Конкурсы в моды
в отечественной индустрии моды



А.А. Кулешова,
член Союза дизайнеров России, доцент кафедры «Моделирование, конструирование и дизайн» ГОУ ВПО «ЮРГУЭС»

В статье рассматриваются современные конкурсы дизайнеров и модельеров как инновационные проекты, направленные на развитие отечественной индустрии моды. Дается определение и характеристика индустрии моды, уровень развития российской индустрии на современном этапе. Анализируются возможности конкурсов как общественных массовых мероприятий и инновационных программ обучения. Формулируется основная цель конкурсов моды, их миссия как инновационной части индустрии моды. Оценивается положительный опыт проведения конкурсов за последние 30 лет с момента их зарождения. Определяется роль конкурсов и степень их влияния на развитие общества и моды в целом, приводятся новые технологии и конкурсные программы. В статье делаются выводы, почему молодые дизайнеры участвуют, зачем они организуются.

Ключевые слова: *конкурс, индустрия моды, инновации образования, молодые дизайнеры и модельеры, конкуренция, квалификация, бизнес, модный продукт, креативность и спрос, PR бренда.*

Вот уже тридцать лет студенческие конкурсы молодых дизайнеров и модельеров в России — привлекательное профессиональное событие, заметное среди других зрелищных культурных мероприятий. Основная цель подобных конкурсов — стать стартовой площадкой для дальнейшего профессионального развития, карьерного роста талантливых молодых личностей, сумевших достойно подготовить и заявить свою творческую работу на суд авторитетного жюри. Задача организаторов — создать такие условия и судейство на конкурсе, чтобы найти среди участников модельера, которого можно объективно назвать лучшим среди участников, и который впоследствии будет способен к инновациям в моде, сможет найти в ней новое течение, направление, предложить оригинальные способы производства продукта.

Сегодняшняя индустрия моды требует профессионалов с четким пониманием реалий рыночной конкуренции, умением продавать себя и свой продукт. В наши дни конкурсы становятся моделью мира большой моды, частью громадного бизнеса. Конкурсы — популярный вид состязаний во всех сферах жизни общества, являются проводником в мир бизнеса и адаптируют молодое поколение к новым задачам и реалиям жизни, помогают познакомиться на конкурсах с массой специализированных отраслевых вопросов, касающихся fashion-busines. Пока только в рамках конкурсных программ молодые дизайнеры могут найти ответы, которые помогут сделать шаги в мир моды, и чего не найти в обычной библиотеке, учебной аудитории или на производстве. Конкурс выступает в роли школы бизнеса и технологий, где студенты осваивают азы рекламы, маркетинга и бизнеса в условиях конкурсного участия.

Особая примета времени — конкурсы дизайна и моды как массовые зрелищные мероприятия. Помимо непосредственных молодых участников множество людей вовлечены в процесс подготовки, проведения, освещения или обслуживания модных показов, поэтому даже профессиональные конкурсы интересны с самых разных сторон. По оценке журнала Forbes индустрия моды занимает пятое место среди наиболее бюджетоемких отраслей.

Конкурсы выступают важным сегментом индустрии моды, инновационной формой профессионального образования. Fashion Industry — это создание модного продукта. Индустрия не является чистым производством, так как ее продукция всегда создается на основе творческой модели. Во многие моменты своей истории мир индустрии, даже будучи зажат узкими рамками, тем не менее проявлял большее воображение, большую эффективность и творческое начало, чем специалисты в области искусства. Немецкие экспрессионисты и рационалисты считали, что индустрия — это коллективная сила и духовный потенциал, способный обеспечить равномерное распределение природных ресурсов.

Качественная подготовка профессиональных кадров для индустрии моды зависит от правильного понимания того, что современная индустрия моды в настоящий момент включает в себя не только дизайнеров, промышленников, покупателей, но и тех, кто помогает продвигать товар — торговые центры, масс-медиа. Индустрия моды вмещает всех, кто задействован в «рождении» новых коллекций одежды, обуви, аксессуаров.

Fashion — это талант дизайнера и профессионализм производителя, планирование бюджета на продвижение и грамотная PR-кампания. Потребность

в художниках-стилистах для индустрии моды год от года возрастает. Профессиональная подготовка молодых кадров напрямую зависит от построения системы обучения, адаптированной к требованиям времени. Это означает и подготовку специалистов для отрасли производства одежды, и сотрудничество с ведущими предприятиями модной индустрии и профориентирование выпускников к современным условиям рынка труда, и налаживание контактов для сотрудничества с зарубежными партнерами по организации совместных семинаров, мастер-классов. Бизнес начинается там, где есть люди, умеющие его делать профессионально.

