

Особенности организации открытых арт-пространств и подготовки специалистов для креативных индустрий в техническом вузе



**Методические
рекомендации**



**ИВАНОВСКИЙ
ПОЛИТЕХ**

**Особенности организации открытых арт-пространств
и подготовки специалистов для креативных индустрий
в техническом вузе.** – Иваново: Изд-во ИВГПУ, 2025 – 16 с.

Авторы-составители: Л.В. Ларионова, А.П. Новикова, П. Парышев
Под научным руководством канд. физ.-мат. наук, руководителя
Ресурсного центра социокультурной инноватики ИВГПУ Ф.И. Кагана

Фотографии
из открытых источников

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	03
Креативные индустрии и арт-пространства: основные понятия	04
Креативный кластер России: концептуальная схема и законодательная база	05
Креативный кластер России: статистика	06
Креативные пространства: примеры, отличия, общие черты	07
Иваново креативное	10
Арт-этаж ИВГПУ: пространство для учебы и творчества	12
Кто ты, креативное поколение?	13
Подготовка кадров: вызовы и решения	14
Создание арт-пространств: с чего начать	16
Заключение или Что в итоге?	17

В данной работе представлены результаты исследования, выполненного сотрудниками и студентами Ивановского государственного политехнического университета в 2025 году в рамках проекта «Наш АртЭтаж»¹ (Программа развития социального потенциала молодежи «Живи в Иванове, учись в Политехе» на 2025-2026 гг.).

Цель исследования состояла в выявлении типологических и пространственных особенностей организации креативных кластеров и открытых арт-пространств в России и определении отношения молодежи к креативным (творческим) индустриям² в негуманитарном техническом университете.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть понятия «креативные (творческие) индустрии» и «арт-пространство», как направлений самореализации молодых людей.
2. Выявить специфику арт-пространств в России.
3. Проанализировать существующие площадки для творческой и просветительской деятельности в городе Иванове.
4. Провести анализ результатов анкетирования студентов ИВГПУ и деятельности его культурных пространств.
5. Выявить основные проблемы подготовки специалистов творческих профессий в техническом вузе и обозначить основные факторы, которые следует учитывать при проектировании креативных кластеров и открытых арт-пространств, а также реализации государственной политики в сфере креативных индустрий в целом.

Результаты исследования адресованы преподавателям, сотрудникам и администрациям вузов, осуществляющих подготовку и переподготовку кадров для сферы креативной экономики, могут быть применены в учебном процессе по целому ряду укрупненных групп направлений подготовки, а также полезны сотрудникам учреждений культуры, организаций дополнительного образования и всем интересующимся данной проблематикой.

¹ Издание подготовлено при поддержке Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь). Организация – грантополучатель: Ивановский государственный политехнический университет.

² Словосочетания «творческие индустрии» и «креативные индустрии» имеют полностью совпадающие лексические значения

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ И АРТ-ПРОСТРАНСТВА: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Креативные индустрии — это относительно новое понятие, которое в последние годы стало широко использоваться в экономических и социологических исследованиях. Впервые этот термин был введен в Великобритании в 1990-х годах, когда местное правительство пришло к выводу, что культурные и творческие отрасли могут внести значительный вклад в экономическое развитие страны.

В настоящее время креативные (творческие) индустрии представляют собой один из наиболее активно развивающихся и перспективных секторов мировой экономики. По оценкам ООН вклад креативной экономики в разных странах в 2024 г. составлял от 2,6% до 10,3% ВВП³. По итогам 2024 года вклад креативных отраслей в российский ВВП составил 4,1% или 7,5 трлн рублей⁴.

В 2024 году принят Федеральный закон №330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ»⁵. Он вступил в силу в феврале 2025 года и содержит такое определение креативных индустрий:

«Креативная (творческая) индустрия — это экономическая деятельность, непосредственно связанная с созданием, продвижением на внутреннем и внешнем рынках, распространением и (или) реализацией креативного продукта, обладающего уникальностью и экономической ценностью»

Закон не содержит исчерпывающего перечня креативных индустрий, но приводит их следующую классификацию:

- **индустрии, основанные на историко-культурном наследии** (народные художественные промыслы, ремесла, деятельность галерей, деятельность по представлению обществу музейных предметов и музейных коллекций, производство продукции с использованием изображений музейных предметов, музейных коллекций, зданий музеев и иных объектов культуры и культурного достояния);

- **индустрии, основанные на произведениях литературы и искусства** (литературные, драматические, музыкально-драматические, хореографические, музыкальные, аудиовизуальные произведения, произведения изобразительного искусства, фотографические и другие, результаты издательской и исполнительской деятельности, включая исполнения артистов-исполнителей и дирижеров, постановки театральные, цирковые, кукольные, эстрадные, иные театральнo-зрелищные представления и фонограммы);

- **индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях** (обработка данных и разработка программного обеспечения, в том числе с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности, создание компьютерных игр и видеоигр, информационная, рекламная деятельность, деятельность СМИ и в сфере связей с общественностью, аудиовизуальный сервис, создание и использование иных результатов интеллектуальной деятельности, предназначенных для использования в интернете и для распространения в СМИ);

- **индустрии, основанные на прикладном творчестве** (создание и производство одежды, аксессуаров, декоративно-прикладное и сценографическое искусство, дизайн, архитектура, гастрономия).

