

**ПУШКИНСКАЯ КАРТА:
ОПЫТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ТЕАТР
(на примере Волгоградского музыкального театра)**

**PUSHKIN'S CARD: THE EXPERIENCE
OF ATTRACTING YOUNG PEOPLE TO THE THEATER
(on the example of Volgograd musical theater)**

ПЕТРУНЕВА Раиса Морадовна

Волгоградский государственный
технический университет, Волгоград, Россия
E-mail: raisa.petrunyova@yandex.ru

МАТУШКИН Егор Андреевич

Волгоградский государственный
технический университет, Волгоград, Россия
E-mail: geo121@rambler.ru

ЧУДАСОВА Татьяна Дмитриевна

Волгоградский государственный
технический университет, Волгоград, Россия
E-mail: tanchds@gmail.com

Аннотация. В статье описывается опыт Волгоградского музыкального театра по привлечению молодежи в театр. Описаны результаты анализа мотивации и посещаемости спектаклей держателями Пушкинской карты. Проведен анализ репертуарной политики театра в контексте создания спектаклей на основе литературной классики из школьной программы по литературе.

Ключевые слова: Пушкинская карта, репертуарная политика театра, мнение молодежи о Пушкинской карте, посещение театра.

Ссылка для цитирования: Петрунев, Р. М. Пушкинская карта: опыт привлечения молодежи в театр (на примере Волгоградского музыкального театра) / Р. М. Петрунева, Е. А. Матушкин, Т. Д. Чудасова // Primo aspectu. – 2025. – № 1. – С. 15–21. DOI: 10.35211/2500-2635-2025-1-61-15-21.

Citation link: Petruneva, R. M. Pushkin's card: the experience of attracting young people to the theater (on the example of the Volgograd Musical Theater) / R. M. Petruneva, E. A. Matushkin, T. D. Chudasova // Primo aspectu. – 2025. – № 1. – P. 15–21. DOI: 10.35211/2500-2635-2025-1-61-15-21.

PETRUNEVA Raisa M.

Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russia
E-mail: raisa.petrunyova@yandex.ru

MATUSHKIN Egor A.

Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russia
E-mail: geo121@rambler.ru

CHUDASOVA Tatiana D.

Volgograd State Technical University,
Volgograd, Russia
E-mail: tanchds@gmail.com

Abstract. The article describes the experience of the Volgograd Musical Theater in attracting young people to the theater. The results of the analysis of motivation and attendance of performances by Pushkin card holders are described. The analysis of repertoire policy of the theater in the context of creation of performances on the basis of literary classics from the school program on literature is carried out.

Keywords: Pushkin card, repertoire policy of the theater, opinion of young people about Pushkin card, visiting the theater.

Введение

Сегодня Пушкинская карта является уникальным феноменом культурной жизни России. Введенная в 2021 году (Постановление ... web) она заняла прочное место в молодежной субкультуре. О целях и задачах этого уникального проекта, проблемах и некоторых результатах имеется достаточно много публикаций (Каледа, Карпова, Сумбулова, Логунова 2022; Шамина 2021). Однако большинство из них представляют небольшие статьи и тезисы различных конференций и освещают частный региональный опыт работы с этими картами на уровне констатации факта без достаточно серьезного анализа проблем. В этом легко убедиться обратившись к сайту РИНЦ (web).

Вместе с тем введение в обиход молодежной культуры Пушкинской карты высветило ряд проблем, о которых ни старшее поколение, ни педагоги, ни родители часто даже не задумывались, либо не придавали им большого значения. Во-первых, не все адресаты этого социального проекта знают о его существовании и целевых возможностях использования карты (Дырдина 2021). Или же считают средства, субсидированные государством в этот проект, мерой финансовой поддержки семьи и пытаются их монетизировать (web) (Акберов 2023; Груздева, Калачикова, 2021). Во-вторых, увеличенный в 2024 году до 5000 рублей ресурс карты имеет различную покупательскую способность в различных регионах России (Злотникова, Сташук, Ручкина 2022). Если в столице на эти деньги можно в лучшем случае приобрести пару бюджетных билетов в ведущие театры, то в регионах, конечно, на эту сумму можно разгуляться шире. Например, в Волгоградском музыкальном театре цены на билеты вполне демократичны – от 1300 рублей в партере до 400 рублей на балконе. Также 400 рублей стоит билет в музей-панораму «Сталинградская битва». В этом смысле регионы России находятся в более выигрышном положении, чем столичные. В-третьих, несмотря на то, что театры ввели маркировки в своих афишах «Пушкинская карта», на сайте проекта запущен ресурс АФИША (web), подключился и Яндекс (web) – всего этого недостаточно!

