

Стратегический проект «Креативный город – территория развития» как модель взаимодействия опорного университета и региона

Ашутова Татьяна Вячеславовна – канд. пед. наук. E-mail: ashutova_tanya@mail.ru

Желнина Зоя Юрьевна – канд. филос. наук. E-mail: zzhelnina@yandex.ru

Мурманский арктический государственный университет, Мурманск, Россия

Адрес: 183038, г. Мурманск, ул. Капитана Егорова, 15

Аннотация. Статья раскрывает опыт Мурманского арктического государственного университета в реализации уникального для региона проекта «Креативный город – территория развития», который отражает инновационные социальные практики, технологии проектного обучения и стратегию вуза по реализации своего потенциала в креативных индустриях. Креативные индустрии являются точкой роста для «умной специализации» региона, существенно влияя на качество жизни местного сообщества и обеспечивая не только текущие, но и складывающиеся потребности человека, поэтому важно вовлекать в творческую активность молодое поколение для формирования у него опыта участия в социально-экономических процессах. Новым видом деятельности университета стали инициативы в Кластере северного дизайна и Туристско-рекреационном кластере Мурманской области, мероприятия проекта позволяют привлечь экспертов для обсуждения направлений работы и моделей сотрудничества в кластерах. Проект «Креативный город – территория развития» создаёт возможности получить обратную связь с местным сообществом. Университет последовательно реализует стратегию расширения сфер участия в жизни региона, исследует возможности интеграции современного арктического дизайна, социокультурных и экономических практик муниципалитетов. В статье анализируются факторы роста и пути влияния университета на региональное сообщество в сфере креативных индустрий, делается вывод о значимости не столько скорости изменений, сколько их содержания, усложнения задач и увеличения числа заинтересованных участников креативных индустрий. Авторы подчёркивают, что проекты университета являются и креативными продуктами, и креативными технологиями формирования профессиональных компетенций в индустрии благополучия, туризма и дизайна.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативный город, опорный университет, проектная деятельность, комфортная среда, Кластер северного дизайна, арктический регион

Для цитирования: Ашутова Т.В., Желнина З.Ю. Стратегический проект «Креативный город – территория развития» как модель взаимодействия опорного университета и региона // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 3. С. 116–126.

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-3-116-126>

Введение

Исследование опыта проектной деятельности в сфере креативных индустрий целесообразно начать с уточнения понятий, которые раскрывают сущность изучаемого предмета. Феномены культурных и креативных индустрий в науке уже стали предме-

том концептуальных изысканий, хотя здесь ещё не сложилась научная теория, так как многообразие практик создаёт всё новые горизонты проблем и толкования последних. Так, по мнению Р.З. Хестанова, в дискуссию вовлечены разные группы интересов, что не только создаёт сложности для академиче-

ских исследований, но и формирует политическую полемику [1]. Не менее подробный обзор полемики о креативном городе как феномене современности представляет Й. Тиль, который делает вывод о постоянной изменчивости и адаптивности культурных практик в русле креативных индустрий [2]. И всё же можно говорить о сложившемся поле дискуссий и некоторых устойчивых полях согласия, где наиболее значимой является идея о том, что постиндустриальная эпоха характеризуется развитием новой концепции социально-экономического развития, во главе которой стоят творчество и культурные ресурсы. Креативность как совокупность нестандартных решений в реализации различных задач сегодня является отличительной чертой неоиндустриального общества и, конечно, экономических отношений. Понятие «креативная экономика» как термин с самостоятельным смыслом стал использоваться только в последние десятилетия. Креативная экономика обладает большим инновационным потенциалом, стимулируя творческую деятельность и предпринимательскую активность, которая становится всё более многообразной. Креативные индустрии являются точкой роста и для «умной специализации» региона, его устойчивой конкурентоспособности [3]. Продуктом креативных индустрий выступает качество жизни, обеспечивающее не только текущие, но и формирующиеся потребности человека, поэтому важно вовлекать в эту деятельность новые человеческие ресурсы, и прежде всего – молодое поколение.