³ [Доклад «Перспективы развития креативной экономики 2024»](#) Ген.секретаря ООН по торговле и развитию

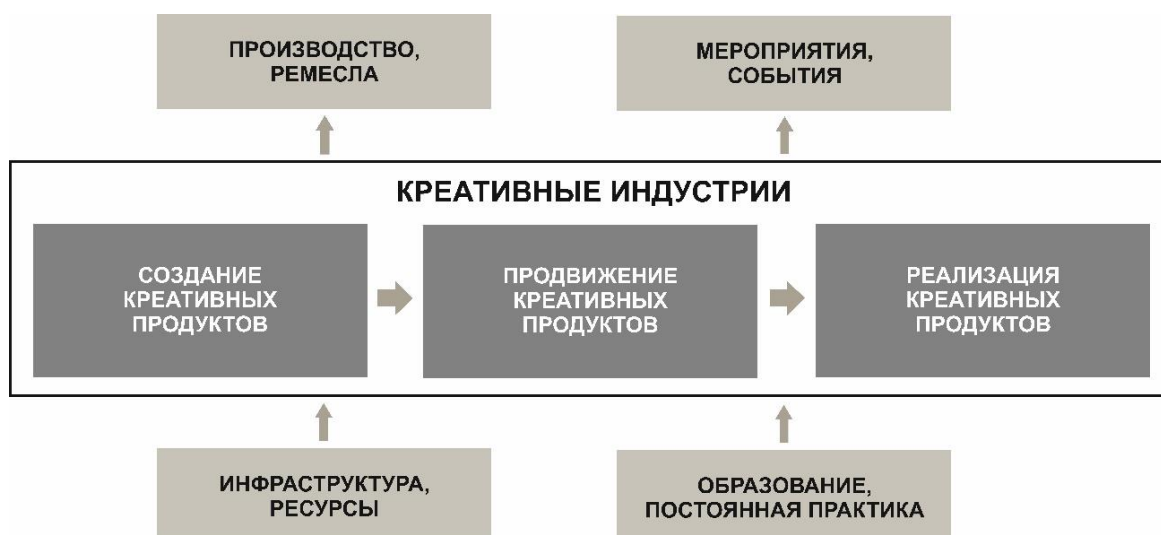
⁴ UNESCO [Institute for Statistics](#), 2024

⁵ Федеральный закон №330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в РФ»

Что касается понятия «арт–пространство», на сегодняшний день оно законодательно не сформулировано и не закреплено. Тем не менее, довольно широко используется в научных трудах, а подобные площадки стали неотъемлемыми центрами культурной жизни крупных городов. С учетом мнений ряда исследователей, в данных Методических рекомендациях предлагается следующая формулировка:

«Арт-пространство – это площадка либо территория с открытым доступом, которая предназначена для самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия высокообразованных и талантливых людей, готовых создавать уникальные креативные продукты»

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСТЕР РОССИИ: концептуальная схема и законодательная база



Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года⁶.

Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2024 г. № 309 «О национальных целях» (п.4ф «увеличение доли креативных (творческих) индустрий в экономике»)

Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»

Региональный стандарт развития креативных индустрий, к которому уже присоединились более половины субъектов Российской Федерации⁷

⁶ Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р

⁷ [Центр развития креативной экономики АСИ](#)

КРЕАТИВНЫЙ СЕКТОР РОССИИ: статистика

06

Темпы прироста валовой добавленной стоимости в 1,7 раза выше средних по экономике (19,0%).

Доля креативного сектора среди ИП в 2 раза выше, чем среди организаций (ООО).

Высокая доля креативных профессий вне креативных индустрий (39,7%).

Преобладающие индустрии креативного сектора: «Программное обеспечение», «Реклама и пиар», «Мода, культура и искусство» (49% организаций и 66% индивидуальных предпринимателей).

Большинство представителей креативных профессий имеют высшее образование (70%) и работают по специальности или близко к ней. Из них, 64% - моложе 45 лет, 55% - мужчины.

Наиболее распространенные информационные услуги - маркетинговые, консалтинговые, рекламные и исследовательские.

Наиболее популярные профессии специалистов, занятых в креативных индустриях:

В ИКТ:

- Системные аналитики
- Разработчики программного обеспечения
- Разработчики web- и мультимедийных приложений
- Программисты приложений

В области моды и дизайна:

- Дизайнеры товаров и одежды
- Графические и мультимедийные дизайнеры
- Фотографы (художественные)
- Художники-декораторы и оформители

В области рекламы:

- Специалисты по рекламе и маркетингу
- Специалисты по связям с общественностью

В области культуры и искусства:

- Специалисты архивов и музеев
- Режиссеры кино, театра и родственные им деятели искусства,
- Продюсеры
- Писатели, поэты и другие литераторы
- Дикторы радио и телевидения
- Специалисты библиотек
- Журналисты
- Актеры
- Переводчики и другие лингвисты
- Музыканты, певцы, композиторы
- Художники

По данным Росстата и ИСИЭЗ НИУ ВШЭ⁸

⁸ По данным Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ

КРЕАТИВНЫЕ ПРОСТРАНСТВА: примеры, отличия и общие черты

В нашей стране первые креативные пространства (кластеры) стали появляться в начале XXI века, а в 2023 году в России действовало уже 420 арт-кластеров⁹. Лидер по их количеству — Москва, далее идут Санкт-Петербург и Новосибирская область. Ивановская область в рейтинге креативных регионов России - 2024 занимает 6-ю позицию¹⁰. Москву по праву можно считать креативной столицей России. В столице формируется основная часть добавленной стоимости таких креативных индустрий, как: реклама - 87,6%, теле- и радиовещание - 83,7%, сектора информационных технологий - 68,4%, киноиндустрии - 67,5%¹¹.

