



УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **42697** (13) **U**
(51) **МПК (2009)**
G09F 27/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ

ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

видається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

1

(21) u200904317

(22) 30.04.2009

(24) 10.07.2009

(46) 10.07.2009, Бюл.№ 13, 2009 р.

(72) ТКАЧЕНКО ЄВГЕНІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

(73) ТКАЧЕНКО ЄВГЕНІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

(57) Спосіб розповсюдження інформації щодо усиновлення дитини, який включає отримання від уповноважених державних органів інформації про дитину, яка офіційно підлягає усиновленню, розповсюдження дозволеної інформації про дитину у засобах масової інформації, який **відрізняється** тим, що здійснюють розповсюдження дозволеної інформації про дитину, яка підлягає усиновленню, шляхом створення матеріальних носіїв у вигляді:

- фото, які розміщують у вигляді комп'ютерних файлів, поле яких розділене на окремі зони, в яких поруч з фото розміщують дозволену інформацію про дитину,

2

- запису спеціальних відеороликів, в яких дитину знімають під час гри, розмови, виконання якогось завдання тощо, які мають звукове супроводження з розповіддю про дитину і повідомленням контактних даних та зверненням до громадськості із закликом усиновити дитину,
- плакатів, які виконують розділенням на окремі зони з виділенням рамок кожної зони для привернення уваги і нанесенням на носій фото на окрему зону з розміщенням поруч з фото дозволеної інформації, а саме статі дитини, її імені, віку і т.п., які розповсюджують на сайтах мережі Інтернет, у періодичних друкованих виданнях, плакатах різних форматів, які розміщують на вулицях міст, на станціях та у вагонах метро, у великих торговельних закладах та в інших місцях підвищеного скупчення людей, та у спеціальних телевізійних випусках і рекламних роликах, і після одержання інформації про бажаних усиновити дитину передають інформацію до уповноважених державних органів.

Корисна модель стосується галузі рекламно-інформаційного обслуговування населення, а конкретно - рекламно-інформаційних систем, які здійснюють розповсюдження для широкого кола людей інформації широкої тематичної направленості, наприклад інформації, яка стосується усиновлення дітей і яка представлена у вигляді аудіо і/або відео-, фото-повідомлень.

З деклараційного патенту України №66624 А G09F19/00, опубл. 17.05.2004 відомий спосіб реклами товарів та послуг на екрані відеоінформаційної системи, який включає 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 підвищеної скупченості людей. При цьому, запис рекламної відеоінформації

на магнітні та оптичні носії виконують разом із 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.

До недоліків відомого способу можна віднести порівняно невисокий рівень охоплення корисної аудиторії у разі, коли мова йде про усиновлення дітей, а також те, що він не може забезпечити велику увагу до повідомлення, що передається. У способі також не передбачена можливість інформаційного зворотного зв'язку.

Система розповсюдження інформації, яка описана в патенті РФ 2134457 С1, G09F27/00, опубл. 10.08.1999 і вибрана як найближчий аналог,

(13) **U**

(11) **42697**

(19) **UA**

має засоби відтворення аудіо- і/або відеоповідомлень, розміщені в місці, що характеризується наявністю однонаправленого потоку людей, а також засіб для одержання інформаційного зворотного зв'язку.

Недоліком відомої системи розповсюдження інформації є також невисокий рівень охоплення корисної аудиторії у разі, коли мова йде про усиновлення дітей. Крім того, запропонований в патенті засіб для одержання зворотного зв'язку дозволяє тільки кількісно оцінювати ступінь проявленого інтересу по відношенню до наданої інформації. Задачею, на вирішення якої направлена запропонована корисна модель, є удосконалення способу розповсюдження інформації, яка стосується можливості усиновлення дитини, шляхом створення матеріальних носіїв у вигляді фото, плакатів, запису спеціальних відеороликів для забезпечення охоплення якнайбільш широкого кола людей з можливістю оперативного одержання зворотної інформації про осіб, що бажають усиновити дитину.