Рассматривая такие процессы с точки зрения управления, и в первую очередь – влияния на их качество, важно отметить, что одним из основных источников роста их потенциала и конкурентоспособности является взаимовлияние сфер культуры, искусства и бизнеса. Искусство, гуманитарные и социальные науки длительное время считали неявными, косвенными участниками инновационного предпринимательства [4]. В настоящее время ситуация существенно из-

менилась, креативные индустрии становятся самостоятельной силой и затрагивают широкий спектр отраслей, таких как архитектура, дизайн, индустрия моды, гастрономия, информационные технологии и т.д., при этом каждая отрасль является и потребителем, и донором других участников сети [5]. Культурным индустриям свойствен парадоксальный характер. С одной стороны, предпринимательство стремится к тиражированию и продвижению успешных, востребованных продуктов, это же определяет возможность применения различных моделей налогообложения и других форм государственного регулирования. С другой стороны, продукт креативных индустрий востребован именно в своём непостоянстве, изменчивости и нестандартности, что существенно изменяет траектории предпринимательства в этой сфере. Эти же свойства создают сложности в профессиональной подготовке.

Для высшей школы первичной остаётся образовательная деятельность, её ключевая задача – обеспечение стартовых позиций в мире профессий. Рассматривая конфликт классического обучения и неоиндустриальных технологий как продуктивный, университеты активно используют методологию проектного обучения. Интерес к технологиям и практикам социального проектирования понятен, он связан с состоянием общества, когда трансформация и модернизация являются не результатом, а состоянием и содержанием повседневности. Понимание этого тренда становится ключом к пониманию вызовов и рисков в управлении изменениями в высшей школе, когда такие изменения становятся предметом ответственности и формируют задачи поиска стратегических решений. Можно согласиться с выводами исследования М.В. Певной и Е.А. Шуклиной, что трансформация российского высшего образования на современном этапе проходит противоречиво и нелинейно, во многом проблемы возникают в сфере сетевого взаимодействия университетов на фоне жёсткой формализации образовательных программ и

доминирования пассивной модели поведения обучающихся [6]. Следует отметить, что новым вызовом для профессионального образования является запрос на формулирование и презентацию ориентиров долгосрочного устойчивого развития общества, культурного благополучия, а также прорывных решений в неоиндустриализации, нематериальной экономике и практико-ориентированной науке. И в этом случае важна даже не скорость изменений, а их содержание. Профессиональное образование всегда было и остаётся ориентированным на реалии будущего. Классическое образование готовит квалифицированных исполнителей, соразмерных уже существующим отраслевым знаниям, целям и задачам, в то время как нелинейное образование создаёт технологии изменений, компетенции для целеполагания в условиях неочевидных перспектив, когда устойчивыми остаются лишь культурные коды.

Интерес и опыт университетской науки в сфере проблематизирующих и методологических исследований привели к созданию значимого экспертного потенциала, который по-новому раскрывается в признании роли университета в процессах развития территорий. В настоящее время актуальной стала модель тройной спирали «государство – бизнес – вуз» в определении движущей силы инноваций и конкурентоспособности регионов [7], что в том числе соответствует и «Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации», согласно которой образовательные учреждения входят в круг ответственных за целостность и единство научно-технологического развития России¹. Анализ работы опорных вузов первой волны показал, что стратегии необходимо наполнить продуктивными практиками и ощутимыми результатами прямого и опосредованного взаимодействия, когда должны быть решены конкретные задачи

конкретной территории [8]. Концептуально эта модель была развёрнута в программе повышения статуса регионального высшего образования, когда в повестку управляемых изменений были внесены стратегии опорных вузов России, согласно которым университет должен представлять собой:

- центр притяжения талантов и генерации лидеров изменений;
- региональный научно-инновационный центр;
- гарант качественной подготовки по широкому спектру направлений;
- источник позитивных изменений городской и региональной среды [9].

В этой связи интересен прямой перевод с английского языка, когда «опорный университет» можно обозначить как «флагманский университет». Такая терминология понятна и особенно важна для морских регионов, коим является Мурманская область. Флагманский корабль, где находятся штаб и средства координации с силами флота и берега, определяет успех в решении стратегических задач. Университет, в рамках данной трактовки, формирует силы горизонтальной поддержки долгосрочных стратегий активизации человеческого ресурса и создания интеллектуальных продуктов для обеспечения конкурентных преимуществ региона.