Одним из первых кластеров креативных индустрий стал столичный **Центр цифрового искусства Artplay Media**. После реконструкции помещений бывшего завода «Манометр» там располагаются интерьерные шоурумы, архитектурные офисы, студии дизайна, брендовые магазины и мультимедийные выставки. В июне 2020 года Центру Artplay присвоен статус первого в России креативного технопарка.

Еще одним большим частным арт-центром в России считается **Центр современного искусства Винзавод**. Его арт-кластер объединяет 13 галерей современного искусства со свободным входом, Открытые мастерские художников, образовательные локации, дизайн-студии и детские творческие мастерские, магазины и рестораны.

В 2009 году на территории бывшего Хрустально-стекляного завода имени М.В. Калинина открылся огромный торгово-выставочный и офисный комплекс **Центра Флакон (сегодня – Дизайн завод)**. Одно из направлений, на котором фокусируется арт-пространство, это музыкальная культура вокруг и внутри него за счет организации фестивалей, концертных площадок и тематических вечеринок.

С 2019 г. в столице реализуется мегапроект по созданию **Московского кинокластера**. Ключевыми объектами кластера стали кинопарк и кинозавод «Москино», две площадки киностудии им. Горького. К 2030 г. на этих площадках будет сниматься до 80% российских кинопроектов.

За период с 2020 по 2024 гг. в Москве при поддержке городских властей для начинающих художников открыты: **творческий центр «Московские мастерские»** (35 бесплатных художественных студий, лекторий, выставочный зал); **«Арт фабрика»**, где художники, дизайнеры и архитекторы ищут оригинальные решения в ответ на запросы застройщиков, владельцев отелей, торговых центров и других организаций; **«Дизайн-цех»**, специализация которого - разработка сувенирной продукции.

В 2025 г. на территории «Сколково» открылся специализированный **Видеоигровой кластер Москвы**. Инфраструктура кластера включает офисы резидентов, студии захвата движения и звукозаписи, киберспортивную и выставочную зоны, кинозал для просмотра созданного материала, а также пространства для образования и отдыха – лекторий, капсульный отель.

В Санкт-Петербурге одним из популярных общественных мест и районообразующим кластером считается **арт-пространство Фабрика**, которое располагается на одном из этажей «Петровско-Спасской мануфактуры». Включает в себя ресторан и площадку для проведения выставок, концертов и фестивалей.

⁹ По данным Института развития креативных индустрий НИУ ВШЭ

¹⁰ Рейтинг креативных регионов России.

¹¹ По данным Института статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ

В популярном формате антикафе в городе на Неве работает и **Центр Mood Makers**. Арт-пространство включает караоке-клуб, игровые локации и банкетный зал. Особенностью является наличие лофтов, стилизованных под разные страны и исторические периоды.

Еще одно арт-пространство Санкт-Петербурга - **Галерея цифрового искусства «Цифергауз»**. Располагается арт-пространство в Новой Голландии – на искусственном острове, созданном в XVIII веке при Петре I. Посетителям предлагают прогулки по зеленым лужайкам, экскурсии по истории острова, посещение художественных выставок и разнообразные гастрономические предложения от резидентов-ресторанов.

С 2018 года модным культурным и гастрономическим пространством в Санкт-Петербурге стала бывшая кожевенная фабрика купцов Брусницыных конца XIX века. **Арт-кластер Брусницын** привлекает различными выставками, участием в культурных мероприятиях, отдыхом в кафе и ресторанах, шопингом в дизайнерских бутиках. Отличительной особенностью является действующий на территории театр.

В Екатеринбурге функции музея и общественного центра объединяет **Креативный кластер Л52**, который является частью Музея истории Екатеринбурга-Свердловска. Кластер включает в себя Народный Университет, творческие мастерские и Центр авангарда.

В Казани популярным местом считается **Штаб**. В Штабе функционируют кафетерий, коворкинг, кофейня «Иртэ», выставочная площадка, офис-боксы для резидентов, лекторий и творческая лаборатория «Угол».

В общем и целом, специфика арт-пространств в России заключается в их многофункциональности, открытости, способности к взаимодействию с аудиторией, гибкости форматов и мультидисциплинарном подходе. Большинство из них возникли на коммерческой основе. Вместе с тем, существуют арт-кластеры, созданные по государственным программам развития и поддержания искусства. Самый крупный из них - арт-кластер «Таврида».

