

**О ПРОДВИЖЕНИИ ДИЗАЙНЕРОВ КЫРГЫЗСТАНА И ИХ КОЛЛЕКЦИИ ОДЕЖДЫ**

*Таштобаева Бурул Эшимбековна*, кандидат технических наук, профессор, Кыргызский государственный технический университет им. И. Раззакова, 720044, Кыргызская Республика, г. Бишкек, пр. Ч. Айтматова, 66. e-mail: bet75kstu@gmail.com

**Аннотация:** В статье дано современное состояние текстильно-швейной промышленности Кыргызской Республики. Указан вклад Ассоциации «Легпром» Кыргызской Республики в развитие текстильно-швейной промышленности и, особенно, в продвижение текстильных, швейных компаний и индивидуальных предпринимателей страны. Проведен анализ различных способов продвижения разработок и коллекций одежды, которые применяют в своей деятельности модельеры и производители швейной продукции. Отмечена важность организации и проведения конкурсов мод среди модельеров различных швейных предприятий, учреждений дизайна и моды, а также молодых дизайнеров Кыргызстана. Дана информация о крупных в республике конкурсах мод «Fashion industry», «Burana fashion week», «Nomad Fashion Week», «Оймо» и «День творцов красоты». Указаны цели, задачи и статус данных конкурсов. Изучены объявленные номинации конкурсов и критерии оценки коллекции, применяемые жюри. Проанализированы проведенные мероприятия по конкурсу моделей в Кыргызстане, а также их особенности и привлекательные стороны.

**Ключевые слова:** текстильно-швейная промышленность, швейные предприятия Кыргызской Республики, швейная продукция, модельеры, дизайнеры, коллекция одежды, конкурсы мод, продвижение коллекции, обучение дизайнеров.

**КЫРГЫЗСТАНДЫН ДИЗАЙНЕРЛЕРИН ЖАНА АЛАРДЫН КИЙИМ КОЛЛЕКЦИЯЛАРЫН ИЛГЕРИЛЕТҮҮ ЖӨНҮНДӨ**

*Таштобаева Бурул Эшимбековна*, техника илимдеринин кандидаты, профессор, И.Раззаков атындагы Кыргыз мамлекеттик техникалык университети, 720044, Кыргыз Республикасы, Бишкек ш., Ч. Айтматов пр., 66. e-mail: bet75kstu@gmail.com

**Аннотация:** Макалада Кыргыз Республикасынын *текстилдик-тигүү өндүрүшүнүн азыркы учурдагы абалы берилди*. Кыргыз Республикасынын «Легпром» Ассоциациясынын *текстилдик-тигүү өндүрүшүн жана, өзгөчө, өлкөнүн текстилдик, тигүү компанияларын жана жеке ишкерлерин* илгерилетүүгө кошкон салымы көрсөтүлдү. Тигүү продукциясын өндүрүүчүлөрдүн *ишмердүүлүгүндө колдонулуп жаткан* ар кандай иштеп чыгууларды жана кийимдин коллекцияларын илгерилетүүнүн ар кандай ыкмалары боюнча анализ жүргүзүлдү. Ар кандай тигүү *өндүрүштөрүнүн* модельерлеринин, ошондой эле Кыргызстандын жаш дизайнерлеринин ортосунда мода конкурстарын уюштуруунун жана өткөрүүнүн маанилүүлүгү белгиленди. Республикадагы «Fashion industry», «Burana fashion week», «Nomad Fashion Week», «Оймо» жана «День творцов красоты» аттуу ири мода конкурстары жөнүндө маалыматтар берилди. Бул конкурстардын максаттары, милдеттери жана статустары көрсөтүлдү. Конкурстарда кулактандырылган номинациялар жана калыстар тарабынан колдонулган баалоонун критерийлери изилденди. Кыргызстанда өткөрүлгөн моделдердин конкурсу боюнча иш-чаралар, ошондой эле алардын өзгөчөлүктөрү жана өзүнө тарткан жактары талданды.