Общность интереса региона и Мурманского арктического государственного университета в реализации задач устойчивого развития выявила продуктивность приложения усилий к траектории социальных инвестиций и нестандартных проектов. В 2013–2014 гг. МАГУ принял участие в комплексном научном исследовании, которое ставило целью выявить особенности культурной идентичности в региональном сообществе. Были подведены итоги, опубликованы научные статьи и монографии [10], и среди прочего был сделан вывод о востребованности услуг, проектов и событий сферы культурных индустрий. Исследование показало отсутствие диалога между местным сообществом, предпринимателями и властью,

¹ Стратегия научно-технологического развития РФ: утверждена Указом Президента РФ от 1 декабря 2016 г. № 642. URL: <http://ivo.garant.ru>

а главное – отсутствие институции: центра, аккумулирующего инициативы для развития креативных индустрий. В течение ряда лет университет фактически был площадкой для обсуждения креативных индустрий как феномена: здесь проходили конференции, круглые столы, локальные проекты, обсуждались методологии и опыт исследований креативного капитала и арктического дизайна [11; 12]. Поэтому логично, что для стратегии развития опорного вуза был выбран проект, сфокусированный именно на теме креативных индустрий, позволяющий решать задачи развития качественного образования и формирования механизмов влияния на качество жизни территории.

Стратегия МАГУ – решения для региона

В 2017 г. в Мурманском арктическом государственном университете был создан и стал развиваться стратегический проект «Креативный город – территория развития». Его основная идея заключается в активизации креативных индустрий в регионе, что предполагает решение следующих комплексных задач:

- создание на базе опорного университета площадки, которая обеспечит эффективные решения широкого спектра задач в области изучения, поддержки и развития креативных индустрий, что приведёт к консолидации знаний и опыта в сфере креативной экономики;

- запуск регионального кластера северного дизайна совместно с органами исполнительной власти, профессиональным сообществом и ведущими стейкхолдерами креативной экономики.

В целом проект направлен на развитие региональной социокультурной среды через формирование и поддержку, совместно с федеральными и региональными партнёрами, комплекса социально-ориентированных региональных проектов. Проект «Креативный город – территория развития» объединил научно-исследовательскую и проектную работу преподавателей и студентов, которые занимаются дизайном, туризмом, сервисом

в индустрии моды и благополучия. Фактически это проект-«зонтик», который реализует серию конкретных разработок средовых инсталляций, туристско-экскурсионных маршрутов, выставок, образовательных и экспертных сессий. Гибкая структура проекта предполагает вовлечение в проект новых участников, максимальное использование творческих сил и ресурсов самих заказчиков [13]. Для МАГУ важно, что эта стратегия позволяет молодёжи Мурманской области заявить о своих возможностях, так как именно молодёжные проекты дают начало реальным изменениям городского пространства. «Креативный город» объединил на своих площадках более 400 участников, которые совместно с профессиональным сообществом занимаются разработкой и реализацией региональных творческих проектов, решением задач в области изучения, поддержки и развития креативных индустрий в регионе.

Инфраструктура проекта на базе опорного университета включает в себя несколько направлений, каждое из которых является ключевым звеном региональной сети.

Центр прикладной урбанистики. Ведёт работу, ориентированную на сотрудничество с местным сообществом, предприятиями и администрацией городов для создания и реализации проектов городского развития и благоустройства. В 2018 г. по заказу муниципальных образований г. Мурманск, ЗАТО Александровск, ЗАТО Североморск, г. Оленегорск, п. Кильдинстрой, пгт Междуречье, Печенга были выполнены 18 проектов, где северный дизайн и прагматические решения по повышению качества городской среды стали основой для создания современных городских скульптур и инсталляций, нового облика парков и скверов.

Центр творческих индустрий «Элементарно». Представляет проекты, которые важны для консолидации и развития знаний о северном дизайне в сфере визуальной культуры, о роли цвета и света для качества жизни арктических городов. Для решения задач центра работают лаборатория поли-

графического производства, фотостудия, швейная и художественные мастерские, мастерская керамики. Центр имеет собственную арт-галерею «Отпечаток». Большое число художественных выставок, мастер-сессии графического дизайна, арктический пленэр – всё это создаёт уникальный круг общения мастеров международного уровня и начинающих талантов. Выставки, арт-квесты, интерактивные лекции и дизайнерские события, помимо непосредственных профессиональных и культурных задач, выполняют ещё одну важную функцию: за счёт своей красочности и динамичности они привлекают большое внимание общественности, информационное эхо создаёт интерес к начинаниям, нередко именно медийные каналы создают новые контакты и деловые связи.