Отдельно стоит выделить столичные арт-кластеры. Главный драйвер креативной экономики Москвы – это столичная среда, в которой сконцентрированы и большое количество талантливых специалистов, и ключевые заказчики. Другой важный фактор роста – кластерный подход, который реализуют московские власти. Имея четко выраженную якорную функцию, кластер создает точки притяжения. Способствует развитию креативной экономики и растущий внутренний спрос на культурный и цифровой контент. Кино, анимация, геймдев пользуются большим интересом у молодежи, а инфраструктура для создания этих продуктов сосредоточена в столице. Что касается форм собственности, стоит отметить: наряду с крупными частными, в Москве есть и социально ориентированные арт-кластеры с бесплатными услугами, возникшие по инициативе и при поддержке властей.

Объединяют столичные и периферийные креативные кластеры и арт-пространства следующие особенности:

1. Сочетание социокультурного и коммерческого аспектов: арт-пространства призваны приносить доход, поэтому включают фудкорты, кафе, шоурумы, коворкинги с арендой мест, различные салоны и магазины.
2. Наличие площадок для образовательных и просветительских мероприятий - мастер-классов, семинаров, школ, курсов и т.д.
3. Наличие выставочных залов, театральных и иных творческих площадок.
4. Важность оформления пространства, в том числе внешнего облика зданий и прилегающей территории, подчеркивающих историческую и культурную ценность объекта.
5. Размещение на территориях бывших производственных зданий, утративших первоначальное значение. Большинство столичных арт-кластеров появились на волне ревитализации бывших фабрик и заводов, впоследствии ставших знаковыми точками сбора творческой молодежи

6. Форматы работы, интересные как для молодежи, так и для старшего поколения.
7. Привлечение аудитории также проходит с помощью программ публичных событийных мероприятий.
8. Расположение в зависимости от многих факторов — стоимости аренды, проходимости, окружения, но главное – от типа кластера. Культурно-досуговым кластерам, чья основная цель — организация развлечений и проведение мероприятий, затруднительно функционировать в удалении от центра. (Однако есть исключения, например, Музей стрит-арта в Санкт-Петербурге). Пространства, созданные под производства, мастерские, архитектурные и дизайн-бюро, могут располагаться на периферии города. Но им нужна транспортная доступность.
9. Креативные кластеры в городах могут влиять на окружающую среду или подстраиваться под нее.
10. Специализацию арт-кластера определяет правильный отбор резидентов, позволяющий собрать на площадке схожие по духу проекты.

Представление о масштабе креативного сектора (в динамике и по регионам) дает Рейтинг креативных регионов России. Рейтинг с 2023 г. готовит Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ по 52 показателям, исходя из данных Банка России, Минкультуры, Минпросвещения, Минцифры России, Роспатента, Росстата, ФНС и др.). Сравнение данных рейтинга за два года:

1. Очевидно преобладание в первой двадцатке рейтинга субъектов из европейской части России и Уральского федерального округа.
2. Регионы-лидеры с крупнейшими мегаполисами характеризуются высоким уровнем урбанизации и вовлеченностью населения в культурную жизнь, а потому обладают креативным преимуществом в элитарных направлениях культуры (театры, музеи, культурно-массовые мероприятия).
3. Регионы из группы культурно-исторических центров уделяют особое внимание своему прошлому и культурной преемственности.
4. Специализациями небольших по численности населения регионов являются отдельные виды креативных индустрий. В частности, наиболее выраженными креативными секторами Ивановской области, специализирующейся на легкой промышленности, оказались «Дизайн», «Мода» и «Народные художественные промыслы и ремесла» с сопутствующими видами деятельности – текстильным и швейным производствами. Причем, в регионе уровень развития указанных сопутствующих видов деятельности заметно опережает уровень развития самих креативных индустрий.

Арт-пространства (или креативные пространства) в вузе, как правило, — это открытые творческие площадки, где люди могут самовыражаться, обмениваться идеями, объединяться, проводить творческие выставки и встречи. В 2023 г. по инициативе арт-кластера «Таврида.АРТ» в рамках проекта «Вдохновляйся с Тавридой» были созданы творческие пространства для студентов в пяти университетах: Южном федеральном университете (Ростов-на-Дону), Донецком национальном университете экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, Пензенском государственном университете архитектуры и строительства, Национальном исследовательском Нижегородском государственном университете им. Н. И. Лобачевского (Нижний Новгород), Ярославском государственном педагогическом университете им. К. Д. Ушинского.

Творческие пространства были вписаны в помещения учебных корпусов. В холлах и аудиториях вузов установили комфортную мебель, символические арт-объекты, стены расписали граффити и декорировали стильными вывесками и афишами. Каждое из пространств дополнили значимыми и важными для вуза вещами, историческими предметами, портретами личностей, оказавших влияние на развитие вуза.

Развивая креативные индустрии, каждый регион движется по собственному пути. Можно сказать, что в Иванове это движение началось с 2017 г., с открытия третьей в России «Точки кипения». Данный формат предложен и продвигается Агентством стратегических инициатив (АСИ) как некое пространство, виртуальное и физическое, в котором люди собираются, выдвигают и обсуждают различные идеи. Ивановская «Точка кипения» была создана по отраслевому принципу: для поддержки и развития рынка FashionNet. Инициатор ее создания, известный бизнесмен и меценат Кирилл Игнатьев (ГК «Русские инвестиции») пытался соединить индустрию моды с IT-технологиями и общественным заказом, надеясь, что в Иванове из «Точки кипения» вырастет креативный кластер, а регион получит новый импульс для создания и развития не только производственных, но и технологических, креативных компаний. О результате сказать сложно, поскольку любой проект может быть оценен точно, только когда он закончен. А «Точки кипения» по-прежнему создаются в вузах, на производствах и открытых городских пространствах, поддерживая профессиональные сообщества и помогая запускать проекты.