**Негизги сөздөр:** текстилдик-тигүү өндүрүшү, Кыргыз Республикасынын тигүү ишканалары, тигүү продукциясы, модельерлер, дизайнерлер, кийимдин коллекциясы, мода конкурстары, коллекцияны илгерилетүү, дизайнерлерди окутуу.

---

**PROMOTION OF KYRGYZ DESIGNERS AND THEIR CLOTHING COLLECTIONS**

*Tashtobaeva Burul Eshimbekovna*, PhD (Engineering), professor, Kyrgyz state technical university named after I.Razzakov, 66 Ch.Aitmatov Ave., Bishkek, 720044, Kyrgyz Republic, e-mail: bet75kstu@gmail.com

**Annotation:** The article presents the current state of the textile and clothing industry of the Kyrgyz Republic. The contribution of the Association «Legprom» of the Kyrgyz Republic to the development of the textile and clothing industry and, especially, to the promotion of textile, clothing companies and individual entrepreneurs of the country is indicated. The analysis of various ways of promotion of developments and collections of clothes, which are used in their activities by fashion designers and manufacturers of clothing products, is carried out. The importance of organizing and holding fashion competitions among fashion designers of various clothing enterprises, design and fashion institutions, as well as young designers of Kyrgyzstan was noted. Information is given about the major fashion contests in the Republic «Fashion industry», «Burana fashion week», «Nomad Fashion Week», «Oimo» and «Beauty creators Day». The goals, objectives and status of these contests are indicated. The announced nominations of competitions and the criteria for evaluating the collection used by the jury were studied. The conducted events on the competition of models in Kyrgyzstan, as well as their features and attractive aspects are analyzed.

**Keywords:** *textile and clothing industry, clothing companies of the Kyrgyz Republic, clothing products, fashion designers, designers, clothing collection, fashion contests, promotion of the collection, training of designers.*

Текстильно-швейная промышленность является одной из экономикообразующей отраслью в экономике Кыргызской Республики. По данным Ассоциации «Легпром» Кыргызской Республики внутренний валовой продукт данной отрасли на территории страны составляет 3% [1]. В целях продвижения текстильных, швейных компаний и индивидуальных предпринимателей страны в 2005 году создана Ассоциация «Легпром». Одним из важных результатов работы Ассоциации «Легпром» также является введение патентной системы налогообложения, что привело к легализации и увеличению экспортного потенциала легкой промышленности Кыргызской Республики. В настоящее время Ассоциация «Легпром» - крупная, профессиональная, эффективно действующая отраслевая организация, членами которой являются руководители различных компаний [1].

Для швейных предприятий актуальным является создание коммерческой коллекции одежды. Коммерческая коллекция — это серия моделей, связанных между собой единым стилем, концепцией, решений в дизайне, целью которых является серийное производство и дальнейшая продажа [2].

Определить тип потенциального потребителя – один из самых сложных этапов в процессе проектирования коммерческой коллекции. Необходимо понимать, кому адресована создаваемая продукция, на кого планируется произвести впечатление, какую идентичность продукция должна создавать [3]. Ассоциацией «Легпром» проводятся большое количество мероприятий, связанные с продвижением таких коллекций и других продуктов швейных предприятий на отечественных и международных рынках. Так, в прошлом году в целях развития партнерских связей и открытия новых рынков зарубежом проведена первая встреча кыргызских швейников и представителей 25 российских сетевых магазинов [1].

Следует отметить, что сами модельеры и производители швейной продукции в своей деятельности применяют различные способы продвижения своих разработок и коллекций одежды. К таким способам относятся:

- разные формы средств массовой информации: интервью на теле- и радио каналах, реклама в журналах и на газетах и др. На сегодня в Кыргызстане достаточное количество

журналов, которые освещают деятельности швейных производств, модельных агентств, а также творчества молодых и известных дизайнеров: «Курак. Искусство и культура», «Podium Lux Кыргызстан», «Bishkek Life», «Деловые вести» Торгово-промышленной палаты Кыргызской Республики, «Жетиген» и др.;

