

мым для того, кто его любит. В. Франкл утверждает, что любовь не заслуживают, любовь - это просто милость. А для того, кто любит, любовь меняет восприятие мира. Любовь значительно увеличивает полноту восприятия ценностей. Врата в мир ценностей как бы распахиваются. Для любящего весь мир озаряется сиянием ценностей. В. Франкл считает, что любовь делает человека зрячим.

Только настоящая любовь является гарантом постоянства. Таким образом, любовь — это нечто большее, чем эмоциональное состояние; любовь — это действие, которое направлено на сущность другой личности. Подлинная любовь не зависит от физического наличия человека рядом с любящим. Вот почему любовь переживает физическую смерть любимого человека. В этом смысле любовь сильнее смерти. Для любви физическая внешность имеет небольшое значение. Действительные черты любимого и черты его характера приобретают значение благодаря самой любви. Именно любовь, как лучший косметолог, делает эти черты привлекательными. В. Франкл считает, что любовь видит человека таким, каким его предполагал при создании Бог. В любви мы постигаем человека не только таким, каков он есть, но и таким, каким он может стать.

Бердичевский Е. Г. Инновационные стратегии рекламного дизайна

Анализ лучших образцов рекламного дизайна показал, что около 80% инновационных решений основаны на использовании шести нетривиальных стратегий:

Синергетический подход основан на использовании нелинейности открытых систем, к которым относится рекламный дизайн. Основными признаками нелинейности являются альтернативность проектно-творческих решений, цикличность смены художественных парадигм, активное использование при создании концепции рекламного продукта авангардных стилей (сюрреализм, кубизм и т.д.). К фактору нелинейности относится трехмерное компьютерное моделирование, широко применяемое во всех видах рекламного дизайна. Семиотический подход, основанный на использовании закономерностей знаков и символов, позволяет создавать инновационные композиции в визуальной, газетно-журнальной и сувенирной рекламе. Кодирование вербальной информации и построение ди-

зайн-ключа позволяет учесть в графическом изображении основные смысловые характеристики рекламного продукта.

Современные стохастические фракталы, генерируемые по сравнительно простым алгоритмам, позволят создать нестандартные, особо выразительные образы, обеспечивающие инновационность печатной рекламы. Использование стилизации, графических метафор и аллегорий эффективно для генерации инновационных форм, концептов, образов всех видов реклам.

Дизайн-проектирование в виртуальной компьютерной среде – мощный инструмент как для стимулирования творческого поиска дизайнера, так и для создания принципиально новых рекламных продуктов.

Гусаковская М. В., Гуринович С. В. Роль компьютерных технологий в расчете каналов для воды

Канал как искусственный водовод применяется в различных отраслях водного хозяйства: энергетике, мелиорации, водоснабжении, судоходстве. Для обеспечения надежной работы канала и поддержания необходимого режима транспортирования воды его русло должно быть устойчиво к размыву русловым потоком.

В Республике Беларусь, как и в других странах СНГ, широкое распространение получил метод оценки устойчивости русла по допускаемым скоростям. Для их определения разработан целый ряд формул. Однако в связи с их большим количеством, различным учетом параметров грунта и разнообразным применением необходимо дать их оценку, провести теоретический анализ структуры и сравнение с экспериментальными данными, чтобы определить наиболее оптимальные для расчета в целях экономии трудовых затрат, а также обеспечения надежности канала и уменьшения финансовых затрат при строительстве. Многие из применяемых формул довольно громоздки, а расчеты производятся методом последовательного приближения, таким образом, вычисления являются трудоемким процессом, который включает в себя учет рисков.

В процессе сравнения для избежания ошибок в вычислениях целесообразно использовать программы по расчету каналов такого