По прошествии некоторого времени креативная специфика региона, связанная с его творческим потенциалом и культурными ресурсами, была расширена. Помимо дизайна и моды, ставка сделана на урбанистику малых городов, создание комфортной городской среды и народные промыслы.

В 2024 году регион вошел в шорт-лист национальной премии «Russian Creative Awards» в номинации «Креативный регион». В том же году Ивановская область (наряду с Москвой и Санкт-Петербургом) оказалась в первой десятке креативных регионов России по рейтингу Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. По состоянию на 2025 г. в Иванове и области действуют следующие арт-кластеры и пространства:

- **Арт-резиденция в здании железнодорожного вокзала**, построенного в 1933 году в стиле конструктивизма. Инициатива - без ориентации на финансовую выгоду. Место для проведения выставок, фестивалей, деловых форумов.



- **«НИМ-Лофт»** - арт-пространство, созданное на территории бывшей текстильной фабрики на примере коммерческой ревитализации столичных промзон. Бывшие цеха превращены в лофт-студии, офисы и открытые локации, где проходят выставки, лекции, фестивали и концерты.



- **Палех** – уникальной в своем роде арт-кластер, представленный целым старинным поселком художников и иконописцев, где каждый четвертый житель связан с творчеством и искусством.



- **BÜRO** - арт-пространство с возможностью аренды кабинетов с интерьерами начала XX века под камерные мероприятия, свадьбы, бизнес-завтраки, квартирники и творческие фотосессии.



- **«Земля беспечальных людей»** - творческое объединение, включающее Дом Ивановского Беспечальника, фабрику игрушек «Моя Забава», «Хозяйство Старика-Годовика», выставку костюмов по сказам М.Х. Кочнева и «Маленький фарфоровый завод».



- **Мастерская ГЛИНА** – арт-пространство, где не только научат создавать уникальные керамические изделия, но и помогут организовать девичник, день рождения, встречу одноклассников или просто друзей.



- **Холуй** – село-академия, известное традициями иконописи, лаковой миниатюры и Холуйским институтом живописи и лаковой миниатюры им. Н.Н. Харламова. Место проведения ежегодного арт-фестиваля «Русская Венеция», возродившего традицию росписи лодок-«фараонок».



- **Terracotta** - творческое пространство с мастерской-оазисом и мастер-классами по декору и флористике. Место для проведения девичников, дней рождений, тимбилдингов, корпоративных мероприятий, фотосессий.



- **Галерея современного искусства ARTHUB.** Пространство для проведения выставок, мастер-классов, творческих вечеров и других событий, продажи сувенирной продукции.



- **Арт-Релакс** - уютное пространство в центре Иванова с арендой студий для проведения тренингов и игровых практик, творческий мастер-классов, деловых встреч и консультаций.



- **RWB – Пространство** - Планируемый к созданию в Иванове центр образования, массовых мероприятий, выставок, дизайна и других активностей для селлеров Wildberries и креативных предпринимателей.



- **«АртЭтаж»** - творческий кластер, который формируется в Ивановском государственном политехническом университете при грантовой поддержке Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодёжь).



АРТ-ЭТАЖ ИВГПУ: пространство для учебы и творчества

Ивановский Политех отличают богатые художественные традиции с давней историей, берущей свое начало еще со знаменитой Текстильной академии и Архитектурно-строительного университета. Тем не менее, до сих пор в объединенном в 2018 г. вузе не существовало единого арт-пространства, органично вписанного в образовательную среду. Решить эту задачу мог бы АртЭтаж» с комплексом культурных центров, «под крышей» которых проходят художественные и фотовыставки, экспериментирующие с жанром, формой и подачей самодельные театральные постановки, открытые лекции и мастер-классы, доступные как студентам и преподавателям, так и школьникам или гостям вуза.

Идея создать такое пространство, вернее арт-кластер, являющийся визуализацией и смысловым продолжением образовательных программ Политеха творческой направленности, появилась в 2025 году. Поскольку креативные индустрии становятся все более важной частью экономики и общественной жизни страны, и это одна из специализаций и отличительная черта Ивановского Политеха. Помимо кадров для строительной индустрии и легпрома, в регионе именно наш университет готовит специалистов для сферы моды, текстильного, архитектурного, средового, фешн-, цифрового и гейм-дизайна. Выпускники ИВГПУ и его колледжа также работают в рекламе и сфере медиакоммуникаций, проявляют себя в изобразительном или декоративно-прикладном искусстве, возрождают ремесла и народно-художественные промыслы.

В качестве основной локации был выбран третий этаж главного корпуса ИВГПУ на Шереметевском проспекте. Центр города, рядом остановки городского транспорта, парковые зоны, три крупных вуза, Колледж культуры, Областная научная библиотека, кафе и рестораны быстрого питания. В университете, на выбранном этаже располагаются Детская творческая мастерская, музейно-исторический центр «Наследие» - правопреемник музеев боевой и трудовой славы ИГТА и ИГАСУ, демонстрационно-выставочный зал «Синергия» с подиумом для модных показов и экспозиционными площадями-трансформерами, культурный центр «Ювента», ставший когда-то местом рождения уникальных музыкально-литературных постановок самодельного театра «Резонанс», а ныне – место творческих встреч с художниками, поэтами, актерами, кинозал и киностудия одновременно, площадка для проведения открытых «уроков погружения», потрясающих своей патриотической мощью и глубиной.

