

### **Список литературы**

1. *История* моды с XVIII по XX век: коллекция Института костюма Киото [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xn--911-eddalg3c1abrij.xn--p1ai/kyoto-costume.html>.

2. *Костерина А. Б.* Судьба русского театра / А. Б. Костерина; Рос. филос. о-во. Екатеринбург: Банк культурной информации, 2003. 176 с.

3. *Порунова Е. А.* Влияние принципов формообразования традиционного японского костюма на творчество дизайнеров страны Восходящего солнца / Е. А. Порунова, О. А. Цесевичене // *Визуальные образы современной культуры: уральско-сибирские диалоги (визуальные маркеры городской среды): сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции*, Омск, 29–30 апр. 2013 г. Омск: Амфора, 2013. С. 95–100.

4. *Рунге В. Ф.* История дизайна науки и техники: учебное пособие: в 2 книгах / В. Ф. Рунге. Москва: Архитектура-С, 2007. Кн. 2. 432 с.

5. *Тормозова О. С.* Искусство современного японского костюма в контексте диалога с европейской модой XX в. [Электронный ресурс]: автореферат диссертации ... кандидата искусствоведения / О. С. Тормозова. Санкт-Петербург, 2007. Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/iskusstvo-sovremennogo-yaaponskogo-kostyuma-v-kontekste-dialoga-s-evropeyskoj-modoy-xx-v>.

6. *Цесевичене О. А.* Японская уличная мода – территория визуального эксперимента // *Визуальные образы современной культуры: уральско-сибирские диалоги (визуальные маркеры городской среды): сборник научных статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции*, Омск, 29–30 апр. 2013 г. Омск: Амфора, 2013. С. 105–110.

УДК 005.3:004

**А. А. Чикин, Т. А. Алексеев**

**A. A. Chikin, T. A. Alekseev**

## **Информационные технологии в жизни руководителя**

### **Information technology in the life of an administrator**

*Аннотация.* Рассмотрены возможные варианты решения проблем использования информационных технологий руководителями общественных организаций.

*Abstract.* This article describes possible solutions and directions of solving problem of using information technology by leaders of public organizations.

**Ключевые слова:** информационные технологии, проблемы информационных технологий

**Keywords:** foreign information technologies, problems of information technologies.

В век развития информационных технологий (ИТ) иметь средство связи, не позволяющее постоянно находиться в зоне доступа, — непозволительная ошибка. В условиях рыночных отношений все возрастающий спрос на информацию и информационные услуги привел к тому, что технология обработки информации стала ориентироваться на применение самого широкого спектра технических средств, и прежде всего компьютеров и средств коммуникации. На их основе создавались компьютерные системы и сети различных конфигураций с целью не только накопления, хранения, переработки информации, но и максимального приближения терминальных устройств к рабочему месту специалиста или принимающего решения руководителя. Это явилось достижением многолетнего развития ИТ [2].

Актуальность данной темы велика, поскольку опыт показывает, что наличие средств связи, позволяющих постоянно быть «в сети» и в любой момент узнавать текущее положение дел, упрощает координацию деятельности организации.

В управленческой сфере возникает проблема, связанная с использованием методов получения информации как в текущий момент времени, так и в будущем. Зачастую руководители не используют все методы либо используют их неправильно.

Для разграничения видов информационных технологий следует прибегнуть к их классификации. Е. В. Бурцева выделяет следующие виды информационных технологий:

- предметные технологии;
- базовые (обеспечивающие) информационные технологии;
- прикладные (функциональные) информационные технологии [1].

К предметным информационным технологиям относят типовые пакеты программ решения комплекса задач в конкретной предметной области: обществе, политике, юриспруденции, науке, экономике, производстве, медицине, образовании и т. д.

Базовые, или обеспечивающие, информационные технологии — это технологии, обладающие широкими возможностями для работы с информацией (извлечение, формализация, моделирование, систематизация, инте-

грация, транспортирование, обработка и применение информации и знаний) и выступающие инструментарием для решения всевозможных задач в различных предметных областях. Этот вид технологий ориентирован на решение определенного класса задач и используется в конкретных технологиях в виде отдельного компонента. Необходимость или необязательность их использования определяется характером задач пользователя или средой функционирования.

Прикладные информационные технологии обеспечивают максимальную эффективность при реализации какого-либо фрагмента информационного процесса [1].

На основании приведенной классификации рассмотрим правила применения информационных технологий в управленческой сфере и проанализируем частоту использования тех или иных технологий, исходя из опыта управления в двух общественных организациях – студенческом отряде и совете обучающихся вуза.

1. *Первостепенная задача.* Приобретая мобильный телефон, следует помнить о том, что это в первую очередь средство связи, а не развлечения. Исходя из этого основными его параметрами служат энергоемкость батареи, мощность антенны и возможность установки 2–3 SIM-карт. Только после подбора первых двух параметров можно задуматься о качестве фотокамеры на телефоне и прочих его возможностях.