В зависимости от моды, экономической ситуации в стране и мире меняются все виды деятельности в сфере создания и производства одежды. Квалификация работников индустрии моды становится очень важным фактором, а процесс профессиональной подготовки специалистов в России требует поиска и освоения новых форм обучения. В соответствии с новыми тенденциями меняются и форматы университетского образования.

Сегодня конкурсы дизайна и моды получили разветвленную направленность развития. Можно встретить конкурсы неукротимой и мусульманской моды, конкурсы белья и обуви, конкурс траурной моды и конкурс театров, школ и студий моды, конкурс экологической моды и конкурс моды для животных, конкурс дизайнерских витрин и модных магазинов, конкурс эскизов и модного плаката, конкурсы «Платье года» и «Джинс России».

Современный конкурс — это целый мир идей, инноваций, культурных ценностей, новых способов обучения, механизмов развития человека, коммуникаций, индустрии развлечений и моды. Это состязание для получения награды, назначенной премии за лучшее сочинение, творческую работу, проходит как совокупность мероприятий часто в структуре различных фестивалей искусств.

С появлением в России первых конкурсов началась новая эра формирования, а затем и новый виток развития отечественной индустрии моды.

В 1991 году в России открывается первый конкурс молодых дизайнеров и модельеров — ежегодный конкурс «Международная Премия Дизайна Smirnoff», который был организован в 1984 году в Великобритании. В последствии этот конкурс перерос в конкурс дизайнеров «Адмиралтейская игла» и одновременно открыл дорогу множеству новых конкурсов моды и дизайна. За ним следовали многие известные сегодня конкурсы моды: «Русский силуэт», «Экзерсис», «Бархатные сезоны», «Подиум», «Адмиралтейская игла», «Поволжские сезоны». Они же подготовили почву для проведения с 1994 года в Москве Недели Высокой моды, участниками которой стали профессионалы и модные звезды первой величины. Грандиозное мероприятие, дату проведения которого часто считают днем рождения российской модной индустрии, было подготовлено в результате первых студенческих конкурсов моды. Тогда же организовалась Ассоциация Высокой моды и прет-а-порте, созданные для пропаганды и развития отечественной моды.

С 1990-х конкурсы в России стремительно распространяются. Сегодня молодые дизайнеры могут выбрать для участия конкурсы самого различного статуса. Городские, районные, областные и региональные, внутривузовские и межвузовские, Всероссийские и Международные состязания организуются в России ежемесячно огромным числом. И похоже все они делают одно большое общее дело — обращают внимание общественности на тот факт, что в России множатся таланты, подрастает и воспитывается молодое поколение, умеющее создавать и конкурировать в честной борьбе.

Продвижение отечественной Fashion-индустрии сегодня сильно ограничено тем, что западные торговые марки активно проникли на российский потребительский рынок. Но если еще десять лет назад российская индустрия была не готова к конкуренции, то сегодня можно заметить положительные изменения на пути к конкурентоспособности. Именно конкурсам, которые организуются с целью поддержки молодых российских дизайнеров, и становятся частью национальной стратегии поддержки отечественных производителей, принадлежит немалая роль в воспитании и приобретении опыта конкурентной борьбы. Молодые дизайнеры работают в секторе, где день ото дня усиливается конкуренция.

Проведение конкурса на высоком уровне способствует налаживанию партнерских отношений в различных направлениях деятельности, повышает заинтересованность инвесторов к продвижению авторских разработок, промоутированию новых имен, привлекает внимание спонсоров. В России студенты имеют возможность соприкоснуться с моделью индустрии моды именно на конкурсе. Если в многочисленных специализированных вузах США и Европы вместе с дизайнерами и технологами получают образование будущие мерчендайзеры, баеры, директора бутиков, менеджеры по управлению производством, журналисты и рекламисты, то с этими специалистами молодые российские дизайнеры сталкиваются именно на конкурсе, выслушивая мнения этих специалистов, участвующих в конкурсах в качестве членов жюри, лекторов на мастер-классах. Развитой системы подготовки fashion-менеджеров в России нет. Соответствующие образовательные программы постепенно появляются. Но в России в большинстве случаев бизнесом занимаются сами дизайнеры из-за недостатка оборотных средств. Хорошие кадры стоят хороших денег.

В жесткой конкурентной среде выживает тот, кто быстрее учится и умеет работать с удовольствием. Конкурс — это именно такая среда, в которой в условиях соревнования, игры участники стремительно обучаются, оценивая лучшие творческие работы, выбранные мнением членов жюри.