- участие на конкурсах моделей. В Кыргызстане активно проводятся конкурсы моделей различного масштаба, начиная с республиканского уровня до вузовских конкурсов;

- участие на показах различных фестивалей. Очень актуальны фестивали ремесленников, например, “Оймо”, в рамках которых дизайнеры тоже имеют возможность демонстрировать свои коллекции;

- предоставление своих авторских моделей для актеров художественных фильмов или ведущих различных телевизионных передач. Особенно дизайнеры, которые работают с кыргызским историческим костюмом, одеждой кыргызов в быту и повседневной жизни, которые подчеркивают и характеризуют культуру народа часто прослеживаются в кыргызских художественных фильмах;

- приглашение на демонстрацию моделей известных личностей в качестве манекенщицы, манекенщика. Дизайнерами часто практикуется приглашение на показы коллекций известных актеров республики, певцов, бизнесменов и общественных деятелей;

- создание и представление на сайтах совокупности рекламных видеоматериалов с презентациями коллекций стали актуальными за последние годы. Особенно, с 2020-года дизайнеры делают попытки проведения онлайн показов мод и конкурсов.

Издание следующих видов печатных материалов и их распространение также является эффективным способом продвижения для промышленных коммерческих коллекций:

- скетчбук или альбом/блокнот, в котором фиксируются разные идеи по созданию коллекции моделей;

- байерский бук или книга для покупателей (байеров), где приводятся технические эскизы и фотографии коллекции;

- лайн шит с основной информацией о коллекции, который разрабатывается для байеров как раздаточный материал.

Практикуется так называемая «прямая реклама» – это различные плакаты, каталоги, проспекты, буклеты, листовки, рекламные щиты на улицах города, двусторонние щиты, которые размещаются у входа в бутик или магазин, рекламы на транспорте, а также рекламные транспаранты-перетяжки над или у главных улиц и проспектов города.

Более распространенный способ продвижения своих разработок – это проведение показов мод и конкурсов моделей.

Очень важно привитие компетенций по разработке дизайн-проектов и их продвижению специалистам швейникам, дизайнерам одежды в процессе обучения и подготовки кадров. Например, в примерных учебных планах Государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования для квалификации магистра предусмотрены несколько учебных дисциплин, которые содержат следующие профессиональные компетенции в проектной деятельности:

- способен использовать традиционные и эффективные инновационные методы художественного проектирования, понимать современные проблемы в области технологии, конструирования и проектирования изделий, а также разрабатывать индивидуальный стиль коллекции одежды различного ассортимента;

- способен разрабатывать план сценария показа, демонстрации, выставки изделий на основе определенной концепции [4].

Следует отметить, что выше перечисленные компетенции реализуются посредством таких дисциплин, как «Проектный анализ и управление дизайн- проектами», «Инновационные технологии в дизайн- проектировании», «Методы продвижения коллекции», «Конкурсное проектирование» и др.

В Кыргызстане организация и проведение конкурсов мод среди модельеров различных швейных предприятий, учреждений дизайна и моды, а также молодых дизайнеров стали привлекательными профессиональными мероприятиями среди других культурных событий страны. При этом статус этих конкурсов различный: международный, республиканский и региональный. Также периодически организуются межвузовские конкурсы мод, куда приглашаются молодые дизайнеры-студенты различных образовательных учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования. Результаты таких мероприятий - это налаживание партнерских отношений, повышение заинтересованности инвесторов к продвижению авторских разработок, содействие творческому успеху молодых дизайнеров, привлечение внимания спонсоров.

Показы новых коллекций могут преследовать две различные цели [5]:

Первая - это собственно представление новых коллекций одежды бизнес-сообществу. Основная задача такого показа - получение заказа на поставку оптовых партий представленных моделей непосредственно после показа. Такой показ обычно проходит в деловой атмосфере, сам процесс показа и последующего подписания договоров подчиняется общим правилам бизнес-этикета и занимает сравнительно немного времени. Такие показы характерны для коллекций «прет-а-порте», особенно, если это закрытые показы на фабриках, ориентированные в основном на оптовых покупателей. Показ обычно сопровождается комментариями технологов и специалистов по продажам, а модели, составляющие коллекцию, достаточно стандартны и соответствуют основным размерам, представленным в магазинах готовой одежды.