И вот почему. Запуская этот проект государство рассчитывало, прежде всего, на просвещение молодежи – знакомство с культурным наследием многонациональной России, классическими образцами литературы, сценографии, музыки, театра. Подразумевалось, что именно это и увидят молодые люди, купив билет с пометкой «Доступно по Пушкинской карте». Театры не задумываясь ставят эту пометку на спектакли всей афиши – независимо от того, идет ли классическая постановка или же *современное прочтение*! Что означает современное прочтение? Авторы не будут спорить на эту тему, имея горькие разочарования от посещения классических спектаклей в современном прочтении в некоторых столичных и региональных театрах. Дело не во вкусах авторов, а в том, что современные трактовки классических произведений приемлемы только для публики, знакомой с классическим произведением. А Пушкинская карта подразумевает, что часто она дает ПЕРВЫЙ опыт посещения театра. А если молодой человек не знаком или мало знаком с первоисточником, то у него может сформироваться иска-

женное представление о самом первоисточнике. Часто школьные учителя рекомендуют поколению Z, мало читающему русскую и зарубежную классическую литературу (Каргаполова, Дьякова, Шаганова, Василенко 2024), и знакомому с мировыми литературными шедеврами по интерпретациям в Интернете, посетить классические спектакли в театре. А на сцене может быть реализована совсем другая интерпретация и акценты расставлены в соответствии с вкусовыми предпочтениями режиссера. Не будем называть конкретные классические сюжеты, переиначенные на другой лад, чтобы не испортить репутацию известным театрам – тем более, что авторы не являются театральными экспертами, а рассуждают с педагогических позиций.

И, наконец, последняя проблема, которую высветил проект «Пушкинская карта» – доступность учреждений культуры для молодежи, проживающей в малых городах, районных центрах и сельских поселениях (Злотникова, Сташук, Ручкина 2022). Конечно, когда театр находит возможность подготовить выездные спектакли как, например, Новосибирский театр «Глобус» – это прекрасно, но не всегда это возможно для каждого театра по финансовым соображениям (Людмила 2023). В таком случае, для молодежи из удаленных от больших городов территорий, было бы неплохо ввести – образно говоря – «транспортную надбавку».

С чего начинается театр?

Понятно, что Пушкинская карта не может решить всех проблем воспитания молодежи, и театр – не единственное средство воспитания, но одно из важнейших. На примере старейшего театра Волгограда, которому в 2025 году исполняется 94 года, Волгоградского музыкального театра, авторы сделали попытку проанализировать опыт театра по привлечению молодежи в зрительский зал посредством Пушкинской карты, выявить ее зрительские предпочтения.

На состоявшемся в июне 2024 года пленарном заседании с участием руководителей органов исполнительной власти в сфере культуры, которое было посвящено реализации программы «Пушкинская карта», министр культуры России Ольга Любимова отметила, что «На сегодня в программе участвуют 11,8 тыс. организаций культуры различных форм собственности, которые реализовали уже 69,6 млн билетов на общую сумму 33,7 млрд рублей.... чаще всего Пушкинскую карту используют для походов в кино, на втором по популярности месте – театры». А генеральный директор АНО «Национальные приоритеты» София Малявина считает, что «Теперь каждого четвертого россиянина, по данным статистики, можно назвать театралом» (web).