На этаже работают кабинет психологической разгрузки и Ресурсный центр социокультурной инноватики. Поблизости, с одной стороны – творческие мастерские кафедры дизайна костюма и текстиля им. Н.Г. Мизоновой, с другой – кафедры конструирования швейных изделий. Благодаря поддержке администрации университета и Росмолодежи в 2025 г. на месте ранее неиспользуемой, но отремонтированной аудитории здесь появилось новое арт-пространство с экспозоной «Русь народная: мотивы» и студией арт-дизайна, предназначенных для проведения культурных мероприятий, развлечений и работы. В холлах этажа после завершения ремонта также появятся дополнительные демонстрационно-информационные зоны. Еще одной дополнительной площадкой для продвижения креативных продуктов и их авторов станет первый студенческий Арт-Маркет – интернет-каталог с работами молодых живописцев, дизайнеров, модельеров, архитекторов и просто творческих людей. Для вуза, который ведет подготовку по творческим специальностям, создание арт-кластера имеет особое значение. Проект не только работает на имидж университета, выделяя его на фоне остальных. Прежде всего, он задуман как очередной шаг к созданию единой социокультурной среды в негуманитарном техническом вузе и базы, благодаря которой студенты смогут сделать свои первые шаги в творческих профессиях.

КТО ТЫ, КРЕАТИВНОЕ ПОКОЛЕНИЕ?

Креативный сектор оброс цифрами. Именно в этой области возникает все больше новых профессий и рыночных ниш. Чтобы очертить границы интереса студентов ИВГПУ и его колледжа к новому экономическому сектору и выявить базовые или ситуативные проблемы в подготовке специалистов творческих профессий, командой проекта «Наш АртЭтаж» было проведено социологическое исследование¹². В качестве метода сбора первичной информации выбран анонимный онлайн-опрос без непосредственного взаимодействия исследователей с опрашиваемыми (респондентами).

В опросе приняли участие 150 студентов ИВГПУ, обучающихся по программам ВО и СПО. Доля опрошенных в возрасте до 18 лет составила 4%, от 18 до 25 лет — 78%, свыше 25 лет — 18%. В числе респондентов оказалось всего 7% мужчин и 93% женщин.

66% опрошенных знакомы с термином «креативные (творческие) индустрии», еще 31% что-то слышали, остальные (3%) не имеют представления, что это такое. Из трех предложенных вариантов правильное определение выбрали 52%. То есть, студенты Политеха довольно хорошо информированы о самом понятии «креативные (творческие) индустрии». В известной степени оттого, что каждый третий респондент (35%) учится на соответствующем направлении и осваивает творческую профессию.

Многие довольно точно определили, какие виды деятельности относятся к данному сектору экономики. Чаще всего были названы мода и дизайн. Далее, в убывающем по степени значимости порядке следуют: музыка, исполнительское искусство, театр; изобразительное искусство; дизайн-бюро, креативные отделы на производствах (!); архитектура; VR/AR, ТВ, кино, анимация. Иначе говоря, типичными представителями креативного сектора зумеры и миллениалы считают людей искусства (актеров, музыкантов, композиторов, художников), а также обладателей прикладных творческих профессий (модельеров, дизайнеров, архитекторов, специалистов, работающих с народно-художественными промыслами). Однако разработчиков программного обеспечения, гейм- и цифровых дизайнеров, рекламщиков, промоутеров, бренд-и пиар-менеджеров студенты к креативному классу не относят. Между тем, в 2023 г. именно айтишники возглавили народный рейтинг самых желанных и доходных профессий, а сама сфера IT в паре с рекламой обеспечивают наибольший вклад в ВВП большинства мировых экономик.

Среди наиболее важных качеств и универсальных навыков названы творческие способности, насмотренность, постоянная практика и желание самовыражаться. Материальная мотивация оказалась в ряду второстепенных качеств. Лишь 13% респондентов назвали уровень дохода главным критерием.

84% опрошенных считают развитие креативных индустрий важным для экономики Иванова, 5% выразили несогласие и уверены, что творческий сектор вообще не влияет на развитие города. Каждый пятый (21%) считает, что роль креативных индустрий сильно преувеличена, и драйвером экономики в масштабе всей страны им не стать.

Практически все опрошенные знают о существовании в вузе творческих локаций, однако чаще всего называют кафедру дизайна костюма и текстиля им. Н.Г. Мизоновой, кафедру конструирования швейных изделий и фотостудию «Мед». Это говорит о низкой информированности студентов о функционале остальных девяти указанных в анкете арт-пространств и слабой их включенности в учебный процесс. При этом 95 % студентов выразили желание посетить проводимые там мероприятия.

