利要求76所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告客户定向内容项在所述各个用户发布自己的内容之前自动发布，以作为所述各个用户自己内容的介绍。

79.如权利要求76所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项自动发布，根据关于所述各个用户的地理位置的函数，以在所述用户特定整合广告客户定向内容项中完整地参考所述地理位置。

80.如权利要求76所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项根据关于所述各个用户人口统计或个人的函数自动发布。

81.如权利要求74至80任意一条所述的系统，其特征在于，所述用户特定整合广告定向内容项自动包括促销内容，所述促销内容可由所述各个用户的联系人兑换且只能通过所述共享平台进行访问。

82.如权利要求30到45任意一条所述的系统，其特征在于，所述内容共享平台包括短信服务(SMS)平台和彩信服务(MMS)平台。

83.一种通过多媒体内容共享平台共享基于短信信息的系统，该系统包括：

一输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接，以通过内容共享平台共享；

一服务器可访问存储器，存储多个背景图片和/或视频项；

一由数字数据处理器操作的整合引擎，将每个所述基于短信信息和选择的所述背景图像和/或视频项整合，以输出所述可共享的整合基于短信多媒体内容项；以及

一输出通讯接口，通讯连接所述多媒体内容共享平台以输出所述可共享的整合基于短信多媒体内容项，使可共享整合基于短信多媒体内容项代表用户作为来源进行共享。

84.如权利要求83所述的系统，其特征在于，每个所述多个背景图像和/或视频项关联指定的氛围参数，其中所述整合引擎还访问从至少一些基于短信信息中自动提取的预期的氛围，且自动选择所述的背景图片和/或视频项以将所述指定的氛围参数对应于所述的预期氛围。

85.如权利要求84所述的系统，其特征在于，所述预期氛围自动地根据关于包括基于短信的信息在内的自动可识别的表情符号或基于表情符号的快捷键的函数进行抽取。

86.如权利要求85所述的系统，其特征在于，所述预期的氛围自动地根据关于包括基于短信的信息在内的自动可识别的快捷键的函数进行提取。

87.如权利要求83所述的一种系统，其特征在于，超过预定长度的长基于短信信息会自动整合在基于视频内容项里，其中所述长基于短信信息通过所述基于视频内容项逐步滚

动。

88.如权利要求83-86任意一条所述的系统，其特征在于，所述多媒体内容共享平台包括彩信服务(MMS)平台。

89.如权利要求83-87中任意一条所述的系统，其特征在于，所述多媒体内容共享平台包括短信信息不兼容共享平台。

90.如权利要求83-89中任意一条所述的系统，其特征在于，所述背景图像和/或视频项包括广告项，该系统还包括广告项公开追踪器，为不同用户追踪所述广告项的整合。

91.如权利要求90所述的系统，其特征在于，所述外部内容公开追踪器递增地为每个用户关联相应的基于所述追踪的补偿值；其中系统还包括结算接口，基于关联的总递增补偿值提供给每个所述用户直接补偿。

92.一种通过多媒体内容共享平台共享基于短信信息的方法，该方法包括：

接收广告用户产生的输入基于短信信息，使输入基于短信信息通过所述内容共享平台进行共享；

将每个所述基于短信信息和选择的背景图片和/或视频项整合，以输出一个可共享整合基于短信多媒体内容项；以及

与所述多媒体内容共享平台接口连接，转发所述可共享整合基于短信多媒体内容项，使可共享基于短信多媒体内容项代表所述用户作为来源进行共享。

93.如权利要求92所述的方法，还包括：自动从至少一些基于短信信息中提取预期氛围；其中所述选项包括自动选择对应所述自动提取预期氛围的与指定氛围参数一致的所述背景图片和/或视频项。

94.如权利要求93所述的方法，其中所述预期氛围自动地根据关于包括基于短信信息在内的自动可识别的表情符号或基于表情符号的快捷键的函数进行提取。

一种自动化的外部内容整合的用户内容共享系统和方法

技术领域

本发明涉及一种用户内容共享系统和方法，特别地，一种自动化的外部内容整合的用户内容共享系统和方法。

背景技术

通过通讯网络进行用户内容的共享已经变得很普遍，通过社交媒体网站、平台和/或应用程序(如Facebook™,LinkedIn™,Twitter™,Pinterest™,等等)，通过在线共享或网页平台(如可公开访问的网站，博客，网上聊天室等)，通过在线媒体发行渠道或平台(如YouTube)，和更传统的社交网络媒体比如电子邮件，短信等。

迄今，用户内容一般是且列于外部内容，或与外部内容一起发布，比如广告内容或促销内容，这是由服务供应商与问题中的用户内容共享平台一起控制和管理的。相应地，用户通常可以自由访问共享平台，以换取这个与他们在外部内容提供商的开支上和关于服务提供商的利润的内容相关的外部内容。通常，用户无法控制与他们的内容一起出现的外部内容。尽管如此，这个外部内容可以是针对用户和/或用户的观众，例如基于自动收集和与用户相关联的人口统计、社会、公众和/或提取的数据。

如美国专利No.2008/0162228公开的一个特定例子，一个用户内容生成平台可以用作将可选择的广告内容整合在生成的用户内容中。交换整合广告内容，用户可以自由进入生成平台且获得这样生成的该用户内容(例如有版权的音频/视频/图像内容)的版权资料的广告收益赞助许可权。

如美国专利No.8554627所述的另一个例子，在给定的机构的一位顾客可能会被邀请通过“状态更新”建立他们的社会形象在这家机构“签到”，其中在该机构的顾客的照片可能会插入照片广告模版然后如状态更新被贴出。

这里提供的背景资料是用于显示发明人认为可能具有相关性的内容。而不是承认这些资料是必要的，也不能解释为之前的任何资料构成现有技术。

发明内容

以下提出了对本文中发明大致概念的简单内容，提供了对本发明某些方面的基本的理解。此内容不是本发明的概述。它且不是旨在限制本发明的主要或关键要素，或划定超出明确或隐式描述的以下说明和权利要求的本发明的范围。

一种存在需要的带有自动外部内容集成的用户内容共享系统和方法，克服了一些已知技术的缺点，或至少，提供了一个有用的替代。本发明的某些方面提供了这样的系统和方法的例子。

根据一方面，这里提供了一种通过不同共享平台共享数字用户内容的系统，所述系统包括：一个在每个系统用户的个人通讯设备上呈现的图像用户界面。所述图像用户界面提供一种内容选择功能的选择，在用户的操作下，用于共享的用户内容，和一种共享平台功能的选择，在用户的操作下，一个或多个所述的不同共享平台；一个网络访问数字内容整合

器，通讯连接到所述用户界面以访问对应所述内容选择功能的所述选择的用户内容，整合器访问不同于用户内容的储存的外部内容，其中所述整合器将所述外部内容和所述选择择的用户内容进行整合，且输出整合内容；以及一个通讯接口，通讯连接到所述整合器且选择性地可操作的连接每个所述不同的内容共享平台，其中整合内容作为来源代表所述系统用户通过所述通讯接口转发到所述选择择的一个或多个共享平台。

根据另一方面，提供一种广告整合和补偿服务器包括：一个输入通讯接口，通讯连接各个用户客户端设备以访问用户选择内容和第三方基于服务器内容共享平台的用户选择；一个服务器可访问储存器，存储有多个广告项；一由数字数据处理器运行的广告整合引擎，将选择的广告项和所述用户选择内容整合且输出一个可共享的整合内容项；一输出通讯接口，通讯连接所述第三方基于服务器内容共享平台，以输出所述可共享的整合内容项，使其代表所述用户作为来源共享；和一基于服务器结算功能，使各自递增补偿值与每个用户相联系，基于至少一些分别选择的内容项，通过该系统进行广告整合和共享，其中所述结算功能按照一个关于所述各自递增补偿值的函数对每个所述用户进行直接补偿。

根据另一方面，提供一种基于服务器的方法进行自动在用户共享的内容中整合广告，且相应地直接补偿用户，所述方法包括自动地：接收输入用户选项的内容和目标第三方基于服务器内容共享平台的用户选择；选择一个广告项以整合所述用户选择择内容；将所述选择广告项和所述用户选择内容整合，输出一个可共享的整合内容项；输出所述整合的内容项到所述目标第三方基于服务器内容共享平台，使其代表用户作为来源被共享；递增一个与至少部分基于多用户选择的选择共享邮政广告整合用户的内容项相关的补偿值；以及按照关于所述递增补偿值的函数对用户进行直接补偿。

根据某些方面，所述系统和方法克服了通过通讯网络在共享用户内容中自动整合外部内容的技术挑战。

根据这样一个方面，所述的系统和方法克服了在直接补偿该系统的用户的自动配给和分配的以换取这样的外部内容的自动化整合中的技术挑战。

根据这样的另一个方面，所述的系统和方法克服了在提供用户至少部分选择性控制整合的类型或实际的外部内容的技术挑战。

根据另一方面，提供一种通过一个内容共享平台共享数字用户内容的系统，系统包括：一呈现在系统用户的各自个人通讯设备上的图像用户界面，其有内容选择功能的选择，在用户操作下，共享用户内容；以及一外部内容选择功能，接收输入一个从大量可访问外部内容项中识别用户偏好的外部内容的用户外部内容，其中每个所述外部内容项与所述用户内容不同；一个可访问网络数字内容整合器通讯连接到所述用户界面以获取所述选择用户内容和所述选择用户外部内容的偏好，且由此访问所述用户偏好内容以整合所述选择外部内容和所述选择用户内容且输出整合内容；以及一个通讯接口，通讯连接所述整合器且可操作连接所述内容共享平台，其中所述整合内容作为来源代表所述系统用户通过所述通讯接口转发至所述共享平台。

根据另一方面，提供了一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的系统，该系统包括：一个输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接以访问用户选择内容且发布用户选择内容至基于服务器内容共享平台，且进一步访问从大量这样的偏好中访问中选择的整合广告偏好；一服务器可访问储存器，存储有大量广告项，且每个广告项有至少一

个相联系的所述偏好；一由数字数据处理器运行的广告整合引擎，将一对应所述用户选择偏好的选择的广告项与所述用户选择内容整合，且输出一个可共享的整合内容项；以及一输出通讯接口，与基于服务器内容共享平台接口连接，转发所述可共享整合内容项，使其代表所述用户作为来源被共享。

根据另一方面，提供了一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的系统，该系统包括：一个输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接以访问用户选择内容且发布至基于服务器内容共享平台；一由数字数据处理器运行的整合引擎，将用户身份证明与所述用户选择内容整合且输出一可共享的整合内容项；以及一输出通讯接口，与所述基于服务器内容共享平台接口连接，转发所述可共享整合内容项，使其代表所述用户作为来源共享且完整地标识所述用户为所述用户选择内容的发起者。

根据另一方面，提供一种存储有说明和指令的非瞬时性计算机可读媒体，通过一个基于服务器内容分享平台由分享数字用户内容中个人通讯设备的处理器实现了：通过一在个人通讯设备上实现的图像用户界面接收输入，通过基于服务器内容共享平台用户内容的选择得到共享；通过所述图像用户界面接收输入，从大量这些偏好中选择一整合的广告偏好；将所述用户内容选择和所述整合广告偏好选择整合到由远程数字数据处理器运行的广告整合引擎，且将一个对应所述偏好选择的广告项与所述用户内容整合，且输出一个可共享的整合内容项，通过指令将所述可共享整合内容项转发至基于服务器内容共享平台，使之代表所述用户作为来源被共享。

根据另一方面，提供了一种存储有说明和指令的非瞬时性计算机可读媒介，通过一个基于服务器内容共享平台由共享数字用户内容中的个人通讯设备的处理器实现了：通过一在个人通讯设备上实现的图像用户界面接收输入，通过基于服务器内容共享平台用户内容的选择得到共享；和将所述用户内容选择和用户身份证明通讯连接到一个由远程数字数据处理器运行的外部内容整合引擎，将用户身份证明与所述用户内容整合，且输出一个可共享的整合内容项，根据指令将所述可共享整合内容项转发至基于服务器内容共享平台，使其代表所述用户作为来源共享且完整地标示用户为所述用户内容的发起人。

根据另一方面，提供一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的方法，所述方法包括自动地：接收用户内容的输入用户选项，使其通过基于服务器内容共享平台共享；接收从大量这些偏好中选出的整合广告偏好的输入用户选项，将一对应所述偏好选择的选择的广告项与用户内容整合，输出一可共享的整合内容项；且转发所述可共享的整合内容项至所述基于服务器内容共享平台，使其代表用户作为来源共享。

根据另一方面，提供一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的方法，所述方法包括自动地：接收用户内容的输入用户选项，使其通过基于服务器内容共享平台进行共享；接收从大量这些偏好中选出的整合广告偏好的输入用户选项；将一用户标识符与用户内容整合，输出一可共享的整合内容项；且转发所述可共享的整合内容项至所述基于服务器内容共享平台，使其代表用户作为来源被共享以及完整地标示该用户为所述用户内容的发起人。

根据另一方面，提供一种通过基于服务器共享平台的数字内容的用户补偿系统，所述系统包括：一输入通讯接口，通讯连接各个用户客户端设备以访问用户选择内容且发布到所述基于服务器共享平台；一服务器可访问存储器，存储有大量广告项；一由数字数据处理

器运行的广告整合引擎，将选择的广告项和所述用户选择的内容整合且输出一个可共享的品牌整合内容项；一输出通讯接口，与所述基于服务器内容共享平台接口连接，转发所述可共享品牌整合内容项，使其代表用户作为来源被共享；和一基于服务器结算引擎，使各自的增量补偿价值至少部分基于一些各自选取的内容项与每个用户关联以用于通过所述系统的广告整合与共享，其中所述结算功能根据所述各自递增补偿值的函数对每个所述用户直接补偿。

根据另一方面，提供一种通过可访问网络的不同共享平台进行共享数字用户内容的系统，该系统包括：一呈现在系统用户的各自个人通讯设备上的图像用户界面，且有内容选择功能，在用户操作下，用户内容进行共享；以及一共享平台选择功能选项，在用户操作下，一个或多个所述不同的共享平台；一个数字内容整合器，通讯连接所述用户界面以获得对应所述内容选择功能的所述选择用户内容，所述整合器存储不同于用户内容的额外内容，其中所述整合器将所述外部内容和所述选择用户内容整合以输出整合内容；一通讯接口，通讯连接所述整合器且可选地与每个所述不同内容共享平台可操作连接，其中所述整合内容代表所述系统用户作为来源通过所述通讯接口，同时转发所述选择的一个或多个所述共享平台；以及一外部内容公开追踪器，为不同用户追踪所述外部内容和用户内容的整合。

根据另一方面，提供一种通过内容共享平台进行共享数字用户内容的系统，该系统包括：一输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接，以使用户选择内容通过所述内容共享平台共享，还从大量偏好中访问用户选择整合广告偏好；一服务器可访问存储器，存储有大量广告项，每个广告项有至少一个相关联的偏好；一由数字数据处理器运行的广告整合引擎，将所述用户选择的偏好对应的一选择广告项与所述用户选择内容进行整合，且输出一个可共享的整合内容项；和一输出通讯接口，与所述内容共享平台配合，以转发所述可共享的整合内容项，使其代表所述用户作为来源被共享。

根据另一方面，提供一种通过基于服务器内容共享平台共享数字用户内容的系统，该系统包括：一输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接，以使用户选择内容发布到基于服务器内容共享平台；一由数字数据处理器运行的整合引擎，将用户相关数据与所述用户选择内容整合，且输出一个可共享的整合内容项；和一输出通讯接口，与所述基于服务器内容共享平台合作，转发所属可共享的整合内容项，使其代表用户作为来源被共享，同时整体地标示所述用户相关数据作为所述用户选择内容的一部分。

根据另一方面，提供一种通过多媒体内容共享平台共享基于短信信息的系统，该系统包括：一输入通讯接口，与各个用户客户端设备通讯连接，使产生的基于短信信息通过内容共享平台进行共享；一服务器可访问存储器，存储有大量背景图片和/或视频项；一由数字数据处理器运行的整合引擎，将所述基于短信信息和所述背景图片和/或视频项的选择项整合，且输出一个可共享的整合基于短信多媒体内容项；一输出通讯接口，与多媒体内容共享平台接口连接，以转发所述可共享的整合基于短信多媒体内容项，使其代表所述用户作为来源进行共享。

根据另一方面，提供一种通过多媒体内容共享平台共享基于短信信息的方法，该方法包括：接收由各个用户创作的输入基于短信信息，使其通过所述内容共享平台进行共享；将每个所述基于短信信息和一个选择的背景图片和/或视频项进行整合，以输出一个可共享的整合基于短信多媒体内容项；以及连接所述多媒体内容共享平台以转发所述可共享的整

合基于短信多媒体内容，使其代表所述用户作为来源被共享。

在其他方面，当阅读以下的非限制性描述的具体实施例时，特征和/或优点将变得更加明显，只通过参考附图的方式给出实例。

附图说明

本发明的几个实施例将通过实例的方式提供，参考附图，其中：

图1为带有自动整合外部内容功能的用户内容共享系统和方法的高层次示意图，对应本发明的一个实施例；

图2是说明性的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作以选择用户内容和一目标共享平台进行共享，对应本发明的一个实施例；

图3是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作在一个广告项中选择一个品牌类型喜好，当在选择目标共享平台上发布时，使其整合到选择用户内容，对应本发明的一个实施例；

图4是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面上，由用户操作以选择一个品牌等级偏好，定义一个广告的等级，当在选择目标共享平台上发布时，使其整合在选择用户内容中，对应本发明的一个实施例；

图5是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作以管理一个用户账户和一个追踪的累计补偿值，对应一个本发明的实施例；

图6是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作以处理一个与给定的共享平台关联的配置文件，对应一个本发明的实施例；

图7是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作以处理一个与另一个给定的共享平台关联的配置文件，对应一个本发明的实施例；

图8是发布在一个视频共享平台上的整合内容的截图，对应一个本发明的实施例；

图9是带有自动外部内容整合的用户内容共享系统和方法的流程图，对应一个本发明的实施例；

图10是整合内容的示例性截图，整合内容最初由一个内容发起人发布在一个内容共享平台网页上，且由发起人的联系人不断地共享在他们的内容共享平台网页上，以由各自的联系人浏览，其中内容发起人由整合内容被完整地标示，对应一个本发明的实施例；

图11是图10的整合内容的示例性截图，整合内容经内容共享平台的其他用户转发，但内容共享平台没有提及内容发起人，其中当其他用户的联系人浏览时，内容发起人由整合内容整体标示，对应本发明的一个实施例；

