

СЕКЦИЯ 4

Спикером мастер-класса «Как снимать для студенческих и не только газет: актуальные темы Сибирской фотожурналистики» выступил Павел Мирошников, профессиональный фотожурналист и видеооператор. Он рассказал об искусстве фотографии, ее структурных особенностях, а также о смысле фотографии, ее символизме и визуальном восприятии.



Несмотря на широкий выбор доступных секций, данный мастер-класс пользовался особой популярностью среди участников форума. Его посетили не только студенты направления «Журналистика», но также и представители школьных пресс-служб, будущие рекламисты и просто заинтересованные люди.

– Было достаточно интересно: тема фотографии меня интересует, но так сильно, как хотелось бы, я этим никогда не занималась. И Павла восхитительно раскрыл эту тему, заинтересовав всех присутствующих без исключения. Главное, он выделил, какой должна быть фотография: не обязательно постановочная, это может быть просто случайный момент, но важно запечатлеть именно это событие в данную секунду времени, которая уже не повторится, – рассказывает ученица 10 класса гимназии №1 Юлия Косинова.

Участники форума проявили желание продолжить дискуссию о проблемах фотографии и еще не раз встретиться с Павлом Мирошниковым.

– В последнее время фотография то набирает популярность, то наоборот затухает. Проявляется фотография с придумыванием чего-то нового. В свое время был всплеск фотоаппаратов, все старались фотографировать, и думали, что на этом можно хорошо заработать. Сейчас появились мобильные телефоны, позволившие фотографировать с такой же скоростью, как фотоаппараты, и оперативно передавать информацию куда-то дальше, в социальные сети. Но сейчас, по мере привыкания, пошел небольшой отток. Остались те люди, которым это действительно интересно, кто хочет себя проявить в каком-то новом творческом поиске, – рассказывает Павел Мирошников. – Символ этого времени, как мне кажется – человек с мобильным телефоном. Каждый ведь пытается самоидентифицироваться через социальные сети, – добавляет спикер.

СЕКЦИЯ 5

О том, каким должен быть сайт университета, в рамках аналитической сессии «Сайт современного вуза: Веб-аналитика, SEO и Webometrics» рассказала гостья из Санкт-Петербурга, директор рекламного интернет-агентства RUNITA Жанна Уварова.



– С точки зрения развития сайтов, я считаю, что вузы действительно демонстрируют положительную динамику, то есть не стоят на месте, что очень важно, – рассказывает спикер. – С годами сайты удвоятся со всех точек зрения, и это сложно не отметить. Но темпы развития, к сожалению, низкие. С продвижением уже проблема. Профессиональное SEO в вузах отсутствует. Понимание есть, но продвижение в классическом смысле этого слова, заточивание под поисковые системы, отсутствует. Технические специалисты тоже практически нет. Это то направление работы, которое нужно развивать.

На лекции поднимались вопросы качества оформления и удобства сайтов, оптимизации и подготовки контента. По словам ведущей, страница, разработанная без маркетинга, будет содержать в себе всего лишь набор шаблонов, призывов и картинок.

– Я пришел на мастер-класс, чтобы понять, что мы упускаем, – рассказывает руководитель отдела по связям с общественностью Ростовского государственного медицинского университета Максим Дергунов. – Оказывается, у нас много чего нет, а многое нужно переделывать.

Также немало внимания было уделено веб-аналитике вузовских сайтов, рейтингам, как мировым, так и российским. Отдельно был разобран вопрос о позиционировании вуза на сайте. Как оказалось, российские вузы сильно отстают в этом плане от зарубежных. Не уделяется достаточно внимания вопросам, которые необходимы для успешного продвижения учебного заведения, его рекламы.

– Конечно, вузы – это не коммерческие организации, а государственные учреждения, это особая среда. Но с точки зрения информационного поля это, безусловно, важно, – считает Жанна Уварова. – Абитуриент выбирает вуз на основании той информации, которую можно прочитать на сайте университета. И если вуз непопулярный, выпускник задумается, поступать туда или нет. Пользователи теперь ищут информацию не в газетах и журналах, а стараются больше переходить к интернету. Поэтому присутствие учебных заведений в этой среде должно максимально соответствовать всем требованиям и нормам.