

## СТРАТИФИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ СУИЦИДАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Исследователи суицидального поведения неоднократно отмечали полипричинный характер этого явления, фиксировали особенности его проявления в различных социально-статусных группах. Проведенный автором анализ материалов расследования суицидов позволяет, с известной мерой точности, установить условия жизни суицидента, проследить особенности жизненных установок и социальных ориентаций, объяснить особенности предсуицидальной ситуации и, в конечном счете, выяснить причины и мотивы суицидального поступка. Саморазрушительные действия в результате утраты смысла жизни наиболее характерны для пенсионеров (36,0%), безработных (28,9%), учащихся (31,2%) и отсутствуют в группе специалистов высшей квалификации. Деградация личности, утрата связи с обществом в результате пьянства и наркомании как причина самоубийства характерна, прежде всего, для безработных (31,6%). Ушли из жизни по этой причине 17,7% рабочих и служащих, 12,5% учащихся, 11,8% пенсионеров. Низкий уровень материального положения, особенно его резкое снижение в результате кризиса экономики, приведшего человека к осознанию его как безвыходного, характерно в той или иной мере для всех социально-статусных групп. Однако эта причина превалирует над всеми остальными в группе специалистов-профессионалов (40,0%). Следующая причина суицида – «непереносимые страдания вследствие болезни, беспомощности» наиболее характерна для пенсионеров (44%). Конфликты с близкими, родственниками послужили причиной суицида для 25,0% студентов и учащихся, еще 25,0% из них покончили жизнь самоубийством из-за проблем, связанных с учебой. Резкое снижение социального статуса стало причиной суицида у 20,0% специалистов профессионалов и у 15,8% безработных. Проведенный анализ показал, что в основе суицидального поведения лежит неблагоприятная социальная ситуация, характерная для той или иной стратификационной группы, разившаяся в непосредственную суицидальную ситуацию.

ББК 7.01: 681.3

доц. Казарновская Г.В.  
доц. Пахоменко В.С. (ВГТУ)

## КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ

История философско-эстетической мысли свидетельствует, что стремление «алгеброй гармонию проверить» уходит в глубину веков. Эстетика не раз обретала статус естественной науки, а исследования природы и сущности прекрасного строились на допустимом применении естественнонаучной методологии и методики. С другой стороны, внимание теоретиков всегда привлекала особая информационная емкость художественных образов, своеобразная логика искусства, даже существующие теоретико-информационные представления (вероятностно-статистические, семантические) в определенных пределах обогащают и конкретизируют знание о «законах красоты», именно как о законах. Особое распространение точные методы в соединении с другими методами анализа получили в прикладных областях эстетики. Использование компьютерной техники эффективно в прикладных областях искусства, связанных со сложными технологиями. Компьютер помогает художнику найти нетривиальное решение структуры тканей, оригинальные цветовые и графические эффекты, становясь действенным инструментом творческого процесса. Кафедрами дизайна и инженерной графики разработаны программы для персонального компьютера, позволяющие проектировать на экране монитора структуры, заправочные параметры, переплетения, творческое решение ре-

мизных тканей. С помощью одного из пакетов автоматизирован процесс создания переплетений, цветowych эффектов одной из самых сложных по строению тканей – основного гобелена. На Гродненском ПО «Химволокно» внедрен в производство диссинаторский комплекс по проектированию рисунков для тафтинговых напольных покрытий. Для данного этапа информационных исследований в эстетике плодотворна гибкая и содержательная постановка конкретных исследовательских задач, так как уже сложившиеся методы способствуют получению новых позитивных результатов в развитии математических теорий, способных отразить характер информационных зависимостей художественных систем.

УДК 659

*студ. Гурина В.В.  
студ. Шишкина Е.П.  
доц. Пахоменко В.С. (ВГТУ)*

## СПЕЦИФИКА ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМЕ

Сравнительно недавно в Витебском технологическом университете появилась новая специальность – художник по рекламе. Что же необходимо для того, чтобы стать профессионалом в такой уникальной сфере как реклама? Хорошая реклама – одновременно искусство и решение специфических коммуникативных проблем. Существуют два взаимосвязанных метода производства рекламных идей: творческий, основанный на свободных ассоциациях художника, и аналитический, в основе которого анализ рынка и потребителей. Серьезной проблемой в современной белорусской рекламе является ее неограниченность. Реклама не согласуется с национальными традициями, выбирает в качестве главного рекламного свойства не приоритетную для белорусского менталитета черту рекламируемого товара. Социологические исследования, проведенные среди студентов ВГТУ – будущих специалистов рекламы и дизайна, позволило ранжировать факты, оказывающие влияние на творческий процесс создания рекламы. Так, 82% респондентов поставили на 1 место изучение опыта мирового и отечественного искусства. Фактором, определяющим содержание творчества, признается восприятие природы у 68% респондентов, собственный жизненный опыт 53%, эмоциональное переживание своей работы 39%. Наличие профессиональной среды, творческие перспективы 35%. Малое значение, по мнению опрошенных, оказывает на творческую деятельность в области рекламы информация о событиях общественно-политической жизни страны, зарубежья, о естественно-научных и технических открытиях, философские знания. Среди стимулов творческой работы выделяется стремление к материальной независимости 94%, выразить свое «Я» 73%, желание творить ради той радости, которую дает процесс творчества. 61%. Для того, чтобы творческий процесс в рекламе был достаточно эффективным, ему должны предшествовать социологические исследования, ясная стратегия, и тактика выработки решений, диктуемых ситуацией.