¹²«Исследование уровня осведомленности молодежи о понятии «креативные индустрии». ИВГПУ, 2025

ПОДГОТОВКА КАДРОВ: ВЫЗОВЫ И решения

В соответствии с Концепцией развития творческих индустрий, к 2030 году вклад креативного сектора экономики в России должен вырасти до 6% ВВП. Но недостаток информации об особенностях его формирования и развития, а также ряд иных проблем, снижающих эффективность государственной политики на уровне региона, города и отдельных образовательных организаций, увеличивает риски недостижения целевых показателей.

С учетом сказанного, а также принимая во внимание результаты соцпроса обучающихся университета и данные результатов аналитических работ ведущих российских исследовательских центров, ниже представлен ряд общих проблем в подготовке кадров для креативного сектора, с целью преодоления которых образовательным организациям, реализующим соответствующие программы и формирующим на своих территориях экосистему арт-пространств, предлагается ряд следующих рекомендаций:

Проблема

Низкая информированность молодежи о функционале действующих в вузе арт-пространств и возможности самореализации в сфере креативных индустрий

Рекомендуемые меры:

- Развитие профориентационных и просветительских инструментов (события, обучающие программы, курсы, мастер-классы для желающих заниматься творчеством профессионально, экскурсии и проф. десанты, встречи с успешными представителями креативного бизнеса, творческих союзов и объединений и т.п.).
- Реализация активной информационной кампании по мерам поддержки представителей творческих профессий и креативного предпринимательства (финансовая, налоговая и организационная поддержка, новостные интернет-ресурсы и сервисы).
- Создание соответствующей инфраструктуры, обеспечение доступности арт-пространств и материальных ресурсов.
- Обеспечение защиты интеллектуальной собственности и авторских прав.

Проблема

Несоответствие базовых образовательных форматов задачам подготовки специалистов для креативных индустрий. Трудности с интеграцией элективных и дополнительных образовательных курсов из-за низкой культуры их организации

Рекомендуемые меры:

- Изменение базовых образовательных форматов в направлении от традиционных лекционных – к свободным творческим («мастерские», «школы», «открытые авторские курсы»).
- Проведение гостевых лекций, семинаров и рабочих групп с участием известных деятелей в области культуры и искусства.
- Поощрение участников арт-пространств посещать внешние мероприятия - конференции, фестивали и выставки, чтобы развивать насмотренность, обновлять знания, устанавливать новые контакты.
- Стимулирование междисциплинарной открытости и творческого взаимодействия кафедр вуза.
- Организация проектной деятельности с созданием конкретных креативных продуктов, которые можно использовать с пользой для университета либо дорабатывать до стартапа.

- Организация менторства с руководством и консультациями от экспертов в своей области, построение сети взаимодействия между опытными и начинающими участниками креативных проектов, чтобы обмен знаниями и опытом был взаимным.
- Обеспечение обратной связи о качестве образовательных программ и курсов среди студентов (прямое анкетирование, онлайн-опросы, чаты в мессенджерах и пр.).
- Мониторинг профильного трудоустройства выпускников.
- Обеспечение доступа к современным, в том числе цифровым или высокотехнологичным инструментам творчества.
- Разнообразие форм культурной деятельности, в том числе появившихся в последние годы (виртуальные и цифровые галереи, экологичное и уличное искусство, интерактивы, смешанные жанры, возрождение локальных культур и традиций и пр.)

Проблема

Дефицит «продюсеров» образовательных программ, понимающих реальные запросы креативных (творческих) индустрий. Нехватка преподавателей, имеющих практический опыт работы в креативных индустриях

Рекомендуемые меры:

- Приглашение действующих специалистов-практиков, понимающих запросы и тенденции развития рынка труда креативных (творческих) индустрий.
- Формирование пула экспертов, в том числе приглашенных, умеющих выстраивать концепции современных (актуализированных) образовательных программ.
- Организация стажировок ППС в компаниях, представляющих креативные индустрии.
- Введение системы «внешнего» рецензирования образовательных программ со стороны университета, бизнеса, государства (Региональной опорной организации-координатора в сфере креативных индустрий при наличии).

Проблема

Отсутствие единого запроса со стороны креативного сектора, ввиду отсутствия самой индустрии как единого «цеха», следовательно отсутствие системной работы

Рекомендуемые меры:

- Расширение каналов общения, развитие коммуникационных связей с успешными выпускниками, предпринимателями, управленцами и экспертами в сфере креативных индустрий.
- Проведение совместных с креативным сектором мероприятий в крупных событийных форматах.
- Интеграция университета в образовательные программы родственных вузов, колледжей, организаций дополнительного образования, центров развития и поддержки талантливой молодежи и подростков.
- Усиление коммерциализирующей функции арт-центров и арт-пространств через взаимодействие с потребителями арт-индустрии.
- Участие вуза в выводе творческой деятельности на новый уровень, близкий к появлению в регионе новых креативных производств, как массового явления, в том числе претендующих на статус драйвера культурного туризма.

СОЗДАНИЕ АРТ-ПРОСТРАНСТВ: с чего начать

Арт-пространства играют важную роль в формировании креативной среды вуза, стимулируя развитие творческих способностей студентов, создавая условия для самовыражения и междисциплинарного взаимодействия. Для успешного внедрения и функционирования арт-пространств рекомендуется учитывать ряд ключевых моментов.

1. Определение целей и функций пространства

Перед созданием арт-пространства важно определить цели и задачи, которые оно должно решать. Это может включать:

- стимулирование творческой активности студентов;
- развитие художественных навыков и компетенций;
- создание условий для культурного досуга и отдыха;
- укрепление имиджа образовательной организации как центра культуры и искусства.