图12是图2的用户终端的主视图，在用户终端上呈现一个图像用户界面，由用户操作在界面上管理结算信息，使其利用在用户已发布内容的整合识别中，对应本发明的一个实施例；

图13是用户终端的主视图，呈现在一个图像用户界面上，由用户操作以选择用户内容进行共享和一目标共享平台，对应本发明的一个实施例；

图14是图13的用户终端的主视图，呈现在一个图像用户界面上，由用户操作以选择一个或多个共享平台以共享选择的用户内容；

图15是图13的用户终端的主视图，呈现在一个图像用户界面上，由用户操作以选择一

个优先的广告以整合在所选用户内容里；

图16是整合内容的示例性截图，最初由一个内容发起者发布在一个内容共享平台上且不断地被发起者的联系人共享在他们的内容共享平台网页上，使其被各自的联系人浏览，其中该内容发起人被该整合内容完整地标示，且整合内容项还可单独地由一个整合的扫描码识别，对应本发明的一个实施例；

图17是带有自动外部内容整合功能的用户内容共享平台的高层次示意图，对应本发明的一个实施例；

图18是带有自动外部内容整合功能的用户内容共享平台的流程图，对应本发明的一个实施例；

图19是发布在一个图像和视频共享平台上的整合内容的示例性截图，对应本发明一个实施例；

图20是图19中在图像和视频共享平台上的用户的配置文件的示例性截图，其中用户发布历史包括不同外部内容整合选项的发布；

图21是图19中发布在图像和视频共享平台的用户特定整合广告定向内容的示例性截图，通过确定为赞助用户的授权的广告客户代表用户，对应本发明的一个实施例；

图22是图19中发布在图像和视频共享平台的用户特定整合广告定向内容的截图，通过确定为赞助用户的授权的广告客户代表用户，在本例中，在共享平台上向用户的联系人提供促销内容，对应本发明的一个实施例；

图23是发布在图像共享平台上的整合内容的示例性截图，其中由用户输入的基于短信信息自动地整合在一个图像格式中，使其发布在该图像共享平台，对应本发明的一个实施例；以及

图24是发布在视频共享平台上的整合内容的示例性截图，其中由用户输入的基于短信信息自动地整合在一个视频格式中，使其发布在该视频共享平台，对应本发明的一个实施例。

具体实施方式

根据不同的实施例，此处所描述的系统和方法也提供不同的实例，其中外部内容可以自动被整合在用户内容中，是由于这种内容通过通讯网络共享在一个或多个内容共享平台。例如，对个人来说，现在通过一个或多个共享平台发布或共享私人内容(如短信，图像，照片，视频等)是很正常的，共享平台是他们的社交媒体平台如Facebook™，Twitter™，Pinterest™，Instagram™等，在线或网页公共平台(如公共可访问网站、博客等)，在线媒体发行频道或平台(如YouTube)，和更多传统的网络通讯媒介如邮件，短信(短信服务-SMS，彩信服务-MMS)等。

根据以下所述的实施例，这样的共享平台为用户提供一种方式通过外部内容与他们发布的材料，即由第三方捐助者赞助的外部材料，的直接整合以货币化他们的贡献，通过这些共享平台寻求获得更多的公众公开。在一些实例中，外部内容贡献者将包括，但不限于，一种广告机构或代理，通过本文所描述的系统和服务的实施例，提交用于与用户在不同的共享平台上共享的不同的用户内容项整合的广告内容。相应地，在一些实施例中，一个递增补偿值可以基于发布数量通过该系统对每个用户进行追踪和计算以带有整合的且因此对于

用户的联系人、追随者、朋友等可视的广告材料，或其他这样的外部内容。该补偿值同样可以计算出，至少一部分，作为选出用于共享每个整合内容项的不同共享平台数量的函数。另外整合发布的数量，用户同样可以选择，在一些实施例中，外部内容的等级整合在他们的发布中(如低、中、高)，且相应地还有对应的应用在他们的账户的补偿率。

在一些方面，大体上补偿值可以至少部分作为关于每次发布或每个用户的可视化因素的函数来计算，例如，基于联系人、追随者、朋友等的数量，或在选择共享平台上与本用户和/或用户的配置文件相关的大致信誉值。另一个例子可能或也包括实际的集成内容的意见、喜好、转发和/或广告点击的追踪，以量化由整合内容发布提供的市场范围。

这些和其他应用将在更大的如下进一步详述中描述，以一个非限制性的方式，参考下面的示例性实施例的描述。

现参见图1，对应一个实施例，现描述一种用户内容共享系统100的实例。该系统100通常包括一个用户管理模块102，一个广告管理模块104和一个发布管理模块106。

广告模块104通常包括一个可访问网络(例如基于服务器或可访问网页)模块，带有一可从一广告终端110(例如通用型计算机如台式或笔记本电脑、无线通讯设备如可联网智能手机或类似的设备或对技术人员来说很明显的其他这样的设备，)访问的接口108，允许外部实体(如第三方广告商)上传和描述广告内容，定义目标观众(如用户人口统计，目标共享平台等)且设置不同的和全面的在线广告活动相关参数(如用户补偿率、规则、选择)。通常，广告商可以通过接口108进入系统100，且上传广告内容(如静态图像、照片、视频，图标、标记、链接、标语、短信、标志等)和在广告内容数据库112中的活动参数，然后完成用于通过相应账号数据库114进行追踪的相关资金的转移。一旦活动被定义且准备实施，一配置引擎116可经操作从数据库112中积极选择合适的广告内容，例如基于一个或多个用户偏好、人口统计或类似的内容(以下进一步详细讨论)，以与选择用户内容整合，讨论如下。该系统100的操作者和其用户的补偿可以从广告账户中提取，基于一个或多个预先设定的补偿规则或类似界定在广告活动中的规则。

用户管理模块102也通常包括一个可访问网络模块，所述可访问网络模块有一用户接口118以允许系统用户访问，通过一个各个用户终端120(如笔记本或台式电脑、平板电脑、智能手机或手机、智能电视等)，系统的各种功能和特点。在一些实施例中，接口通过在线网络应用接口为为系统100提供用户动态交互。该系统可以以其他方式或也可以通过用户终端120实现的一个专用的客户端应用程序接口与用户接口(如通过智能手机或平板电脑上存储或运行的软件)。在另一个实施例中，用户模块102可以通过一个或多个常用网络接口自动连接用户终端120，例如作为一个中介或重定向邮件服务器自动与用户终端的电子邮件客户端，或再次作为一个基于蜂窝网络的发短信网关，自动连接用户的手机短信功能，以命名一些。

在这些和相似的实施例中，用户接口118允许用户内容的选择，使其通过该系统被共享，在其他实施例中，以从多个可访问的平台中选择一个目标共享平台，和/或不同外部内容整合偏好的选择或参数自定义制用户交互且从使用该系统中受益。举例说明，用户模块102包括一个用户内容上传引擎122，上传用户内容和偏好/选择至用户数据库124，一个可选预览引擎126，运行用户预览和确认生成的整合内容的发布，和一追踪引擎128，追踪整合发布和相关的增量收益，且管理补偿，使其从各自广告商账户114转移到用户账户。用户数

据库124可以包括，正如下面提到的一个示例性实施例中所讨论的更多细节，一个内容发起人管理功能142，通过该系统104发布或共享的每个内容的发起人不仅嵌入到外部内容，而且也嵌入至整合标志或标示中，以使该内容的发起人通过用户数据库124可追踪到发布端用户，例如。

发布模块106包括一个整合引擎130以组装整合内容132从用户内容中发布，和用户数据库124中的偏好134，以及配置引擎116中的外部内容136。整合引擎130可以进行内容发起人的标志或标示整合，如上提到的，在促进原始内容的可追溯性到原始发布或共享用户中。在另一个实施例中，整合引擎130还或可选择的进行一个独特扫描码(如QR码、条形码、序列号)的整合，唯一标识之前发布和/或内容发起人的集成内容。在一实施例中，整合引擎将收到如输入选择用户内容和相关的用户偏好(如个人内容或发布特定偏好，通常用户特定偏好，共享平台特定偏好，初始用户标示或上班，唯一生成的扫描码等)和传播这些偏好，或一个相关的子集，对于分配引擎116，收集合适的外部内容项或元素以将基于那些偏好的用户内容进行整合。一旦所有相关用户和外部内容可适于整合引擎130，继续将外部信息和用户内容(如嵌入，靠近，覆盖，且列等)进行整合，再此选择性地与用户偏好保持一致，使其发布到一个或多个选择的共享平台140，在这个基于网页的实施例中通过，一发布服务器138。很清楚，共享平台包括邮件或信息，合适发布/共享引擎(例如邮件服务器或路由器，通讯匝道等)可以被包括，单独或组合，以提供选择服务。一旦发布，整合内容132会被浏览，在一些实施例中，通过一个合适的浏览终端142(如智能手机或手机，笔记本电脑，平板电脑，台式电脑，等)。

在一些实施例中，系统100可以用作同时提供访问不同类型的共享平台，甚至在不同通讯技术和网络架构中可以被要求完成整合内容在这些通讯不同平台上的发布。例如用户接口118可以包括不同通讯接口以进行不同通讯设备和/或超过不同通讯网络的整合，发布模块106可以，在某些实施例中，包括多发布服务器，网管等，有效地充当中间人在通信链路上的用户终端和最终的浏览器终端和它的访问到选定的基于网络的共享平台。

在一个示例性的实施例中，共享的内容包括视频内容，整合引擎可以包括一个开源编码引擎/服务器，例如VLC(视频LAN组织)，将一个选择内容数据流的分配广告内容融合在生成一个嵌入数据流进行共享。例如，生成的整合内容可以最终导致原始内容文件的数字化改造(例如嵌入内容的数字整合在原始视频文件(MP4，MPEG4等)或图像文件(JPEG，BMP，PNG等)，或在上传转换到一个选择共享平台之前嵌入内容的再次整合到原始文件)。利用这个方法，嵌入数据流不能被浏览者或共享平台分开或改变，因此确保了广告内容在编码过程中与初始时一样。在这样一个实施例中，每个编码器提供h.264编码到一个mpeg4载体上，对于其他标准认为也会合适，比如mpeg2等，也可以认为不背离通常范围和本发明的本质。

在一些实施例中，整合引擎可以用作提高已发布内容的产值通过整合不同外部内容特点或选项，使他们作为为了增加已发布内容的推广价值，比如通过引导或追踪视频广告，视频覆盖，内容框架，水印，分屏或其他技术，或为了提高一发布内容的专业生产价值，比如通过增加或追踪信用，和/或整合用户信息在一个框架中，旗帜，分屏，马赛克，或嵌入在内容，举几个例子。

因为会被技术人员赞赏，在静止照片、图像或短信文件中嵌入的外部内容的集成可以通过上述记录的方法实现，或者通过本领域已知的其他处理技术，具有类似的选项，如外部

内容整合级别等。

在这些和相似的实施例中，外部内容整合或嵌入到用户内容里，一个下游的观众可能不容易改变他的观看经验以阻止或以其他方式提取外部内容，且因此致力于查看外部内容。

在另一个实施例中，参见图10和图11，整合引擎可以用来嵌入或其他数字标志发布内容以标示该内容的发起者，通过网络、社交媒体和/或其他这样的共享平台进行传播。例如将水印或数字签名整合到要发布的内容，可以允许此内容整体标示出发布源，通过使用一个原始用户别名，名称，个人证件号，用户特定条码，QR码等，使它可视(如图10和图11的实施例)或不可视(例如数字水印的背景如在数字媒体反盗版领域很常见)。

图2所示的实施例中，用户数据库142还关联一个内容发起人功能142，用户配置详细信息部件存储且用在标示和/或合适外部内容整合的选择，而且也用在标记和追踪每个用户初始内容。相应地，当用户在一些内容共享平台上发布时，在一些实施例中，导致至少一些用户的在发布内容里的所有权/版权撤回到共享平台操作员/拥有者，用户仍然可以保留与内容相关的某些形式，使它为社会认可，货币补偿从同样集成的外部内容的广告主、社会网络和/或内容共享平台的认可和/或补偿，声誉，举几个例子。使用其他内容共享平台，用户可以保留已发布内容的所有权，例如通过MMS，黑莓信息，标准，企业或基于网页邮箱等进行共享内容，不论发布或共享内容的全部或剩余所有权的限度，每一个发布的内容元素的发起人的身份可能会整体嵌入在内容本身，不管以可视或不可视(如水印)的形式，可通过系统用户数据库124和相关内容发起人功能142追溯到其原始用户。以下提供更多实施例。

现在参见图9，根据本发明的一个实施例，一个示例性的流程图实现上面描述的内容共享平台，现在将被描述。在这个说明序列中，一广告终端902先用作送出一个广告活动在步骤904给一个广告管理系统906。当考虑到图1中电子提交审议时，其他提交可能不考虑脱离本发明的范围，在步骤908中，广告活动被编码基于提交的运动生成一个或更多广告内容项、格式、偏好和/或基于的规则。

在此实例中，步骤910，一个新用户通过一用户终端912，进入统用户接口以访问和设立一个新的用户账户在步骤914，例如设置首选或可用的共享平台，以使他们可能希望通过该系统发布内容(例如提供用户凭证比如用户名和密码，回答安全问题，访问密码，账户细节等)，发布偏好(如外部信息整合等级，偏好等)，账户/补偿设置(如可被定向货币赔偿的坐标；账户如手机、互联网、电视账户的补偿可能适用)等。在一些实施例中，注册过程可以包括从用户设备上下载一个客户端应用程序进行操作，在系统和用户设备上的应用程序之间建立一个连接(例如在特定条件下发送电子邮件、短信和类似的重定向到系统的重定向参数，例如用户确认，限定预设目标)，使其传达至计划目标。其他实施例可以包括成立一个凭借系统用户名和密码的可访问网络账户，可供用户访问支持所述web系统。其他实施例也可适用，如将欣然接受。

用户的账户一经建立，用户可以按照步骤916选择用户内容以被共享。这可包括本地或远程存储的内容，或再包括在用户设备上的内容捕获应用程序的动态激活(如摄像头，视频记录器)以获得和预览新内容。在用户的发布偏好没有被预设的地方，用户也可以在这一步中选择一个目的地共享平台的所选内容。

在步骤918中，选择内容和目标平台被用户管理系统920编辑，以及相关用户偏好，预设

等。相关信息可能从用户账户中获得(如发布和或外部内容偏好按照914步骤进行预设),用户的当前选择在步骤916中通过用户终端被提供,或通过该用户接口由一个单独的可选外部内容偏好步骤922实现。该用户信息然后传播到之前的管理系统924的整合引擎中,在步骤926中利用该信息去查询广告管理系统906的分配引擎和广告数据以在步骤908中被编辑。可选用户偏好选择步骤922可以由整合引擎通过所述用户接口进行启动,由于可以其他的配置和排列,不脱离本公开的一般范围和性质。

如上所述,添加的用户信息也可以按照此步骤进行编辑,例如通过用户管理系统920,从用户的配置信息中提取出,为数字证书或原始标记的嵌入提供原始内容,使其被发布/共享,例如可视或不可视的标志或与初始用户相关联的标识符。相应地,一旦整合内容被发布或被共享,内容的发起人将完整地从整合内容本身可识别,且通过该系统用户数据库选择性地可追溯,例如(如通过姓名,一个独特限定扫码如一个QR码或序列号等)

在一个实施例中,一个整合内容预览可以在步骤928中生成,且可以通过用户接口在步骤930中传至用户终端932以进行确认。一旦确认,或者是预先默认整合,整合内容会在步骤934被发布服务器/引擎/网关,且在步骤938被共享平台936进行发布。整合内容在步骤940中可以通过一个合适的浏览终端942被浏览,访问和/或交互.

[0076] 在步骤944中,可视的整合内容被追踪,例如通过发布服务器或其他可监视整合内容的目标分配的代理商,或再通过监视实际的整合内容和/或访问(如记录内容等,评论,等)和传达到用户管理系统920,且在步骤946被编辑在该用户的账户,且在步骤948通过广告系统906呈报给广告商。在步骤952其可视性按照一个或多个赔偿规则进行处理和在步骤954相应的广告账户,响应相应的补偿信用证同时被转移到用户的账户。在步骤956用户可以利用用户终端912浏览和/或兑现补偿。

因为将会得到技术人员的赞赏,上述过程提供一个例子,可以改变不同的方式来实现类似的结果。另外,本说明性的过程中的元素已与图1的示例性的系统架构,其他系统组件可以用来执行一个类似的过程,某些过程步骤可以由不同的组件在本地,共享的或以分布式的方式实现。

现在参见图2到图7,一种上文中描述的以提供用户反问内容共享平台和整合系统的智能手机应用程序说明性的图形用户接口200。在图2中,用户接口200提供三个可选择功能,一个是账户功能202,以生成、访问和/或上传用户账户信息,一个是发布功能204,以使用户进行用户内容整合和发布过程,和一个配置信息功能206,以生成、访问和/或上传用户配置信息,例如可通过系统访问该用户的不同目标共享平台。在已说明的模式选择中,用户接口提供一个第一发布过程接口屏幕208。

特别地,该屏幕208为用户提供功能性触摸感按键以“新内容”210的第一选择和被发布的“存储内容”212。在一个实施例中,之前的选择可以调用该设备的摄像头或视频记录功能,在一个分开的屏幕(如标准设备应用功能)或通过预览窗口214。其他选项还包括,但不限于,通过一功能性短信箱,网页链接等加入的新短信,和其他投稿。另一方面“存储内容”按键212的选项可以允许用户寻找即将发布的存储在设备上的用户内容,比如之前获取的图像或视频,短信,电子邮件,博客,邮寄等。在另一个没有明确说明的实施例中,发布应用接口可以被呈现通过或在设备的其他应用接口上,例如分析或发布选项。例如,一个第三方智能手机拍照应用可通过一个或多个账户为用户提供共享图片和/或视频的能力(例如邮

寄，短信，BBM™等），和可能，在一些实施例中，提供选项通过该内容分析系统直接共享这些内容。例如，拍照功能可以提供一个可选项以通过此共享通过响应的可选择图标、标准或指定选项，共享刚获取或存储的内容，在选择时，自动打开发布接口屏幕208，且将选定内容导入到预览窗口214中。其他内容的选择也可以考虑，如将由熟练的技术人员的赞赏，而不脱离本发明的范围和实质。

已经选择和发布在预览窗口214的用户内容，用户可以选择一个或多个多媒体可访问共享平台，如通过可选择Facebook™功能图标216。所识别的平台可以对应于用户已注册一个帐户的平台，或者一个用户可能希望创建新账户或用户可能希望识别已有凭证的支持平台的列表。在这个特殊的实施例中，用户已经注册一个关联Facebook™，LinkedIn™，Pinterest™和YouTube™等的配置文件，这些平台因此可以被用户选择，相应地通过可选功能图标216，218，220和222。在这个特殊的实施例中，选择内容包括通过YouTube™发布的视频，如选择YouTube™图标222所示。

