

## ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ЯВЛЕНИЯ

Научная статья

УДК 316.334.56

[https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-1\(10\)-91-118](https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-1(10)-91-118)

Социологические науки



### Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий: опыт проекта «Зеркальные лаборатории»

Зоя Юрьевна Желнина <sup>1а</sup>,  
Ирина Алексеевна Сизова <sup>2б</sup>

<sup>1</sup> Мурманский арктический университет, Мурманск, Российская Федерация

<sup>2</sup> Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Российская Федерация

<sup>а</sup> [zzhelnina@yandex.ru](mailto:zzhelnina@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0001-7284-0779>

<sup>б</sup> [iasizova@hse.ru](mailto:iasizova@hse.ru), <https://orcid.org/0000-0003-1607-7275>

**Аннотация.** Горизонтальная интеграция регионов – это процесс сотрудничества и объединения усилий между различными регионами для достижения общих целей и решения общих проблем. Этот процесс может проявляться в различных сферах, включая экономику, науку, культуру, образование и другие сферы. Целью горизонтальной интеграции регионов на основе научно-исследовательских проектов является укрепление связей, повышение уровня взаимодействия и сотрудничества между различными регионами, что способствует росту экономики, развитию научных и культурных обменов, а также повышению общего уровня благосостояния и развития. В статье приводится опыт взаимодействия научных команд двух университетов – Мурманского арктического университета и НИУ

«Высшая школа экономики» по изучению влияния арктического туризма и креативных индустрий на социально-экономическое развитие арктического региона. Результаты проекта имеют прикладное значение для Мурманской области и могут быть масштабированы на другие регионы АЗРФ с учетом определенных региональных нюансов.

*Ключевые слова:* научно-исследовательские проекты, арктический туризм, креативные индустрии, горизонтальная интеграция

*Для цитирования:* Желнина З.Ю., Сизова И.А. Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий: опыт проекта «Зеркальные лаборатории». Россия: общество, политика, история. 2024. №1(10). С. 91-118.

## SOCIAL PROCESSES AND PHENOMENA

Original article

Sociological sciences

[https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-1\(10\)-91-118](https://doi.org/10.56654/ROPI-2024-1(10)-91-118)



### Development of Arctic Tourism and Creative Industries as Drivers for the Transformation of Arctic Cities and Territories

Zoya Y. Zhelnina <sup>1a</sup>,

Irina A. Sizova <sup>2b</sup>

<sup>1</sup> Murmansk Arctic University, Murmansk, Russian Federation

<sup>2</sup> National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russian Federation

<sup>a</sup> [zzhelnina@yandex.ru](mailto:zzhelnina@yandex.ru), <https://orcid.org/0000-0001-7284-0779>

<sup>b</sup> [iasizova@hse.ru](mailto:iasizova@hse.ru), <https://orcid.org/0000-0003-1607-7275>

**Abstract.** Horizontal integration of regions is a process of cooperation and unification of efforts between different regions to achieve common goals and solve common problems. This process can manifest itself in various areas, including economics, science, culture, education and other areas. The goal of horizontal integration of regions based on research projects is to strengthen ties, increase the level of interaction and cooperation between different regions, which contributes to economic growth, the development of scientific and cultural exchanges, and an increase in the overall level of welfare and development. The article presents the experience of interaction between scientific teams of two universities - the Murmansk Arctic University and the Higher School of Economics National Research University - to study the influence of Arctic tourism and creative industries on the socio-economic development of the Arctic region. The results of the project have practical significance for the Murmansk region and can be scaled up to other regions of the Arctic territories of the Russian Federation, taking into account certain regional nuances.

*Keywords:* scientific project, Arctic tourism, creative industries, horizontal integration

*For citation:* Zhelnina, Z.Y., Sizova, I.A. Development of Arctic Tourism and Creative Industries as Drivers for the Transformation of Arctic Cities and Territories. Russia: Society, Politics, History. 2024. No. 1(10). pp. 91-118.

## Введение

Проблемы горизонтальной интеграции субъектов Российской Федерации являются актуальной темой в современной науке. Горизонтальная интеграция предполагает объединение и взаимодействие различных регионов и субъектов РФ с целью достижения общих стратегических задач и устранения экономических и социальных различий между ними. В качестве «мягкой силы» в горизонтальной интеграции ведущую роль играют исследования, представляющие академическую науку, реализующую свой потенциал за счет объединения носителей знаний в регионе с внешней экспертизой.

Ярким примером в этом аспекте является конкурс проектов «Зеркальные лаборатории», организуемый НИУ «Высшая школа экономики». В конкурсе принимают участие научные (научно-исследовательские) структурные подразделения НИУ ВШЭ, планирующие проведение совместных научных исследований с научными структурными подразделениями российских образовательных организаций высшего образования, научными организациями и государственными научными центрами Российской Федерации.

Целями конкурса являются:

- развитие внутрироссийских научных партнерств;
- повышение эффективности сотрудничества в исследовательской и образовательной сферах;
- оказание поддержки совместным научным проектам, реализуемым научными (научно-исследовательскими) структурными подразделениями НИУ ВШЭ совместно с коллегами из регионов.

В процессе реализации зеркального проекта НИУ ВШЭ и партнерская организация объединяют свои исследовательские ресурсы: предоставляют

друг другу доступ к необходимому оборудованию и данным, обмениваются методиками и научными результатами, проводят друг для друга обучающие семинары, направляют сотрудников на стажировки. Научно-исследовательская работа проводится силами совместной проектной команды, в которую обязательно привлекаются молодые исследователи, студенты и аспиранты.

По словам директора по перспективным научным исследованиям НИУ ВШЭ Марины Литвинцевой, «...“Зеркальные лаборатории” – одна из флагманских программ НИУ ВШЭ». За прошедшие четыре года было подано 108 заявок от научных подразделений НИУ ВШЭ совместно с 58 университетами и научно-исследовательскими организациями из 39 регионов России, инициировано 41 совместное научное исследование.

Проекты конкурса «Зеркальные лаборатории» реализуются в самых разных областях науки – от наноэлектроники до новейшей истории, а также на стыке дисциплин и имеют практическую направленность. Расширяя возможности сетевого взаимодействия ведущих научных коллективов, они способствуют решению значимых прикладных задач, привлечению молодых исследователей, устойчивому развитию российской науки<sup>15</sup>.