2. Выбор места расположения

Арт-пространство должно располагаться в доступном месте, удобном для посещения. Важно также учесть возможности расширения пространства в будущем.

3. Оформление интерьера

Дизайн интерьера играет ключевую роль в создании атмосферы творчества и вдохновения. Рекомендуется использовать необычные подходы к оформлению пространства, выбору мебели и декора, создавать зоны для учебных занятий и групповых внеучебных мероприятий.

4. Оборудование

Для полноценного функционирования арт-пространства необходимы мультимедийное оборудование, доступ к высокоскоростному интернету и различным материалам и инструментам для творчества.

5. Организация мероприятий

Регулярное проведение мастер-классов, выставок, встреч, гостевых лекций, семинаров и иных, различных по формату, бюджету и массовости событий способствует активному вовлечению студентов в творческую жизнь вуза. Мероприятия могут проводиться как силами самих студентов, так и приглашенными специалистами, а календарь событий поможет отражать актуальные тренды и интересы.

6. Поддержка со стороны кураторов/организаторов арт-пространства

Может включать:

- ненавязчивую менторскую поддержку начинающим;
- поощрение свободного творческого самовыражения, эксперименты и инициативы;
- регулярные обзоры и оценку проектов;
- доступ к онлайн-курсам и образовательным ресурсам, стимулирующим молодежь к самообразованию и саморазвитию;
- содействие установлению долгосрочных связей и общению вне пространства путем создания интернет-платформ или социальных групп;
- регулярный сбор обратной связи и использование полученных данных для улучшения и совершенствования креативного пространства.

7. Поддержка со стороны администрации

Администрация должна выделять необходимые ресурсы и финансирование для:

- реализации проектов;
- формирования насмотренности в ходе посещения фестивалей, выставок, конференций и арт-резиденций в своем городе и других регионах;
- знакомства с вузом школьников и гостей города.

8. Интеграция с образовательным процессом

Интеграция арт-пространства в учебный процесс позволит повысить мотивацию студентов, развивать творческие способности и формировать профессиональные компетенции.

Таким образом, креативные кластеры, как компактная, чаще всего ограниченная территория, объединяющая творческие арт-пространства и взаимодополняющие бизнесы - это инструмент формирования и укрепления одного из самых быстрорастущих секторов мировой экономики сектора креативных индустрий. Социально-экономический эффект от креативных пространств заключается:

- в формировании благоприятной среды для развития стартапов и малого бизнеса, генерации новых продуктов и услуг, создания новых рабочих мест;
- в привлечении профессионалов из различных областей творчества к формированию привлекательной культурной среды для молодежи;
- в креативном использовании культуры и исторической памяти для массового восприятия и воспитания чувства патриотической принадлежности к нации и стране;
- в ревитализации заброшенных или неиспользуемых промышленных объектов и целых территорий, сохранении объектов исторического и культурного наследия;
- в привлечении внимания абитуриентов к университетам, возможности взглянуть на них с новой стороны, благодаря новизне феномена арт-пространства.

Единого шаблона для создания креативных кластеров и пространств не существует, все зависит от конкретного региона, возможностей и запросов со стороны бизнеса, образовательных организаций, творческих сообществ. К тому же, в последние годы они зачастую создаются региональными администрациями как дань актуальной повестке, на благо и в интересах экономики впечатлений либо формируются самими участниками рынка, чаще всего по принципу отраслевой близости, методом проб и ошибок. При этом, прямое заимствование чужого опыта без должного осмысления сомнительно, однако позволяет выделить основные кластерообразующие элементы. Первый элемент – «ядро» кластера. Это коммерческие структуры, имеющие максимальный доход от кластера. Вторая группа – вспомогательные элементы: офисы, коворкинги, досуговые и творческие пространства, точки питания и торговли, транспортные узлы, виртуальные сети и пр. К третьей группе структурных элементов следует отнести учебные заведения, исследовательские центры, «школы», «корпоративные университеты», предлагающие различные программы обучения, акселерации, менторства.

ЧТО В ИТОГЕ?

Гипотеза о том, что креативные индустрии приведут к росту экономики страны, делает очевидной необходимость дальнейшего изучения вопроса и разработки новых современных подходов к организации креативных кластеров, открытых арт-центров и арт-пространств. При том, что драйверами активного роста креативных индустрий продолжат выступать творческая, интеллектуальная составляющая, инвестиции в человеческий капитал и включение в составы творческих кластеров научно-образовательных организаций, обеспечивающих растущий креативный сектор экономики талантливыми соиздателями и управленческими кадрами.

«Креативный кластер, как пространство, не несет в себе никакой функции, пока там не появятся люди и проекты. Можно создать отличное арт-пространство, но без правильных резидентов, событийной программы, форматов развития территорий и вообще без какой-либо стратегии оно не станет работать»¹³.
(**Екатерина Черкес-заде**, директор центра по развитию креативной экономики Агентства стратегических инициатив по продвижению новых проектов (АСИ))

¹³ Практическое руководство по созданию креативного кластера.

Центр городских компетенций АСИ, Флакон (<https://asi.ru/library/creative/199157/>)