参见图3，用户内容和目标分析平台已经通过接口屏幕208进行选择，应用过程将呈现在发布屏幕224上，选择内容显示在预览窗口214上且选择共享平台在此显示选择图标226。在这个被呈现的屏幕224，用户被提供选项以选择一个与选择内容相关的品牌或品牌类型，在本实施例中包括可选触敏“快车”、“豪车”、“家用车”按钮228，230和232，分别地。一个相应的补偿率也对应列出每个可选择的选项，无论是作为一种激励用户选择最赚钱的品牌，但也为广告客户通过增加他们的价格竞争的赞助。在所示的实施例中，用户可以期望收到每一个发布和每个选定的共享平台的报价补偿（例如相同的补偿率乘以为特定的发布和品牌选择的共享平台的数量）。在另一个实施例中，不同补偿率可以应用在不同共享平台，且在给定的多媒体平台上发布。在本实施例中，用户激活“快车”按钮228且载入到下个发布屏幕234上，如图4所示。

参见图4，根据一个实施例，用户为选择择品牌提供三个品牌等级的选项，通过触感功能键236，238和240分别代表低、中、高。使用这些选项，用户还提供了相应的附加补偿值，使其响应对应选择的增强品牌等级选项的他们私人账号（如一个添加的15美分/发布或25美分/发布交换累计整合一个对应的链接和介绍广告，分别超出基本广告构架）。

在一些实施例中，下面更详细地讨论，用户也可以有机会通过增加他们的用户配置来增加他们的补偿率。例如，用户有一个相对较轻的配置文件（如名称，地址）可能有访问可用的发布补偿率（如25％）的一小部分相比，用户相对完整的配置文件（50％）和完整的配置文件（100％-黄金成员）。在一些实施例中，在发布过程中用户可以被要求完善他们的配置信息作为一种更高支出的激励。这个增长的补偿，例如，作为一种激励，让用户完善他们的配置信息，结构，可能会产生更大的兴趣，从广告商谁希望更多地了解他们的目标受众。在一些实施例中，在可选的共享平台上用户的配置文件的完整性，也可以考虑到共享平台配置信息可以集中在宣传报道形式的广告，等。

继续参加图4的实例，制造一个选项，预览屏幕214被更新，以显示不仅选定的用户内容，而且还显示选定的外部内容和所选择的级别（如多等级整合选项的快车标志242和链接244）。在一个实施例中，预览屏幕214更可能显示现在完全集成内容的预览，正如图9步骤928到932所述，一旦满意，用户可能再次被指定到目标选择共享共享图标222（如它可以闪光或闪烁，作为一个指示，行动是必要的），在这一点上，整合内容代表用户作为来源发布到

目标平台。

图8显示了关于该发布共享的内容的一个实例，共享平台的一个屏幕截图800，通过一个观众终端以显示由一个广告框架804赞助的用户选择的品牌或品牌类型编译的用户的内容802。鉴于所选的品牌等级参考图4，整合内容还包括一个或多个广告商的动态链接806，和一个广告图标808。制作手记，比如用户的一个配置信息图810和一个图片说明812也被提供以提高用户内容贡献的生产值。在此实施例中，还提供了一种用于用户发布内容代表的内容集成和共享系统的图标818。其他标准平台特征，如平台选择广告814和相关内容816也可能包括没有直接用户输入、控制和/或影响。

现在参见图5，对应一个实施例，用户接口200也，如上所示，用户访问一个私人账号提供所述内容整合和共享系统。例如，选择账户功能202，接口可以提交一个账户接口246，所述账户接口246显示一个用户账户窗口248，其呈现不同用户账户相关信息(如使用接口或系统发布日期250，使用该系统挣的总补偿252，该账户留下的可交换平衡254，和一个总体平均补偿率256，举几个例子)。屏幕246可以提供可选选项以通过触感键259兑换所有或部分的账户平衡(如有一个平衡应用到一个预设的账户，如手机账户，互联网服务提供商账户，电视广播账户等，或再次通过支票等直接转移到一个银行账户)，和/或通过触感键259更新用户信息(如通过一个直接账户更新页面或类似的-未显示)。

现在参见图6，对应一个实施例，所述用户接口200也可以，如上，通过可选选项206位用户访问不同预设共享平台配置信息，其中，根据用户的选择，可以将接口直接引导到一个或多个可用的配置文件页，如页面260。在本实施例参见页面260，用户选择配置文件功能206和关注的共享平台的可选触摸图标218。作为回应，为选择择平台直接导向到该用户的配置文件的接口开启页面，如相应的静态平台图标显示，且显示一个用户配置信息窗口和一个触感键以更新选择配置文件凭证/参数，和一触感键使用户添加另一个配置文件。在本实施例中，被显示和可更新的配置文件包括本共享平台的用户的一个用户名和密码270(如可用于使共享和集成系统能够为用户的内容发布内容，且可以在发布后追踪其可视性)，和不同预设发布偏好比如一个首选广告类型272(在以上其他可选择的类型，显示一个豪华品牌的偏好，如家庭，娱乐，本地，餐饮等，举几个例子)，一个本共享平台的首选广告等级274(显示一个低级选项)和一个提供这些偏好的状态276(显示一个偏好，在发布前用户将会被询问以确认)。

现在参见图7，用户选择了配置功能206和关注的另一个共享平台的触摸可选图标216。作为回应，接口开启页面278直接指向选择平台的用户配置文件，如所指示的相应的静态平台图标，且再次显示用户配置文件的数据窗口264，以及一个触感键更新选定的配置文件凭据/参数，和一个触感键，以让用户添加另一个配置文件。在本实施例中，被显示和可升级配置文件又包括该分析平台的用户的一个用户名和密码270(如可用于使共享和整合系统能够为用户的内容发布内容，且可以在发布后追踪其可视性)，和不同的预设发布偏好如一个首选品牌类型272(如可用于使共享和集成系统能够为用户的内容发布内容，且可以在发布后追踪其可视性)，和不同预设发布偏好比如一个首选广告类型272(显示一个餐饮品牌而不是其他可选类型)，一个本共享平台的首选广告等级274(显示一个高级选项)和一个提供这些偏好的状态276(显示一个偏好，这些设置自动地运用到所有发布中)。

相应地，综上实例，用户可能不仅受益于他所选择的共享平台上的广告收入所产生的

广告收入，但也发挥了在他的发布的品牌定制的一部分，它在选择哪个品牌或品牌类型是适用于每个发布上的所有或选择的共享平台，或其控制或影响的一个子集。另外，广告的不同等级也会选择在不同的平台，无论是作为一个预设的偏好或基于案例的基础上，以进一步定制用户愿意关联的在不同的平台的配置文件的品牌的数量和类型。

例如，用户希望个人配置文件有巨资赞助和充满活力的品牌类型如Facebook™，但会外个人配置信息选择一个更保守或豪华的品牌，因此减少了在其不被欣赏的个人配置信息上的外部内容的视觉影响，同时促进优雅和成功的气氛。相似地，不同社交配置可能最关联于不同品牌，这取决于个人联系人关联的每个配置文件。例如，一个在线交友平台的品牌选择可以用来扩大用户的个人资料，在表现的喜好，爱好或活动，他们更可能共享或有共同点(促进旅游或体育器材与当地的餐馆和剧院)。最终，用户的互动性和影响力的品牌与他们的发布，不仅让这些用户获得财务上或其他好处，从这样的综合发布，但也寻求个性化自己的配置文件，以及联系人和朋友们如何认识到他们。

在一些实施例中，系统还允许本地采购的外部内容相对于更多国家或区域采购。例如由于每个用户的位置和人口统计可以访问的系统，微广告活动可能会促进和鼓励当地的用户，且在一定程度上，从而为当地企业提供支持或支持。也可以考虑用户的联系人的地理位置，例如，一个用户的联系人主要是基于在另一个地理区域。

在一些实施例中，内容整合与分析平台也提供，主要或关联于用户自己的通讯服务商，例如一个蜂窝语音和数据服务提供商，家庭互联网和电话提供商，邮箱服务提供商，等。在这些实施例中，服务提供商可以更大的易用性访问和重定向的内容进行整合，已经形成了用户的通信网络的组成部分。另外，用户的累积收益可以自动适用于用户的服务，在减少适用的服务费方面等。在这样的背景下，用户的个人账户信息可能更大的价值，成为潜在的广告客户比什么否则可通过标准的在线营销活动，其中在线用户配置文件数据往往是扭曲的，点缀和/或呈现一个不同的角色而发明的。通过将内容集成和共享平台与用户的个人通信服务提供商相关联，真正的数据可以提供给广告客户的活动，因此可以允许更大的目标能力和更准确的结果。

参见图10和图11，对应另一个实施例，提供了一个例子，其中的内容发起人的身份进一步嵌入在集成的内容被发布。如上所述，此功能可以在一些实施例中，允许内容所有权追踪，例如，共享平台允许用户保留共享材料的所有权和/或版权。图10和图11的实施例中，Facebook™被选为内容分析平台，已发布内容将仍然依附于Facebook条款和情况，因为关系到所有权和版权，但仍将保持能力，以完整地识别的内容发起人。

在这个特别的实例中，参见图10，之前实施例的用户，琼·史密斯在用户名Fun琼进入Facebook™账户，如图7的模范配置文件。在这个特殊的快照，Fun琼的Facebook™好友，简·史密斯，选择和她的Facebook™好友共享，包括JOE的页面1000，Fun琼的已发布图片1002中的一个。相应地，JOE的页面显示一个最近发布1004，包括琼的照片1002，简·史密斯分析这个图片1002作为Fun琼的图片。当琼最初利用一个所述的自动外部内容整合和分析方法和系统发布这个图片，图片1002被嵌入一个选择外部广告内容或突变1006，在本例中为当地的餐饮品牌“B”对应约翰·史密斯的品牌偏好这个共享平台(如参见图7的偏执广告类型272)。发布招聘1002页被整合成在一个内容的原创者标识1008，在这个实施例中包括“© iFramed™user:JOHN123,CANADA”，即确定源发布应用“iframe”用户名或别名使用的内容创

作者与此应用程序。相应地，简·史密斯分析FUN琼的照片给她的Facebook™好友，分析的照片信息完整地数字化的标识内容初始者为iFramed用户加拿大的琼123。那些朋友如JOE和那些共享琼的照片的人总能访问至少一个内容的发起人的指示，可以直接追溯到内容发起人在标记内容中使用的内容集成应用程序或服务提供商。图10的实施例中，这个标记是重复的，在一定程度上，通过Facebook™平台自动插入到简的发布，这样简共享了FUN琼的照片。

但是，参见图11，用户应该已经从Facebook™平台下载了照片1002，且将作为他们自己的内容进行发布，作为Facebook™y哦难怪乎JOE琼尝试从简的发布接收照片1002的复制图，嵌入的数字签名仍然在照片1002上。响应地，当JOE琼可以把图片作为自己的，或再贴在另一个共享平台，不追踪共享内容的原始来源，JOE的发布，如原始发布1104一样可被JOE的Facebook™好友PETE的页面1100上看见，整合内容照片1104将仍然显示内容的发起人为iFramed用户加拿大的琼123，PETE可以，随意通过内容整合服务提供商寻找琼123以标识内容真正的发起人。这可能不仅是服务，在这个例子中，作为一种手段，追踪独创性，但也在一些实施例中，在追踪适当的补偿的知名度，由发起人的发布的嵌入式品牌。

以上为一个Facebook™的实例，相似的可以带入其他平台，比如，Twitter™，一个用户的帖子可以适当转发传达一定的合适的内容给创作者，但是当其他用户对于内容发起人没有合适信用，如果没有嵌入数字发起者签名，可以再被推，在所述实施例中。

当原始内容被发布或从一个平台共享到另一个平台时，可能会出现其他的考虑因素。例如，当再推一个发起者的内容将会由Twitter自己的平台验证其发起人，一个可以选择分析已发布内容到其他平台，如Facebook™等，在某些情况下，故意或不经意地隐瞒真正的内容发起人。例如一个用户可以本地保存一张其他人在Twitter发布的图片，然后不经过发起人验证就转发在他们的Facebook或者LinkedIn账户上。但是利用所述方法和系统，内容发起者仍然会出现嵌入内容，将嵌入的品牌，从而不仅为发起人提供适当的信用，但进一步扩大品牌的成果。这可能进一步作为威慑那些意图以信用为别人的内容，需要进一步努力将数字化改变内容文件以删除嵌入式品牌和发起者身份。

以上实例提高了一种简单的嵌入式数字签名格式，或可以考虑其他格式，在不超越本发明的范围和性质情况下。例如琼123可以有发起人的全民替代，琼史密斯，或被其他存储的别名或外号替代，且由系统的用户数据库维持。同样，确定发起人的国家可能提供价值，即不仅识别发起者的实际内容，也共享一些概念内容是源自哪里。因此，不同级别的方案可能包括，在一些体现，选择性地由用户定义他们的位置。

图12提供一用户接口200模范性的截图，妻子用户账户信息280可以进入和/或被编辑为以后的用户整合在共享的内容通过系统的接口。在此特殊的实施例，用户需要最少提供，最小值，一个Alias282和国家284以用于制定一个发起者身份发布整体与每个用户内容项(参见图10和图11)。

下面是另一个典型的实现上述系统和方法，对应另一个本发明的实施例，参见图13到图16。

在本实施例中，用户整合和分析系统允许订阅用户能够在不同的社交网络上发布广告的图片和视频，且获得信用或补偿。然后，这些信用可以被应用，以减少从他们目前的服务供应商，如有线电视，电话，手机，或互联网服务提供商。这可能是特别方便的内容集成和共

享系统直接或间接地实现，或在协会，这样的服务提供商。在一个例子中，应用于用户账户的信用额度，可能取决于广告商愿意支付的金额。

为了访问本系统的发布服务，对应一个实施例，用户将注册该服务使用一个专用的手机应用(如iOS7及以上，或安卓4.0及以上)或网页。在一个说明性的操作，注册过程可以要求用户输入他们的名字(如姓和名)，他们的邮箱地址，一个可选用户名(如alias)和密码(如输入两次以验证)。

一旦本信息进入且经验证，不同的其他信息可以被要求或请求(如强制或可选取决于本操作)。例如，在一个实施例中，信用可以自动应用在用户的电信服务提供商的账户，用户可能被要求提供姓名和账户号码。本系统可能还允许用户多次输入、添加、删除或更新任何此类账户信息。

用户可能会提供完成用户配置文件的选项以自定义使用该系统。例如，他们可能会被要求提供以下信息，如，年龄，男性/女性；婚姻状况，住址(城市，省，州)；个人偏好/兴趣(如餐饮，汽车，食物，网页，运动队伍，运动员，运动，衣服等)。

在一个实施例中，越全面的用户配置文件(如更多数据领域)，用户补偿级别也就越高(如填充至少4个领域，或填充那些认为具有较高相对价值的领域)。这可能鼓励用户提供更多的信息，从而增加以后提出广告内容的相关性或自动与他们相关的帖子，但也允许更大的数据挖掘在识别潜在的广告客户，促进服务，等。

一旦用户账户注册，用户进而使用发布(公开)服务。下面是一个模范执行序列，对于一个实施例，其中用户使用一个应用接口1300以发表整合内容(如图片，视频)通过一个或多个社交网络平台。

用户首先点击呈现在应用程序上的图像用户接口“公布照片”或“公布视频”键。作为回应，用户会被提问他们是否想要拍摄一张新照片/视频或用他们照片/视频库中已存的，和做一相应地用户内容选项。另外，用户的摄像头应用可以与整合内容发布应用程序进行联系，一个“共享”功能，一个“共享”功能通过集成应用程序加到相机应用程序选项共享可选择最近或过去的内容的列表中，而不是直接通过一个或多个其他本地应用程序进行共享(如邮件，信息，Facebook™，Twitter™等)。在图13的一个实施例中，用户被提供了三个可选项，即选择一个存在照片/视频的库1302，拍摄新照片/视频的摄像头1304和扫描器1306，将在以下进行更多描述。其他选项也可以包括一个链接1308，导致用户扩大他们目前的配置文件，寻求升级补偿金的地位水平，和/或应用程序设置功能1310，例如允许用户选择可以有应用程序访问的共享平台，设置私人设置(如允许应用程序访问用户的位置/GPS，共享喜好设置等)，首选品牌和/或品牌类型，等。一个当前用户补偿平衡1311可以提供，和一允许用户选择一个兑换选项的兑换功能1309(如申请信贷相关服务供应商发票，接受赞助的网上购物平台购买信用如iTunes市场或亚马逊，例如转移信用到一个注册银行账户或通过电子转账或电子支付等)和/或实现一个基于预设补偿交易直接交易配置。

从本地数字图书馆内容或从用户新获得的内容选择所需的用户，然后要求用户选择，如图14所示，社交网络以公开(如从列表中一个或多个可选择的选项可用的社交网络用户访问权)，在本实施例，用户可以通过应用程序进入Facebook，LinkedIn，Pinterest和YouTube账户，且进行特殊发布，选择内容发布到Facebook(选择切换1312)。

参见图15，呈现给用户一个他们可以从中选择且装饰内容的广告列表。例如，该表是基

于用户从以下选项选择:特约车上1314(如被服务广告商选择或基于可访问用户偏好如以前用户选择和/或与我们的特点/配置属性、地理、人口统计等最相关的那些广告商),从服务中获得的顶尖支出1316(如那些提供最高奖项的发起人)和一可搜索到的列表1318(如确定响应用户输入的关键词等)、其他列表可以被考虑,在不超过本发明的范围和性质的情况下,由于可以替代的付款计划,如补偿重复或默认的品牌选择,为有影响力的社会网络用户和/或提供特别广泛的公开用户提高补偿等。对于表中的每个广告商,列出一个相联系的信用账户1320以为了吸引用户选择支付更高的广告商,同样吸引广告客户提供更高的薪酬。在一个实施例中,列出的信用账户可以按照关于支付账户的函数进行设定,通过整合内容发布服务提供商与广告商协商,用户的成员地位(如基础成员50%,黄金会员100%),和/或选择社交网络的数量,例如。

选出首选的广告商,在本实施例中广告品牌“B”1322,用户激活应用程序“发布”按键1324,用户可以请求输入凭据,为每个社会网络选择,如果没有已经存储在与用户的账户。这样的凭证可以被保存且供以后使用,用户也可以选择进入一个评论或描述,以与用户的内容,如标签线或类似的,如通常可用的内容,否则将直接张贴到选定的共享平台。

