

микроорганизмов, получены из коллекции Института микробиологии АН РУз.

Антимикробная активность в отношении всех тест-штаммов наблюдалась в образцах, протестированных в отношении патогенных и условно-патогенных тест-штаммов. Все образцы показали относительно высокую антимикробную активность в отношении тест-штамма *Candida albicans* (20–26 мм).

Результаты исследования антибактериальной активности хлопчатобумажных тканей тик-саржи и бязи биоцидными препаратами на основе гетероциклических соединений и 4 % раствором микроэлементов в хелатном состоянии, позволяют повысить качество готовой продукции; снизить воздействие на окружающую среду химических препаратов в регионе, так как при данном способе не предусмотрена дополнительная обработка с применением химических реагентов. С целью оптимизации технологических процессов антибактериальной обработки тканей, необходимо расширить ассортимент обрабатываемых биокомпозиций и продолжить исследования.

#### Список использованных источников

1. Качан, Р. В., Андреева, О. А. Проблема биопоражения кожаной обуви и способ её решения // Техническое регулирование: базовая основа качества материалов, товаров и услуг: междунар. сб. науч. тр./ г.Шахты, ИСОиП (филиал) ДГТУ. – 2013, – С. 99–100
2. Ванюкова, Е. А. Современные технологии получения материалов кожевенной и текстильной промышленности с антимикробными свойствами/ Вестник технологического университета 2015, Т. 18. – № 21. – С. 86–89
3. Букина, Я. А., Сергеева, Я. А. Препараты для придания волокнистым материалам антибактериальных свойств/ Виохимия и биотехнология // 2012. – С.163–165
4. Ахмадов, Х. Н., Дустмухамедова, М., Мирзаев, Н. Б., Максудова, У. М. Инновации в производстве биоцидных материалов для изделий лёгкой промышленности. Сборник научных трудов «Техническое регулирование: базовая основа качества материалов, изделий и услуг», г.Шахты, Россия, Донской ГТУ. – 2018. – С. 349–353.
5. Maksudova, U. M. Classification Of Methods For Producing Nonwoven Laying Materials // International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE) ISSN: 2277-3878, Volume-9, Issue-1, 2020. r.r
6. Равилова, А. Ф., Антонова, М. В., Красина, И. В. Сравнение антибактериального действия различных препаратов на хлопчатобумажные ткани// Вестник технологического университета. 2017. Т.20, № 20. – С. 74
7. Ahmadov, X. N., Maksudova, U. M., Dusmukhamedova., Sheraliyev, Sh.Sh. Methods For Estimating Biocide Efficiency Fiber Materials Processing // International Journal of Advanced Research in Science, Engineering and Technology. Vol. 7, Issue 11, November 2020. – P. 162–165 (05.00.00; №8) .

УДК 677.07

## ВОЗМОЖНОСТИ МУДБОРД-АНАЛИЗА В СФЕРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ВЛИЯНИЕ ЕГО НА РАЗРАБОТКИ НОВЫХ ИДЕЙ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*Бондарева Е.В., ст. преп., Берсенёва А.Н., студ.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

*Реферат.* В статье рассмотрены и проанализированы результаты составления мудборда в рабочих целях. От того, насколько идея проекта будет ясна клиенту изначально, будет зависеть его успешное завершение. Работа, которая начинается с представления мудборда, показывает уровень профессионализма проектировщика и внушает спокойствие клиенту

Ключевые слова: разработка, концепция, проект, идея, дизайн, вдохновение, мудборд.

Многие вешали на стену фотографии, воспоминания в виде каких-то безделушек, красивые картинки, что создает настроение или воспоминания. Это и называется мудбордом. Дословный перевод с английского языка moodboard – это «доска настроения или палитра настроения». У многих мудборд ассоциируется с подростковыми «досками желаний», однако именно этот инструмент можно использовать в рабочих целях.

В графическом дизайне мудборд (opens in a new tab or window) – это коллекция изображений с текстурами, элементами типографики, цветовой палитрой и цитатами. Его составляют на этапе проработки концепции. Графический мудборд помогает облегчить коммуникацию и показать то, что невозможно выразить словами. Также с его помощью избегают разночтений того или иного образа.

Цель данной статьи заключается в раскрытии возможностей технологии мудборд-анализа в сфере проектирования и влияние их на разработки новых идей для потенциальных потребителей.

Для достижения цели необходимо раскрыть сущность мудборда: почему так важно знать и использовать технологии мудборд-анализа; в каких сферах работы он активно применяется; как правильно его создавать; в чем преимущество использования мудборд-анализа.

Строгих требований по содержанию мудборда нет. Он может включать любые образцы элементов, отражающих идею и концепцию проекта: фотографии и иллюстрации, цвета, текстуры и паттерны, шрифты, примеры готовых дизайнерских решений, видео и gif, иконки и кнопки, линии, формы, рамки, слоганы и цитаты.

Мудборд можно использовать в любых креативных сферах, например в маркетинге, дизайне, фотографии, фешен-индустрии, рекламе. Мудборд в маркетинге помогает определить и согласовать концепцию проекта. Он пригодится, когда нужно обновить дизайн сайта или фирменный стиль, оформить рекламные креативы.