Волгоградский музыкальный театр тоже ведет свою статистику посещения театра по Пушкинской карте. И эта статистика в целом подтверждает выводы С. Малявиной. Так, например, в период с момента введения карты в сентябре 2021 по 2023 год (включительно) наблюдалась следующая динамика: 2021 год – 7179 посещений; 2022 год – 12625; 2023 год – 12995 посещений. В целях проведения корректного анализа далее по тексту будут анализироваться данные полных календарных годов – 2022 и 2023.

Таблица 1

**Анализ посещаемости Волгоградского музыкального театра
по Пушкинской карте (весь репертуар)**

Жанры спектаклей и количество приобретенных билетов	Годы	
	2022	2023
Спектакли классического репертуара	2958	3787
Современные мюзиклы	8727	7825
ИТОГО	11685	11612

Как видно из табл. 1, посещаемость по Пушкинской карте вышла на стабильное плато. За последние три года в театре состоялось 11 успешных премьер: в 2022 году по Пушкинской карте их посетило 3484 зрителя, а в 2023 году – 4985 человек, что дает прирост 43 %.

Вместе с тем приятно удивляет рост интереса молодежи к классическому репертуару (2022 год – 2958 посещений; 2023 год – 3787 посещений (+28 %) и снижение интереса к современным мюзиклам (2022 год – 8727 посещений, 2023 год – 7825 посещений (-10 %)).

Таблица 2

**Анализ посещаемости Волгоградского музыкального театра
по Пушкинской карте (молодежный репертуар)**

Виды спектаклей и количество приобретенных билетов	2022 год Шт.	2023 год	
		Шт.	%
Спектакли по литературным произведениям, которые изучают в средней школе	6739	4269	-37
Спектакли детские	940	1383	+47
Спектакли патриотической направленности	132	766	+580
Спектакли премьерные	3484	4985	+43

Из приведенных данных (табл. 2) видно, что интерес к «школьным спектаклям» (так условно назовем спектакли хрестоматийного школьного репертуара по произведениям А. С. Пушкина, Н. В. Гоголя, И. А. Ильфа и Е. П. Петрова, А.С. Грина и др.) заметно упал – на 37 %. С чем это связано объективно, судить трудно, очевидно, что работа со школами стала вестись менее активно, видимо, в расчете на уже сформировавшуюся традицию инерционного посещения театра. Почти в шесть раз (на 580 %) увеличилась посещаемость спектаклей патриотической направленности («концерт «Память сердца», оперетта «Севастопольский вальс», героическая музыкально-драматическая фантазия «Два бойца»). Можно предположить, что такой наплыв зрителей связан с празднованием в 2023 году 80-летия Победы в Сталинградской битве.

И совсем необъясним, на первый взгляд, рост популярности сказочных спектаклей у взрослых молодых людей от 14 до 23 лет. Эти спектакли обыч-

но даются в праздничные и выходные дни в утренние часы... К этой теме мы еще вернемся.

А зритель кто?

По данным статистики Волгоградского музыкального театра вырисовывается такая картина предпочтений зрителя, посещающего данный театр по Пушкинской карте: молодые люди в возрасте от 14 до 23 лет манифестируют огромный рост интереса в классической оперетте (основные действующие лица графы и графини, дипломаты, маркизы и прочая благородная публика) и сказочным представлениям (Лягушки-царевны, Коты в сапогах, Красные шапочки и другие сказочные герои). Неожиданные предпочтения для данной возрастной группы! В связи с этим обнаруженным диссонансом авторы статьи провели опрос среди посетителей и использовали метод скрытого наблюдения. Что же было выявлено?

Билеты, приобретенные по Пушкинской карте, предъявляли зрители далеко не молодежного возраста или вообще дошкольного! Получается, что держатели Пушкинских карт приобретают билеты для своих родителей и младших братьев и сестер – а это прямое нарушение целевого характера этого федерального проекта. Следовательно, требуются какие-то дополнительные правовые механизмы обеспечения целевого характера Пушкинских карт. Возможно, необходимо расширить возрастной диапазон, начиная с трехлетнего возраста, чтобы родители приобретали бесплатно и легально билеты для своих малолетних детей. Или же ограничивать афишу спектаклей по Пушкинской карте «школьным и молодежным» репертуаром. Однако этот вариант – не лучшее решение проблемы.

Авторы статьи в мае-июне 2024 года провели опрос среди посетителей театра, предъявивших на входе билет, приобретенный по Пушкинской карте. Всего было роздано 200 анкет, но часть из них была испорчена или не заполнена (что косвенно подтверждает тезис, изложенный выше). Обработано было 115 анкет. Большая часть зрителей старше 18 лет (60 %). В основном это студенческая молодежь (59 %), школьники (29,6 %), учащиеся системы СПО (10,4 %). Почти половина из них – это жители близлежащих районов города (49,6 %), остальные приехали в театр из отдаленных городских районов. Только 36,5 % респондентов регулярно пользуются картой и используют весь ее лимит. Остальные участники опроса заявили, что не успевают использовать все возможности карты. В последнее время респонденты по Пушкинской карте посещали учреждения культуры различного профиля: 41,7 % – театры; 24,3 % – были в кинотеатре; 7,8 % – побывали в музее; 7,0 % – на концерте в филармонии; 3,5% – на выставке, остальные не были нигде или не смогли припомнить такое событие. Причем, выбор предпочтений по Пушкинской карте был сделан под влиянием следующих репрезентативных групп: рекомендации друзей (28,7 %); учителей и преподавателей (27,8 %); знакомых взрослых людей (22,6 %); родителей (12,2 %).

Выводы

Пушкинская карта, как показал опыт, является живым организмом и постоянно развивается. Так, с 1 марта 2024 года она функционирует по но-

вым правилам. Ужесточились требования к учреждениям культуры, которые планируют с ней работать. За два года количество молодых людей в возрасте от 14 до 22 лет, которые приобрели Пушкинскую карту, уже превысило 10 миллионов. Только в 2023 году участниками этой программы было приобретено 28,5 миллиона билетов (Филиппова web). Это говорит о том, что этот федеральный проект чрезвычайно важен в современных социокультурных условиях. Вместе с тем его реализация показала и слабые стороны в организации эстетического и патриотического воспитания нашей молодежи.

Во-первых, архиважно поднимать читательскую культуру молодежи. Мало читающее классическую литературу поколение перешло на субстантивированную максимально упрощенную лексику. Скучный словарный запас как у Элочки-людоедки у большей части молодежи ведет к моральной деградации, затрудняет возможность адекватно выразить в тексте свои мысли и чувства. Это совсем не соответствует целям нашего российского воспитания, основанного на высоких этических стандартах и духовности. В этой связи было бы полезно, на взгляд авторов статьи, добавить в карту опцию на приобретение книг в магазинах и интернет-ресурсах. Прежде всего классической русской литературы.

Вторая проблема носит более системный характер – доступность учреждений культуры для молодежи из отдаленных поселений. Возможно, было бы справедливо для этих ребят ввести дополнительную транспортную опцию для проезда в крупный город или областной центр в театр, на выставку, концерт и т. д. Половина респондентов нашего опроса живут в отдаленных районах города (не считая молодежь, проживающую за пределами областного центра).

И, наконец, с 2024 года у карты появилась возможность коллективного посещения учреждений культуры. А для этого необходимо привлекать к данному процессу администрацию школы, классных руководителей, родительскую общественность.

Наблюдение показало, что довольно часто Пушкинская карта монетизируется ее держателями и используется для приобретения билетов для родителей и младших братьев и сестер. Следовательно, необходима дополнительная юридическая защита данного проекта.

Еще один вывод, который напрямую не связан с Пушкинской картой – качество контента, предлагаемого театрами. Многие театры – и столичные, и региональные – с целью привлечения зрителей и «осовременивания» классики переписывают классические тексты и либретто. В итоге из классического произведения уходит то, ради чего создана Пушкинская карта (Касьянова, Виноградова, Кохан 2023). Может быть, Министерство культуры РФ озаботится тем, чтобы Пушкинская карта не способствовала посещению таких «авангардных» перфомансов.