用户选择/确认完成后,应用程序开始异步上传内容到内容集成和共享系统服务器,而应用程序接口显示一个用户上传/处理状态。一旦内容被上传或通过一个内容适合外部信息整合过程进行处理(如图片,视频),服务器上传内容到选择社交网络且级算一个相应的新药以应用于用户的账户。用户的联系人、朋友等,或公众,如果向公众发布,可以访问用户的广告整合内容。

参考图16,用户的发布进而通过传统平台共享功能变成可共享的,整合的内容被完整地嵌入在原始内容中,就像原始内容的一部分。在这个实施例中和以下图10的实施例,JOE的页面显示在之前发布1604,且包括琼的照片1602,简·史密共享该照片1602作为FUN琼照片的一部分。当琼使用一个自动外部内容整合和共享系统最初发布该图片使,该照片1602嵌入在一个可选的外部广告部分或图标1606中,本实施例,对于当地餐厅“B”对于琼·史密斯的显示选择,如图15.该发布图片1602也整合进一个内容原创者标识符1608,本实施例包括iFramed™用户:琼123,加拿大,即靠内容原创者标识源发布应用“iFramed”和用户名或别名。

在本实施例中,已发布照片1602还嵌入在一个扫描码中,比如QR码1610,其唯一标识发布的整合内容和,在一个实施例中,内容的原创者。对应一个实施例,嵌入的QR码1610根据内容查看器追踪已发布内容的确认,也可能是内容整合系统的用户。例如没浏览已发布内容,一个也可以是整合内容共享系统的用户的浏览者可以集火内容整合应用,例如图13所示,且选择扫描选项1306.这么做,该浏览者的设备可以自动的启动一个居住的或内部的QR扫描器以扫描在已发布的图1602上嵌入的QR码。例如,在一个场景中,观众可以查看在笔记本电脑或平板电脑上发布的整合内容和,识别整合扫码,启动在他们手机上的内容整合和分析应用以读取已发送扫码和集火相关内容阅览者确认和可选补偿特征性。可选地,用户通过手机查看整合的内容,例如,居民的或整合的QR扫描功能或应用程序可以被调用以扫描图像且直接在手机上查看,也靠保存图片到存储器且上传至扫描器,拖拽嵌入图像的QR码至扫描器中,利用编码扫描区域工具选择QR码图像或QR码部分,或其他允许识别和扫描QR码的功能。在一个特殊的实施例中,内容的整合和共享应用程序的扫描功能,可以直接扫

描在另一装置的图片扫描QR码，例如，或允许上传存储的二维码图片，例如，存储在浏览器的智能手机对观众以一个智能手机的屏幕快照，当浏览在这个智能手机的QR码嵌入内容时。

在一个实施例中，该扫描动作补偿内容发起者，其可以积累补偿当作一关于内容被浏览次数的函数，即，作为一个关羽查看发布者广告内容的次数的函数。该扫描动作也可以用于补偿扫描阅读器以确认对品牌内容的查看，这也作为鼓励这一观众订阅的内容整合和共享服务，如果不是已经是一个用户，且可能寻求这样的品牌整合内容。即收视率可能会进一步鼓励注册用户可以补偿两发布品牌内容，也为寻找和查看这些品牌内容。

使用这种方法，品牌内容的收视率可以更准确地追踪在它被发布的同一共享平台，而且跨平台的内容被发布到多个平台上，而且在随后的内容转发共享(如共享、转发等)在同一个平台和/或其他不同的平台。事实上，即使当一个整合内容项由浏览者保存到本地存储，且通过另一种媒体转发，整合的QR码可以被扫描兵器因此确认更多品牌，导致进一步赔偿其内容发布者。这可以应用在发布品牌整合内容被打印或显示的地方。作为独特的内容项代码可以同时追踪承认其查看的观众，查看补偿可以限制在一个单独的查看信用/观众/整合内容项，例如。

由于唯一内容项代码可与那些有确认浏览行为的浏览器同步追踪，因此浏览补偿可，例如，每个浏览器每个整合内容项地限制于单个浏览信用。

因为该内容整合平台的用户为了接受该系统的他们使用的补偿，在注册该服务时通常提供准确/合法的联系人和/或人口信息，广告商将对应地收取有价值的信息，不仅在内容发起人选择推送他们的品牌，和他们推送其品牌内容的社交网络，证实了收视率这个嵌入式品牌内容的扫描码同时嵌入在这个整合内容。

在一个相同或其他实施例中，观众承认也可能或者由非系统的用户，例如通过使用非扫描仪扫描的代码，这可能将扫描设备重定向到观众确认页面或功能，和有选择地邀请观众登记作为外部内容集成和共享应用程序的补偿用户。

在另一个实例中，这些扫描码的用户还允许为一个特定的事业或团体筹集资金的赞助活动。例如，一个整合的图像可以由用户发布内容与承诺，提供给用户的任何补偿将捐赠给慈善组织或支持一个特定的原因(例如政党，游说活动、救灾基金，研究等)，因此，要求发布的内容被尽可能多的观众承认，以增加发起人的补偿信用。同样，赞助商也可以以相同的原因捐赠观众信用。

而上述考虑QR码，其他扫描代码可能被认为提供了类似的结果。例如，基本条形码可能或者被使用，作为编码的字母数字代码或可以辨认的序列号，在一个实施例中，通过光学字符标识(OCR)。在另一个实施例，品牌内容暴露可能被量化使用专用配置Web爬虫抓取公开或共享平台访问页面、文章、等(如公共社交网络、配置信息等)为内容发起者定位和自动识别嵌入代码追踪适当暴露赔偿。其他品牌内容公开方法追踪可能包括，但不限于，访问整合品牌内容的数量的共享，喜欢、评论和/或转发，例如，或通过各自感兴趣的共享平台的其他类似的指标。

所述系统也提供一个为中央网络以资讯现在和潜在用户，且提供各种信息页面和/或管理门户用户访问和管理自己的账户。例如，主页可以包括一个关于服务及其效益和指导新用户在注册页面和链接下载的应用程序的简要说明。其他页面可以包括提高不同的信

息。该网页还包括一个客户门户网站，用户可以更新他们的联系，账户和/或配置文件信息，例如，或再次访问账户余额，支付历史，平均信用积累率和一些技巧或建议，通过选择不同的系统参数或偏好增加他们的补偿率。

系统还可以包括一个管理门户，允许系统管理员执行一个或多个以下任务：查看注册用户，他们的详细信息和执行管理(编辑，存档等)，查看由特定用户或组使用该系统的累积信用(如人口统计数据)，和查看应用于特定用户或组的付款历史记录。

一种广告管理门户也可允许广告商增加/存档/改变系统中的一个广告商，修改广告客户提供的广告的参数(如图像，地理，如省或州一级，支付/信用率，期间，如开始日期和结束日期)，例如在一个规定的广告活动的背景下。

广告商也可以自己访问该系统，例如通过广告管理门户或其片段分发一些广告商投入的职责，让他们进入一种规定的广告活动状态(多少意见，整合，支出，等等)和验证进入系统用户数据或鼓励修订或更新他们的竞选策略。

由于将会受到技术人员的赞赏，其他门户网站，提供的特性和功能也可能在上述系统的不同的配置，在不超过目前的本发明的范围和性质。

例如，虽然上面这个例子考虑帖子内容和共享可能是合格的永久和/或半永久的平台(如在Facebook™，YouTube™等已发送和已共享的图片/视频，除非)移除，无限期地访问联系人和/或公众，特别是如果永远再共享，转发，引用，喜欢，和/或评论，因为它在一个给定的传播平台和/或迁移到其他共享平台)，上述因素的相关性也可能是平台集中在临时或短期内内容的帖子和/或访问。例如，像Snapchat™平台允许用户选择后的持续时间(通常在1到10秒)，也可能希望确保他们的内容是嵌入式识别它们作为发起人和/或进行嵌入式外部内容如广告。最终，一旦用户的内容与嵌入式的外部内容，如广告和/或发起人的身份/识别整合，这种整合是为了坚持这种原始的内容，因为它是传播在不同的共享和/或通信平台的数字生活。因此，不仅内容发起者可能受益于外部的集成内容的迁移中用户的联系人、朋友、粉丝等，和各自的联系人、朋友、粉丝等，或再次公众一些共享平台中，用户也可能从中受益，例如，一个病毒的分布式内容项发现大众媒体，如现在普遍流行的文章、图片和视频，在某种程度上，可以广播电视网络编程的一部分(如新闻广播，常规内容编程等)。在线流媒体视频广播/编程，印刷媒体，等等。这些和其他这样的考虑现在应该意识到普通的技能在艺术的人，因此打算在目前披露的范围和性质。

参见图17，对应一个实施例，一个用户内容共享平台1700的实施例，其中一个外部内容集成功能是通过共享平台直接实现的，而不是第三方内容共享服务应用程序或类似的内容。系统1700，如图1所示，通常包括一个用户管理模块1702，在本实施例中，服务于管理用户注册使用共享平台，例如，用户配置文件或类似，如那些常见于社交网络共享平台或类似。系统1700还包括广告管理模块1704和一个发布管理模块1706。

广告模块1704还包括可访问网络模块，从一个广告终端171访问的一个接口1708，允许外部实体(如第三方广告主)上传和描述广告内容，定义目标受众(例如用户人口统计，有针对性的共享平台等)，且设置不同的参数一般与建立一个全面的在线广告活动(例如，用户补偿率，规则和选项)。通常地，一般来说，广告商可以通过接口1708访问系统1700以及上传广告内容(如图片、照片、视频、图标，标志，标签，链接，文字，标识，等)和广告中的内容数据库1712中的个运动参数，且执行资金转移与其相连的追踪通过相应的账户数据库1714。一

旦活动被定义且准备实施，一个分配引擎1716可以操作，从数据库1712积极选择适当的广告内容，例如基于一个或多个用户偏好，人口统计数据等，与选定的用户内容的整合，如下面所讨论。补偿系统的运营商1700和用户可能来自广告商的账户基于一个或多个预设补偿规则或像广告中定义的活动。

用户管理模块1702页包括一个有用户接口1718的可访问网络模块，以允许平台用户访问，通过一个各个用户终端1720，到系统的各种各样的功能和特点。在一些实施例中，接口通过一个在线网页应用接口为用户动态交互提供系统1700。该系统可以以其他方式或也可以通过用户终端1720实现的一个专用的客户端应用程序接口与用户接口(如通过一部存储和运用在智能手机或平板电脑本地的应用程序)。

在这些和相似的实例中，用户接口1718允许内容的用户共享(如短信、图片，照片，视频等)，使其在分析平台上被共享，和可以选择不同的外部内容集成的偏好或参数来定制用户交互且受益于使用系统的外部内容集成功能。举例说明，用户模块1702包括一个用户内容上传引起1722以上传用户内容和偏好/选择到用户数据库，比如社交网络配置信息数据库1724，一可选的预览引擎1726，以允许用户预览和确保整合内容的发布，和一与相关的整合发布和增量效益相关的追踪引擎1728，且管理补偿使其从各自广告账户1714转移至相应的用户。用户数据库1724也包括，正如下面提到的一个示例性实施例中所讨论的更大的细节，一内容发起人管理功能1742，每个通过系统1700进行发布或共享的内容元素的发起人不仅嵌入外部内容，而且还嵌入与内容的发起人的一个完整的标记或标识符，从而可追溯到原始用户通过用户数据库1724，例如。

在以下更具体的实施例中，用户具体信息，比如人口信息(如年龄、性别、国家，住址等)可以用作知道外部信息的选择和/用在用户具体信息的生成或内容要与外部和用户内容集成的内容限定符。进一步数据，如用户当前的地理信息(如GPS)，位置，或相关定位，可以从用户终端获得。同样，日期和/或时间可以用来明显和整体标记内容的形式一个整合的标签(相对于增强的数字图像格式的元数据，但通常不可用从发布的内容)。即使不使用完整的标签内容，为以后的考虑但这样的数据仍然可以被追踪与发布的内容，由用户或当局在确定时间，日期和位置发布一个给定的内容项目。

发布模块1706包括一个整合引擎1730以组合集成内容，使其从用户内容中发布且从用户数据库获得的偏好1724，和从定位引擎1716得到的外部内容(如广告素材)1736。整合引擎1730也可以进行内容发布者标记的整合或标识，如上所述，或其他相关信息或参数。

在一个实施例中，整合引擎将接收输入选择用户内容和用户偏好(如个人内容或发布细节偏好，通常用户具体偏好，原始用户标识或标记，唯一生成码等)和将这些偏好或相关设置传输至定位引擎1716，其将选择合适的外部内容项或要素以基于这些偏好进行整合。一旦所有相关用户和外部内容可适用于整合引擎1730，将会继续整合外部内容和用户内容(如嵌入，连接，覆盖，且列等)，又选择性地包括相关用户偏好，使其通过发布引擎1738发布到分析平台的社交网络内容服务器/存储器1742中，例如一旦发布，整合内容可以被看到，喜欢，共享和在一些实施例与用户的联系人交互(如朋友，粉丝等)，通过一个合适的浏览终端1743(如智能手机或蜂窝手机，笔记本电脑，平板电脑，台式电脑等)。

参见图18，对应一个分发吗的实施例，图17描述一种内容共享平台的模范的实施过程。在这个说明序列中，在步骤1804一个广告终端1802首次用作将一个广告活动提交到社交网

络的一个广告管理系统1806。在步骤1808广告活动被编译产生一个或多个广告内容项，格式，偏好和/或根据提交的活动规则。

在这个实例中，步骤1810，一个新用户通过一个用户终端1812访问系统的用户接口，在步骤1814访问和设立一个新的社交网络配置信息和账户，例如实质发布偏好(如外部用户整合等级，偏好)，账户/补偿设置(如可以直接进行货币补偿的坐标；电话、互联网、电视账户等可以使用的补偿等)等。在一些实施例中，注册过程可以包括下载一个客户端应用，使其在用户设备上运行，或提供一个用户具体的社交配置文件链接或访问页面。其他实施例可以包括建立一个可访问网页账户，包括建立系统用户名和密码使用户访问该网页系统。其他实施例也会随时申请，也随时被赏识。

一旦用户账户被建立，用户可以在步骤1816上选择被共享的用户内容。这可以包括本地或远程存储内容，或还包括在用户设备上的内容获取应用的动态启动以获取和预览新内容。

在步骤1818，所选内容以及相关的用户偏好、预设等一起被编制，根据社交网络平台1860的用户管理系统1820.相关信息可以从用户账户或配置信息获取(如发布和/或外部内容偏好以及在步骤1814中设置)，用户当前选择通过用户终端1816，或通过用户接口由一个独立的选择性外部内容偏好选择步骤1822实现。此用户信息，然后传达到该平台的后管理系统1824的整合引擎，使用步骤1826的信息质疑广告管理系统1806和可用广告数据的分配引擎如步骤1808被编辑。步骤1822的选择性的用户偏好可以也是由集成引擎通过用户接口启动，可以其他配置和排列，没有超过目前的信息披露的范围和性质。

如上所述，额外用户数据在此步骤被编辑，例如从中用户管理系统1820存储的用户的配置文件提取，提供用于嵌入/共享的原始内容的数字证书或独创性标志的嵌入，如与原始用户相关联的可视或不可视的标记或标识符。相应的，一旦整合内容被发布或共享，内容的发起人将从整合内容本身的整体识别，且可通过系统的用户数据库1824可追溯，例如(通过信吗，唯一限定扫描码如一个QR码或序列号，等)。其他用户相关信息，如生日，地址，定居点，年龄，岁数，性别，地位等，也可以用来提高用户具体性。

在一个实施例中，一个整合内容预览可以在步骤1828中生成，且通过用户接口在1830传输至用户终端1832以进行确认。一旦被确认，或整合受到默许，在步骤1834，集成的内容由发布服务器/引擎/网关发送，且在步骤1838由共享平台进行发布。整合内容然后被浏览，访问和/或在步骤1840通过一个合适的阅览者终端1842进行互动，一般在共享平台1860的另一个用户的范围内，用户的联系人或粉丝，或朋友，粉丝的直接或间接的联系人。

在步骤1844，整合内容可视性被追踪，例如通过分析平台的内部追踪功能(如追踪收视率，喜欢，评论，共享，转发等)和传至用户管理系统1820，其在步骤1846编辑用户的账户，且在步骤1848汇报至广告商。可视性然后被一个或多个补偿规则处理且汇报至步骤1852的用户账户，作为回应一个相应的补偿信用同时传输至用户账户。用户进而可以在步骤1856利用用户终端1812阅览和/或兑换补偿。

参见图19，图像和视频共享平台提供的一种模范截图，比如Instagram™。在这个实施例，共享骗过太可以直接被访问，本平台激活或实现一个内部内容整合功能，或间接地通过一个第三方外部内容整合和发布应用/服务。在这个实施例，用户“MIKE123”选择发送图片1902到平台1900，且整合在广告内容如与一个选择品牌或广告商(参见以下B餐馆)关联的

标志“B”1904。在这个实施例，整合内容1902被发布且可通过该共享平台访问这个用户的联系人，朋友等，和可以通常在此说明书定义下(如以下联系人“FUNPICS1”发布内容项1910)。发布整合内容1902也可以动态的“被喜欢”或从他们各自的共享平台的配置文件或账户的综合内容，评论的一个子集的发布用户的联系人访问，可能影响进一步集成内容分发给各自的联系人、朋友等等这些联系人。通过共享平台实现集成功能，可以直接追踪外部内容可视性，且在某些实施例中，向发布用户提供相应的补偿，作为该可视性的一个功能。因此，更多的用户的综合职位是喜欢或评论，更大的知名度和可能更大的相关补偿。

以下实施例，参见图20，示例截图提供用户资料页面为用户“MIKE123”，显示配置文件发布和接触细节，如发布图片或视频，之后用户数量和随后的用户数量。该配置文件页还可以提供一个包含不同外部内容集成选择的用户发布的发布历史记录，如广告商“B”和“C”，和无外部内容整合的发布。