Арктический центр туристских практик и инициатив. Ориентирован на содействие развитию предпринимательства в индустрии туризма и гостеприимства. В русле этой деятельности создаются модели туристских продуктов, проводятся мероприятия для развития въездного и внутреннего туризма. При этом большое внимание уделяется сотрудничеству с Министерством развития промышленности и предпринимательства Мурманской области, региональными туристскими компаниями, так как увеличение потока туристов в регион актуализирует задачу повышения разнообразия программ пребывания туристов, создания новых решений туристской навигации в городской и виртуальной среде; именно в этой индустрии остро стоит вопрос создания туристских аттракций, которые будут соответствовать культурному коду Кольского Заполярья, точно отразят своеобразие природы края.

Поскольку проект «Креативный город – территория развития» является площадкой университета, то логично, что на его базе совместно с Министерством строительства и территориального развития Мурманской области проходят программы подготовки и повышения квалификации кадров, в которых основной становится тема реализации реги-

ональных проектов развития арктической зоны, формирования компетенций для создания условий и комфортной среды проживания граждан Мурманской области. В русле этих задач и для реализации Всероссийского проекта «Городские реновации» на базе МАГУ создан Центр профессиональных компетенций по вопросам городской среды; комплекс его задач ориентирован на устойчивые позитивные изменения качества социальных пространств населённых пунктов.

Инициативы университета при реализации проекта «Креативный город – территория развития» определили новые соглашения с Министерством развития промышленности и предпринимательства Мурманской области и Центром кластерного развития, что позволило сформировать концепцию Кластера северного дизайна. Осенью 2017 г. прошли несколько стратегических экспертных сессий, были разработаны институции и программные документы кластера. Активная позиция МАГУ уже к весне 2018 г. позволила привлечь к участию предпринимателей, заинтересованных в проектах, где продукты северного дизайна соответствуют и технологическим требованиям, и культурно-историческим особенностям циркулярного мира.

В настоящее время Кластер северного дизайна объединяет более 30 предприятий креативных индустрий. В рамках их сотрудничества решаются следующие основные задачи:

- формирование стилей дизайна, которые отражают принадлежность к истории, культуре, быту и другим традициям Мурманской области;
- повышение конкурентоспособности дизайн-продукции и инновационных технологий участников кластера, удовлетворяющих потребности потребителей на внутреннем и внешнем рынках;
- рост финансовой устойчивости и рентабельности предприятий малого и среднего бизнеса дизайнерской отрасли Мурманской области, входящих в кластер.

Роль креативных проектов в профессиональной адаптации

В научном сообществе и в медиапространстве сложился подход тотальной критики проявлений массовой культуры, её технологий-манипуляций в изменении повседневности за счёт избыточности потребления и эксплуатации чужих моделей успеха. Но если академическое сообщество предлагает дискуссию в осмыслении массовой культуры как социального феномена, то за пределами научной сферы мнения сжаты эмоционально-экспрессивным диалогом и небольшим числом практик, где повседневность может проявить себя в личной креативности. Молодёжь особенно чувствительна к потреблению готовых жизненных решений, и такое привыкание приводит к необратимым утратам личности и социальному иждивенчеству.

Студентам вуза и представителям других когорт молодёжи города участие в творческих проектах позволяет получить опыт реализации своих идей: от замысла и изучения потенциального потребителя планируемого продукта до завершения и оценки его потенциала для масштабирования и выхода на уровень бизнес-проекта. Такой путь позволяет снизить риски социальных лифтов [14]. Статус университета как координатора и партнёра студенческих проектов обеспечивает их признание на региональном рынке, позволяет создать не только портфолио, но и личную бренд-историю специалиста креативных индустрий. За истекшие два года более 150 студентов получили опыт участия в реальных творческих региональных проектах, тематика которых ярко раскрывает культурный код Мурманской области как арктического региона.

В 2017 г. неподдельный интерес вызвал проект «История о северной идентичности», где молодые дизайнеры, художники-модельеры объединили усилия для создания уникальной коллекции одежды, которая сама стала рассказом о жителях Севера и арктических легендах. Эскизные разработки участников, представляющие

5–7 моделей костюмов, сами стали художественной коллекцией. Пять победителей получили грант на создание реальных костюмов, которые были сшиты самими авторами. Дефиле и перформанс для победителей были поставлены творческим сообществом молодёжи: режиссёром, звукорежиссёром, художником-декоратором, художником по свету. Проект «История о северной идентичности» стал одним из наиболее ярких событий года, в 2018 г. он получил продолжение – участие в нескольких профессиональных конкурсах. В 2019 г. готовятся новые коллекции и программа о северной идентичности.

Интерес к северному дизайну в циркулярных регионах очень высок, во многом он построен на игре цвета и света, поэтому несколько успешных проектов были основаны именно на таких креативных идеях. В феврале 2018 г. в городском парке Мурманска были открыты световые инсталляции «Световые столбы» и «Перламутровое облако», отражающие природные арктические феномены. На следующем этапе проекта будут представлены ещё два объекта – «Северное сияние» и «Эффект гало». Постепенно свет становится всё более привычным инструментом дизайна городской среды, растёт потребность в сложной научной разработке этой темы, поэтому апробация и экспертная оценка проектов являются эмпирической частью исследования.

Необходимо отметить, что проектный подход в профессиональной подготовке снимает ещё одну сложную проблему. Длительное время университет рассматривался как «невозвратная стартовая площадка» для молодёжи, когда после четырёх или пяти лет обучения выпускники выходили из стен вуза и фактически теряли с ним связь. Креативные проекты позволяют сформировать «спиральную мобильность», когда выход в профессию включает университет как источник ресурсов для развития деловых связей, выгодных контрактов и, соответственно, личностного и профессионального роста.

Дисциплины, курсы, раскрывающие особенности и перспективы креативных индустрий на данном этапе, заложены во все образовательные программы, реализуемые на факультете искусств и сервиса: 43.03.01 Сервис, 43.03.02 Туризм, 54.03.01 Дизайн, 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями). Каждая из образовательных программ содержит следующие компоненты: блок, формирующий арктические компетенции (знания о своеобразии истории, экономики, социальной среды и культуры); блок, формирующий знания в сфере предпринимательства и проектной деятельности, а также блок, развивающий креативное мышление. Все образовательные программы предусматривают проектную практику, связанную с темами креативных индустрий (производственная практика, общий университетский проект).

Образовательные программы существенно сформированы на основе внутренних исследований университета, проводится их постоянная коррекция с опорой на консультации экспертов. Также университет отслеживает трудоустройство и предпринимательскую активность выпускников. Ряд учебных курсов и руководство практикой берут на себя выпускники творческих образовательных программ, которые в настоящее время работают в сфере креативных индустрий. Это позволяет проектировать и корректировать образовательные программы на основе актуальных запросов.

В проекте «Креативный город – территория развития» выпускники факультета участвуют и как партнёры продвижения бренда, и как заказчики интеллектуальных продуктов, что даёт возможность более точной настройки на запрос бизнеса и некоммерческих структур в создании моделей, прототипов и сценариев для культурных индустрий региона. Одновременно проект формирует положительную репутацию вуза, что повышает интерес абитуриентов: школьники и учащиеся колледжей, принимая участие в

конкурсах, мастер-сессиях и событиях проекта, осознанно выстраивают траекторию своего профессионального роста, связывая её с МАГУ. Для университета поддержка креативных проектов является такой же инвестицией в человеческий капитал, как и формирование пула образовательных программ, материальной и кадровой базы; с креативными проектами связаны именно комплексные задачи обеспечения будущей когорты студентов, обладающих творческими и лидерскими способностями.

Университет – драйвер бренда города (региона)

Проект «Креативный город – территория развития» не ставит своей задачей подменить сложившиеся механизмы управления регионом и муниципалитетами, но предлагает нестандартные, внерамочные решения по повышению качества жизни, а главное – он позволяет сформировать потребность в использовании дизайнерских и других креативных продуктов в текущей деятельности муниципалитетов, коммерческих и общественных организаций.

Наиболее значимой перспективой развития проекта в этом направлении становится траектория участия в деятельности Центра компетенций по вопросам городской среды, стратегия которого отражает задачи Федерального приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» и аналогичных программ муниципальных образований, сформированных с учётом бюджетных и привлечённых расходов на пять лет (2018–2022 гг.). В городах Мурманской области в программы заложены позиции по вовлечению в выполнение работ молодых профессионалов, развитие практики активного обучения и стажировок, также предусмотрены задачи продвижения идей благоустройства через активизацию местных жителей и общественных организаций.