2. *Дополнительное оборудование – не дополнительная ноша.* Имея телефон, соответствующий параметрам, описанным выше, можно позаботиться о наличии дополнительных гаджетов. К примеру, можно приобрести планшет и использовать его в качестве переносного хранилища документов, а также делать фотографии необходимых объектов и тут же отправлять их с помощью электронной почты. При наличии точки доступа Wi-Fi можно осуществлять звонки с помощью приложений типа Skype, WhatsApp. Невозможно запомнить все предстоящие вам встречи, и основным преимуществом планшета является встроенный ежедневник. Бумажный ежедневник также необходимо иметь и делать в нем записи, поскольку всегда есть вероятность того, что оборудование подведет или просто разрядится, однако в планшете есть функция напоминания о предстоящих встречах, мероприятиях.

3. *Рации – не прошлый век.* Практика показывает, что при проведении любого мероприятия полезно иметь несколько раций. Использование

данных гаджетов сильно упрощает деятельность, а также донесение информации до организаторов. Основными плюсами рации являются простота использования, относительная дешевизна и, самое главное, то, что можно держать на связи сразу несколько людей. Информация будет поступать в реальном времени и без промедления, что возможно также при использовании мобильных телефонов или социальных сетей.

4. *Использование социальных сетей.* Необходимость использования социальных сетей понятна почти каждому, кто в них зарегистрирован. Именно в них можно оставить сообщение, которое дойдет до своего адресата, найти информацию о необходимом человеке и, возможно, его контактные данные.

Использование информационных технологий обусловлено технологическим прогрессом и ускорением течения времени. Сейчас, когда время — это действительно деньги и результат работы, нельзя допускать того, чтобы информация доходила уже устаревшей или совсем не доходила.

Все вышеперечисленные технологии относятся к разряду базовых и прикладных информационных технологий. Предметные технологии для решения управленческих задач в сфере общественных организаций практически не задействованы, либо возникают проблемы с их применением, что является существенным недостатком.

Примером эффективного использования технологий может служить мероприятие, проводимое студенческим педагогическим отрядом на территории лагеря. Как показал наш опыт, наличие раций у всех организаторов существенно упростило его проведение. Перед началом мероприятия был проведен инструктаж, но все возникавшие вопросы решались в реальном времени, непосредственно во время мероприятия.

При всех своих недостатках и опасностях новейшие информационные технологии, всеобщая компьютеризация, усиление роли средств массовой информации и коммуникационной сферы имеют и положительные стороны. Прежде всего, это использование «искусственного интеллекта» в общественных и личных целях: экономика, социальная сфера, культура, наука, повседневный быт значительно выигрывают от применения в соответствующих областях компьютерной и прочей цифровой техники. Расширились возможности индивидуального творчества и самообразования. На основе компьютеризации оборудования улучшены условия медицинского обслуживания, отдыха, интеллектуального труда.

Эффективное использование информационных технологий на посту руководителей общественных организаций формирует «технологическую» культуру, культуру использования этих технологий для оптимизации деятельности.

### **Список литературы**

1. Бурцева Е. В. Информационные системы [Электронный ресурс] / Е. В. Бурцева. Режим доступа: <http://vuzmen.com/book/576-informacionnye-sistemy-burceva-ev/8-14-klassifikaciya-informacionnyx-technologij.html>.

2. Мельников П. П. Современные информационные технологии [Электронный ресурс] / П. П. Мельников. Режим доступа: [http://www.fakit.ru/main\\_dsp.php?top\\_id=14157](http://www.fakit.ru/main_dsp.php?top_id=14157).

УДК 745.54.01

**А. А. Чикин, А. Т. Шакирова**

**A. A. Chikin, A. T. Shakirova**

## **Эстетика и дизайн современной рекламы**

## **Aesthetics and design of modern advertising**

*Аннотация.* Рассматриваются проблемы создания современной рекламы. Современная реклама предъявляет повышенные требования к ее исполнению. Обилие рекламной продукции затрудняет ее восприятие конкретным потребителем. Решающее значение имеет качественное исполнение рекламных информационных сообщений с точки зрения дизайна и эстетического наполнения.

*Annotation.* Advertising has increased requirements to its execution. Abundance of promotional products makes it difficult to perceive by a particular consumer. In terms of design and aesthetic contents high-quality execution of promotional informational messages plays a decisive role.

**Ключевые слова:** реклама, эстетика, дизайн, эстетика и дизайн современной рекламы.

**Keywords:** advertising, aesthetics, design, aesthetics and design of modern advertising.

Наша жизнь проходит в чрезвычайно насыщенном информационном поле. Рыночные отношения, конкуренция производителей объективно приводят к тому, что каждый из нас ежедневно подвергается воздействию