再参见图19，以及图21，外部内容整合和分布也可以自动从一个给定的赞助商生成，以响应一个用户清晰地为一个给定的赞助商或广告商提供权限以他们的名义发布定向广告。例如，一个用户已经确定了一个首选的广告商或品牌，也可以激活一个特定的切换他们用户接口以允许和此相关的广告商有效的在一个或多个内容共享平台赞助他们。例如在图21的实施例中，显示一个图像和视频共享平台的模范性的截图，如Instagram™，一个连续发布2012包括一个用户特定的代表用户的整合广告内容项2104，即以广告客户的形式，通过用户的共享平台的配置文件发布的视频项目(如MIKE123)。包括在此发布是一个用户特定的贡献，在这个实施例，标识广告商“B”为赞助用户“MIKE123”和还整合用户特定信息在这个资助信息如用户的当前地理位置(如巴黎，法国)，和日期参考当前时期(如假期)。在这个特殊实施例中，广告客户的问题可能已经发起了一个赞助活动的假期，且设置为后，通过授权的特定用户的账户，一个季节性的视频被视为通过这些授权的用户通过这些授权的用户的直接和间接接触。作为交换，这些赞助用户可以接受更大增量补偿，这样的发布，否则会通过直接用户发布可用，如图19所示。综上所述，动态补偿度量可以被定义不仅作为这样的赞助的帖子的数量的函数，但也作为一个功能的可视性，所表达的内容项目的意见，一个潜在的公开定义的数量与赞助的用户，注册的喜欢或共享，评论等。如图19的例子，赞助的发帖可以显示在用户自己的个人资料页，以及在他们联系人的活动页或板，时间轴等，和/或再次在用户的公共档案，例如。

结合图1的上下文，整合引擎130，对应用户授权，将数字性的整合一个从用户数据库124提取的各个用户标识和通过定位引擎116恢复的一个广告定向内容项，以产生一个用户特定整合广告指定内容项，进而由发布服务器138代表用户作为来源转发至选择共享平台140。

在一些实施例中，如图21所示，用户特定整合广告商指定内容项可以作为发布或用户活动的功能被发布。例如，赞助项目可以自动发布在一个低的发布活动期间自动指定为一个追踪发布历史的功能，在赞助的用户的问题(如在晚上或在早上，当被赞助的用户很少发布他们自己的内容项)，如图21所示。

在另一个实施例，赞助项可以设置为在用户发布他们自己的内容之前自动同时发布，例如作为一个被赞助介绍给用户自己的内容。例如，一个用户可以授权其选定的赞助商发布一个整合的视频或图像作为赞助的介绍自己的内容，例如稍延迟自己的内容发布几秒或

几分钟以使有赞助商的内容立即出现在被他们联系人看到之前。

此时移选项，可选择地或附加地，用作内容共享应用程序和接口的一个单独的功能，以允许用户以时间偏移的方式发布项目，也在他们的用户上提供更大的可视性或影响或其他优势将被本领域技术人员欣赏。例如例如，一个用户可能会选择有他们的内容后延迟几个小时，例如，当设置他们的发布在深夜，但希望有这样的发布消耗在上午的第一件事，或者更晚的第二天，当他们的目标受众/联系人更可能消耗其发布。

另一个实施例，如图21所示，用户特定整合广告定向内容项可以被自动地选为一种用户地理位置的功能以整体参考该地理位置或区域中的内容项目或再次促进与此位置相关的当地分支或场地以及赞助商相关的问题。

参见图22，对应一个实施例，一个用户特定整合广告定向内容项2202自动地被发在截屏2200，作为一种关于人口或用户个人贡献的功能，在这个实施例，直接对应用户的生日。在此实施例，内容项2202包括一个由赞助商“B”代表用户“MIKE123”作为来源选择和发布的促销图片2204，且包括一个用户献词2210，其中用户被希望从“B”得到一个“生日快乐”且用户的联系人(如社交网络朋友)也提供一个促销，靠显示已发送添加(和显示的条形码2212)在一个本地设立关联赞助商，以接受一个“自由饮料”庆祝用户的生日。通过授权用户的共享平台配置文件来整合和共享的宣传内容，且结合一个由该用户联系人兑换的赞助申请，该赞助商还通过更多个人和亲密的频道扩展了他们的宣传。同样，授权用户的联系人可能不太考虑社交媒体添加了自动发布在他们的页面上，当浏览用户的发布时。他们可能更倾向于注意这是作为来源从授权用户发布，兵器还利用给相关个人的促销。

再次，这个赞助商的定向添加内容可能会进一步通过共享平台，通过喜欢，共享和评论，与比例补偿与和/或直接给授权用户。

参见图23和图24，紧接着以上的实施例，内容分析系统可以提供额外的自由和/或可选特点和功能。例如，作为图1和图17所示的系统，在用户自己的发布活动/行动和通过分析平台实际发布共享之间提供了中介功能，系统发布管理功能(如模块106和图1和图17的1706，分别地)还包括或可选地提供其他中介功能以进一步扩大发布的多功能性。

例如，如上介绍的，一个用户的帖子可能会受益于通过动态用户访问发布管理功能实现的时间变化，以及受益于不同的用户特定的数据整合功能，以加强，促进，标志，自定义或以其他方式标记共享的用户内容。在之前的实施例中，时间转移的发布可能包括延迟，其内容是第一次由用户发布，但代表用户作为来源选择地设置，从几分钟，几小时，几天甚至几周后，例如允许用户延迟选择或多次分散发布。在一个实施例中，这可能是特别有利的，其中一个用户希望在一个定期的间隔顺序发布。使用当前的解决方案，这个用户将不得不执行每个发布，一个一个地，与所需的时间间隔一致。使用一个中介发布应用程序和服务，用户可以建立一个序列的帖子，且根据所需的时间间隔与每一个增量延迟的时间间隔相关联(如一个每小时或每天发布)。沿着这些线路，该系统可以设置为提供发布活动，用户不仅可以选择要在每个帖子上发布的内容和与之相关的时间延迟，还可以使用特定的用户信息(如用户名，日期，定位，用户签名，地位等)和/或广告信息(如选择广告项，种类或等级)使其自动整合。为了限制它，用户也可以选择地授权一个首选的广告客户或品牌的代表以代表他们作为来源发布广告定向素材，使其被在选择平台上的联系人浏览，且最终，赢得他们额外的奖励如品牌认知，赞助商，经济补偿，广告宣传等。

参见图23和图24，对应一个实施例，内容整合系统也允许一个给定的发布扩展到另一个媒体，与可选的外部内容集成，以补充原来的用户内容。例如，在图23中，截图2300提供一个图片和视频共享平台接口，其中包括用户的基于短信发布2302(如一条短信信息针对Twitter™，SnapChat™或其他基于短信共享平台)使用所述实施例的系统使其自动地变为一个图片格式，一次通过图片和视频共享平台进行分析(如Instagram™，基于短信项不容易共享)。在一个实施例，短信可以直接发布，整合在一个空白图像文件，只基于短信的消息最终可选的品牌，如上所述。在另一个实施例中，用户可以选择有一个或多个短信自动由一个选定的广告商赞助或类型，例如，这些短信消息自动整合在广告主的标志或品牌形象，例如。在其他实施例中，该系统可以整合短信信息在一个动态选择的用户相关图片，以天为时间单位的函数(例如夜晚，白天)，用户位置(如可识别城市轮廓线或背景，国旗或标志，可识别的场馆图标，如体育竞技场，餐厅等)，配置信息地位等。在另一个实施例中，集成引擎可能而从短信消息本身来自动选择一个合适的背景图像反应消息的心情，情感或意图，等。例如在途23的2304，整合引擎自动标识用户伤心的面部表情或快捷键，如：(和因此整合用户信息至背景伤心表情图2306或其他反应伤心或失望的图像作为用户信息的表情反应。另一方面，如果用户插入一个笑脸到他们的信息，也可以选择不快乐的背景图像融合。其他的例子，基于电流或自定义的短信表情符号和/或快捷键，本领域的技术人员会欣赏。同样，整合引擎可以被配置为在用户的短信消息中以其他方式识别特定的关键字，且相应地选择适当的背景图像。此外，一个基于短信的发帖长于其他可允许发布共享平台的基于短信(如tweet超过140字符)，集成引擎可能促进这样的帖子通过允许消息发布在其完整的图像格式，这只会被限制，例如，通过短信的数量可以合理预期将在单个图像发布内进行浏览。

图23的实例考虑到短信到图片发布的转换，整合引擎也或可选择地转换基于短信信息为短片或视频，例如被发布在图片和视频共享平台，或仅视频平台如YouTube™。例如，图24所示，用户的短信信息2402可以整合到一个背景视频2406或短片，使其生成一个整合视频发布2404。紧接着上例，一个明确表示为悲伤的表情快捷键的消息可能会被集成到一个发布剪辑的人沮丧的哭泣或坐着，且独自在公园长椅上，一个快乐面部的信息可以整合在一个高兴跳跃或跳舞的短片中。在这个特殊的实施例中，用户进一步受益于系统的整合引擎，特别是长短信信息可以滚动(沿箭头2408)。这个功能可能在实际应用时特别有吸引力，考虑到上面提到的，一个特别长的短信，可以共享的滚动视频格式从而进一步扩大的可能性如何可能最终被发布在其他短信的平台，或是长度的短信可能最终在多媒体共享平台具有基于短信后的长度特别的限制。

将上述实例转化为基于广告主的外部内容整合的背景中，一个给定的品牌或广告商可以提供不同的心情-触发内容项以整合，而不是使用发布的情绪特定的背景图像或视频，用户可能会选择有一个特定的品牌描述他们的情绪，他们情绪特定的广告发布为背景，他们的情绪识别职位为一体的情绪特定品牌的整合内容项。相应地，用户内容品牌不仅通过反射后的心情来提高用户的发帖，也有助于补偿用户和可能调用响应来自用户的相关性更大品牌信息的预期效果，反之避免可能不匹配的品牌工作。(如整合一个快乐品牌项到一个特别悲伤和严肃的用户内容项)，可能导致品牌的批评而不是积极的识别和联系。

综上所述，关于社交媒体共享平台上发布的外部内容整合的实施例，该系统还可以或者整合外部内容到其他用户共享的内容如短信信息(如短信)等。例如，对于短信系统，或类

似的，一个合适的整合引擎可以直接或间接接受用户短信消息(通过无线或有线数据网络)且通过虚拟电话网络转换这些信息(指向一个收件人的蜂窝电话号码等)。这些数据-虚拟电话忘了转换系统被技术人员熟知在此不做描述。但是，用户的短信消息可以被整合，如上讨论的，品牌北京图片或视频，例如，而不是一个链接到收件人的电话。相应地，外部内容整合利用整合平台可以是一对一(直接短信信息)或一对群(群发信息)。用户订阅再次集成服务可能受益于这种整合而不用参加任何形式的社会媒体共享平台如上实施例所述。情绪的具体或增强的短信-图像或短信-视频的整合也可能会考虑短信彩信整合，就像其它特点上述如外部用户内容的整合，具体位置的整合，延迟的发布(如延迟，时移或间隔短信发布)和其他品牌特定选项如授权的广告定位SMS/MMS内容发布使其被发布或群发，介绍广告客户的广告，等。将会被技术人员理解，当本特例针对SMS型信息时，其他信息平台如黑莓™信息，Instant™信息等，也可以考虑所述内容整合增强和特点。

虽然本公开描述了各种示例性实施例，但公开且不因此受限。与之相反，公开的目的是覆盖包括在本公开的一般范围内的各种修改和同等的安排。

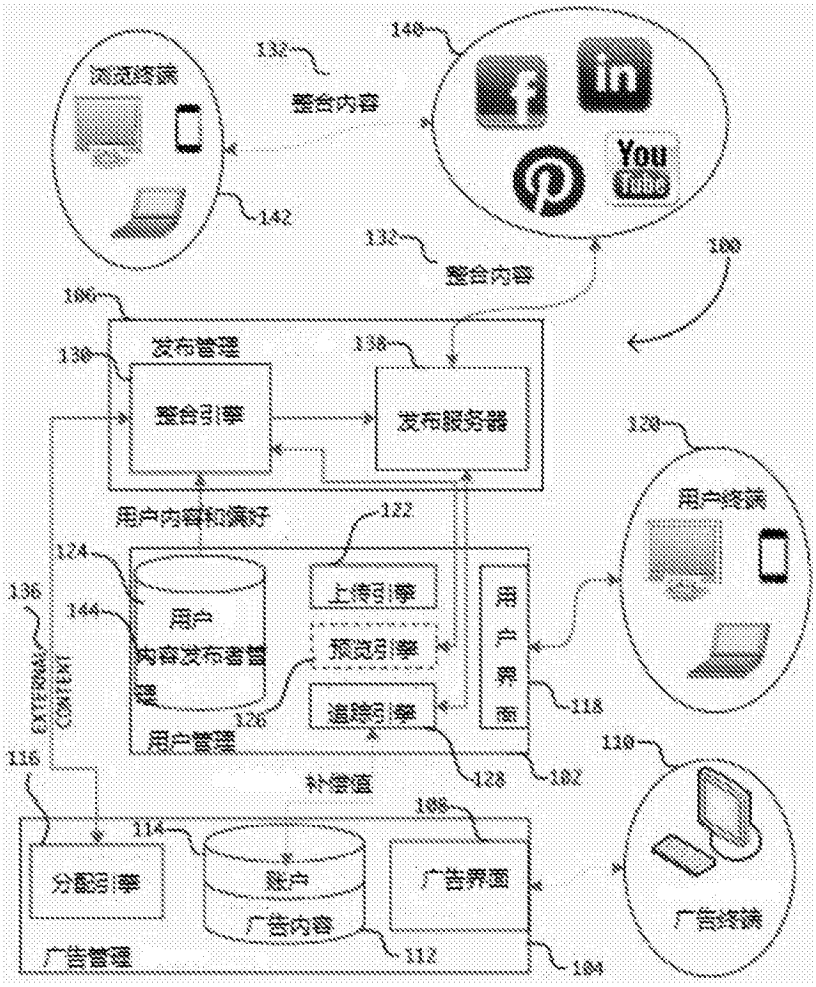

浏览终端
132
整合内容
140
142
132
整合内容
100
106
发布管理
130
整合引擎
136
发布服务器
120
用户终端
用户内容和偏好
122
124
上传引擎
136
144
用户
内容发布者管理
预览引擎
用户界面
118
126
追踪引擎
用户管理
128
102
110
116
补偿值
106
114
分配引擎
账户
广告界面
广告内容
广告管理
112
104
广告终端

图1

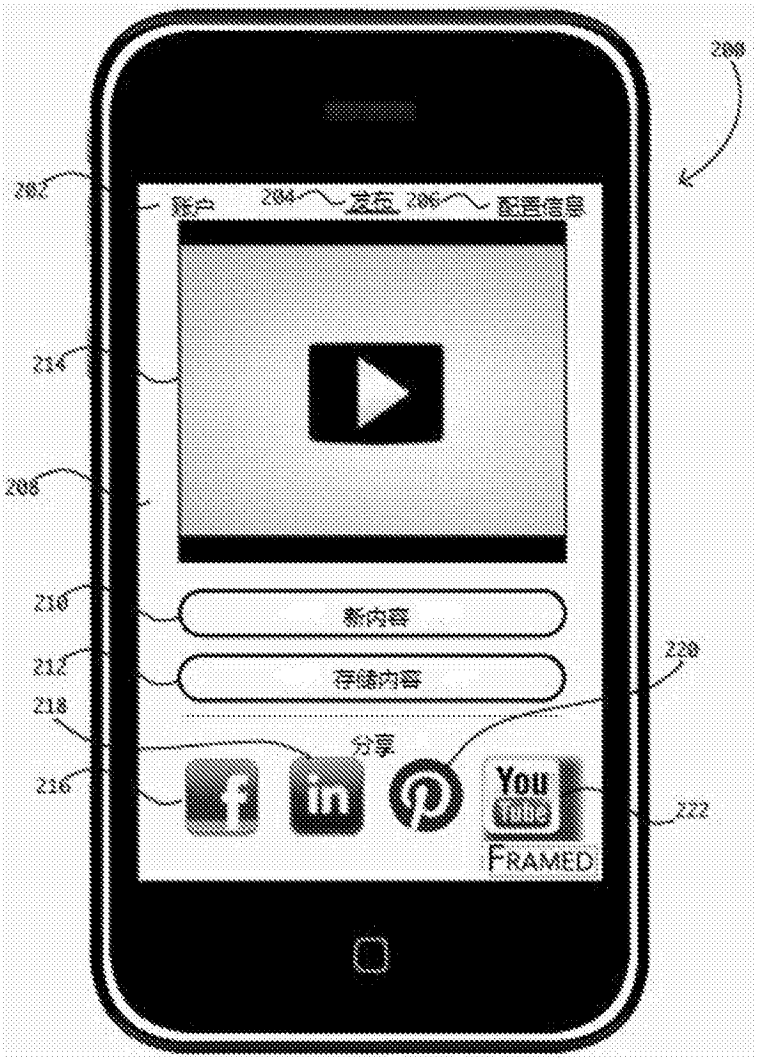

200
202
账户
204
发布
206
配置信息
214
208
210
新内容
212
存储内容
220
218
分享
216
222
FRAMED

图2

200
204
214
224
228
230
232
222
账户
发布
新闻信息
选择你的品牌
快车
豪车 (20c)
家用车 (15c)
You
Tube
FRAMED

图3

200
账户
204
发布
配置信息
MADE IN FASTI
WWW.FASTICAR.COM
244
214
34
242
品牌等级
236
低级（ 基础广告框架 ）
238
中级 （+LINK @15c）
240
高级（++INTRO AD @25c）
222
You
Tube
FRAMED

图4

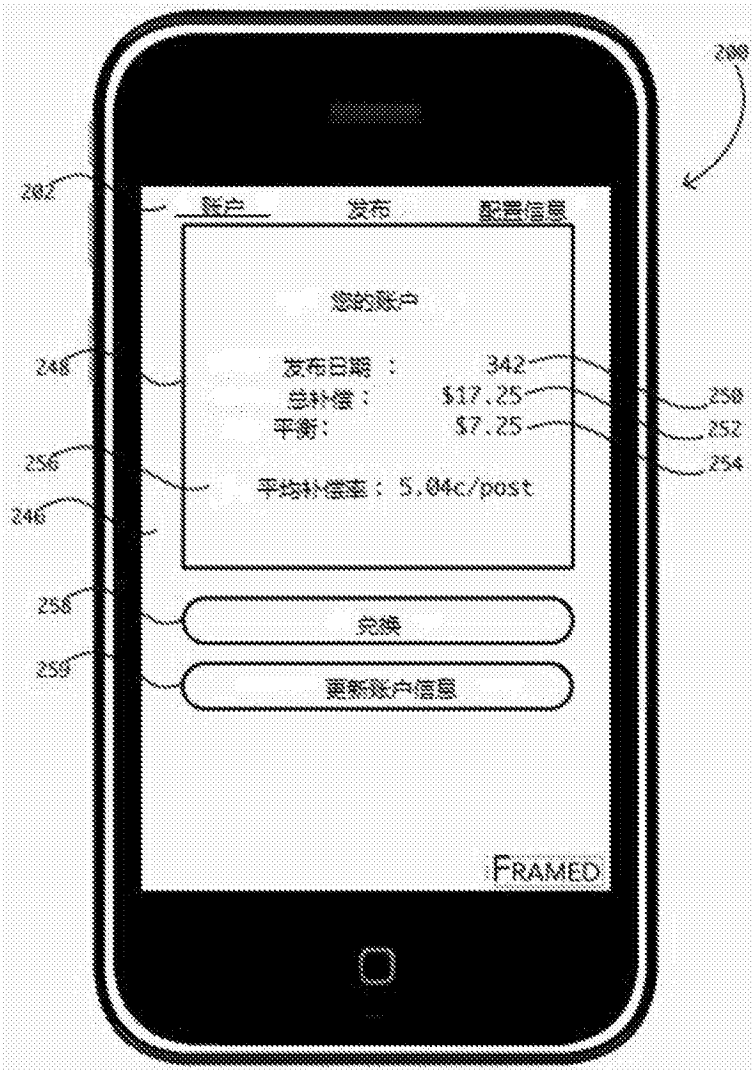

200
202
账户
发布
配置信息
您的账户
248
发布日期：
342
总补偿：
$17.25
250
平衡：
$7.25
252
254
256
平均补偿率：5.04c/post
246
258
兑换
259
更新账户信息
FRAMED