Стоит отметить, что внимание к теме комфортной городской среды, задачам развития открытых социальных пространств

отражает современные тренды концептуального управления. Часто это спонтанные или маятниковые решения, именно поэтому университет через проект «Креативный город – территория развития» предлагает целевые исследования и разработки, построенные на научных основах организации городских ландшафтов, снижения рисков «рекламного шума» и разработки брендбука города. Для Мурманска эта работа только разворачивается, поэтому очень важно, чтобы у её истоков стояли молодые люди, которые будут не только носителями знаний, но и инициаторами изменения образа города. Локальные проекты световых инсталляций, городских скульптур, графических визуализаций являются одновременно и продуктами, и технологиями, необходимыми для обеспечения благополучия, формирования индивидуальной и групповой культурной идентичности одновременно с изменяемой территорией. МАГУ, являясь постоянным городским ньюсмейкером и инициатором событий, формирует также условия для развития имиджевой конкуренции, когда неуниверситетские инновационные конкуренты, вовлечённые в городские практики, оказываются в состоянии позитивного дискомфорта, так как их работа сравнивается со студенческими инициативами. Успешные студенческие проекты изменяют отношение к университету, содержание деятельности которого ранее воспринималось в рамках устойчивых стереотипов – через неизменную дидактику, педагогику и ролевые игры «в профессию».

Проект «Креативный город – территория развития» является открытой системой, в его русле предлагается большое число тематических мероприятий, нацеленных на развитие потребности в личном творчестве и сотрудничестве. Поскольку мероприятия занимают различные уровни: от международного форума «Креативные индустрии арктического региона: опыт и перспективы развития» до мастер-классов по каллиграфии, где участвуют пять–шесть человек, то можно говорить о формировании некоего

дискурса, когда сложная идея культурной идентичности, креативного предпринимательства воспринимается через описания понятных, уже освоенных лучших практик.

Развитие подобных процессов можно наблюдать через выстраивание модели, где университет становится *генератором и ключевым маркером бренда города* и региона. Для Мурманска такой вариант развития региональной идентичности может рассматриваться как позитивный прогноз, так как в стенах университета проходят самые известные научные и просветительские мероприятия, а университетские проекты вносят вклад в репутацию и историю региона.

Рассматривая результаты проекта «Креативный город – территория развития» в прагматическом ключе, можно составить перечень завершённых подпроектов и сопутствующих им событий, соглашений о сотрудничестве с заказами на перспективу. Также нужно отметить, что проект позволил по-другому увидеть персону гуманитария, которому часто приписывают незавершённость и непродуктивность знаний как устойчивый и специфический признак компетенций. Однако независимые арт-события, влияние креативных индустрий на развитие качества жизни позволяют сделать вывод не только о силе социального тренда, но и о содержательной сущности культурных компетенций, которые раскрываются во владении социальной аналитикой и проектными технологиями без противоречий с региональной экономикой и малым предпринимательством.

Заключение

К настоящему времени МАГУ и команда проекта «Креативный город – территория развития» являются ключевыми участниками в процессах развития связей Кластера северного дизайна, который, в свою очередь, представляет собой региональную институцию креативных индустрий. МАГУ обладает возможностью проводить на своих площадках деловые встречи, конференции, круглые столы, экспертные сессии, представляя ин-

тересы творческих студентов и преподавателей, формировать базу компетенций для выполнения реальных задач в креативных индустриях.

Таким образом, проект «Креативный город – территория развития» отражает запрос регионального сообщества на культурно-образовательные кластеры, визуальную коммуникацию и арт-события, построенные на основе осмысления культурной идентичности. Эта тема, несмотря на широкую представленность в современном научном диалоге, является новацией для сферы профессионального образования, так как здесь преобладают программы четырёх-пяти лет обучения, в то время как креативные индустрии меняются намного быстрее. В креативных индустриях реальностью становятся мобильные проекты как воплощение сотворчества идей равных, нелинейное сочетание междисциплинарных компетенций и новаций. Развитие практик креативных индустрий в регионе диктует необходимость систематизации и формирующих экспертных оценок, ставит задачу методического описания опыта взаимодействия университета и региона в сфере социального проектирования.

