

Регламент работы Медиацентра СамГМУ

Цели и задачи Медиацентра

Медиацентр СамГМУ создан с целью продвижения имиджа Самарского государственного медицинского университета как драйвера развития высокотехнологичного сектора экономики «ИТ в здравоохранении», а также открытого, современного и высокотехнологичного университета – одного из лидеров в России. Медиацентр также призван выступать центром притяжения для различных подразделений университета, способствуя их вовлечению в различные направления деятельности университета и продвижение СамГМУ во внешней среде.

Создание Медиацентра позволило запустить принципиально новый формат создания и продвижения медиа-контента, рассказывающего об академической и образовательной, научной, инновационной, медицинской, студенческой и корпоративной жизни университета. Учитывая роль и позиции университета на отечественной и международной арене, это также способствует развитию российской медицины, образования, науки и инноваций в целом.

К задачам Медиацентра относится производство высококачественного контента (видео, аудио и фотоматериалы). В Медиацентре осуществляется работа над созданием научно-популярных, развлекательных и познавательных материалов на всех этапах производства контента.

Структура Медиацентра

Медиацентр включает несколько основных пространств: зона циклограм, зона записи подкастов, зона общения и техническая зона.

Зона белой и хромакейной циклограм позволяет записывать высококачественный контент видеообращений, интервью, промо и интро роликов с участием сотрудников, профессорско-преподавательского состава, студентов и партнеров СамГМУ, а также локацией для съемки продуктов, разработок университета и проведения фотосессий различного уровня.

Зона записи видео- и аудио-подкастов предоставляет дополнительный инструмент привлечения различных аудиторий и имеет широкий спектр возможностей и форматов. Создание подкастов по наиболее актуальным темам охватывает часть мнений и явлений, которые сложно представить в текстовых форматах.

Зона общения позволяет обеспечить удобную коммуникацию с участниками съемок для обсуждения подготовки к записи, формирования концепций и решения других коммуникационных и организационных задач.

В технической зоне располагаются рабочие места сотрудников Медиацентра: режиссеров, операторов, монтажеров.

Этапы производства контента

Препродакшен: разработка идеи, подготовка к съёмкам, подбор оборудования и реквизита (при необходимости), выбор подходящего визуального языка и темпа повествования, написание сценария и подбор действующих лиц.

Продакшен: непосредственная съёмка (как в студии СамГМУ, так и с выездом съёмочной группы на локации). Медиацентр располагает оборудованием, позволяющим создавать художественно ценные фото- и видеоматериалы, а также соответствовать современным трендам в производстве контента. Также в студии осуществляется профессиональная звукозапись дикторов.

Постпродакшен: обработка и монтаж записанного материала, оптимальный подбор кадров для создания динамичного и понятного повествование, моушен-дизайн (создание графики, титров и других визуальных элементов), подбор музыки, разработка как универсального дизайна, так и специфических решений для конкретных рубрик/серий видеороликов.

Каждый этап занимает от 1 до 14 дней в зависимости от сложности проекта и плана работы Медиацентра.

Требование к темам для создания медиаконтента

Сотрудники Медиацентра совместно с учёными, разработчиками, студентами, врачами, преподавателями и другими сотрудниками вуза занимаются поиском идей и эффективных решений для формирования целевого имиджа СамГМУ, а также позитивного имиджа современного специалиста, занятого в разных сферах: от оказания медицинской помощи пациентам до производство отечественных высокотехнологичных устройств для работы врачей.

Требования к темам:

- Актуальность и новизна (новая разработка/подход к решению проблемы) и доступность восприятия (даже если речь идёт о строго научном материале,

он должен быть разъяснён понятным языком, чтобы неспециалисты поняли о чём идёт речь);

- Значимость и уникальность (наличие новой эксклюзивной информации или способность поделиться свежим, новаторским взглядом на предмет обсуждения);
- Связь с деятельностью СамГМУ и работой сотрудников университета (при этом стороннему наблюдателю должна быть понятна польза обсуждаемой темы и преимущества).

Требования к спикерам

- Компетентность в комментируемых и обсуждаемых темах.
- Опрятность внешнего вида.
- Уверенность при работе с камерой, чёткая и ясная речь без использования слов паразитов и обценной лексики.

Жанры контента

- Интервью (1-2 спикера) продолжительностью от 20 минут до 1 часа.
- Подкаст (1-2 спикера) продолжительностью от 15 минут до 1,5 часов;
- СПИЧ (обращение или монолог) продолжительностью 1-5 минут;
- Презентация оборудования, продукта или разработки;
- Мастер-класс от эксперта.

Согласование готового материала

По результатам постпродакшена спикеру или внутреннему заказчику предоставляется смонтированный материал на согласование или доработку (при необходимости). Принимаются принципиальные и фактические правки (допустима одна итерация, в ходе которой предоставляются все необходимые корректировки). Итоговая версия предоставляется заказчику в виде ссылки на файловый обменник или готовое видео вместе с предварительными датами размещения материала на ресурсах университета (сайт samsmu.ru, официальные группы СамГМУ во ВКонтакте и телеграм).