

Специфика продвижения узбекского бренда Сузани в социальных сетях.

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

Жайхунова Индирабону Жайхун кизи

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в
г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: jaykhnovain@icloud.com

В условиях стремительной цифровой трансформации социальные сети становятся ключевым инструментом формирования и продвижения брендов. По данным международных аналитических отчетов, в 2025 году число активных пользователей социальных платформ превысило 5,24 млрд человек [1], что подтверждает их определяющую роль в современной коммуникационной среде. Масштаб цифровой аудитории трансформирует традиционные маркетинговые модели и формирует новые механизмы взаимодействия брендов с потребителем.

Одной из наиболее влиятельных платформ является Инстаграм* — визуально ориентированная социальная сеть, насчитывающая более 2 млрд ежемесячно активных пользователей [2]. Высокая вовлечённость аудитории, доминирование визуального контента и развитые инструменты продвижения делают данную платформу эффективной средой для формирования имиджа и выстраивания эмоциональной связи с потребителем.

В Республике Узбекистан цифровая активность населения демонстрирует устойчивую динамику роста. По состоянию на 2026 год количество пользователей Инстаграм* достигло около 14 млн человек [3], что составляет значительную часть населения страны. Согласно данным DataReportal, аудитория социальных сетей в Узбекистане в 2024 году составила 8,7 млн человек [4], при этом охват рекламной аудитории Инстаграм* существенно увеличился. Значительная часть интернетпользователей рассматривает платформу как основной источник информации о товарах и услугах, а также как пространство для сравнения брендов перед принятием решения о покупке.

Параллельно с процессами цифровизации усиливается внимание к сохранению и переосмыслению национального культурного наследия. Узбекистан обладает богатой традицией текстильного производства и декоративноприкладного искусства, сформированной в эпоху Великого Шёлкового пути. Национальные ткани, орнаменты и вышивка исторически выполняли не только эстетическую, но и социальносимволическую функцию. В современных условиях техники сузани и икат интегрируются в актуальные дизайнерские практики и становятся основой для формирования локальных брендов.

Одним из наиболее ярких примеров синтеза традиционного наследия и современных дизайнерских практик является бренд «Сузани», основанный Мадиной Касымбаевой в 2006 году [5]. Бренд сформировался как проект по переосмыслению ташкентской школы вышивки и её адаптации к современным эстетическим и коммерческим реалиям. Международное признание бренда было усилено выставочным проектом *The Charm of Distant Star* (2015). Этот проект представлял собой концептуальную выставку, посвящённую возрождению традиционной узбекской вышивки сузани и её переосмыслению в современном дизайнерском формате. В рамках экспозиции были представлены авторские работы, демонстрирующие интеграцию национальных орнаментов и ручных техник в актуальную моду. Проект был реализован на международной площадке за рубежом и стал важным этапом в продвижении узбекского текстильного наследия на мировой культурной арене

[6]. Также стоит отметить, что две работы Мадины Касымбаевой включены в постоянную коллекцию Британского музея [7].

Развитие креативных индустрий и государственная поддержка ремесленного сектора свидетельствуют о стратегическом понимании культурного капитала как ресурса национального брендинга. Показательным примером институциональной поддержки стало поручение Президента Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёева о выделении земельного участка в ремесленном городке СузукОта для создания школы-мастерской и галереи вышивки в рамках проекта Мадины Касымбаевой [8]. Данная инициатива направлена на сохранение традиций вышивки, развитие ремесленного образования и укрепление культурной идентичности, что отражает государственное признание ремёсел как основы формирования национальных брендов.

Таким образом, бренд «Сузани» представляет собой пример локального модного проекта, в котором традиционное культурное наследие интегрируется в современные цифровые механизмы продвижения. В условиях роста конкуренции в онлайн-среде анализ его присутствия в Инстаграм позволяет выявить специфику позиционирования нишевого узбекского бренда, определить роль визуальной идентичности, сторителлинга и культурных кодов в формировании лояльной аудитории, а также оценить эффективность используемых коммуникационных инструментов для понимания возможностей продвижения локальных брендов Узбекистана в цифровом пространстве и их интеграции в глобальный рынок креативных индустрий.

Источники и литература

- 1) * Инстаграм- социальная сеть, запрещённая на территории Российской Федерации. Global social media users – Digital 2025 // DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/social-media-users> (дата обращения: 02.03.2026).
- 2) Instagram Users 2025 // Backlinko. URL: <https://backlinko.com/instagram-users> (дата обращения: 02.03.2026).
- 3) Digital 2026: Uzbekistan Report // DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan> (дата обращения: 02.03.2026).
- 4) Digital 2024: Uzbekistan Report // DataReportal – Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan> (дата обращения: 02.03.2026).
- 5) Аккаунт бренда «Сузани» Мадины Касымбаевой // Социальная сеть Instagram. URL: https://www.instagram.com/suzani_kasimbaeva (дата обращения: 02.03.2026).
- 6) Madina Kasimbaeva revives Uzbekistan's suzani embroidery // Euronews. URL: <https://www.euronews.com/culture/2025/11/13/madina-kasimbaeva-revives-uzbekstans-suzani-embroidery-weaving-heritage-into-global-accla> (дата обращения: 02.03.2026).
- 7) Kasimbaeva, Madina // British Museum Collections. URL: <https://www.britishmuseum.org/collection/term/AUTH231913> (дата обращения: 02.03.2026).
- 8) Саида Мирзиёева приняла участие в открытии школы-мастерской вышивки Мадины Касимбаевой в Ташкенте // Yuz.uz. URL: <https://yuz.uz/ru/news/saida-mirziyoeva-prinyala-uchastie-v-otkrtii-shkol-masterskoy-vshivki-madin-kasmbaevoy-v-tashkente> (дата обращения: 02.03.2026).