Литература

1. Хестанов Р.З. Креативные индустрии – модели развития // Социологическое обозрение. 2018. Т. 17. № 3. С. 173–196. DOI: 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196
2. Thiel J. Creative cities and the reflexivity of the urban creative economy // European Urban and Regional Studies. 2017. Vol. 24. Issue 1. P. 21–34.
3. Караяннис Э., Григорудис Э. Четырёхзвенная спираль инноваций и «умная специализация»: производство знаний и национальная конкурентоспособность // Форсайт. 2016. Т. 10. № 1. С. 31–42. DOI: 10.17323/1995-459x.2016.1.31.42
4. Линтон Дж. Неявные участники: вклад искусства, гуманитарных и социальных наук в создание инноваций // Форсайт. 2018. Т. 12. № 3. С. 6–12. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.3.6.12
5. Бокова А.В. Креативные индустрии как совокупность сложных сетевых структур // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2016. № 1 (21). С. 5–12. DOI: 10.17223/22220836/21/1
6. Певная М.В., Шуклина Е.А. Институциональные ловушки нелинейного развития высшего образования в России // Интеграция образования. 2018. Т. 22. № 1. С. 77–90. DOI: 10.15507/1991-9468.090.022.201801.077-090
7. Ицкович Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии: пер. с англ. Томск: ТУСУР, 2010.
8. Иванов С.А., Сокол-Номоконов Э.Н. Феномен опорных университетов региональной экономики в современной России // Высшее образование в России. 2018. № 1. С. 19–30.
9. Аржанова И.В., Дерман Д.О. Опорные вузы России: ориентация не на индикаторы, а на результат // Федеральный справочник. Образование в России. 2017. № 12. С. 171–175. URL: <http://federalbook.ru/projects/fso/structura-12.html>
10. Культурные индустрии Кольского Севера: социолого-культурологическое исследование / Под ред. А.М. Мосоловой. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2013. 183 с.
11. Пономарева А.М., Игнатова Т.В. Разработка матрицы инновационно-креативного развития города на основе индексного метода // Вопросы регулирования экономики. 2018. Т. 9. № 3. С. 37–47. DOI: 10.17835/2078-5429.2018.9.3.037-047
12. Гарин Н.П., Кравчук С.Г., Гостяева М.А. Арктический дизайн: основные понятия и практика реализации // Дизайн и технологии. 2017. № 62 (104). С. 17–28.
13. Ашутова Т.В., Белевских Т.В., Желнина З.Ю., Горбачева А.А. Проектно-ориентированная практика опорных вузов в развитии территорий (на примере деятельности ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет») // Труды Кольского научного центра РАН. 2018. Т. 9. № 2-13. С. 73–90. DOI: 10.25702/KSC.2307-5252.2018.9.2.73-90
14. Черных С.И. Социальные лифты в образовании: проблемы и решения // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. № 6. С. 88–95.

Статья поступила в редакцию 10.01.19

Принята к публикации 20.02.19

Strategic Project «Creative City – Territory of Development»
as a Model of Interaction between Flagship University and Region

Tatyana V. Ashutova – Cand. Sci. (Education), e-mail: ashutova_tanya@mail.ru

Zoia Yu. Zhelnina – Cand. Sci. (Philosophy), e-mail: zzhelnina@yandex.ru

Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia

Address: 15, Kapitana Egorova str., Murmansk, 183038, Russian Federation

Abstract. The article presents the experience of Murmansk Arctic State University in the implementation of a unique project for the region – «Creative city – territory of development», which reflects innovative social practices, technologies of project training and the strategy of the University to fulfill its potential in the creative industries. Creative industries are a growth point for the regional “smart specialization”, significantly affecting the quality of life of the local communities and fulfilling not only current, but also emerging human needs. Therefore it is important to involve the younger generation in creative activities in order to develop experience of participation in new socio-economic processes. The discussion about the productivity of classical and project solutions in professional training programs determined the advantage of creative projects of students to present their competencies not only to potential employers, but also to other stakeholders in the development of the region. Initiatives in the Northern Design Cluster and the Tourism and Recreation Cluster of the Murmansk Region have become a new type of university activities; their the projects allow to attract experts to discuss areas of work and clusters cooperation models. Creative industries meet the challenges of the era, when for success the territories must use the resources of cultural brands, shape the quality of life by developing social spaces, non-standard use of color and light in design for psycho-emotional well-being. The project “Creative City – Territory of Development” makes it possible to get feedback from the local communities. The university consistently implements a strategy of expanding areas of participation in the life of the region, conducts research on integrating the modern Arctic design, socio-cultural and economic practices of municipalities. Therefore, the article analyzes the growth factors and ways of influence of the university on the regional community in the field of creative industries; emphasizes the complexity of the tasks and the increase in the number of stakeholders in the creative industries, underlines the fact that university projects are both the creative products and creative technologies for the formation of professional competences in the welfare industry, tourism and design.

Keywords: creative industries, creative city, flagship university, project activities, comfortable environment, cluster of northern design, arctic region

Cite as: Ashutova, T.V., Zhelnina, Z.Yu. (2019). [Strategic Project «Creative City – Territory of Development» as a Model of Interaction between Flagship University and Region]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 28. No. 3, pp. 116-126. (In Russ., abstract in Eng.)