Резюмируя результаты небольшого исследования и статистические данные Волгоградского музыкального театра, можно отметить, что Пушкинская карта – это проект, который интересен и театру как коммерческой органи-

зации, и молодым людям и их семьям. Однако, видимо, как любому живому проекту, Пушкинской карте требуется дополнительное развитие в сторону расширения своих опций.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Акберов, Д. Ф. Мошенничество в сфере социальных проектов (на примере «пушкинской карты») / Д. Ф. Акберов // Скиф. Вопросы студенческой науки. - 2023. - № 6 (82). - С. 496-500.
2. Груздева, М. А. «Пушкинская карта» как инструмент финансирования сферы культуры: региональный аспект / М. А. Груздева, О. Н. Калачикова // Журнал экон. исслед. - 2021. - Т. 7, - № 5. - С. 41-49.
3. Дырдина, А. А. Проект «пушкинская карта» как один из способов социально-культурного воспитания молодежи / А. А. Дырдина // Материалы VI Всерос. научно-практич. конф. / отв. ред. В. Н. Лаврикова. – Чита, 2021. - С. 147-151.
4. Злотникова, Е. В. Оценка результативности проекта «пушкинская карта» / Е. В. Злотникова, М. В. Сташук, А. И. Ручкина // ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. - 2022. - № 2 (40). - С. 10-15.
5. Каледа, У. О. Пушкинская карта. Досуг молодежи / У. О. Каледа, С. И. Карпова, С. В. Сумбулова, Л. В. Логунова // Достижения науки и образования. – 2022. – № 3. – С. 92-96.
6. Каргаполова, Е. В. Любимая книга в читательских предпочтениях современного российского студенчества (на примере вузов Астрахани и Москвы) / Е. В. Каргаполова, В. В. Дьякова, Е. А. Шаганова, Е. С. Василенко // Primo aspectu. - 2024. - № 1 (57). - С. 94-100.
7. Касьянова, Е. И. Возможности программы «Пушкинская карта» в формировании патриотически ориентированных социальных представлений студенческой молодежи / Е. И. Касьянова, Н. И. Виноградова, С. Т. Кохан // Kant. - 2023. - № 4. - С. 324-332. DOI: 10.24923/2222-243X.2023-49.59
8. Людмила, Т. Н. «Пушкинская карта» – драйвер стратегии воспитания молодежи и развития сферы культуры региона [Электронный ресурс] / Т. Н. Людмила // Творчество и современность: сетевое издание. – 2023. – № 2(20). – С. 127-135. – Режим доступа: URL: <https://nsktvs.ru/node/376>, (дата обращения: 20.05.2024 г.).
9. Шамина, А. Р. Проблемы и перспективы внедрения «Пушкинской карты» как инструмента стимулирования спроса молодежи на услуги культуры / А. Р. Шамина // Новеллы права, экономики и управления 2021: сборник науч. тр. по матер. VII Междунар. науч.-прак. конф. ; г. Гатчина, 26–27 ноября 2021 г. – Гатчина : Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2021. – С. 489–492.
10. Постановление Правительства РФ от 8 сентября 2021 г. № 1521 «О социальной поддержке молодежи в возрасте от 14 до 22 лет для повышения доступности организаций культуры». – Режим доступа: URL: <https://base.garant.ru/402777404/> (дата обращения: 10.09.2024 г.)
11. https://elibrary.ru/query_results.asp (дата обращения 09.11. 2024 г.).
12. URL: <https://www.ural.kp.ru/online/news/4430366/> (дата обращения: 11.03.2024 г.).
13. URL: <https://www.culture.ru/afisha/russia/pushkinskaya-karta>
14. URL: <https://afisha.yandex.ru/volgograd/pushkin-card>
15. URL: <https://portal-kultura.ru/articles/news/362215-pushkinskuyu-kartu-v-rossii-poluchili-74-tselevoy-auditorii-programmy> (дата обращения 09.11.2024 г.).
16. Филиппова, Т. Министерство культуры подвело итоги прошлого года [Электронный ресурс] / Т. Филиппова // Культура. – 2024. – Режим доступа: URL: <https://portal-kultura.ru/articles/kulturnaya-politika/360601-ministerstvo-kultury-podvelo-itogi-proshlogo-goda> (дата обращения 09.11. 2024 г.)