Изображения, связанные с рекламируемым продуктом, помогают разработать общую концепцию, подобрать наряды и определить редакционный стиль. Мудборд помогает всем членам команды придерживаться одного стиля при работе над новой коллекцией. При разработке дизайна интерьера мудборд не только определит стиль и концепцию проекта, но и гарантирует, что дизайнер и клиент говорят об одном и том же. В процессе разработки логотипа и фирменного стиля компании лучше использовать мудборд, чтобы понять, в каком направлении двигаться, проанализировать, какое впечатление должен производить конечный продукт, и визуализировать концепцию.

При работе над новым проектом часто бывает так, что у клиента имеется идея по созданию проекта, но он не может корректно донести информацию и передать свои ожидания разработчику, а еще ко всему не разбирается в терминологии. В этом случае мудборд поможет сформировать общую идею, определиться с направлением и визуализировать свое желание, а также донести то, что невозможно описать словами. Кроме того, коллаж позволит добиться единой трактовки того или иного образа, что сократит время.

То, как люди координируют и согласовывают свою работу в процессах разработки новых продуктов, является объектом постоянного интереса. Однако современная литература предполагает, что управление творческими профессионалами требует новых форм организации. Творческие работники, скорее всего, будут сопротивляться механизмам координации, которые с готовностью принимают инженеры. Решением данной проблемы может стать создание мудборда.

Творческие отрасли, особенно индустрия моды и дизайна, долгое время игнорируемые в основных отраслях, имеют устоявшуюся традицию работы с визуальными эффектами в форме тем или досок настроения. Мудборды способны инициировать аналогичные реконфигурации различных органов чувств, которые поддерживают инновационные решения в процессах проектирования новых идей. Помимо выражения настроения или пробуждения эмоций, доски настроения служат источником вдохновения и кратким представлением более широких процессов развития.

В начале работы с мудбордом важно понять какую концепцию будет нести разрабатываемый проект, с чем он должен ассоциироваться у потребителя. Это может быть уют и комфорт, солидность и элегантность, современность, традиции и т. д., также может быть ассоциация с фильмами и сериалами. В общем-то всё что угодно может быть концепцией будущего проекта.

В разработке концепции должен принимать участие человек, ответственный за идею, тему, название, который будет координировать общий подход к разработке. Второй участник разработки должен быть независимым разработчиком продукта. Третий – это независимый фотограф, снимающий предвыборочные фотографии для мудборда. Четвертый – это независимый профессиональный писатель, который будет составлять маркетинговый текст. И

все рабочие процессы, над которыми будут работать эти люди, будут происходить параллельно и независимо друг от друга.

Творчество редко разворачивается в непрерывном или устойчивом процессе. Иногда происходят ситуации внезапного и довольно спонтанного творчества, возникавшие в моменты, когда процесс кажется заторможенным. В таких случаях мудборд стимулирует творчество, предоставляя источник вдохновения. Доска настроения разжигает субъективные ассоциации и дает возможность создавать новые идеи, отражающие высокую степень творческой свободы.

Вдохновение – это некий творческий порыв. Для художников, музыкантов, писателей, поэтов, вдохновение необходимо. Область графического дизайна, так или иначе, связана с искусством, но дизайн в чистом виде искусством не является. В отличие от живописи и поэзии, дизайн не является искусством ради искусства. Дизайн – это не цель, а средство продвижения тех или иных товаров и услуг. Вдохновением для дизайна являются источники креативных идей или наглядные примеры удачных работ, которые будут способствовать в выполнении определённой задачи.

Для того чтобы найти источник вдохновения можно воспользоваться, во-первых, профессиональной средой. Много общения, наблюдения. Не следует пренебрегать «не профессиональными» советами. Любая брошенная фраза может привести к очень ценной мысли. Во-вторых, наблюдение за работой профессионалов, выставки, конкурсы, книги, музыка, просмотр фильмов и сериалов. В-третьих, создание каталога из дизайнерских сайтов, порталов, интернет-платформ, таких как к примеру Pinterest, Instagram, Dribbble, Behance.

Необходимо найти баланс между эмоциями и ощущениями, которые нужно передать и при этом не перегрузить потребителя объемом информации.

Никогда нельзя забывать о целевой аудитории. Каковы будут её ожидания от нового продукта, будет ли он демонстрировать близкие аудитории ценности, вызовет ли доверие, установится ли контакт.

Мудборды могут быть более функциональным инструментом и решать не только визуальные задачи. В последнее время маркетинг делает ставку на персонализацию. Подход, когда на всех клиентов (действующих и потенциальных) компании транслируется одна и та же коммуникация не работает. Люди хотят видеть то, что нужно или интересно именно им. Мудборды в этом случае – это часть стратегии по персонализации. С их помощью можно выделить узкие группы целевой аудитории, и подачу по тексту и визуальному стилю, которая будет лучше восприниматься той или иной аудиторией.

Существует всего два вида:

1. Физический. Его можно потрогать. Набор материалов почти безграничен: изображения, краска, объекты и даже растения. Можно даже добавить запах. Отлично подходят для презентации.

