

Внутреннее телевидение в высшем образовательном учреждении

Введение

Развитие программных и технических средств и падение цен на электронику, делают возможным организовать эффективную информационную систему внутри ВУЗа, на больших экранах.

Этот документ рассматривает принципы её построения и эффективное информационное наполнение.

Терминология:

- контент: это видео, аудио, графика и текстовая информация.
- сервер: центральный компьютер на которых контент хранится, обрабатывается и с которого передаётся.
- программное обеспечение управления контентом (Content Management Software): специализированное ПО, обеспечивающее управление проигрыванием и выдачу отчета об исполнении. Кроме того оно может обеспечивать базовые функции по созданию контента.
- сеть распространения: сеть передачи данных,
- проигрыватели: обычно это мультимедийные компьютеры, используемые для хранения и выдачи контента на экраны по заданному расписанию
- экраны: широкоформатные плазменные или ЖК панели.

Проблемная область

Это наиболее эффективное в нашей ситуации средство коммуникации между учебным заведением и студентами.

Современное поколение молодых людей выросло на движущемся изображении. В эру МТВ, DVD, HDTV и прочей электроники общество стало иммунным к статичной картинке.

Специфика образовательного учреждения исключает длинные сюжеты и передачи характерные для телевидения, требуются яркие и быстрые для восприятия сообщения.



Система как инструмент:

- передачи административных сообщений
- идентификации для публики ВУЗа в соответствии с его миссией
- идентификации студента, в соответствии с миссией ВУЗа
- повышения идентификации у студента с ВУЗом
- раскрутки хороших студентов, их работ
- ознакомления с хорошими примерами из реальной жизни по преподаваемым профессиональным областям
- анонсов событий

Реализация

Стоимость складывается из стоимости экранов, компьютеров, ПО и затрат на установку и запуск. Следует понимать, что необходимо использовать гибкую систему создания и управления контентом, чтобы при изменении ситуации затраты оказались минимальными.

Наилучший результат даёт системный подход. Резвёртывание такой информационной системы не является самодостаточной операцией, это должно следовать общей стратегии учреждения. Кроме того это координации действий многих отделов. Таким образом необходимо поддержка и участие руководства.

Техническая и информационная составляющие не существуют друг без друга. Самое лучшее сообщение на свете без надлежащей технологии не будет показано. С другой неправильно организованное сообщение не будет воспринято. Единое связанное применение обеих частей ведет к успеху.

Техническая сторона

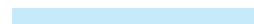
Основа технологической стратегии - в реализации инфраструктуры: это выбор аппаратных средств, программного обеспечения, расположения экранов и подрядчика.

Два важных момента.

Возможность централизованного управления контентом. В случае распределенной организации сети (территориально удаленные корпуса, факультеты) центральный узел может создать сообщение которое вставляется в локальный контент создаваемый на каждой удаленной точке.

Второй: способность сети передачи данных выдержать дополнительную нагрузку.

Следующее по значимости, это выбор устройств отображения.



Информационная стратегия

Следующим шагом после инфраструктуры, идёт определение соответствующего ситуации формата. Не следует ориентироваться на телевизионный формат - собственное видеопроизводство это дорогое и трудоёмкое удовольствие, требующее профессиональных исполнителей. Кроме того, специфика образовательного учреждения предполагает очень короткие и ясные информационные сообщения. Для эффективного воздействия информационный блок должен прокрутиться 2-3 раза за время перерыва.

Цель - в определении основных параметров контента: объемы, длительность типового сообщения, количество повторов (в день, неделю, месяц).

В конечном итоге наиболее важны два организационных вопроса: кто создает контент и кто занимается распространением.

Работу следует строить с сетью административных помощников, создающих сообщения по своей тематике.

Производство контента

Это наиболее важное во всем этом деле. Требуется организационно привлечь внутренние источники информации. Для собственно производства разумным представляется вовлечение промотивированных людей из персонала и студентов.

Цели

Какого эффекта мы хотим добиться.

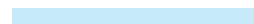
Понимание целей ведет к реалистичным затратам и эффективной реализации.

Предоставление цельного контента

Императив - это контент согласующийся с общими целями. Можно использовать имеющиеся материалы, но надо понимать, что большинство контента должно быть создано заново, кроме того, контент должен обновляться на регулярной основе, чтобы сохранять интерес аудитории.

Ответственность и управляемость

Система подразумевает кооперацию подразделений, и определение зон ответственности - это критический элемент для успешной работы системы. Вовлечение руководства и ясное понимание руководящей роли это ключ к устойчивости системы.



Оценка эффективности

Определение эффективности системы после ввода в эксплуатацию направлено на то, какие цели/задачи достигнуты. Поскольку эффект от системы не может быть оценен материально, требуется аналитический подход.

Для сбора данных могут быть использованы различные методы (подсчет зрителей, анкетирование, интервью).

Анализ должен быть систематическим процессом для проверки эффективности работы.

Заключение

Система даёт реальную возможность эффективной коммуникации. Для реализации требуется не только понимания технических требований, но и наличие практического опыта.