Вторая цель - театрализованное зрелище, максимально пышное и запоминающееся, для создания максимального общественного резонанса вокруг новой коллекции. Задача такого показа - заставить говорить о себе, привлечь внимание максимального числа потребителей к самому факту существования модного дома. Подобная театрализация часто используется ведущими модельерами для показа коллекций «от кутюр», которые не предназначены для немедленного тиражирования и продаж [5].

Анализ проведенных в Кыргызстане конкурсов мод и фестивалей показал, что следующие их виды являются более масштабными:

- «Burana fashion week»;
- «Fashion industry»;
- «Nomad Fashion Week»;
- «День творцов красоты»;
- «Оймо».

Международный фестиваль «Оймо» проводится с 2006 года по сей день ежегодно, организаторами которого является Министерство культуры и туризма Кыргызской Республики, Центр поддержки ремесел «CACARC-kg», фонд Толомуша Океева, ОО «Центрально-Азиатская сеть по культуре и искусству», Ремесленный совет Кыргызстана, а также мэрии городов Бишкек и Чолпон-Ата.

Основной целью фестиваля является развитие ремесленного рынка в Кыргызстане, возрождение преемственности традиций, сохранение культурного наследия, а также превращение жемчужины Кыргызстана – озера Иссык-Куль в Международную территорию экологически чистого культурного туризма [6]. Одной из красочной частью фестиваля «Оймо» является показ моделей, где могут участвовать дизайнеры, которые, в основном, работают с этномодой.

Конкурс дизайнеров одежды «Fashion industry» проводится ежегодно с 2008 года. Организатор данного конкурса - Ассоциация «Легпром» и участниками являются дизайнеры творческих мастерских, отечественных швейных компаний, студентов и выпускников вузов и другие специалисты в области индустрии моды (рис. 1).

Примечательным в конкурсе «Fashion industry» является участие в составе жюри международных экспертов в области индустрии моды и известные дизайнеры: Тинеке Буерма, международный эксперт в индустрии моды (Голландия), Татьяна Ален, арт дизайнер

(Москва), Райса Раимбекова, арт директор «Театра Моды Райсы» (Казахстан), Ирина Филичкина, член Национальной Академии индустрии моды, официальный представитель «M.MULLER&SOHN» в Российской Федерации, директор Школы Моды МИФ, Ирина Ашкинадзе, президент компании «Дефиле на Неве», генеральный продюсер недели моды (г. Санкт-Петербург), Андрей Бурматиков, fashion-директор компании «Faberlik», практик и аналитик моды РФ, директор консалтинговых программ Fashion Consulting Group (г. Москва) а также ведущие дизайнеры Кыргызстана: Мадина Тапаева, ведущий дизайнер КР, президент ассоциации fashion-дизайнеров КР, Дильбар Ашимбаева, ведущий дизайнер КР, арт-директор Дома моды «Дильбар», Татьяна Воротникова, дизайнер, арт-директор Творческой мастерской «Татьяна Воротникова» и др. [1,6].



Рис. 1. Показ моделей на конкурсе «Fashion industry»

«День творцов красоты» - ежегодный конкурсный показ коллекций молодых дизайнеров, который организывают Дома мод DILBAR и Zamira и компания «Smart Media Group» (рис.2). Конкурс проводится обычно к международному дню красоты. Впервые конкурс был проведен в Бишкеке в 2010 году. В данном конкурсе также жюри оценивает не только модели одежды, но и мастерство стилистов-парикмахеров и визажистов.



Рис. 2. Модели конкурса «День творцов красоты»

Фестиваль «Nomad Fashion Week» проводится общественным фондом NISA и журналом «Podium lux Kyrgyzstan» с 2014 года.