Деньги уходят, а навыки и знания, полученные во время конкурса, остаются с человеком на клеточном уровне, для дизайнера участие в конкурсе — это инвестиции в себя. Представление коллекции требует серьезных материальных затрат, которые многие из молодых талантливых дизайнеров не могут себе позволить, поэтому остаются на обочине. Цель конкурса — помочь развить и укрепить творческую составляющую мира моды

Начинающий модельер участвует в конкурсе с целью поиска потенциального работодателя и успешного трудоустройства на перспективное предприятие, поиска спонсора для продолжения творчества, получения престижной награды, PR своего имени. Немало случаев, когда удачное участие в конкурсе открывало реальные перспективы для успешного бизнеса и карьерного роста.

Профессиональные дизайнеры участвуют в конкурсе для получения престижной награды, PR своего бренда, заключения договоров на запуск коллекции в производство, поиска инвесторов для дальнейшего творчества, приобретения оснований на повышение зарплаты по результатам получения дипломов, наград и званий на конкурсах.

Сегодня современный конкурс традиционно включает в себя экспозиционную часть, лекции, семинары, конкурсы с церемонией вручения наград победителям. Оргкомитет координирует деятельность рабочих групп по подготовке программы конкурса как большого студенческого форума, по подготовке площадки проведения основных мероприятий, по PR и информационному сопровождению конкурса, по транспорту, размещению и организации питания, по обеспечению безопасности, по подготовке и организации выставок, подготовке культурной программы конкурса. Организаторы проводят работу с участниками — обеспечивают информационную поддержку, сервисное обслуживание (транспорт, размещение), проводят регистрацию и аккредитацию участников; координируют финансирование мероприятий; выбирают исполнителей работ.

С экономической точки зрения, конкурсы способны дать многое как участникам, так и организаторам. Проводят их для пропаганды и реализации вновь созданного дизайн-продукта, привлечения внимания потенциальных потребителей, спонсоров и инвесторов к молодым талантливым дизайнерам, а также для воспитания сильной личности дизайнера, способной к креативной деятельности в условиях конкуренции.

Конкурс как инновационная форма деятельности в индустрии моды также способен содействовать реализации маркетинговой кампании фирмы-организатора, установлению профессиональных контактов и заключению деловых соглашений с фирмами-производителями. В профессионально организованной атмосфере все участники конкурса получают возможность обмена идеями и опытом среди творческих школ и центров профессионального обучения дизайнеров, общения и обмена опытом с высококвалифицированными специалистами индустрии моды. Организатор формирует базу видео- и фото- материалов о конкурсе, имеет информацию об уровне развития различных дизайнерских школ, о современных тенденциях развития профессиональной подготовки дизайнеров.

Конкурс дает возможность формирования собственного взгляда на процессы современного развития индустрии моды в сфере образования, производства, потребления за конкретный период времени. В процессе работы конкурса накапливается информация для научного осмысления и оценки путей развития инновационных методов и средств обучения молодого специалиста на качественно новом современном уровне средствами конкурса. Не секрет, что изыскания педагогической науки нередко оторваны от реальной жизни.

Конкурс позволяет содействовать воспитанию личности дизайнера в духе национальной гордости и формированию высококультурного отечественного специалиста. Организатор и участник имеют возможность получения реального опыта и новой информации на мастер-классах, лекциях, семинарах-тренингах, включенных в программу мероприятий конкурса. Мастер-классы на хороших конкурсах ведут специалисты-практики, профессионалы с большим стажем, для развития и освоения новых педагогических методик и инновационных средств обучения материально-техническими средствами конкурса: постановка дефиле, работа с режиссером, моделями, фотографом, на подиуме. Участники проходят комплексное обучение по нескольким направлениям одновременно: искусство, маркетинг и менеджмент, прогнозирование и т.п., что активно повышает уровень их профессиональной компетенции. Демонстрация профессиональной публике собственного потенциала дает шанс начать большую карьеру.

Молодости свойственно разбивать старые статуи.

Также сегодня активно стала развиваться система конкурсных грантов — государственного инвестирования различных проектов на условиях конкурсного отбора по заявкам. Конкурсы заявок на грант имеют жесткую регламентацию и порядок оформления документов, формальная сторона вопроса здесь, к сожалению, превалирует над практической и реальной ценностью идей. Для творческих личностей такая форма изысканий невероятно сложна. По сути она напрочь вытесняет их из сферы науки и государственного сектора индустрии моды, заставляет искать другие пути становления в профессии и бизнесе. Целый пласт действительно одаренной молодежи, воспитанной и обученной жить, думать и работать креативно не имеет своего статуса и возможностей признания и государственного инвестирования в научной среде. Творческие конкурсы предлагают один из таких путей. Но и они на сегодняшний день не могут полностью решить эту проблему.