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-3-116-126>

References

1. Khestanov, R.Z. (2018). *Kreativnye industrii – modeli razvitiya* [Creative Industries – Models of Development]. *Sociologicheskoe obozrenie = Russian Sociological Review*. Vol. 17. No. 3, pp. 173-196. DOI: 10.17323/1728-192X-2018-3-173-196 (In Russ., abstract in Eng.)
2. Thiel, J. (2017). Creative Cities and the Reflexivity of the Urban Creative Economy. *European Urban and Regional Studies*. Vol. 24, Issue. 1, pp. 21-34.
3. Carayannis, E., Grigoroudis, E. (2016). Quadruple Innovation Helix and Smart Specialization:

- Knowledge Production and National Competitiveness. *Foresight and STI Governance*. Vol. 10, No. 1, pp. 31-42. DOI: 10.17323/1995-459x.2016.1.31.42
4. Linton, J. (2018). Quiet Contributors: The Role of the Arts, Humanities and Social Sciences in Innovation. *Foresight STI Governance*. Vol. 12, no. 3, pp. 6-12. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.3.6.12
 5. Bokova, A.V. (2016). [Creative Industries as a Complex Networking]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i Iskustvovedenie = Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History*. No. 1 (21), pp. 5-12. DOI: 10.17223/22220836/21/1 (In Russ., abstract in Eng.)
 6. Pevnaya, M.V., Shuklina, E.A. (2018). [Institutional Traps of Russia's Higher Education Non-linear Development]. *Integratsiya obrazovaniya = Integration of Education*. Vol. 22, no. 1, pp. 77-90. DOI: 10.15507/1991-9468.090.022.201801.077-090 (In Russ., abstract in Eng.)
 7. Etzkowitz, H. (1995). *The Triple Helix University – Industry – Government Innovation in Action*. (Russian translation: Tomsk, TUSUR Publ., 2010. Available at: old.tusur.ru/export/sites/ru.tusur.new/ru/innovation/triplehelix/ickovic.pdf).
 8. Ivanov, S.A., Sokol-Nomokonov, E.N. (2018). [The Phenomenon of Flagship Universities of Regional Economy in Modern Russia]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 27. No. 1, pp. 19-30. (In Russ., abstract in Eng.)
 9. Arzhanova, I.V., Derman, D.O. (2017) [Flagship Universities in Russia: Focus Not on Indicators, but on Results]. *Federal'nyi spravochnik – Obrazovanie v Rossii* [Federal Reference Manual – Education in Russia]. No. 12, pp. 171-175. Available at: <http://federalbook.ru/projects/fso/structura-12.html> (In Russ.)
 10. Mosolova, L.M. (Ed). (2013). *Kul'turnye industrii Kol'skogo Severa: sotsiologicheskoe issledovanie* [Cultural Industries of the Kola North: Sociological and Cultural Study]. St. Petersburg: A.I. Herzen Russian State Pedagogical University Publ. (In Russ.)
 11. Ponomareva, A.M., Ignatova, T.V. (2018). [Design of the Innovative and Creative Matrix of City Development on the Basis of Index Method]. *Voprosy regulirovaniya ekonomiki = Journal of Economic Regulation*. Vol. 9. No. 3, pp. 37-47. DOI: 10.17835/2078-5429.2018.9.3.037-047. (In Russ., abstract in Eng.)
 12. Garin, N.P., Kravchuk, S.G., Gostyaeva, M.A. (2017). [Arctic Design: Basic Concepts and Implementation Practice]. *Dizain i tekhnologii = Design and Technology*. No. 62 (104), pp. 17-28. (In Russ., abstract in Eng.)
 13. Ashutova, T.V., Belevskikh, T.V., Zhelnina, Z.Yu., Gorbacheva, A.A. (2018). [Project-Oriented Practice of Flagship Universities in the Development of Territories] *Trudy Kol'skogo nauchnogo tsentra RAN = Transactions Kola Science Centre. Humanitarian Studies*. Vol. 9. No. 2-13, pp. 73-90. DOI: 10.25702/KSC.2307-5252.2018.9.2.73-90. (In Russ., abstract in Eng.)
 14. Chernykh, S.I. (2018). [Social Elevators in Education: Problems and Solutions]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 27. No. 6, pp. 88-95. (In Russ., abstract in Eng.)

*The paper was submitted 10.01.19
Accepted for publication 20.02.19*