图5

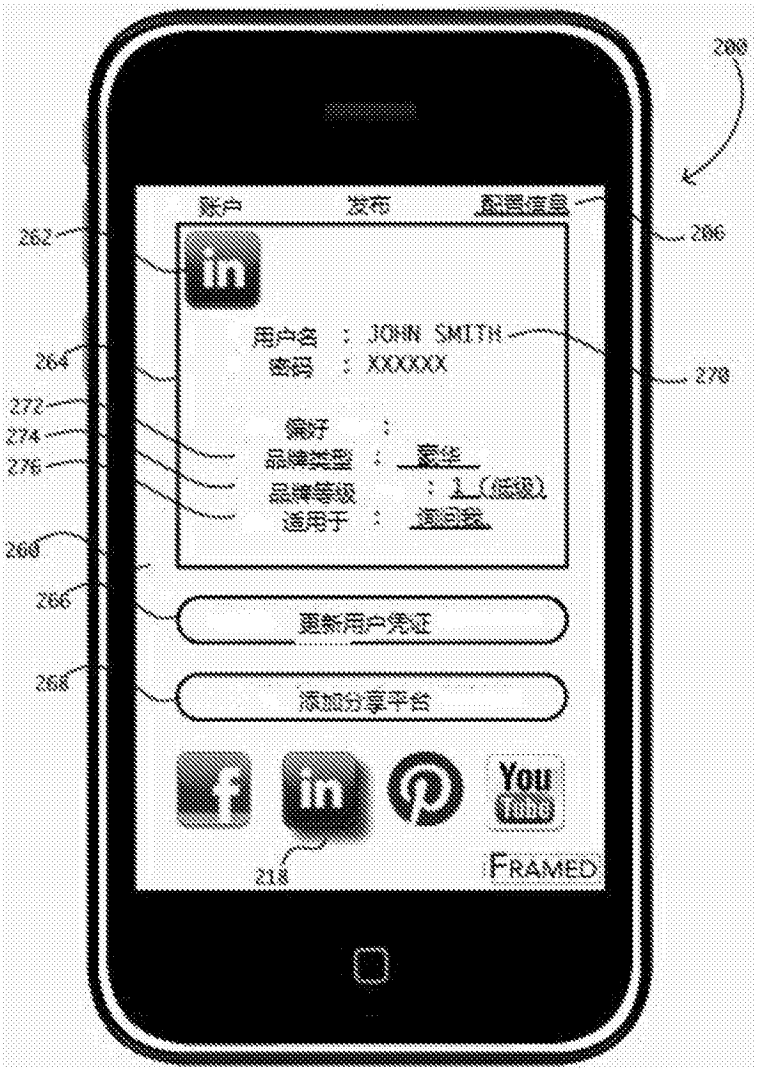

280
账户
发布
配置信息
282
286
用户名 : JOHN SMITH
密码 : XXXXXX
264
278
272
274
276
品牌类型 : 奢华
品牌等级 : 1(低级)
适用于 : 海滩装
268
266
更新用户凭证
262
添加分享平台
218
FRAMED

图6

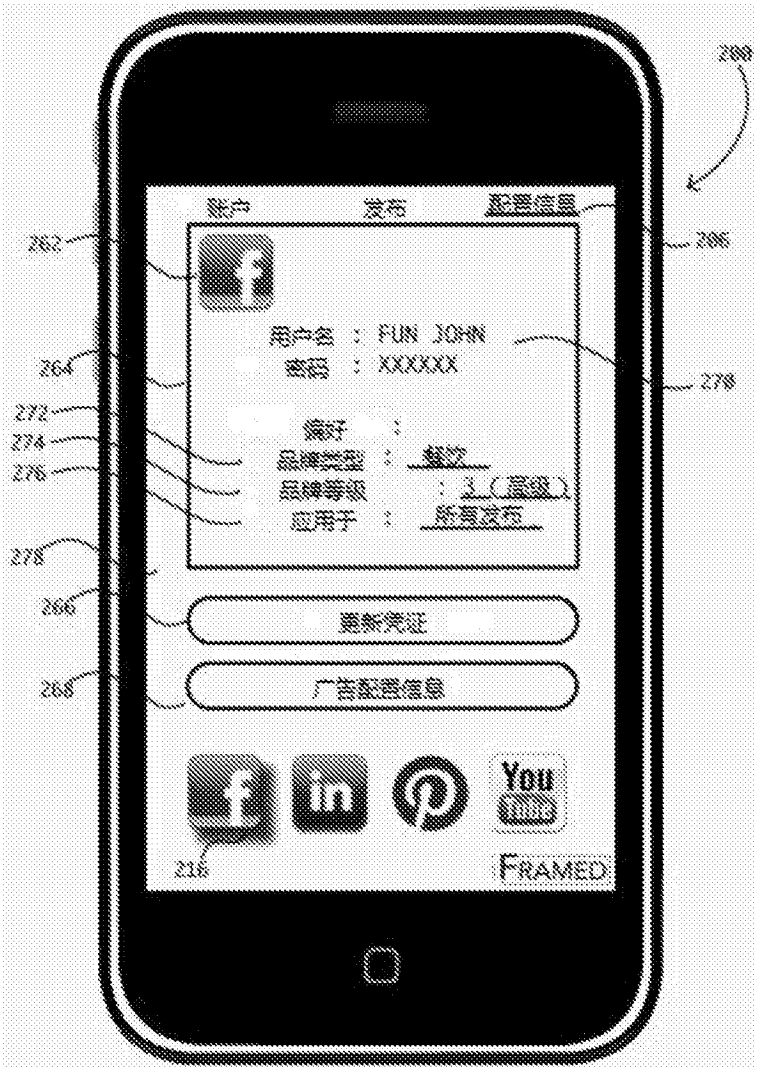

208
账户
发布
配置信息
262
206
用户名 : FUN JOHN
密码 : XXXXXX
264
278
272
274
276
品牌类型 : 鞋子
品牌等级 : 3（高级）
应用于 : 所有发布
270
266
更新凭证
268
广告配置信息
You Tube
216
FRAMED

图7

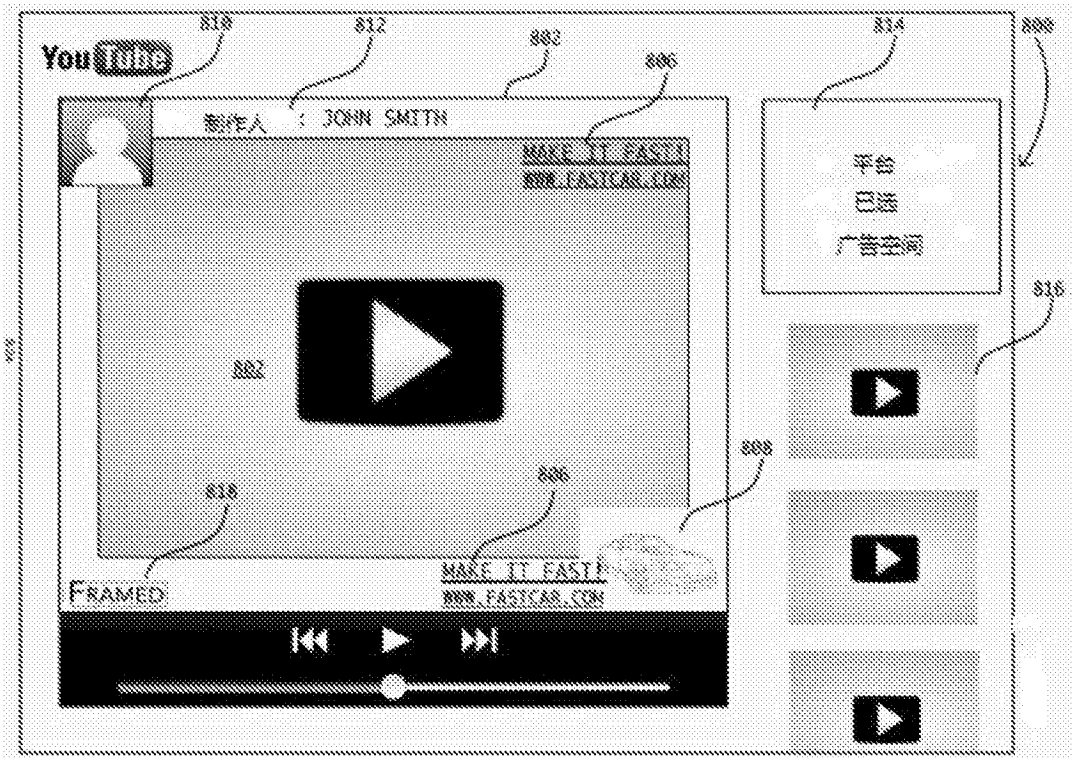

You Tube
JOHN SMITH
MAKE IT FAST!
WWW.FASTCAR.COM
平台
已选
广告空间
FRAMED
MAKE IT FAST!
WWW.FASTCAR.COM

图8

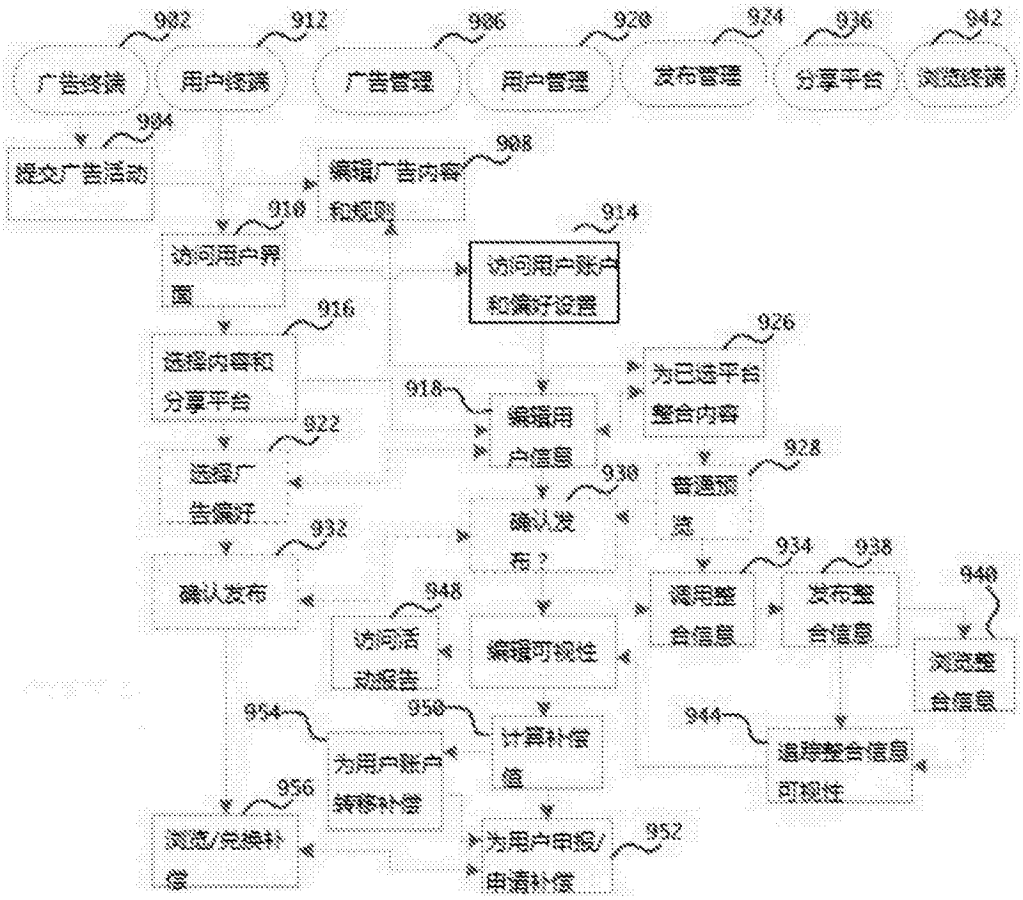

902
广告终端
912
用户终端
906
广告管理
920
用户管理
924
发布管理
936
分享平台
942
浏览终端
904
提交广告活动
908
编辑广告内容和规则
910
访问用户界面
914
访问用户账户和偏好设置
916
选择内容和分享平台
926
为已选平台整合内容
918
编辑用户信息
922
选择广告偏好
930
确认发布？
928
预览
932
确认发布
934
调用整合信息
938
发布整合信息
940
浏览整合信息
948
访问活动报告
编辑可视性
954
为用户账户转移补偿
950
计算补偿值
944
追踪整合信息可视性
956
浏览/兑换补偿
952
为用户申报/申请补偿

图9

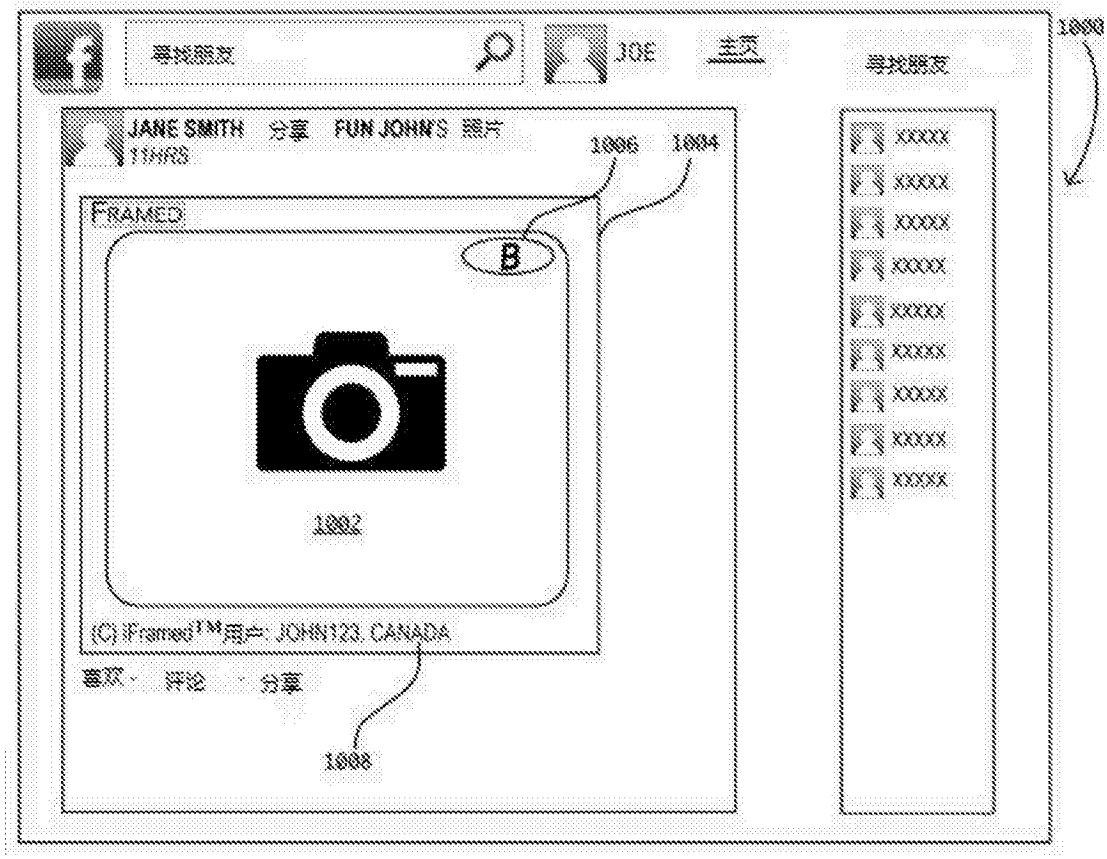

寻找朋友
JOE
主页
寻找朋友
1000
JANE SMITH 分享 FUN JOHN'S 照片
11HR3
1006
1004
FRAMED
B
1002
(C) Framed™用户: JOHN123, CANADA
喜欢 · 评论 · 分享
1008
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX

图10

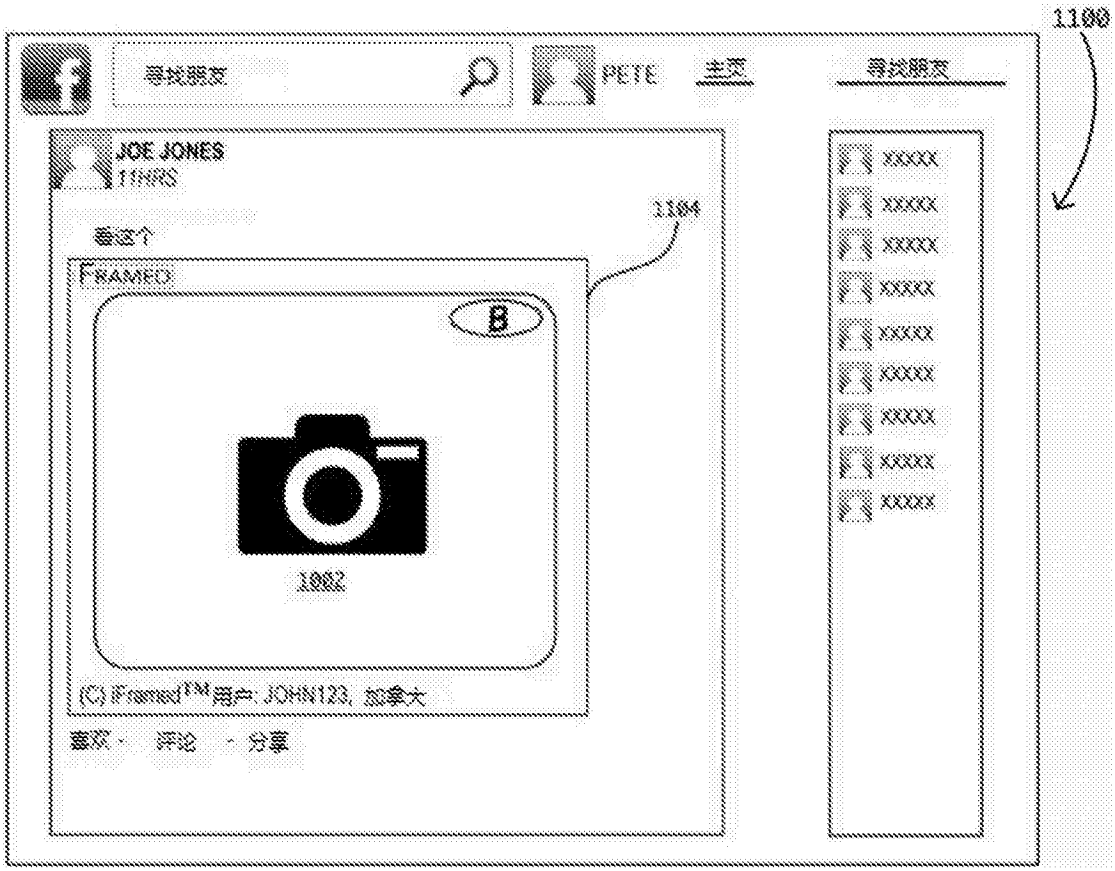

1100
寻找朋友
PETE
主页
寻找朋友
JOE JONES
11HRS
看这个
1104
FRAMED
B
1002
(C) Framed™用户: JOHN123, 加拿大
喜欢 · 评论 · 分享
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX
XXXXX

图11

288
账户
发布
配置信息
账户信息
286
282
284
姓名：
JOHN SMITH
* 别名：
JOHN123
城市：
MONTREAL
* 国家：
CANADA
电话：
* 邮箱：
JOHN@MAIL.COM
编辑
账户状态
FRAMED

图12

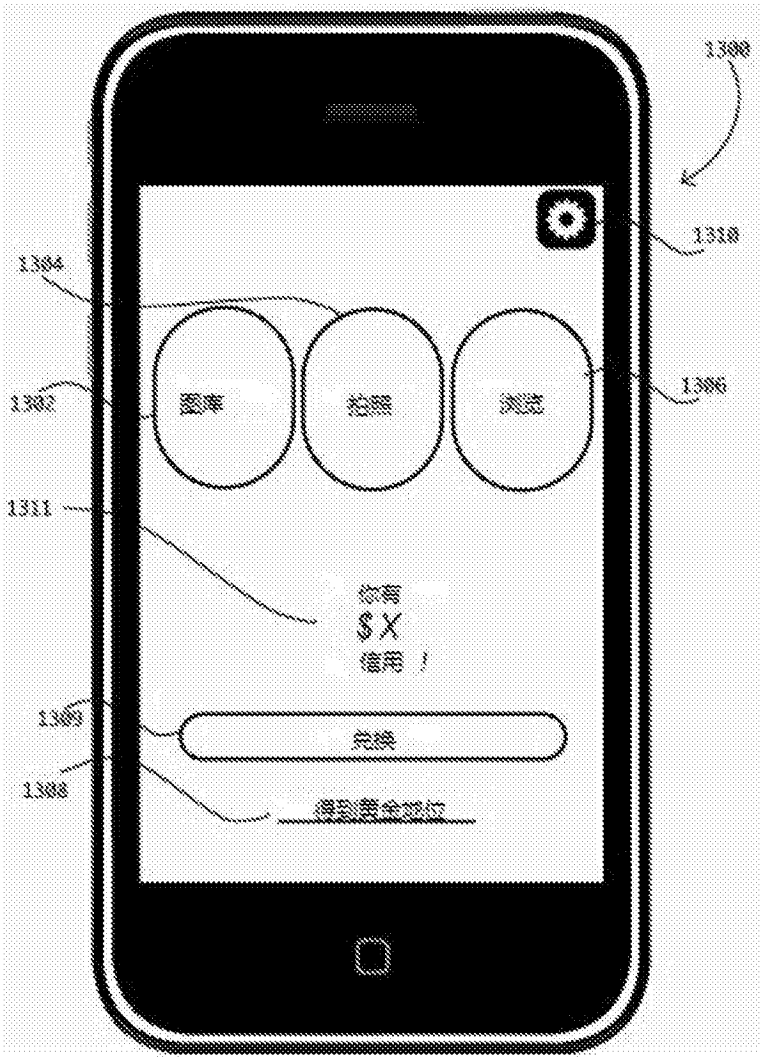


图13

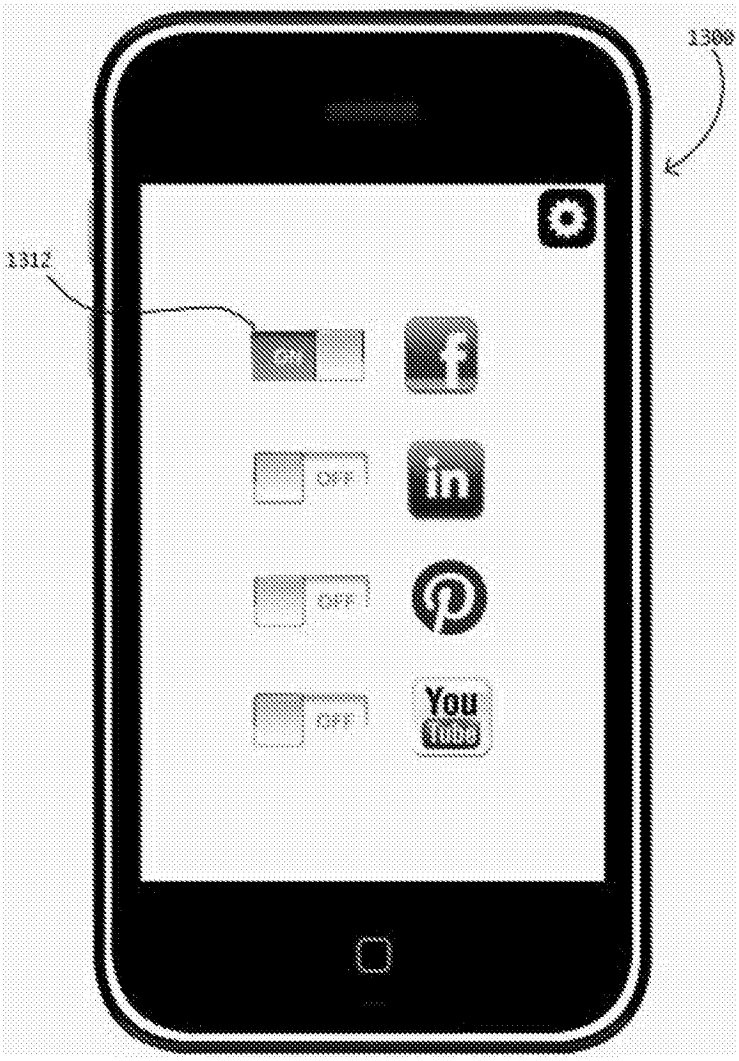


图14

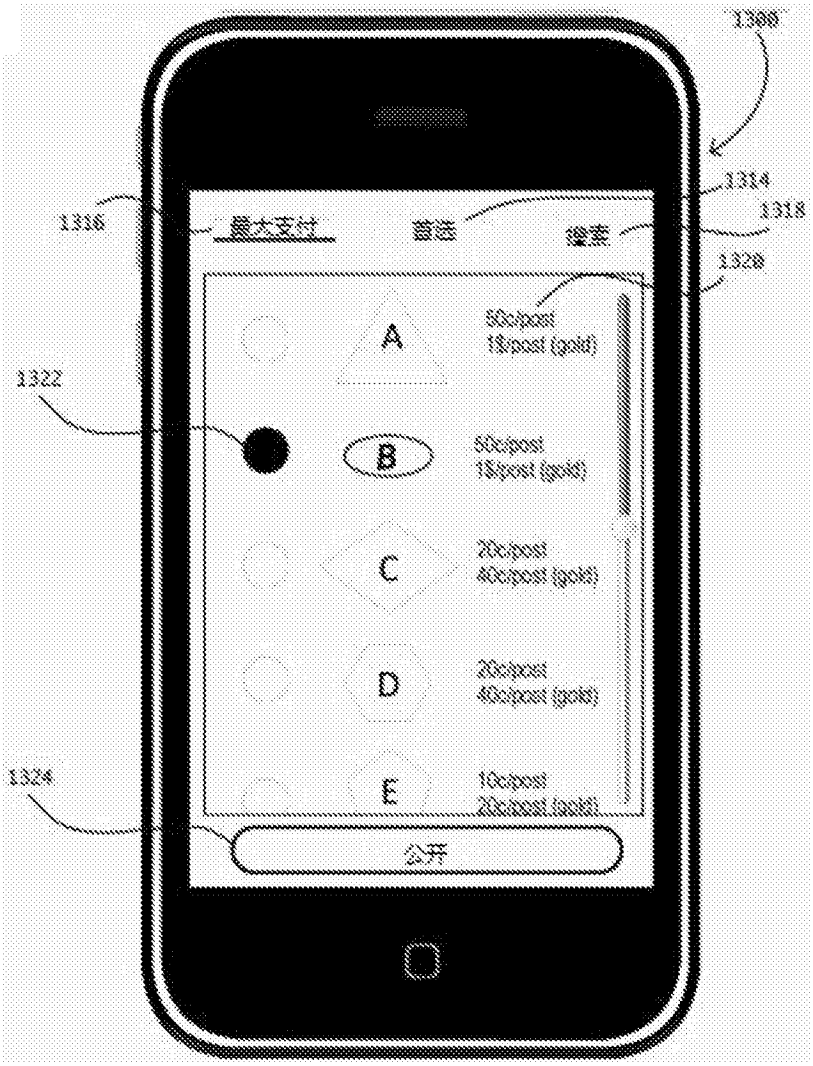

1300
1314
1316
最大支付
首选
搜索
1318
1328
A
50c/post
1$/post (gold)
1322
B
50c/post
1$/post (gold)
C
20c/post
40c/post (gold)
D
20c/post
40c/post (gold)
1324
E
10c/post
20c/post (gold)
公开

图15

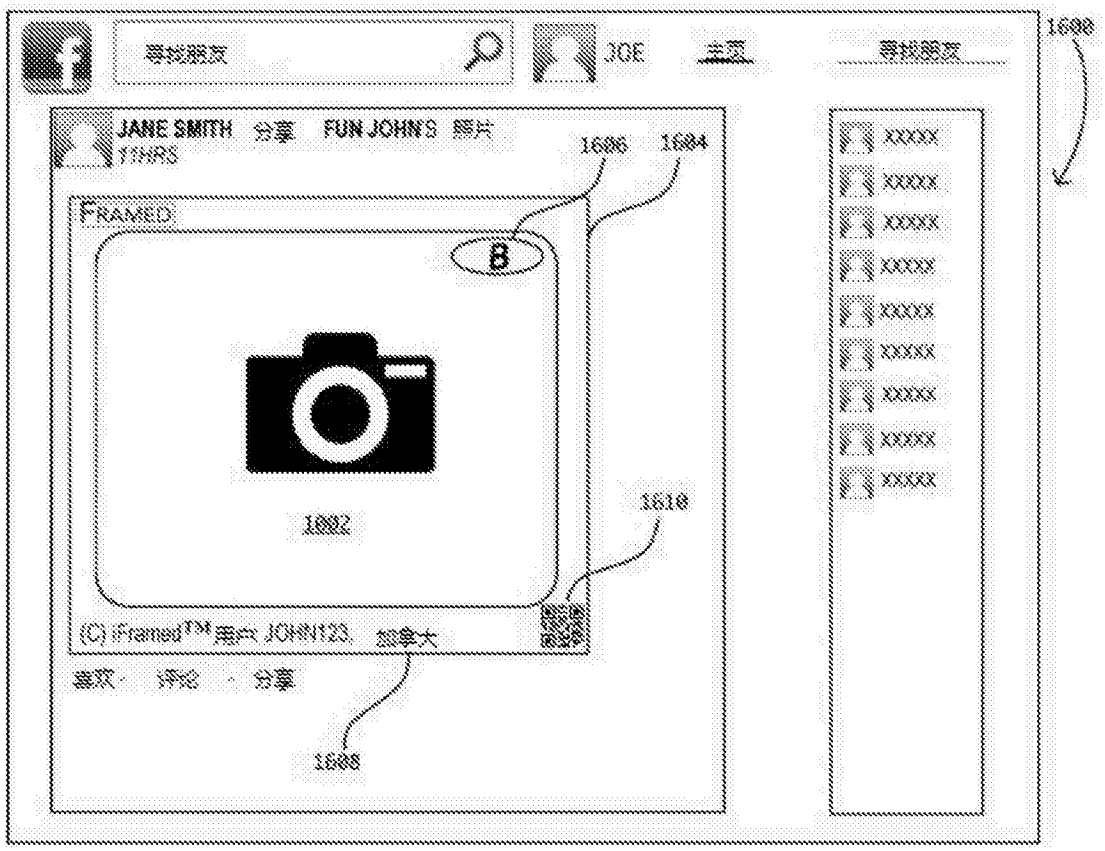

寻找朋友
JOE
主页
寻找朋友
1608
JANE SMITH 分享 FUN JOHN'S 照片
1606
1604
FRAMED
1602
1610
(C) Framed™ 照片 JOHN123.
喜欢 · 评论 · 分享
1608
XXXX

图16

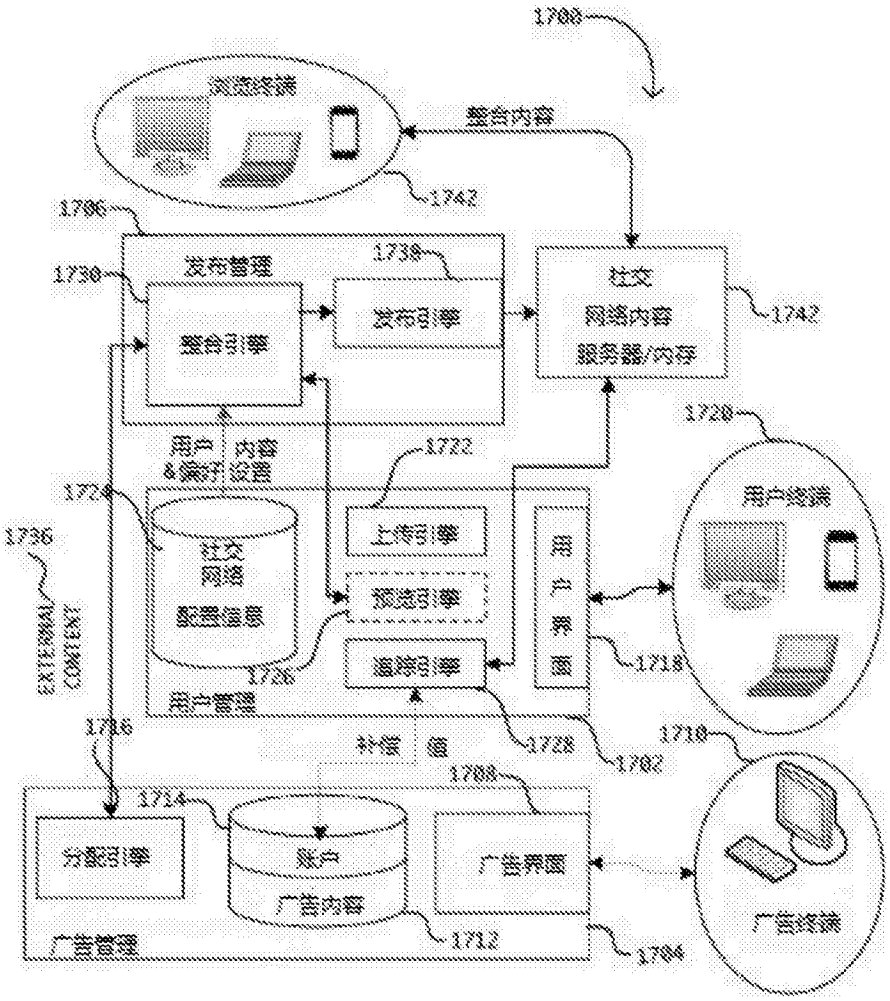

1700
浏览终端
整合内容
1742
1706
发布管理
1730
1734
整合引擎
发布引擎
社交
网络内容
服务器/内存
1742
1720
用户 内容
&偏好设置
1722
1724
1736
社交
网络
配置信息
上传引擎
预选引擎
用户界面
用户终端
EXTERNAL CONTENT
1726
道具引擎
1718
用户管理
1716
补偿 值
1728
1702
1710
1708
1714
分配引擎
账户
广告内容
广告界面
广告终端
广告管理
1712
1704

图17

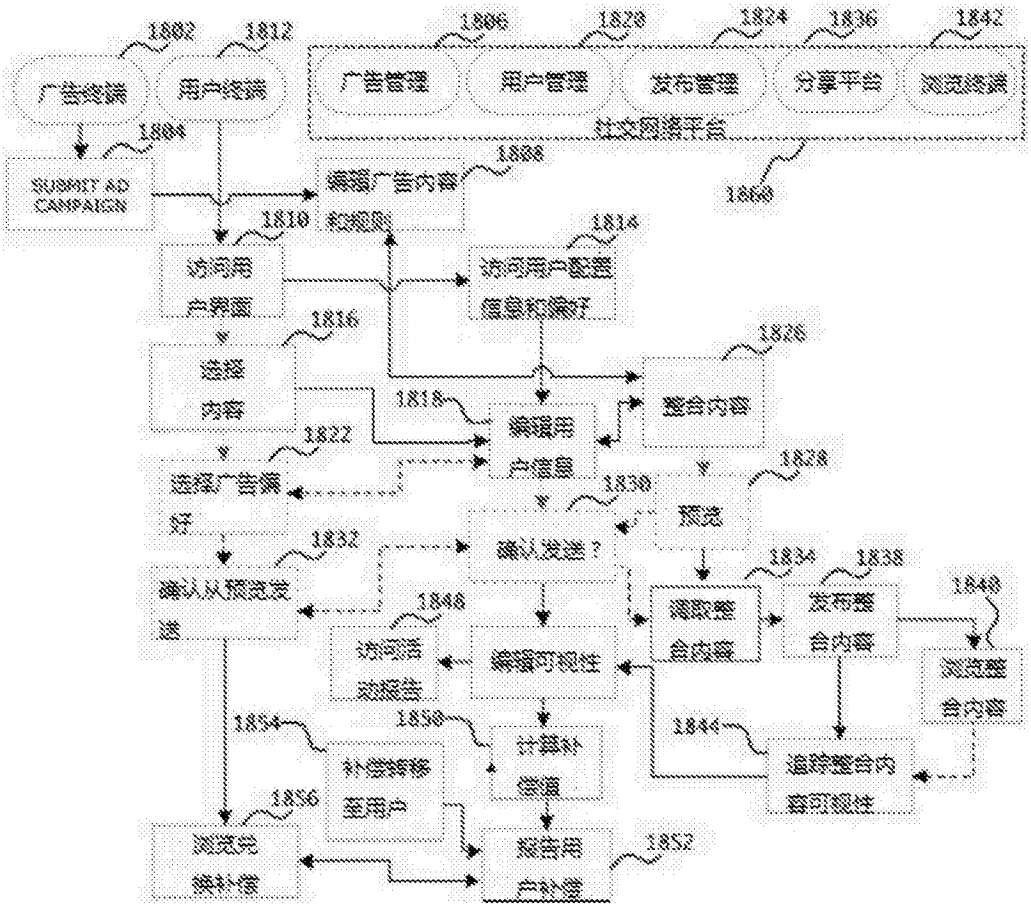

1802
1812
1806
1820
1824
1836
1842
广告终端
用户终端
广告管理
用户管理
发布管理
分享平台
浏览终端
社交网络平台
1804
SUBMIT AD CAMPAIGN
1808
编辑广告内容和规则
1860
1810
访问用户界面
1814
访问用户配置信息和偏好
1816
选择内容
1826
整合内容
1818
编辑用户信息
1822
选择广告偏好
1828
预览
1830
确认发送？
1832
确认从预览发送
1834
1838
调取整合内容
发布整合内容
1840
1846
访问活动报告
编辑可视性
浏览整合内容
1854
1850
计算补偿
1844
追踪整合内容可视性
补偿转移至用户
1856
浏览完换补偿
报告用户补偿
1852

图18

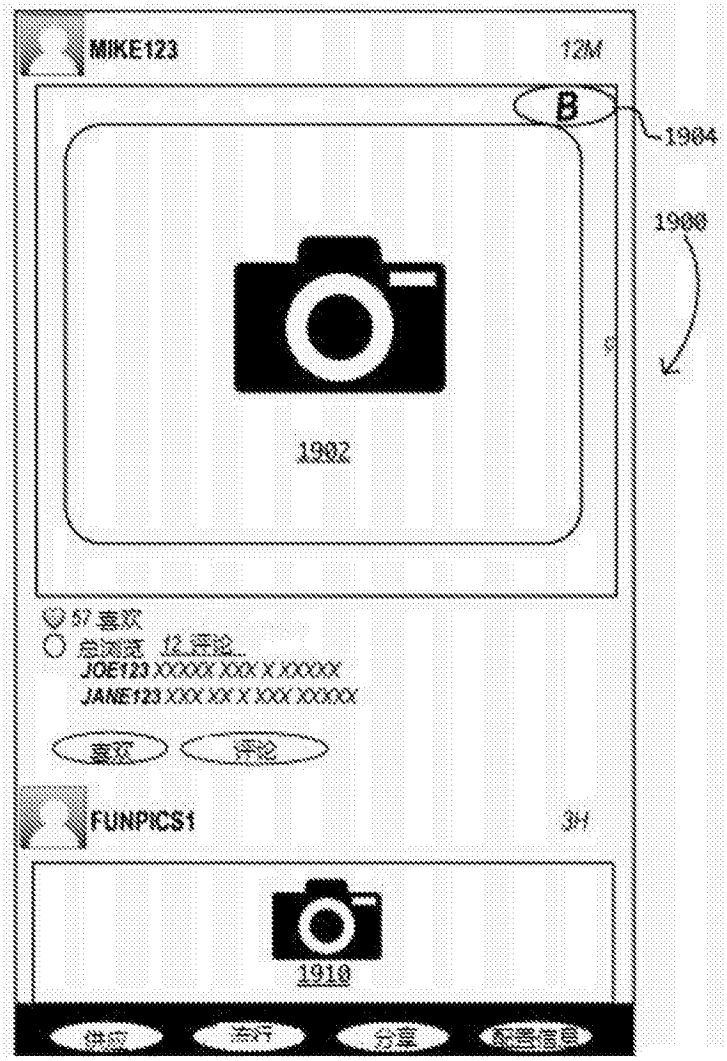

MIKE123
12M
B
1904
1900
1902
97 喜欢
总浏览 12 评论
JOE123 XXXX XXX X XXXX
JANE123 XXX XX X XXX XXXX
喜欢
评论
FUNPICS1
3M
1918
收藏
流行
分享
编辑信息

图19

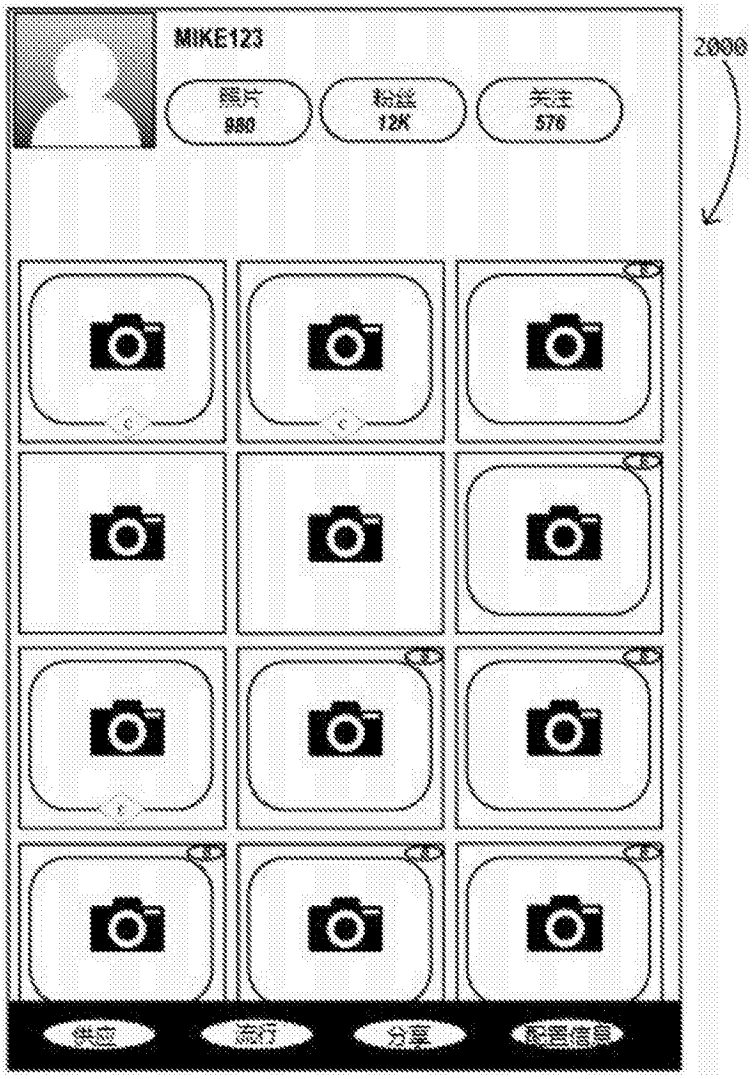


图20

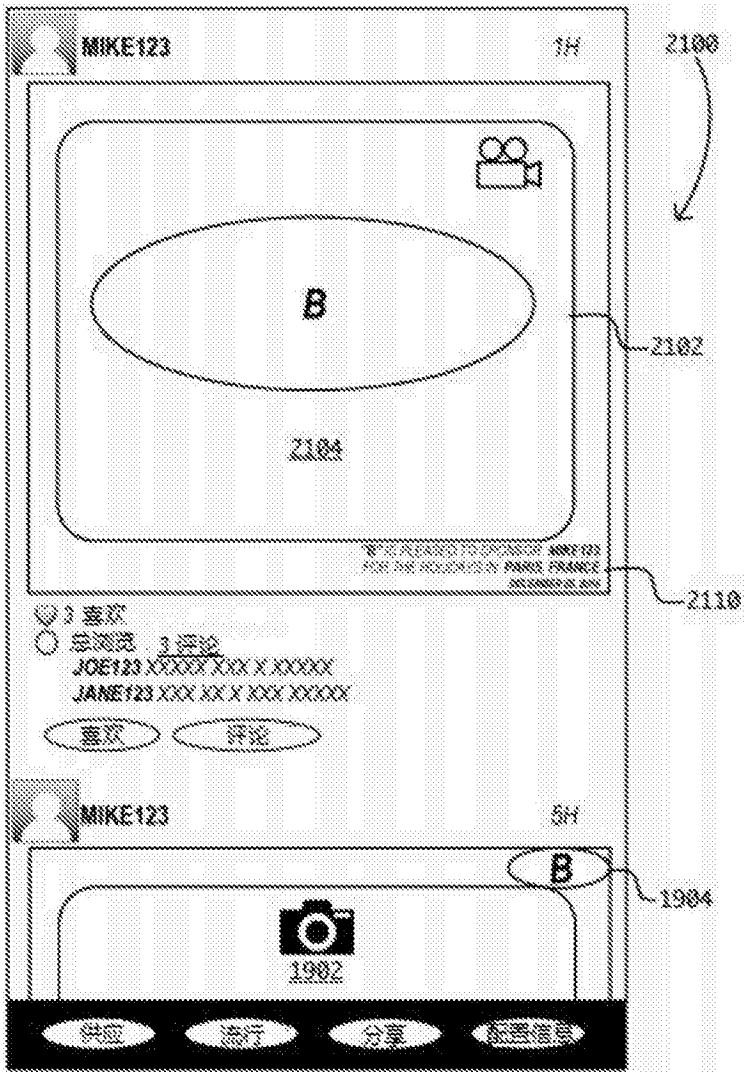

MIKE123
1H
2100
B
2102
2104
2110
3 喜欢
JOE123 XXXX XXX X XXXXX
JANE123 XXX XX X XXX XXXXX
喜欢
评论
MIKE123
5H
B
1904
1902
供应
旅行
分享
标签信息

图21

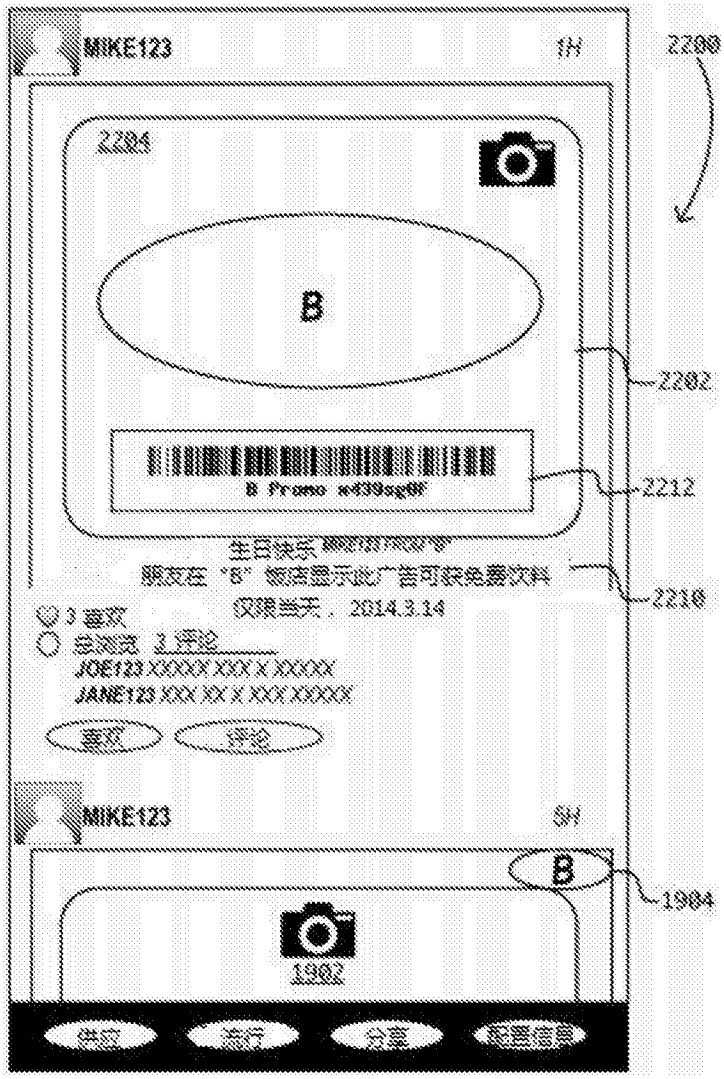

MIKE123
1H
2200
2204
B
2202
2212
B Promo
生日快乐
朋友在"B"饭店显示此广告可获免费饮料
2210
仅限当天，2014.3.14
3 喜欢
查看 3 评论
JOE123 XXXX XXX X XXXX
JANE123 XXX XX X XXX XXXX
喜欢
评论
MIKE123
5H
B
1904
1902
供应
旅行
分享
配置信息

图22

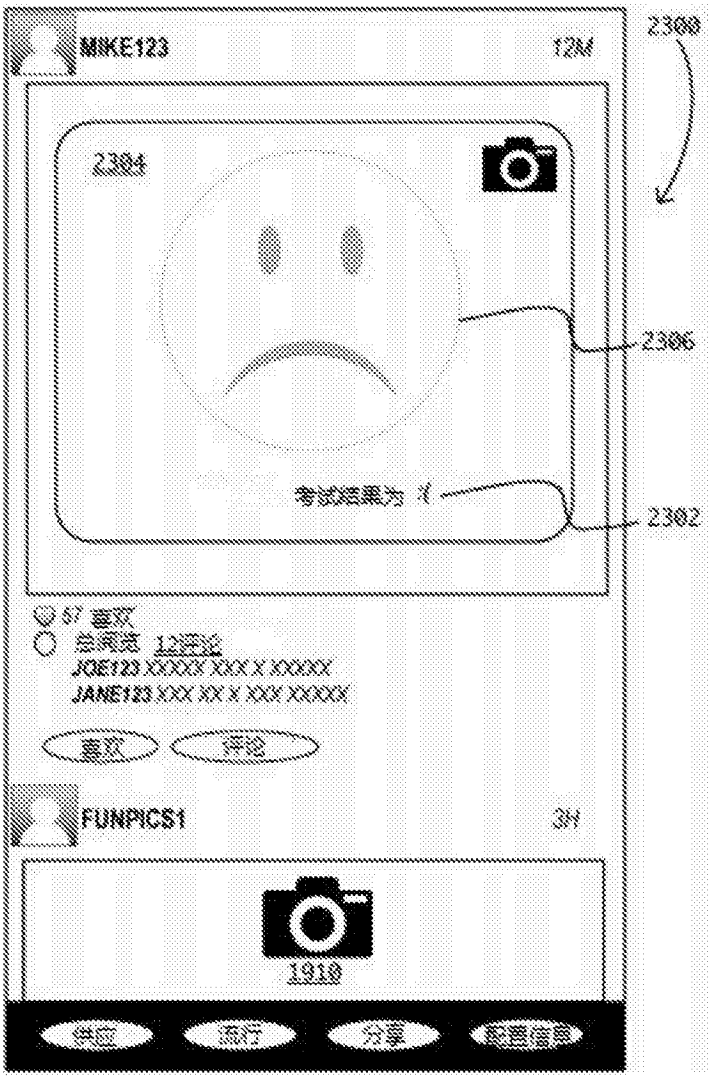

MIKE123
12M
2300
2304
2306
考试结果为：(
2302
67 喜欢
总阅览 12评论
JOE123 XXXX XXX X XXXX
JANE123 XXX XX X XXX XXXX
喜欢
评论
FUNPICS1
3H
1910
关注
流行
分享
查看信息

图23

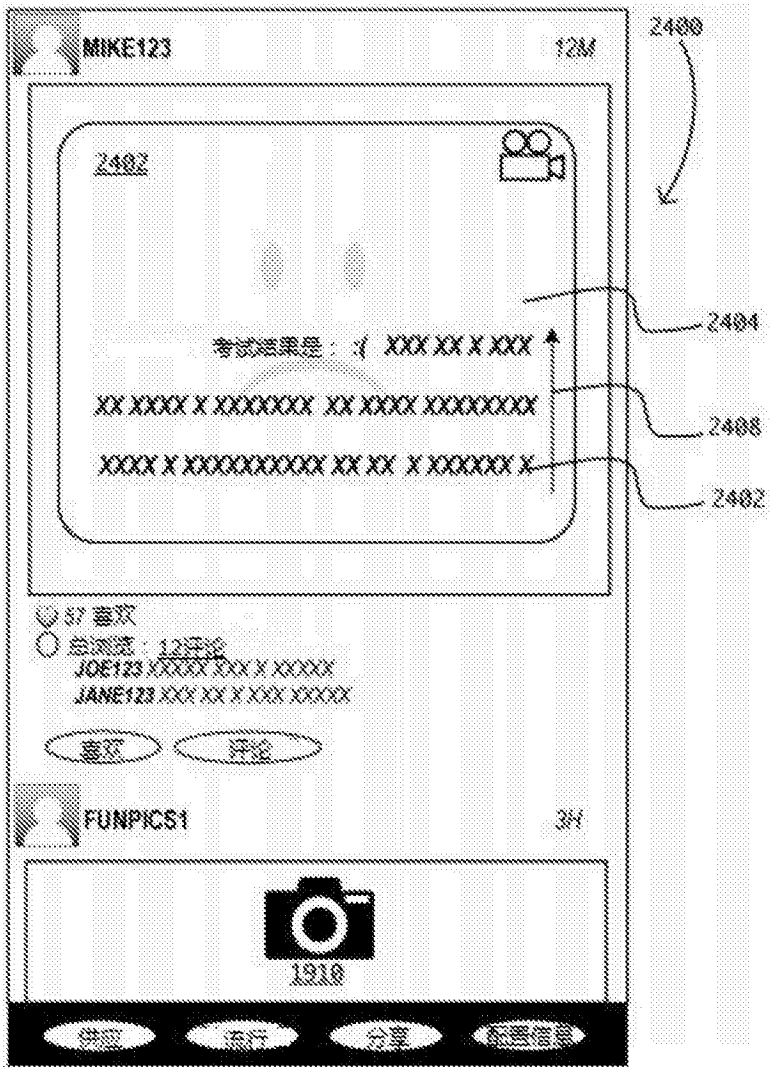

MIKE123
12M
2400
2402
2404
2406
2402
57 喜欢
JOE123
JANE123
喜欢
评论
FUNPICS1
3H
1910
分享

图24