Как известно, мода — это глобальное предприятие с огромным оборотом. Но на российском пространстве достаточно сложностей в построении бизнеса. Обладая значительным весом, мода способна оказывать реальное влияние на мировую экономику, общество, окружающую среду. А потому, от ее процветания зависят не только судьбы продавцов, моделей и дизайнеров.

В нашей стране несколько поколений воспитали в страхе и стыде перед вещизмом и спекуляцией. До сих пор тени прошлого не позволяют талантливым педагогам учить тому, что для них было под моральным запретом. Видимо поэтому все школы дизайна в России научились обучать студентов искусству модного шоу, но до сих пор редко кому удается достичь баланса между креативностью и спросом: создавать и давать людям продукт, который те могут купить. Очень важно научить молодое поколение, как продавать свои вещи и какие вещи создавать, чтобы они продавались.

Колин Мак Дауэлл — один из самых влиятельных критиков моды в мире и председатель Британского общества одежды считает, что сегодня дизайнер для успеха должен иметь хорошее деловое чутье, уметь создавать свою команды и описывать им, что он хочет. На западе не считают больше, что рисунок для дизайнера — важный предмет в программе обучения. С этим можно не соглашаться полностью, но необходимо задуматься.

При том, что конкурсы за тридцать лет своего существования в России зарекомендовали себя как общественно — полезный социальный институт, имеющий массу достоинств, его возможности еще далеко не полностью изучены и использованы. Конкурс — это инструмент инноваций, проводник новых идей, смелых решений, площадка для реализации неординарных проектов, которые проверяются в условиях конкурентной борьбы и выживают в результате этого отбора, а потому являются жизнеспособными. Конкурс привлекает, объединяет и поддерживает творческие личности, индивидуальность, помогает быть непохожими и сильными в борьбе.

The fashion competitions in the fashion industry

A.A. Kuleshova, a member of the Union of Russian designers, docent of the chair «Modeling and design», State educational institution of the South-Russian «State University of Economics and Service»

The article reviews current contests and fashion designers as innovative projects aimed at developing the domestic fashion industry. The definition and characterization of the fashion industry, level of development of Russian industry at the present stage. Possibilities of competition as public events and innovative learning programs. We formulate the main objective fashion competitions, their mission as an innovative part of the fashion industry. We estimate the positive experience of contests over the past 30 years since their inception. Determine the role of competition and degree of their influence on the development of society and fashion in general, some new technologies and competitive programs. The article concludes, why the young designers are involved.

Keywords: *competition, fashion industry, innovation education, young di-zaynery and fashion, competition, qualifications, business, stylish product, creativity and demand, PR brand.*

Государственная поддержка инновационных проектов

Сегодня государство оказывает приоритетное внимание поддержке инновационных проектов, в целях развития высокотехнологичного сектора российской экономики.

Так в рамках реализации федеральной целевой программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007–2012 годы» АНО «Центр информационно-аналитической и правовой поддержки органов исполнительной власти и правоохранительных структур» проводит Программу по отбору инновационных проектов для последующей их коммерциализации при получении государственной поддержки.

Любое производственное предприятие, развивающее новый проект при участии ВУЗа и имеющее средства для софинансирования, может обратиться за государственной поддержкой в виде субсидии до 300 млн. рублей сроком на три года. Государственное субсидирование регламентировано Постановлением Правительства РФ №218 «О мерах государственной поддержки развития кооперации российских высших учебных заведений и производственных предприятий».

На сегодняшний день прошло уже несколько мероприятий по информированию заинтересованных аудиторий о **«Программе отбора и коммерциализации инновационных разработок при оказании государственной поддержки»**, организованных АНО «Центр информационно-аналитической и правовой поддержки». В семинарах приняли участие представители, научных организаций и бизнеса (ОАО «Тушинский машиностроительный завод», ЗАО «Волгоградский завод оросительной техники и ЖКХ», ГОУВПО «Иркутский государственный технический университет», ООО «Иннотер», Фонд социальной и экономической стабилизации Ленинградской области, аудиторско-консалтинговая группа «Деловой Профиль» , ЗАО «Дормашинвест» и др.). В ходе мероприятий участники представили свои проекты, а также получили комментарии по потенциалу каждого из них от начальника управления программ и проектов Федерального агентства по науке и инновациям Шепелева Г.В.

Данная Программа направлена не только на информирование заинтересованных аудиторий о возможностях получения государственной поддержки, но и на последующую работу с каждым ее участником при прохождении проектом стадии отбора.

С более подробной информации о Программе и участии можно ознакомиться на сайте http://www.ano-info.ru/