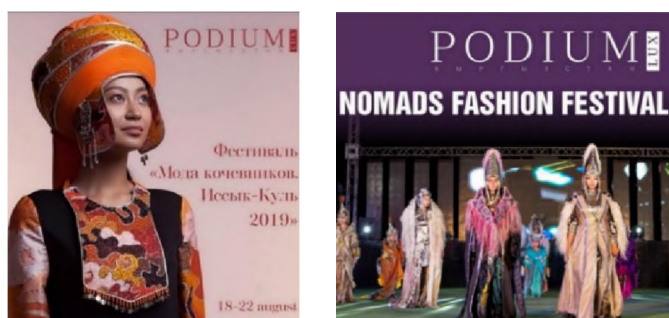


Рис. 3. Рекламные материалы фестиваля «Nomad Fashion Week»

Данный фестиваль проходит при поддержке Министерства культуры, информации и туризма в рамках международного сотрудничества в области индустрии моды, культуры и укрепления международных связей. Обычно проводится летом на берегу Иссык-Куля.

Ежегодно круг участников расширяется и в 2019 году участниками стали дизайнеры, общественные деятели и блогеры из 50 стран мира.

Конкурс мод «Burana fashion week» является относительно новым среди других конкурсов мод и проводится с 2019 года. Данный конкурс организован Ассоциацией молодых дизайнеров Кыргызстана «Mezgil easy», которая тоже начала свою деятельность с 2019 года. В организацию конкурса привлечены дом моды «Sherden», модельное агентство «Avanto models» и журнал «Podium Kyrgyzstan».

«Burana fashion week» проводится на международном уровне. Так, в 2019 году в данном конкурсе участвовали дизайнеры из 15-ти стран: Россия, Казахстан, Якутия, Индия, Монголия, Иран, Туркменистан, Узбекистан, Корея, Бурятия, Кипр, Азербайджан и др.



Рис. 4. Рекламные материалы конкурса «Burana fashion week»

Анализ вышеперечисленных конкурсов мод и фестивалей в Кыргызстане отражен на диаграммах (рис. 5 а,б). На первой диаграмме отражено количество проведенных конкурсов мод и фестивалей по годам (2006-2019-гг.). Здесь наблюдается активность таких мероприятий в 2014-2016 годах. Конкурс дизайнеров «День творцов красоты» проводился всего в течении 7 лет.

На второй диаграмме дано общее количество проведенных мероприятий каждого вида конкурса мод и фестиваля. Таким образом, из крупных мероприятий по продвижению дизайнеров, их коллекций самым первым и постоянно действующим в Кыргызстане является международный фестиваль «Оймо», т.е. он проводится в течении 14 лет с 2006 года по сегодняшний день.

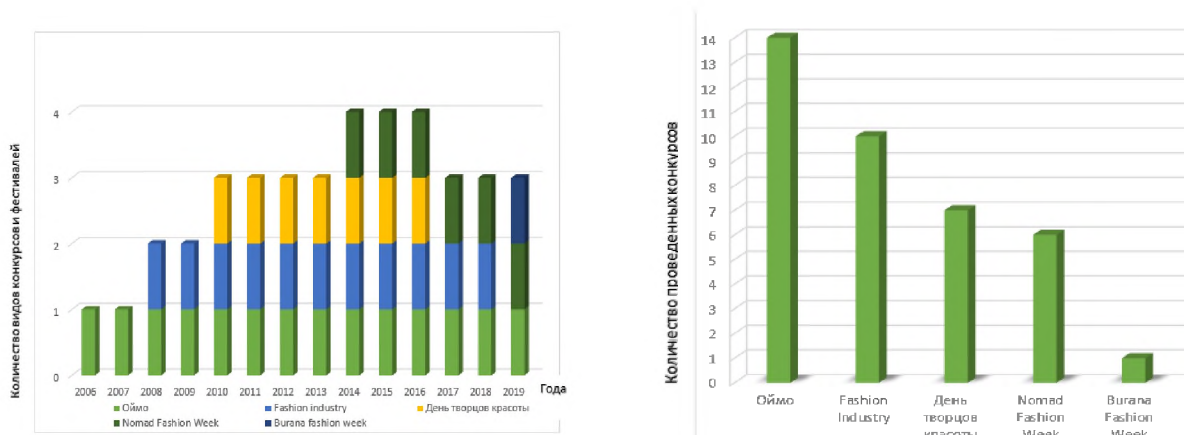


Рис. 5 а,б. Конкурсы моделей Кыргызстана

В этих конкурсах часто применяются такие номинации коллекций, как «Этномода», «Авангард», «Эксклюзив», «Мегаполис» и др.

В каждом конкурсе жюри применяет различные критерии оценки коллекции участников, но общими из них являются:

- соответствие теме (оригинальность названия, новизна идеи, соответствие заявленному образу и номинации);
- художественная выразительность (целостность образа и аксессуаров, индивидуальность созданного образа и нестандартность);
- качество и мастерство исполнения (подбор материалов, новизна конструктивного решения и технологической обработки);
- стилевое решение (стилевая общность, новизна цветовых сочетаний и пластических решений костюма, аксессуаров и дополнений, макияж, прическа, музыкальное сопровождение).

**Выводы.** Проведенный анализ показал, что кыргызстанские швейники и дизайнеры применяют различные способы продвижения коллекции, где особое место занимают конкурсы мод. Все дизайнеры хотят поделиться своими результатами работ, ознакомить своим творчеством и проведение конкурсов – большая поддержка и для молодых дизайнеров, швейных предприятий и для опытных модельеров.

Для поддержки дизайнеров необходимо разработать программу их продвижения и коллекций. Программа, в первую очередь, должна включить в себе развитие знаний, умений и навыков дизайнеров, особенно, современным технологиям дизайна одежды. Например, фэшн скетчингу, позволяющий дизайнеру иметь навыки по быстрому рисованию моделей одежды с учетом требований швейной отрасли, методике создания капсульной коллекции для предприятий, сюрфейс дизайну, который дает возможность декорировать отдельные модели или коллекцию, работая с фактурой ткани и др. Одним из новых технологий продвижения коллекций, которой нужно обучить дизайнеров и поддерживать в этом, является создание интернет- площадок и сайтов для продажи отдельных моделей или коллекции. Нужна государственная поддержка в развитии недавно организованной Ассоциации молодых дизайнеров Кыргызстана «Mezgil easy», а также Ассоциации “Легпром. Необходимо дальнейшее развитие мероприятий по организации и проведению конкурсов, которые позволяют дизайнерам заявить о себе и вывести их на международный уровень.

### Список литературы

1. Ассоциация “Легпром” Кыргызской Республики [Электронный ресурс] / URL: <http://legprom.kg>. (дата обращения: 10.12.2020)
2. Создание коммерческой коллекции. [Электронный ресурс] / URL: [https://fashionelement.ru/articles/sozдание\\_kommercheskoj\\_kollekcii](https://fashionelement.ru/articles/sozдание_kommercheskoj_kollekcii) (дата обращения: 17.12.2020)
3. Тимофеева М.Р., Амиржанова А.Ш., Толмачёва Г.В., Герасимова Ю.Л., Сосина Н.О. Стратегии создания и продвижения коммерческой коллекции в программе магистерской подготовки, профиль “Дизайн костюма” // Современные проблемы науки и образования. – 2019. - №2 [Электронный ресурс] / URL: <http://science-education.ru/pdf/2019/2/28709.pdf> (дата обращения: 18.12.2020)
4. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования Кыргызской Республики. Направление: 570700 Искусство костюма и текстиля. Квалификация – магистр. - Бишкек, 2020. – 15 с.
5. Способы продвижения коллекции. [Электронный ресурс] / URL: <https://studfile.net/preview/1666644/page:9/> (дата обращения: 19.12.2020)
6. Курак. Искусство и культура №1. Центрально-азиатская сеть по культуре и искусству. - Бишкек, 2015.
7. Таштобаева Б.Э. Женил онор-жайы учун кадрларды даярдоодо кыргыз тилиндеги техникалык терминдерди колдонуу тууралуу / Б.Э. Таштобаева // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. №2 (54). 2020. С. 170-176