Поставлена задача вирішується тим, що у способі розповсюдження інформації щодо усиновлення дитини, який передбачає отримання від уповноважених державних органів інформації про дитину, яка офіційно підлягає усиновленню, розповсюдження дозволеної інформації про дитину у засобах масової інформації, за рахунок того, що здійснюють розповсюдження дозволеної інформації про дитину, яка підлягає усиновленню, шляхом створення матеріальних носіїв у вигляді фото, які розміщують у вигляді комп'ютерних файлів, плакатів, які виконують розділенням на окремі зони і нанесенням на носій фото на окрему зону з розміщенням поруч з фото дозволеної інформації, а саме статі дитини, її ім'я, віку і т.п., виділенням рамок кожної зони яскравим кольором для привернення уваги, запису спеціальних відеороликів, в яких дитину знімають під час гри, розмови, виконання якогось завдання тощо, які супроводжують розповіддю про дитину з повідомленням контактних даних та зверненням до громадськості із закликом усиновити дитину, які розповсюджують на сайтах мережі Інтернет, у періодичних друкованих виданнях, плакатах різних форматів, які розміщують на вулицях міст, на станціях та у вагонах метро, у великих торговельних закладах та в інших місцях підвищеного скупчення людей, та у спеціальних телевізійних випусках і рекламних роликах, одержують інформацію про бажаючих усиновити дитину та передають одержану інформацію у місцеву службу у справах дітей та/або керівництву дитячого закладу, де перебуває дитина.

Здійснюють запропонований спосіб розповсюдження інформації відносно всиновлення дитини таким чином.

Журналісти їдуть до дитячого закладу, де перебуває дитина-сирота, яка підлягає усиновленню, роблять фото-, відеозйомку дитини під час гри, розмови, виконання якогось завдання тощо, від керівництва закладу отримують інформацію про дитину (її вік, риси характеру, уподобання та ін.).

На основі зібраних матеріалів про дитину, що потребує усиновлення, використовують для ство-

рення спеціальних комп'ютерних файлів, які розміщують на сайтах в мережі Інтернет та передають у періодичні видання (газети, журнали та ін.) для друку у вигляді інформаційних публікацій. Ці ж матеріали використовують для створення комп'ютерних макетів, які роздруковують у вигляді плакатів різних форматів, які виконують розділенням на окремі зони і нанесенням на носій фото на окрему зону з розміщенням поруч з фото дозволеної інформації, а саме статі дитини, її ім'я, віку і т.п., виділенням рамок кожної зони яскравим кольором для привернення уваги. Потім плакати розміщують на вулицях міст, автотранспорті, вокзалах та інших місцях великої скупченості людей.

На основі зроблених відеороликів, які супроводжуються розповіддю про дитину з повідомленням контактних даних та зверненням до громадськості із закликом усиновити дитину, створюються спеціальні телевізійні випуски, які передають на телевізійні канали для трансляції в ефірі.

Після отримання по наведеним в оголошенні контактним телефонам інформації про людей, бажаючих усиновити дитину, її передають зацікавленим особам.

Таке комплексне системне використання сучасних технічних та інформаційних можливостей, таких як комп'ютер, телебачення та преса, дозволяє оперативно охопити максимальне коло людей, які потенційно можуть бути батьками показаної дитини.

Заявлений спосіб впроваджений Акціонерним товариством закритого типу «МАГНОЛІЯ-ТВ» у проєкті «Цій дитині потрібна родина!», про що засвідчує приклад, наведений нижче.

Приклад конкретного застосування

До Акціонерного товариства закритого типу «МАГНОЛІЯ-ТВ» надійшла інформація що, в Луганському обласному дитячому будинку №1 перебуває хлопчик Владислав П., 5 років, який підлягає усиновленню.

На основі цієї інформації були здійснені такі заходи:

1. Група журналістів поїхала в Луганську область у дитячий будинок №1;
2. Були зроблені фото-, відеозйомки дитини, зібрана інформація про дитину;
3. Був створений спеціальний телевізійний випуск «Цій дитині потрібна родина»;
4. Телевізійний випуск був записаний на відеокасети (магнітні носії) і був переданий на телевізійні канали для трансляції в ефірі;
5. Був створений спеціальний комп'ютерний файл і розміщений на сайтах в мережі Інтернет та переданий у періодичні видання для друку.

Через 5 днів на контактний номер телефону надійшов дзвінок від жителя м.Донецьк, яка виявила бажання усиновити хлопчика і надала інформацію про себе.

Інформація про потенційну усиновительку була передана Службі у справах дітей обласної державної адміністрації Луганської області. Працівники Служби у справах дітей зв'язалися з жінкою і почали процедуру усиновлення.

Через 3 місяці (після оформлення всіх необхідних документів) Владислав П. був усиновлений.

Таким чином, з розглянутого видно, що заявлений спосіб розповсюдження інформації щодо усиновлення дитини є таким, що реалізується та вирішує поставлену задачу по забезпеченню охо-

плення якнайбільш широкого кола людей з можливістю оперативного одержання зворотної інформації про осіб, що бажають усиновити дитину.