Такие мудборды ограничены в пространстве. Будет сложно разместить на доске всё, что захочется (может не оказаться доступа к объекту). У физических мудбордов много плюсов, настолько, что ими до сих пор пользуются модные бренды.

2. Виртуальный. Не ограничен в пространстве. Изображения можно найти в сети. Легко поделиться с кем угодно, где угодно.

Виртуальные мудборды безграничны, поэтому есть множество способов их создания. Можно использовать одну из специальных платформ или просто сделать папку на компьютере, куда можно закидывать всё необходимое.

Принцип создания мудборда.

1. Изучить все существующие материалы, которые имеют отношение к новому продукту.
2. Выбрать инструмент.
3. Выбрать настроение, которое необходимо передать.
4. Собрать визуальные материалы.
5. Упорядочить визуальные образы.
6. Поделиться ими с командой.

Личный стиль – это умение одеваться так, как чувствуешь, а не так, как предписывает fashion-индустрия. Мудборд поможет на всех этапах создания одежды (создание эскизов, выбор цветов, тканей). Он не даст свернуть в сторону и соберет все идеи в одно целое. Можно ориентироваться на него при оформлении витрин, при съемке готовой одежды. Для работы с клиентом по определению личного стиля необходимо:

1. Найти источник вдохновения. Подборки в пинтерест и похожих соцсетях, модные журналы и т. п.

2. Определить тип фигуры и цветотип клиента. Основное в данной работе: подчеркнуть особенности и скрыть недостатки.

3. Новый образ не должен противоречить личности клиента. Индивидуальный стиль должен пересекаться с его образом жизни. Любимый спортивный стиль и офисная работа могут быть вполне совместимы.

После определения нужной концепции можно переходить к созданию мудборда. После утверждения его клиентом, ясна общая картина неповторимого стиля и индивидуальности. В соответствии с составленным мудбордом можно смело подбирать базовый гардероб.

Мудборд – идеальный способ передать концепцию и сформировать конкретное представление о результате. Использование мудбордов особенно полезно в сферах деятельности, где много творчества, абстракции и нюансов, которых сложно или невозможно передать словами. Он обеспечит свободу творчества посредством:

- оставления места для интерпретации;
- предоставления источника вдохновения;
- предоставления возможности самовыражения и создания фирменного стиля.

УДК 685.34.035.47

## **ОЦЕНКА ФИЗИКО-МЕХАНИЧЕСКИХ СВОЙСТВ НОВЫХ КАРТОНОВ ДЛЯ ОСНОВНЫХ СТЕЛЕК**

*Гуминский Д.Д., студ., Прокофьева О.С., студ., Бужинская К.О., асп.,  
Милюшкова Ю.В., к.т.н., доц., Борисова Т.М., к.т.н., доц., Томашева Р.Н., к.т.н., доц.  
Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

*Реферат. В статье представлены результаты исследования физико-механических свойств обувных картонов марки Toptex, применяемых в настоящее время для изготовления основных стелек, проведено их сравнение с рядом известных картонов. Полученные результаты позволяют рекомендовать картон Toptex к использованию при производстве стелечных узлов.*

Ключевые слова: основная стелька, стелечный картон, физико-механические свойства.

Основная стелька в обуви выступает связующим звеном между затянутой заготовкой верха обуви и подошвой. Традиционно для изготовления основных стелек на обувных предприятиях Республики Беларусь используют картоны зарубежных производителей марок Texon, Cellsan, Flexan, Fintex, Uniflex, Altex, которые представляют собой материалы, состоящие из склеенных целлюлозных волокон, пропитанных латексами.

В связи с ростом цен и рядом санкционных ограничений покупка всех перечисленных материалов стала затруднена и при производстве стелечных узлов в качестве основных стелек стали использовать преимущественно новый для отечественных предприятий картон Toptex фирмы Hikinoro (Финляндия). Стелечный материал Toptex изготавливается из целлюлозных волокон (74–84 %), с проклейкой из синтетического латекса и других связующих веществ (5–20 %). Для основных стелек женской обуви используют картон толщиной 1,75 мм, для основных стелек мужской обуви – 2,0 мм.

Производители, как правило, не всегда предоставляют достаточно полную информацию о физико-механических характеристиках материалов, что усложняет разработку технологического процесса, а также может привести к снижению качества обуви и ухудшению потребительских свойств, поэтому целью данной работы стало исследование и сравнительная оценка физико-механических свойств картонов Toptex.

Для стелечных картонов в соответствии с ГОСТ 9542-89 «Картон обувной и детали обуви из него» [1] нормируются следующие показатели качества: толщина, плотность, намокаемость, предел прочности при растяжении, удлинение при разрыве, жесткость, истираемость, формоустойчивость, изменение линейных размеров при увлажнении и высушивании, влагоотдача.

При проведении исследования толщину картона измеряли толщиномерами по нормативно-технической документации с ценой деления 0,01 мм и диаметром измерительных поверхностей 10 мм.

Плотность ( $P$ ) в г/см<sup>3</sup> определялась на образцах размером 50×50 мм по формуле: