

УДК 37. 013 + 316

DOI: 10.35211/2500-2635-2025-2-62-29-36

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПУШКИНСКОЙ КАРТЫ: КАК ПОЛЬЗУЮТСЯ МОЛОДЫЕ ВОЛГОГРАДЦЫ

PROBLEMS OF REALIZATION OF THE PUSHKIN MAP: HOW YOUNG VOLGOGRAD RESIDENTS USE IT

ПЕТРУНЕВА Раиса Моратовна

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

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

Аннотация. В статье анализируются проблемы практической реализации проекта «Пушкинская карта» для молодежи. В качестве изучаемой когорты приводится контингент Волгоградского городского оздоровительного лагеря «Орленок». Исследуется активность использования «Пушкинской карты» детьми из разных семей – по месту постоянного проживания, по доходам домохозяйств. Показано, что наличие «Пушкинской карты» в данном случае не влияет на активность посещения учреждений культуры и изменение культурных практик детьми из семей с различным достатком.

Ключевые слова: Пушкинская карта, культурные практики, доходы семей.

Abstract. The article analyzes the problems of practical implementation of the Pushkin Map project for young people. The contingent of the Volgograd city health camp “Orlyonok” is given as the studied cohort. The activity of using the “Pushkin card” by children from different families - by place of permanent residence, by household income - is studied. It is shown that the presence of “Pushkin card” in this case does not affect the activity of visiting cultural institutions and changing cultural practices by children from families with different incomes.

Keywords: Pushkin card, cultural practices, household income.

Ссылка для цитирования: Петрунева, Р. М. Проблемы реализации Пушкинской карты: как пользуются молодые волгоградцы / Р. М. Петрунева, Е. А. Матушкин, Т. Д. Чудасова // Primo aspect. – 2025. – № 2 (62). – С. 29–36. DOI: 10.35211/2500-2635-2025-2-62-29-36

Citation link: Petruneva, R. M. Problems of realization of the Pushkin map: how young Volgograd residents use it / R. M. Petruneva, E. A. Matushkin, T.D. Chudasova // Primo aspect. – 2025. – № 2 (62). – P. 29–36. DOI: 10.35211/2500-2635-2025-2-62-29-36

Введение

Современное образование – это не только обучение, но и воспитание в широком смысле слова, это социализация молодежи, освоение богатого социального опыта общества, культурное, нравственное, эстетическое развитие. Сегодня приобщить молодежь к богатому культурному наследию России не очень просто – несколько десятилетий фактически безвременья во многом разрушили традиционные инструменты воспитания. Поэтому сегодня перед обществом стоит архиважная задача сохранить, приумножить духовные культурные достижения России и приобщить к этому процессу молодежь. Во многом этому способствует программа «Пушкинская карта».

В 2021 году в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 8 сентября 2021 г. № 1521 в России стартовала программа «Пушкинская карта», которая дала свободный и бесплатный для молодежи доступ к учреждениям культуры. По данным Министерства культуры РФ, в мае 2024 года в России насчитывалось 10,3 млн держателей «Пушкинских карт». С момента запуска программы и до мая 2024 года по «Пушкинским картам» было приобретено более 68 млн билетов на сумму почти 33 млрд рублей. По данным пресс-службы губернатора Волгоградского региона, в 2024 году по этой программе было продано более 420 тысяч билетов. А волгоградские учреждения культуры получили от реализации этих билетов 167,5 млн рублей. Таким образом, средняя цена одного билета в волгоградские учреждения культуры составила для держателей карт около 400 рублей. В среднем за год в России в кинотеатры, театры, на концерты и выставки держатели карт приобретают более 23 млн билетов. И это число растет. Поставленные изначально перед данной программой цели на начало 2024 года были перевыполнены более чем в четыре раза (За три ... web).

Почти 12 тысяч учреждений культуры подключились в этой программе. В 2024 году в программе приняли участие 48,8 % от их общего числа, в том числе 43 музея и 11 театров Волгоградской области. В марте 2024 года на сайте «Культура.РФ» и в приложении «Госуслуги Культура» были размещены афиши более 44,6 тысячи мероприятий. В Волгоградской области функционирует 161 учреждение культуры. За декабрь 2024 – январь 2025 гг. на портале PRO.культура было доступно 836 мероприятий различного формата для детей и молодежи в возрасте от 14 до 22 лет (1 января ... web). Популярность «Пушкинской карты» в Волгоградской области постоянно растет. С момента запуска программы на нее зарегистрировалось более 149 000 волгоградских школьников и студентов.

Как в РФ молодые люди пользуются «Пушкинской картой»

За 2023 год через программу «Пушкинская карта» в РФ было реализовано 29 млн билетов, а всего с ее старта в сентябре 2021 года – 52 млн билетов. По данным Минкульта, чаще всего приобретались билеты в кинотеатры (36 %), театры (23 %), музеи и выставки (17 %), мероприятия в Домах культуры (12 %), концерты (9 %), мероприятия в библиотеках и других учреждениях культуры (3 %). Наибольшей популярностью у молодежи пользовались отечественные фильмы «Чебурашка» и «Вызов», а также Эрмитаж и музей-заповедник «Петергоф». Как сообщает Министерство культуры РФ, в 2023 году средняя цена одного билета, приобретенного по «Пушкинской карте», составила чуть более 540 руб., а билет в кино – около 290 руб. (Болдова web).

Проблема реализации задач, поставленных перед программой «Пушкинская карта», пока не очень активно обсуждается как научная проблема. По большей части в имеющихся публикациях речь идет об организационных, финансовых, юридических аспектах реализации этого проекта. Чаще всего в научном осмыслении «Пушкинская карта» рассматривается как

средство организации досуга и воспитания молодежи (Каледа, Карпова, Сумбулова, Логунова 2022; Людмила 2023; Шамина 2021; Рабочева, Алиперов 2022; Ушакова 2022; Ильичев 2022; Гречкина 2023 и др.); как средство формирования общекультурных компетенций и патриотических чувств (Дырдина 2021; Касьянова, Виноградова, Кохан 2023); анализируется как инструмент финансирования сферы культуры в региональном аспекте (Груздева, Калачикова 2021; Еськова, Кликунов, Соловьева, Окороков, Окорокова 2023). Также некоторые авторы рассматривают юридические аспекты реализации карты (Акберов 2023) и исследуют эффективность реализации проекта «Пушкинская карта» (Злотникова, Сташук, Ручкина 2022).

Авторы данной статьи поставили перед собой задачу изучить структуру посещения учреждений культуры волгоградской молодежью на примере 14–18-летних подростков, отдыхающих в детском оздоровительном лагере «Орленок» в г. Волгограде. Лагерь вмещает 470 ребят и функционирует круглогодично. В нем отдыхают дети не только из Волгограда, но из районных центров и сельской местности, из семей с различным уровнем доходов домохозяйств. В этом смысле площадка лагеря очень интересна для опросов. Опрос респондентов проводился на базе ДОЛ «Орленок» в июле 2024 года.

Характеристика респондентов

Всего опрошено 200 чел., из них 105 чел. (53 %) в возрасте 14–15 лет; 95 чел. (48 %) в возрасте 16–18 лет; 138 чел. (69 %) проживают постоянно в Волгограде; 24 чел. (12 %) – в Волжском; 21 чел. (11 %) – в районном центре; 12 чел. (6 %) – в сельской местности; 5 человек (3 %) ответили «другое»; 143 чел. (72 %) учатся в школе, 44 чел. (22 %) – в колледже, 13 чел. (7 %) заявили, что не учатся.

Респонденты живут в семьях разного материального достатка: 43 % в семьях, которые имеют значительный материальный достаток и возможность регулярно посещать учреждения культуры; при этом, большая часть этих детей (77 %) живет в Волгограде и Волжском (12 %). 30 % детей живут в семьях с определенным материальным достатком, но не могут себе позволить постоянно посещать театры и музеи; 68 % этих ребят являются волгоградцами и 12 % волжанами. 11 % семей опрошенных учащихся являются получателями социальных субсидий, поэтому посещение учреждений культуры не является обязательной статьей расходов в этих домохозяйствах (табл. 1).

Самыми популярными театрами среди молодежи школьного возраста являются Новый экспериментальный театр (НЭТ) и Театр юного зрителя (ТЮЗ). Менее популярны Музыкальный и Казачий театр. В число фаворитов не вошли Царицынская опера, Молодежный театр и Театр одного актера.

В качестве референтных групп, чье мнение является важным при выборе театра, респонденты назвали в первую очередь учителей (около 30 %); на родителей сослались 24 %; около 28 % самостоятельно определились с выбором или положились на мнение друзей (11,5 %). Активность учителей вполне понятна, потому что именно педагог информирует и мотивирует

учащихся, формирует их интерес к культурным мероприятиям. Когда программу запускали в 2021 году, учителя активно способствовали регистрации учеников в проекте. Кроме того, учителя следили, чтобы школьники активно расходовали средства карты (Рункевич web).

Таблица 1

**Ответы респондентов на вопрос
о материальном благосостоянии своей семьи**

Ответы респондентов	Все респонденты		Волгоград		Волжский		Районный центр		Сельская местность		Другое	
	Чел	%	Чел	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел	%
Наша семья может себе позволить крупные покупки, тем более регулярно посещать театры, музеи и другие культурно-развлекательные учреждения	87	43	67	77	10	12	5	6	3	3	2	2
На жизнь нашей семье хватает, но регулярное посещение учреждений культуры весьма накладно	59	30	40	68	7	12	9	15	2	3	1	2
Наша семья является получателем социальных субсидий, поэтому посещение театра не является обязательной статьей расходов	22	11	9	41	4	18	5	23	4	18	0	0
Другое	32	16	22	70	3	9	2	6	3	9	2	6
Всего	200	100	138	69	24	12	21	11	12	6	5	2

Записных театралов, посещающих театр каждый месяц, нашлось только 8,5 %; 38 % бывают в театре несколько раз в год – ожидаемо, что это в основном волгоградские жители (79 %). Самая большая группа респондентов (45 %) бывает в театрах один раз в год и реже, из них 66 % – волгоградцы. 7 % респондентов заявили, что никогда не были в театре, причем большая часть из них (43 %), как ни странно, жители Волгограда.

Почти все опрошенные (96,5 %) знают о существовании «Пушкинской карты» и активно пользуются ее возможностями (82,5 %). Интересно, что из 35 человек, заявивших, что не пользуются «Пушкинской картой», 28 человек тем не менее знают о ее существовании.

Чаще всего театр посещают 1–4 раза в год (45 %); чаще до 9 раз посещают театры 24,5 %, а еще чаще – более 10 раз в год 13 % респондентов. Почти все ответившие на вопросы анкеты (91,5 %) знают, в какие учреждения культуры можно приобрести билеты по карте. При этом более 60 % считают, что «Пушкинская карта» является хорошим мотиватором для посещения театра. Однако 21,5 % в этом не уверены, а 14 % просто не знают.

С появлением «Пушкинской карты» только чуть больше половины опрошенных (51,5 %) стали чаще посещать театры. Больше половины 55,5 % удовлетворены возможностями, предоставляемыми «Пушкинской картой», им все нравится. 37 % респондентов заявили, что мало интересных мест; а 7 % объявили, что им ничего не нравится – одна скука. Для 45 % опрошенных лимита карты на все хватает; для 35,5 % этого мало; безразличие к номиналу карты проявили 19,5 % опрошенных (из этого ответа допустимо сделать вывод, что и эту когорту все устраивает). Только один человек из 200 отрицательно относится к «Пушкинской карте»; 61 % оценивают ее положительно или нейтрально (38,5 %).

На вопрос: «Что бы вы хотели изменить в программе "Пушкинская карта?"» были получены следующие ответы (орфография и стилистика авторов сохранены): название карты, расширить каталог фильмов, увеличить баланс карты, добавить больше интересных мест для посещения, добавить познавательные программы, добавить к просмотру зарубежные фильмы, сделать больше спектаклей, возможных к посещению по пушкинской карте, обновление приложения, доступность всех фильмов к просмотру.

Небольшое количество предложений может свидетельствовать о том, что либо бóльшая часть респондентов довольна возможностями, предоставляемыми картой, либо не задумывались об этом и воспринимают этот проект как данность.

В табл. 2 представлены ответы респондентов в зависимости от материального достатка семьи на вопрос: «Как часто вы используете "Пушкинскую карту"?».

Как и следовало ожидать, чаще всего посещают театры дети из семей с хорошим материальным достатком: 36 % этих детей бывают в театре до 4 раз в год, а 49 % до 10 раз в год. Чуть больше половины детей (51 %) из семей со скромным достатком и 44 % детей из семей, получающих социальную субсидию, менее активно используют потенциал «Пушкинской карты». С появлением «Пушкинской карты» все дети, независимо от материального благосостояния домохозяйств, стали чаще посещать театры.

Однако заметно, что доля учащихся, на культурные практики которых «Пушкинская карта» не оказала влияния, заметно выше в семьях со скромными материальными возможностями. Таких ребят соответственно 56 % и 74 %.

Таблица 2

Ответы респондентов в зависимости от материального достатка семьи на вопрос:
«Как часто вы используете "Пушкинскую карту"?»