Одним из примеров такого проекта является исследование на тему «Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий (на примере Мурманской области)», проводимое совместно НИУ «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге и Мурманским арктическим университетом. Тема проекта была выбрана не случайно: так, с одной стороны, интерес к арктическому региону растет в русле индустриальных и геополитических вызовов. С другой стороны, устойчивость региона требует комплексных социально-ориентированных решений, в том числе - инноваций в развитии арктических городов как магнитов сборки социального капитала Арктики. Закономерно, что развитие внутреннего туризма и креативных индустрий рассматривается не только как модель позитивного досуга, но и как факторы комплексного развития территорий, достижения баланса сил многоукладной экономики, обеспечения сил культурных институций. Совмещение векторов исследования (Арктика – туризм – креативные индустрии – развитие)

---

15 В НИУ ВШЭ стартует пятый открытый конкурс проектов «Зеркальные лаборатории». – URL: <https://www.hse.ru/news/science/896007345.html> (дата обращения: 17.02.2024).

подтверждает актуальность проекта «Зеркальных лабораторий», востребованность результатов не только для Мурманской области, но и для масштабирования разработок для других регионов.

## Материалы и методы исследования

Методология исследования представляет комплекс взаимодополняющих методов.

1. Библиометрический анализ и контент-анализ российских и зарубежных научных публикаций. В целях формирования теоретической базы исследования проводится анализ релевантной научной литературы с использованием библиометрических методов анализа. Данный метод позволит комплексно изучить структуру тематической области научных исследований, рассматривающих, с одной стороны, взаимосвязь креативных индустрий и туризма, а с другой – тенденции, проблемы и перспективы развития арктического туризма, рассматриваемые исследователями арктических регионов.

2. Кабинетное исследование. В рамках исследования предполагается изучить документы нормативно-правовой базы, регламентирующей развитие культуры и туризма в арктическом регионе (материалы государственных программ, паспортов реализованных российских и зарубежных проектов).

3. Метод «живая лаборатория» (соучаствующее проектирование). Данный метод путём вовлечения экспертов, волонтеров, жителей в исследовательский процесс и оценку происходящих изменений будет способствовать формированию рекомендации по созданию коллаборативных решений в аспекте «креативные индустрии – туризм» и принципов работы организаций креативных индустрий как «третьего места» для местных жителей и туристов с учётом мнения резидентов.

4. Качественные методы сбора и анализа данных. В рамках проведения социологического исследования предполагается проведение серии глубинных полуструктурированных интервью с экспертами и предпринимателями креативных индустрий, урбанистами, представителями администрации города в целях оценки текущего состояния развития индустрий в арктической зоне. Кроме того, планируется собрать мнение жителей и туристов посредством анкетирования с целью

улучшения культурных и туристических продуктов региона, а также мнений о профессиональном образовании сферы креативных индустрий и туризма.

## Результаты исследования

Устойчивое развитие Арктической зоны Российской Федерации является одним из приоритетных направлений государственной политики. Обсуждаемый проект позволяет, с одной стороны, провести фундаментальные исследования по обоснованию использования туризма и креативных индустрий в качестве инструмента преобразования арктических городов и территорий, а, с другой, сформировать практические предложения по разработке ряда продуктов, направленных на реализацию задач комплексного развития городов и территорий арктического региона. Проект является междисциплинарным и включает несколько направлений: 1) туризм, 2) креативные индустрии, 3) специальное (профессиональное) образование.

Туризм в подавляющем большинстве проведенных исследований описывается в отраслевом ключе, где приоритетными становятся монетарные факторы (бюджет отраслевых участников, туристическая инфраструктура, инвестиции, налоги, маркетинг продуктов и др.); вместе с тем, развитие городов и территорий во многом зависит от социально-культурных процессов, в том числе, связанных с идеями нового урбанизма, применяемого в проектировании арктических городов и территорий. В этом ключе туризм можно рассматривать не только как досуговую практику и технологию, но и как инструмент, способствующий решению ряда задач развития городов и территорий. В настоящее время не решен вопрос оценки продуктивности сложившихся мер поддержки арктического туризма, оценки устойчивости и влияния туристического бизнеса, его коллаборации с другими участниками преобразования арктических городов и территорий: предприятий сектора креативных индустрий; крупных корпораций, продвигающих социальные проекты на арктических территориях; муниципалитетов, реализующих задачи повышения качества жизни малых и средних северных городов. Фактически сложился запрос на исследование арктического туризма как ресурса развития городов и территорий, где действуют субъекты разной экономической силы и различной социально-культурной направленности.

Деятельность организаций креативных индустрий направлена на производство продуктов и событий, ориентированных на получение эмоций и нового опыта. Даже материализация необходимого, например, еды для путешественников в этом сегменте индустрий опирается на добавленную стоимость – образ арктической кухни, тем самым, становясь, с одной стороны, источником формирования новых турпродуктов, а, с другой, этот бизнес получает новые импульсы для своего развития, в том числе - для позиционирования арктических городов как локаций креативных индустрий. Важным следствием участия креативных индустрий в создании городских аттракций для местных жителей является расширение возможностей в разнообразии потребляемых ими культурных благ и услуг. Не последнюю роль в этом играют процессы цифровизации креативных индустрий (создание дополнительной аттрактивности; усиление FOMO-эффекта из-за смены событий, открытия новых локаций, развитие лояльности к продуктам арктического туризма), что формирует устойчивую мотивацию к потреблению культурных продуктов арктического региона и желание вновь сюда вернуться.

Отдельным треком исследования является линия специального (профессионального) образования для формирования человеческого капитала арктических территорий. Речь прежде всего идет о специалистах в области туризма и креативных индустрий, способных создавать культурные блага и услуги, которые будут востребованы как туристами, так и местными жителями, что будет содействовать преобразованию и развитию арктических городов и территорий. Рассматривая многообразие форм занятости, можно говорить о том, что увеличивается доля специалистов, обслуживающих запросы арктического региона на экстерриториальной основе. Это во многом касается специалистов креативных индустрий, для которых удалённая работа и/или проезд в регион является одной из составляющих их проектной работы и выполнения услуг творческого характера (киноиндустрия, арт-проекты, дизайн-проекты локаций и т.п.). Одновременно остается открытым вопрос о кадровой устойчивости индустрии туризма, стремлении туристских компаний не-арктических территорий предлагать турпродукты в Арктику. Исследование этого феномена позволяет выявить факторы влияния креативных сил больших городов (например, Санкт-Петербург) на формирование культурных и предпринимательских ресурсов в креативных индустриях и арктическом туризме.

В теоретическом отношении данный проект опирается на акторно-сетевую теорию (actor-network theory или ANT), которая позволяет оценить влияния элементов сети друг на друга, в частности, взаимовлияние туризма и креативных индустрий, а также наличие человеческого капитала как части данной сети. Таким образом, данная теория позволит в большей степени зафиксировать влияние определенных социально-значимых явлений на процессы. Среди других теорий, которые рассматриваются как теоретическая рамка исследования, мы планируем использовать social network analysis (SNA). Данная парадигма, заимствуя терминологию из теории графов, позволит сфокусироваться на установлении причинно-следственной связи, изучить структуру сложных комплексных (многоуровневых и многоэлементных) отношений, измерить влияние акторов друг на друга, оценить складывающиеся отношения. Применение данной теории также позволит проверить гипотезы о наделении туризма и креативных индустрий функциями двигателя устойчивого развития городов и территорий.

Методологическая стратегия проекта предполагает органичное сочетание социологических и статистических методов и других, что позволяет обеспечить комплексный подход для достижения поставленной цели проекта.

География исследования: в рамках проекта исследователи фокусируются на Мурманской области, которая фактически является научно-образовательной площадкой для апробации полученных в рамках проекта результатов. Санкт-Петербург является одним из центров проведения различных арктических исследований, в том числе, в области креативных индустрий и туризма, базирующихся на богатом опыте изучения успешно формирующихся отраслей креативной экономики.

Задачи (их всего девять на три года) исследования включают как классические научные, так и научно-прикладные. Среди них отметим следующие:

- 1) анализ российского и зарубежного опыта арктических регионов по влиянию креативных индустрий и туризма на развитие городов и территорий;
- 2) установление факторов, ресурсов и компонентов, определяющих характер арктического туризма с учетом региональных интересов;
- 3) выявление факторов технологических (в том числе цифровых) дефицитов в развитии туризма на арктических территориях и пути их преодоления с учетом российского и международного опыта;

4) раскрытие перспектив кластерных инициатив в креативных индустриях и арктическом туризме как инструмента, стимулирующего развитие городских территорий, позволяющего улучшить брендинг территорий, наладить межотраслевое сотрудничество в рамках кластеров и повысить эффективность деятельности резидентов кластера;

5) формирование рекомендаций по созданию коллаборативных решений в аспекте «креативные индустрии – туризм», опираясь на инновационный характер данного взаимодействия, позволяющего более полно удовлетворять социокультурные запросы как туристов, так и горожан.

Отдельно стоит выделить задачи, направленные на разработку дорожной карты программы развития туристической отрасли на примере Мурманской области с потенциалом масштабирования на другие арктические территории, а также образовательных программ различного уровня (дополнительное и основное профессиональное) для подготовки кадров в сфере развития креативных индустрий и туризма в арктическом регионе. В мае 2023 года были сформулированы позиции по созданию опорных городов Арктики, а также начата работа по разработке мастер-планов городских агломераций, где большое внимание уделяется проектам, направленным на формирование социального капитала территорий. Туризм и креативные индустрии в мастер-планах входят в пул наиболее действенных ресурсов развития.

Проект «Зеркальные лаборатории» реализуется с 2022 года. За это время были достигнуты следующие результаты. По итогам первого года проекта был проведен библиометрический анализ публикаций, показавший степень заинтересованности исследователей в теме развития туризма на арктических территориях в сотрудничестве с креативными индустриями, а также влияния этих сфер на развитие территорий. Так, среди публикаций из баз научного цитирования Web of Science, SCOPUS и РИНЦ, по ключевым словам, «арктический туризм» и «креативные индустрии в Арктике» было выявлено 65 статей (зарубежных и российских) за последние 30 лет – с момента выявления первого интереса к данной теме. Среди выявленных публикаций 55% составляют зарубежные статьи и 45% – российские. Отметим, что значительное количество статей, неучтенных в данной подборке, было посвящено развитию арктического природного туризма. Включение креативных индустрий как в развитие туризма, так и в развитие

территорий с помощью этих явлений упоминалось крайне редко. В целом, в содержании оставшихся статей есть упоминания о влиянии креативных индустрий и туризма на развитие городов и территорий в Арктике (1-4; 7; 9; 10; 12; 13-15; 17; 19-24; 28; 29; 31; 32;).

Визуальное отображение содержания выявленных научных статей хорошо показывает интересы российских и зарубежных исследований (Рисунки 1-2).

**Рисунок 1.** Облако слов тематики российских статей<sup>16</sup>

**Figure 1.** Word cloud of Russian articles' topics



**Рисунок 2.** Облако слов тематики зарубежных статей<sup>16</sup>

**Figure 2.** Word cloud of foreign articles' topics



Статьи российских ученых посвящены преимущественно изучению проблем («проблема») и перспектив («перспектива») развития туризма («туризм») в Арктике («Арктика»), а также факторам (фактор) креативных индустрий («креативный», «индустрия»), влияющих на развитие туристской сферы и региона в целом.

<sup>16</sup> Составлено авторами

Большинство зарубежных работ посвящено разбору конкретных кейсов, в частности, китайскому круизному туризму («Chinese», «Cruise» и «Tourism»), увеличившим («Increase») в последнее время свое присутствие в арктическом регионе («Arctic»). Кроме Китая значительную долю в круизном туризме имеет Канада в силу географического расположения. Отметим, что авторы публикаций определили предпочтения («Preference») туристов, выбирающих туры в Арктику, а также получаемый ими опыт («Experience») от погружения и вовлечения («Engaging») в арктическую действительность. Рассматривались и различия («Difference») в полученных впечатлениях от природного («Nature») и культурного («Culture») времяпрепровождения. Включение элементов культурного туризма, связанного с историко-культурными объектами и креативными индустриями, произошло относительно недавно, и, видимо, еще не получило широкого распространения, что подтверждается малым количеством публикаций.

В целом, можно сделать вывод, что, несмотря на значительный по времени период разработки темы арктического туризма, интерес к нему в коллаборации с креативной отраслью относительно молод, что зафиксировано с помощью цифровых методов.

Для оценки текущего состояния развития туризма и креативных индустрий в арктических регионах, а также коллаборативных практик между представителями турбизнеса и креативной отрасли было проведено качественное исследование посредством интервьюирования экспертов (8 человек) и анкетирования участников туротрасли (38 анкет). В результате, были выявлены следующие проблемы:

- однотипность турпродуктов, связанная со стереотипным восприятием региона как территории активного (экстремального) туризма как со стороны туристов, так и турбизнеса, что ведет к стагнации развития турпродуктов, вытеснение других видов туризма в сегменты узкого спроса;
- замкнутость представителей креативных индустрий в своей сфере деятельности, неготовность к выстраиванию циклов своей работы в русле сезонов туристской активности, инициативной работе в туристских локациях;
- недостаток информирования как туристов, так и представителей креативных индустрий;

- недостаток финансирования и стратегических решений по вкладыванию средств в туристские проекты и события со стороны муниципалитетов;
- недопонимание между турбизнесом и организациями креативных индустрий о потенциале и траекториях сотрудничества;
- нехватка или полное отсутствие программ профессиональной подготовки специалистов с комплексными компетенциями в туризме, креативных и культурных индустриях.

Для достижения позитивной динамики отношений между креативными индустриями и турбизнесом на основании материалов исследований даны некоторые рекомендации:

1) необходимо налаживать взаимодействие властей всех уровней и частного предпринимательства в целом, которое широко представлено в креативных индустриях. При этом, с одной стороны, необходимо избежать ситуации, когда возникает антагонизм между стремлением администрации систематизировать и структурировать туристический рынок и стремлением отдельных его участников сохранить свои ниши и клиентуру, а с другой – не стать заложниками мнимой открытости властей, призывающих к сотрудничеству, но никаких конкретных шагов для этого не делающих;

2) преодолеть однотипность и повысить вариативность турпродукта можно с помощью привлечения ресурсов различных организаций креативных индустрий, на начальном этапе целесообразно привлечь команду региональных специалистов, знакомых как с особенностями туризма в регионе, так и предложениями со стороны региональных властей, такой подход позволит провести пересборку и «упаковку» турпродуктов для разных целевых групп и событий;

3) финансовые трудности предлагается преодолевать с помощью субсидий или грантов федерального и регионального уровня, направленных на межведомственное взаимодействие, создавая надведомственные гранты. Кроме региональной помощи следует развивать и другие направления по преодолению дефицита финансирования. Среди них отметим краудфандинг, эндаумент регионального уровня и благотворительность;

4) взаимное недопонимание можно преодолевать с помощью обучающих семинаров и стратегических сессий, где представители туризма

и креативных индустрий могут разрабатывать программы по развитию региона, его бренда или совместных продуктов через сотрудничество;

5) для преодоления недостаточной информированности предлагается работать с «агентами влияния» – это специалисты, которые приехали в Мурманск и область по приглашению на какое-либо мероприятие и получили позитивные впечатления, затем могли бы продвигать турпродукт региона. Кроме этого, можно использовать как стратегию принцип «в тени большого дуба», подразумевающий создание совместных продуктов Санкт-Петербурга и Мурманска или Москвы и Мурманска. С другой стороны, можно включиться в работу по созданию национальных туристских маршрутов, где Мурманск будет ключевой точкой.

6) выстраивать нарративы, в первую очередь, в цифровой среде, а потом уже проводить таргетинг продвижения на те целевые географические регионы, которые могут стать донорами туристских потоков;

7) ключевым фактором в решении выявленных проблем можно назвать использование цифровых решений для налаживания взаимодействия между турфирмами и креативными индустриями, а также для привлечения как новых туристов, так и уже побывавших в регионе. Среди цифровых решений эффективными вариантами являются разработки приложений дополненной и виртуальной реальности (AR/VR), платформенные решения, подразумевающие, с одной стороны, комплексный подход в планировании поездки для туриста (примером может стать Официальный туристический портал Мурманской области<sup>17</sup>), а с другой стороны, позволяющий объединиться туристским и креативным организациям для создания нового нестандартного турпродукта.

В рамках развития исследования данного направления на втором году проекта была составлена база данных «Участие креативных индустрий в создании продуктов Арктического туризма»<sup>18</sup>, позволившая определить процент включения креативных индустрий и их активностей в действующие турпродукты Мурманской области. Так, было определено, что доля объектов

---

17 Официальный туристический портал Мурманской области – URL: <https://murmansk.travel> (дата обращения: 17.02.2024).

18 База данных «Участие креативных индустрий в создании продуктов Арктического туризма». – URL: <https://cloud.seatable.io/dtable/external-links/custom/hse/> (дата обращения: 17.02.2024).

креативных индустрий в общей совокупности объектов, включённых в исследуемые турпродукты, составляет всего 5% (52 уникальных объекта, креативных индустрий из 698 туров по Мурманской области, которые предлагают посещение 1053 уникальных природных, географических, культурно-исторических, развлекательных и иных объектов). Объекты креативных индустрий встречаются всего в 24% туров, реализуемых на территории 80% туристско-рекреационных кластеров (ТРК) региона. Больше всего креативных аттракций было найдено в ТРК «Мурманский» (11 объектов) и ТРК «Ловозёрский» (10 объектов) (Рисунок 3).

**Рисунок 3.** Субкластеры по частоте упоминания объектов креативных индустрий (КИ)<sup>19</sup>

**Figure 3.** Subclusters by frequency of mentioning objects of creative industries



Стоит отметить, что в перечень наиболее упоминаемых объектов креативных индустрий вошли не только предложения из самых насыщенных кластеров. Например, первое место заняла «Саамская деревня» (г. Оленегорск), второе – «Снежная деревня» (ТРК «Апатиты») и Ледокол «Ленин» («ТРК Мурманский»).

<sup>19</sup> Составлено авторами

Таким образом, для повышения уровня включения в турпродукты креативной составляющей были выработаны рекомендации:

1) усилить взаимодействие с туристом после окончания путешествия. Деятельность в области креативных индустрий характеризуется большей территориальной мобильностью, что позволяет продолжить развивать опыт туриста, посетившего арктический регион, в регионе его проживания. Целесообразно развивать как онлайн-форматы коммуникации (например, познавательный и развлекательный медиаконтент), так и офлайн (например, возможность доставки понравившихся гастрономических продуктов и сувениров в регион проживания посредством цифровых платформ и маркетплейсов);

2) расширить интерактивные форматы реализации туристических продуктов (туров, экскурсий) посредством интеграции креативной компоненты (например, тур в формате квеста; театрализованные экскурсии по традиционным учреждениям культуры);

3) развивать цифровые интерактивные технологии в качестве инструментов, нейтрализующих неполноценность получения туристического опыта из-за сложных погодных условий (например, из-за облачности не видно северного сияния), так и в целях усиления получаемого опыта.

Для понимания, почему не срабатывают коллаборативные практики в разрезе «туризм – креативные индустрии», в рамках второго года проекта было решено выявить проблемы, мешающие такому развитию. Было решено сконцентрироваться на факторах, ресурсах и компонентах, влияющие на характер развития арктического туризма. Было определено, что они в целом схожи с общеглобальными тенденциями, но также были выявлены специфические факторы и ресурсы, влияющие на арктический туризм. Сгруппируем их следующим образом:

1) климат, полярная ночь/полярный день, лед, ледники и айсберги также являются привлекательными объектами для туризма;

2) несколько видов полюсов: магнитный, географический, недоступности, холода, являясь недоступными для большинства туристов, тем не менее, составляют сильный элемент бренда арктического региона (8, с. 22);

3) объекты культурно-исторического наследия, связанные с освоением крайнего Севера страны (8, с. 23–42);

4) слабо развитая инфраструктура и логистика повышает актуальность и спрос на услуги местных туристских предприятий и гидов-фрилансеров,

что не только повышает стоимость арктического туристического продукта, но и формирует его специфические характеристики – зависимость от профессиональной организации, знаний и коммуникативных талантов представителей местного турбизнеса (30);

5) необходимость в защите окружающей среды, главной особенностью которой является хрупкость арктической природы, и сохранения традиционной культуры (5; 16);

6) привлечение творческого капитала для инновационного развития в туризме, потенциал культурных центров как пространств, способствующих развитию взаимодействия между туристами и местными жителями (6; 11; 18; 25-27).

Следует подчеркнуть и выделить, что туристский потенциал Арктики остается сложным объектом для оценок, так как существующие методики не могут учесть эмоциональные оценки, отложенный спрос и другие неявные (неисчисляемые) показатели, генерирующие мотивацию поездки. Экспертные мнения, определяющие арктический туризм как высокоперспективную индустрию, нередко вызывают к жизни серию хаотичных проектов, не имеющих четких критериев эффективности. Поэтому развитие арктического туризма отнесено к стратегиям крупных стейкхолдеров региона (государство, национальные корпорации, транспортные компании, многофункциональный бизнес).

Рассмотрев специфику развития арктического туризма, были выявлены следующие ограничения в его развитии:

1) слабо развитая общая инфраструктура, к которой относят качество дорог, развитость транспортного обеспечения и путей сообщения, связи (в первую очередь мобильной, в том числе - Интернет);

2) слабо развитая туристская инфраструктура, включающая объекты размещение и их уровень (гостиницы, хостелы, глэмпинги и проч.), объекты общественного питания (рестораны, кафе, столовые, количество которых может быть недостаточно или качество блюд не удовлетворительным), а также объекты культуры и досуга, предоставляющие разнообразную культурную повестку;

3) низкая информированность населения о туристических возможностях арктических территорий (кроме флагманских природно-ориентированных продуктов);

4) отсутствие муниципальных программ развития туризма или, при наличии таковых, шаблонность планирования, декларативность моделей развития;

5) высокая стоимость проезда и проживания на арктических территориях;

6) слабая заинтересованность местных представителей туриндустрии в создании нестандартных, с учетом местной специфики, турпродуктов по доступной цене, а также отсутствие маркетинговой стратегии по продвижению турпродукта.

Преодоление обозначенных ограничений позволит:

- подтвердить и усилить образ арктических территорий как мест привлекательного туристского досуга, успешного рынка креативных индустрий;
- повысить инвестиционную привлекательность и предпринимательскую активность как в секторе инфраструктурных проектов, так и в секторе туристско-рекреационных, культурных и образовательных услуг;
- обеспечить спрос и предложение в сфере креативного маркетинга, мультимедиа-бизнеса, арт-менеджмента, что изменит качество и интенсивность информационного потока о регионе, деятельности предприятий туризма и креативных индустрий;
- активизировать деловые связи в цепочках оказания туристских услуг, что повысит качество турпродукта, увеличит вклад непромышленного сектора в экономику региона.

В результате, исследовательскому коллективу удалось определить степень влияния туризма и креативных индустрий на уровень развития региона. В то же время, влияние коллаборативных проектов туризма и креативных индустрий на уровень экономического и социального развития региона не выявлено, что обусловлено отсутствием единой методики такой оценки. Выработка единой методики станет важной дополнительной задачей работы научного коллектива в 2024 году.

## Выводы

Научный проект «Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий (на примере

Мурманской области)» является успешным примером горизонтальной интеграции регионов РФ, позволивший совместить экспертизу сотрудников НИУ «Высшая школа экономики» в Санкт-Петербурге и научный потенциал сотрудников Мурманского арктического университета. В результате организованных совместных мероприятий решены вопросы, связанные с практикой горизонтальной интеграции, реализован потенциал университетов не только в организации работы исследовательской группы, но и в привлечении специалистов других университетов, представителей турбизнеса и креативных индустрий.

При этом было выявлено, что одной из основных проблем при горизонтальной интеграции университетов является недостаточная осведомленность и информированность субъектов Российской Федерации о возможностях и преимуществах академических исследований. Опыт проведения совместного научного исследования в качестве доступного инструмента сотрудничества, направленный на решение задач развития региона, показывает важность и перспективность таких контактов и способствует развитию и улучшению экономической и социальной ситуации в регионе. Это очень важно для такой территории как Мурманская область, так как регион вовлечен в глобальную арктическую повестку, испытывает сложности в трансформации долгосрочных стратегических планов развития АЗРФ в прагматические проекты реализации задач развития городских агломераций, в том числе - за счет притока ресурсов через экспорт продуктов креативных индустрий и туризма. Мурманский арктический университет в стратегии своего развития уже несколько лет позиционирует свою деятельность с учетом принципов третьей миссии университета. Широкий спектр сотрудничества с другими университетами позволил принять участие в нескольких грантовых программах, в том числе через Благотворительный фонд Владимира Потанина, где в русле конкурса «Профессиональное развитие» реализуется малый проект «Арт-менеджмент креативных пространств», он стал логичным продолжением проекта «Зеркальных лабораторий», так как здесь проводится углубленное исследование реальной деятельности креативных пространств Санкт-Петербурга с целью получения материалов для разработки комплексного курса повышения квалификации для специалистов арт-пространств, представителей креативных индустрий и туризма Мурманской области.

Совместно с НИУ ВШЭ, СПГХПА им. А. Л. Штигица организованы специализированные лекции, семинары, участники проекта «Зеркальных лабораторий» выступили в качестве экспертов и спикеров, что позволит более глубоко проработать рекомендации по созданию конкретной программы и по развитию в целом профессиональной подготовки в сегменте, так как в Мурманской области наблюдается жесткий дефицит кадров по профилю арт-менеджмент и креативный туризм. Этот трек сотрудничества активно поддерживает региональная администрация.

Горизонтальная интеграция университетов в проведении академических исследований по вопросам регионального развития и разработки стратегии подготовки профессиональных кадров обеспечивает не только материалы для решения текущих задач. Многоэтапные исследования формируют новые проблемные поля, видение трендов развития территорий. Проект «Зеркальных лабораторий» - «Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий (на примере Мурманской области)» - открыт для дискуссий и уже был представлен на научных конференциях в Москве, Архангельске, Перми, Петрозаводске, Салехарде, Якутске и Ярославле.

В заключении отметим, что использование такого инструмента как горизонтальные интеграции в академическом сообществе позволяет региону получить навигацию для решения конкретных прикладных задач, что дает возможность снизить риски в управлении качеством жизни в регионе, повысить качество социального капитала, масштабировать полученные результаты на подобные стратегические планы других территорий и обеспечить устойчивое развитие Арктики.

## Список источников

1. Баяскаланова Т.А., Куклина М.В., Богданов В.Н. (2020), Туризм в российской Арктике: проблемы и возможности развития [Tourism In The Russian Arctic: Challenges And Development Opportunities]. Современные проблемы сервиса и туризма. № 14 (1). С. 109-119.
2. Белевских Т.В., Иванова М.В. (2018), Креативная экономика арктических территорий: испытание холодом [Creative Economy Of

- The Arctic Territories: The Test Of Cold]. Север и рынок: формирование экономического порядка. № 1 (57). С. 140-150.
3. Боровинская Д.Н., Залевская М.А., Морданов М.А. (2022), Креативность как ключевой принцип успешного брендинга в регионе [Creativity As A Key Principle Of Successful Branding In The Region]. Вестник Челябинского государственного университета. № 6 (464). С. 62-73.
  4. Бызова Н.М., Смиреникова Е.В. (2012), Факторы формирования туристического потенциала арктических островов в пределах Архангельской области [Forming Factors Of Tourism potential Of The Arctic Islands In The Arkhangelsk Region]. Вестник САФУ. Серия «Естественные науки». № 3. С. 5-9.
  5. Валькова Т.М., Шумков Д.С. (2020), Арктический туризм: Шпицберген [Arctic Tourism: Shpitsbergen]. Географическая среда и живые системы. № 4. С. 87-107.
  6. Волков А.Д., Симакова А.В. (2022), Арктический моногород: восприятие населением своего будущего в перспективах его развития [Arctic Single-Industry City: The Population's Perception Of Their Future In The Prospects For Its Development]. Регионоведение. Т. 30. № 4. С. 851-881.
  7. Грушенко Э.Б. (2022), Европейский север России. туристский потенциал, основные проблемы, виды туризма и туристские маршруты [European North Of Russia (Russian North). Tourist Potential, Main Problems, Types Of Tourism And Tourist Routes]. География и туризм. № 1. С. 47-52.
  8. Желнина З.Ю. (2022), Арктический туризм [Arctic tourism]: учебное пособие. СПб.: Скифия-принт. 316 с.
  9. Желнина З.Ю. (2021), Туризм Мурманской области как драйвер развития территории [Tourism Of The Murmansk Region As A Driver Of Territory Development]. Общество: политика, экономика, право. № 9. С. 65-75.
  10. Желнина З.Ю., Сизова И.А., Хорева Л.В. (2023), Взаимодействие туризма и креативных индустрий на арктических территориях: сферы пересечения [Interaction Of Tourism And Creative Industries In The Arctic Territories: Areas Of Crossing.]. Современные проблемы сервиса и туризма. № 17(2). С. 7-20.

11. Логинов В.Г., Игнатъева М.Н., Балашенко В.В. (2018), Методический подход к оценке комфортности проживания населения в границах северных территорий [Consistent Approach to Assess the Comfort of Living in the Northern and Arctic Areas]. Экономика региона. Т. 14. Вып. 4. С. 1399-1410.
12. Лукин Ю.Ф. (2016), Арктический туризм в России [Arctic Tourism In Russia.]. Арктика и Север. № 25. С. 211-216.
13. Редькина Т.М., Каткова Т.В., Соломонова В.Н. (2019), Развитие событийного туризма в арктическом регионе - стратегическое направление государственной политики Российской Федерации в Арктике [Development Of Event Tourism In The Arctic Region As A Strategic Direction Of The State Policy Of The Russian Federation In The Arctic]. Глобальный научный потенциал. № 6. С. 156-159.
14. Bystrowska, M, Wigger, K, Liggett, D. (2017), The Use of Information and Communication Technology (ICT) in Managing High Arctic Tourism Sites: A Collective Action Perspective. Resources. Vol. 6(3). No. 33. pp. 1-18.
15. Cai, Y., Ma, J., Lee, Y.S. (2020), How do Chinese travelers experience the Arctic? Insights from a hedonic and eudaimonic perspective. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. Vol. 20. No. 2. pp. 144-165.
16. Chen, J.S. (2015), Tourism stakeholders attitudes toward sustainable development: A case in the Arctic. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 22. pp. 225-230.
17. Chen, J.S., Wang, W., Jensen, O., Kim, H., Liu, W.-Y. (2021), Perceived impacts of tourism in the Arctic. Journal of Tourism and Cultural Change. Vol. 19. No. 4. pp. 494-508.
18. Cooper, E.A. (2020), Cultural centres: a future for cultural Arctic tourism? Journal of tourism futures. Vol. 6. No. 1. pp. 57-69.
19. Grigorieva, E.A. (2021), Adventurous tourism: acclimatization problems and decisions in trans-boundary travels. International Journal of Biometeorology. Vol. 65. No. 5. pp. 717-728.
20. Grimwood, B.S.R. et al. (2015), Responsibility in tourism: A discursive analysis. Annals of Tourism Research. Vol. 50. pp. 22-38.
21. Hall, C.M., Saarinen, J. (2010), Polar tourism: Definitions and dimensions. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. Vol. 10. No. 4. pp. 448-467.

22. Huijbens, E., Lamers, M. (2017), Sustainable tourism and natural resource conservation in the Polar Regions: An editorial. *Resources*. Vol. 6. No. 3. pp. 45.
23. Jensen, Ø., Chen, J.S., Korneliussen, T. (2015), Cultural-geographic influences of destination images: A case of Northern Norway. *Advances in Hospitality and Leisure*. – Emerald Group Publishing Limited. Vol. 11. pp. 3-19.
24. Kaltenborn, B.P., Emmelin, L. (1993), Tourism in the high north: Management challenges and recreation opportunity spectrum planning in Svalbard, Norway. *Environmental Management*. Vol. 17. No. 1. pp. 41-50.
25. Kudryashova, E.V., Zarubina, L.A., Sivobrova, I.A. (2019), Cross-border investment cooperation in the Arctic Region: challenges and opportunities. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. Vol. 12. No. 1. pp. 39-52.
26. Lindberg, M. et al. (2019), Place innovative synergies for city center attractiveness: A matter of experiencing retail and retailing experiences. *Urban Planning*. Vol. 4. No. 1. pp. 91-105.
27. Lindberg, M. et al. (2020), Co-creative place innovation in an arctic town. *Journal of Place Management and Development*. Vol. 13. No. 4. pp. 447-463.
28. Myakshin V.N., Shaparov A.E., Tikhanova D.V. (2021), Improving the assessment of the tourism potential of the Russian arctic. *Ekonomika Regiona = Economy of Regions*. No. 1. pp. 235.
29. Orlova, V.S. (2021), Potential of the tourism and recreation sphere in the European North: evaluation and development vector in terms of the Arctic development. *Ekonomicheskie i Sotsialnye Peremeny*. Vol. 14. No. 1. pp. 141-153.
30. Shaparov, A.E., Kapitsyn, V.M., Panikar, M.M. (2019), Russia's competitive position in the Arctic tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. Vol. 67. No. 3. pp. 299-310.
31. Usenyuk, S., Gostyaeva, M. (2017), Arctic tourism: The design approach with reference to the Russian North. *The Interconnected Arctic – UArctic Congress 2016*. Springer, Cham. pp. 231-241.
32. Zelenskaya, E. (2018), Geopolitics and tourism in the Arctic: The case of the national park 'Russian Arctic'. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. Vol. 10. No. 1. pp. 33-47.

## References

1. Bayaskalanova, T.A., Kuklina, M.V., Bogdanov, V.N. (2020), Tourism In The Russian Arctic: Challenges And Development Opportunities. Modern problems of service and tourism. No. 14 (1). pp. 109-119. (In Russian)
2. Belevskikh, T.V., Ivanova, M.V. (2018), Creative Economy Of The Arctic Territories: The Test Of Cold. The North and the Market: Forming an Economic Order. No. 1 (57). pp. 140-150. (In Russian)
3. Borovinskaya, D.N., Zalevskaya, M.A., Mordanov, M.A. (2022), Creativity As A Key Principle Of Successful Branding In The Region. Bulletin of Chelyabinsk State University. No. 6 (464). pp. 62-73. (In Russian)
4. Byzova, N.M., Smirennikova, E.V. (2012), Forming Factors Of Tourismpotential Of The Arctic Islands In The Arkhangelsk Region. Bulletin of Northern (Arctic) Federal University. Series «Natural Sciences». No. 3. pp. 5-9. (In Russian)
5. Valkova, T.M., Shumkov, D.S. (2020), Arctic Tourism: Shpitsbergen. Geographical Environment and Living Systems. No. 4. pp. 87-107. (In Russian)
6. Volkov, A.D., Simakova, A.V. (2022), Arctic Single-Industry City: The Population's Perception Of Their Future In The Prospects For Its Development. Regionalogy. Vol. 30. No. 4. pp. 851-881. (In Russian)
7. Grushenko, E.B. (2022), European North Of Russia (Russian North). Tourist Potential, Main Problems, Types Of Tourism And Tourist Routes. Geography And Tourism. No. 1. pp. 47-52. (In Russian)
8. Zhelnina, Z.Yu. (2022), Arctic tourism: textbook. SPb.: Skiffia-print. 316 p. (In Russian)
9. Zhelnina, Z.Yu. (2021), Tourism Of The Murmansk Region As A Driver Of Territory Development. Society: politics, economics, law. No. 9. pp. 65-75. (In Russian)
10. Zhelnina, Z.Yu., Sizova, I.A., Khoreva, L.V. (2023), Interaction Of Tourism And Creative Industries In The Arctic Territories: Areas Of Crossing. Modern Problems Of Service And Tourism. No. 17(2). pp. 7-20. (In Russian)

11. Loginov, V.G., Ignatyeva, M.N., Balashenko, V.V. (2018), Consistent Approach to Assess the Comfort of Living in the Northern and Arctic Areas. *Economy Of The Region*. Vol. 14. No. 4. pp. 1399-1410. (In Russian)
12. Lukin, Yu.F. (2016), Arctic Tourism In Russia. *Arctic and North*. No. 25. pp. 211-216. (In Russian)
13. Redkina, T.M., Katkova, T.V., Solomonova, V.N. (2019), Development Of Event Tourism In The Arctic Region As A Strategic Direction Of The State Policy Of The Russian Federation In The Arctic. *Global Scientific Capability*. No. 6. pp. 156-159. (In Russian)
14. Bystrowska, M, Wigger, K, Liggett, D. (2017), The Use of Information and Communication Technology (ICT) in Managing High Arctic Tourism Sites: A Collective Action Perspective. *Resources*. Vol. 6(3). No. 33. pp. 1-18.
15. Cai, Y., Ma, J., Lee, Y.S. (2020), How do Chinese travelers experience the Arctic? Insights from a hedonic and eudaimonic perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 20. No. 2. pp. 144-165.
16. Chen, J.S. (2015), Tourism stakeholders attitudes toward sustainable development: A case in the Arctic. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 22. pp. 225-230.
17. Chen, J.S., Wang, W., Jensen, O., Kim, H., Liu, W.-Y. (2021), Perceived impacts of tourism in the Arctic. *Journal of Tourism and Cultural Change*. Vol. 19. No. 4. pp. 494-508.
18. Cooper, E.A. (2020), Cultural centres: a future for cultural Arctic tourism? *Journal of tourism futures*. Vol. 6. No. 1. pp. 57-69.
19. Grigorieva, E.A. (2021), Adventurous tourism: acclimatization problems and decisions in trans-boundary travels. *International Journal of Biometeorology*. Vol. 65. No. 5. pp. 717-728.
20. Grimwood, B.S.R. et al. (2015), Responsibility in tourism: A discursive analysis. *Annals of Tourism Research*. Vol. 50. pp. 22-38.
21. Hall, C.M., Saarinen, J. (2010), Polar tourism: Definitions and dimensions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 10. No. 4. pp. 448-467.
22. Huijbens, E., Lamers, M. (2017), Sustainable tourism and natural resource conservation in the Polar Regions: An editorial. *Resources*. Vol. 6. No. 3. pp. 45.

23. Jensen, Ø., Chen, J.S., Korneliussen, T. (2015), Cultural-geographic influences of destination images: A case of Northern Norway. *Advances in Hospitality and Leisure*. – Emerald Group Publishing Limited. Vol. 11. pp. 3-19.
24. Kaltenborn, B.P., Emmelin, L. (1993), Tourism in the high north: Management challenges and recreation opportunity spectrum planning in Svalbard, Norway. *Environmental Management*. Vol. 17. No. 1. pp. 41-50.
25. Kudryashova, E.V., Zarubina, L.A., Sivobrova, I.A. (2019), Cross-border investment cooperation in the Arctic Region: challenges and opportunities. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. Vol. 12. No. 1. pp. 39-52.
26. Lindberg, M. et al. (2019), Place innovative synergies for city center attractiveness: A matter of experiencing retail and retailing experiences. *Urban Planning*. Vol. 4. No. 1. pp. 91-105.
27. Lindberg, M. et al. (2020), Co-creative place innovation in an arctic town. *Journal of Place Management and Development*. Vol. 13. No. 4. pp. 447-463.
28. Myakshin V.N., Shaparov A.E., Tikhanova D.V. (2021), Improving the assessment of the tourism potential of the Russian arctic. *Ekonomika Regiona = Economy of Regions*. No. 1. pp. 235.
29. Orlova, V.S. (2021), Potential of the tourism and recreation sphere in the European North: evaluation and development vector in terms of the Arctic development. *Ekonomicheskie i Sotsialnye Peremeny*. Vol. 14. No. 1. pp. 141-153.
30. Shaparov, A.E., Kapitsyn, V.M., Panikar, M.M. (2019), Russia's competitive position in the Arctic tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. Vol. 67. No. 3. pp. 299-310.
31. Usenyuk, S., Gostyaeva, M. (2017), Arctic tourism: The design approach with reference to the Russian North. *The Interconnected Arctic – UArctic Congress 2016*. Springer, Cham. pp. 231-241.
32. Zelenskaya, E. (2018), Geopolitics and tourism in the Arctic: The case of the national park 'Russian Arctic'. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. Vol. 10. No. 1. pp. 33-47.

## Информация об авторах

ЖЕЛНИНА Зоя Юрьевна, кандидат философских наук, заведующий Научно-исследовательской лабораторией «Междисциплинарных исследований качества жизни арктических городов», Мурманский арктический университет, Мурманск, Российская Федерация, E-mail: zzhelnina@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7284-0779>

СИЗОВА Ирина Алексеевна, кандидат исторических наук, доцент, департамент менеджмента, Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Российская Федерация, E-mail: iasizova@hse.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1607-7275>

## Вклад авторов

Все авторы сделали равный вклад в эту статью.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## Информация о спонсорстве

Статья подготовлена в рамках проекта конкурса «Зеркальные лаборатории», тема «Развитие арктического туризма и креативных индустрий как драйверов преобразования арктических городов и территорий (на примере Мурманской области)».

## Информация о статье

Поступила в редакцию: 18.02.2024. Одобрена после рецензирования: 23.02.2024. Принята к публикации: 12.03.2024. Опубликована: 22.04.2024.

## Информация о рецензировании

«Россия: общество, политика, история» благодарит анонимного рецензента (рецензентов) за вклад в рецензирование данной работы.

## About the authors

Zoya Y. ZHELNINA, CandSc (Philos.), Head of Scientific Research Laboratory of Interdisciplinary Research of Arctic Cities Life Quality, Murmansk Arctic University, Murmansk, Russian Federation. E-mail: zzhelnina@yandex.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7284-0779>

Irina A. SIZOVA, CandSc (Hist.), Associate Professor, Department of Management, St. Petersburg School of Economics and Management. National Research University Higher School of Economics, Saint Petersburg, Russian Federation. E-mail: [iasizova@hse.ru](mailto:iasizova@hse.ru). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1607-7275>

## Contributions of the authors

The authors contributed equally to this article.  
The authors declare no conflict of interest.

## Sponsorship Information

The article was prepared as part of the «Mirror Laboratories» competition project, topic «Development of Arctic tourism and creative industries as drivers of transformation of Arctic cities and territories (using the example of the Murmansk region)».

## Article info

Submitted: 18.02.2024. Approved after peer review: 23.02.2024. Accepted for publication: 12.03.2024. Published: 22.04.2024.

## Peer review info

«Russia: Society, Politics, History» thanks the anonymous reviewer(s) for their contribution to the peer review of this work.