Ответы респондентов	Все респонденты		Более 10 раз за год		5–9 раз за год		1–4 раз за год		Не пользуюсь	
	Чел	%			Чел	%	Чел.	%	Чел.	%
Наша семья может себе позволить крупные покупки, тем более регулярно посещать театры, музеи и другие культурно-развлекательные учреждения	87	43,5	17	20	25	29	31	36	14	16
На жизнь нашей семье хватает, но регулярное посещение учреждений культуры весьма накладно	59	29,5	6	10	13	22	30	51	10	17
Наша семья является получателем социальных субсидий, поэтому посещение театра не является обязательной статьёй расходов	23	11,5	1		4		10	44	8	
Другое	31	15,5	2		6		18		5	
Всего	200	100								

В табл. 3 представлены ответы респондентов в зависимости от материального достатка семьи на вопрос: «С появлением программы "Пушкинская карта" стали ли Вы чаще посещать театр, музеи?».

Очевидно, что вовлечение учащейся молодежи в программу – не простой и однозначный вопрос, многое зависит от круга общения, от культурных устремлений семьи, настойчивости и последовательности педагогов. Имеют значение также и трудности с оформлением «Пушкинской карты» на портале Госуслуг – не все подростки имеют аккаунты, не все умеют приобретать билеты онлайн (Чефранова 2022). Иногда отсутствие интереса связано с трудной транспортной доступностью учреждений культуры для школьников из отдаленных районов города и области.

Таблица 3

**Ответы респондентов в зависимости от материального достатка семьи
на вопрос: «С появлением программы "Пушкинская карта"
стали ли Вы чаще посещать театр, музеи?»**

Ответы респондентов	Все респонденты		Да		Нет	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Наша семья может себе позволить крупные покупки, тем более регулярно посещать театры, музеи и другие культурно-развлекательные учреждения	87	43,5	52	60	35	40
На жизнь нашей семье хватает, но регулярное посещение учреждений культуры весьма накладно	59	29,5	26	44	33	56
Наша семья является получателем социальных субсидий, поэтому посещение театра не является обязательной статьей расходов	23	11,5	6	26	17	74
Другое	31	15,5	18		13	

Понятно также и то, что процесс формирования культурных потребностей молодежи – процесс небыстрый, поэтому необходимо участие в этом процессе не только педагогов, но и родителей. Кроме того, необходима популяризация программы, а также интенсивная и целенаправленная рекламная кампания в социальных сетях и интернете, информирование молодежи на занятиях по общественным и гуманитарным наукам и т. п. (Амбарова, Дмитриева, Мусина 2024; Хритов, Аксенов 2023; Анташева 2024). Это тем более важно, потому что уже на 2025 год государство планирует расходы на «Пушкинскую карту» в размере 7,2 % от общего объема расходов на культуру и кинематографию. И было бы и неразумно, и не по-государственному, если эти средства не будут востребованы молодежью в полном объеме.

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. Амбарова, П. А. Проблемы реализации программы «Пушкинская карта» среди студентов организаций СПО Свердловской области: взгляд педагогов / П. А. Амбарова, Т. В. Дмитриева, И. С. Мусина // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2024. – Т. 30. – № 2. – С. 184–197. DOI: <https://doi.org/10.15826/izv1.2024.30.2.038>
3. Анташева, В. Г. Повышение уровня осведомленности молодежи о программе «Пушкинская карта» с помощью социальных сетей / В. Г. Анташева // Актуальные проблемы информатики, радиотехники и связи: матер. XXXI Российской научно-технич. конф. – Самара, 2024. – С. 413–414.
4. Гречкина, М. А. Пушкинская карта как инструмент организации воспитательной работы / М. А. Гречкина // Universum: психология и образование. – 2023. – № 10 (112). – С. 9–11.
5. 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.

6. 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.
7. Еськова, Н. А. «Пушкинская карта» как разновидность именного финансового обязательства / Н. А. Еськова, Н. Д. Кликунов, Т. Н. Соловьева, В. М. Окорочков, П. В. Окорочкова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2023. – № 6. – С. 207–213.
8. Злотникова, Е. В. Оценка результативности проекта «Пушкинская карта» / М. В. Сташук, А. И. Ручкина, Е. В. Злотникова // ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. – 2022. – № 2 (40). – С. 10–15.
9. Ильичев, Е. М. «Пушкинская карта» как функция искусства — развивать и организовывать обучающихся / Е. М. Ильичев // Вестник Набережночелнинского государственного педагогического университета. – 2022. – № 4 (39). – С. 31–33.
10. 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.
11. 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
12. 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.)
13. Рабочева, Н. С. Пушкинская карта как инструмент привлечения молодежи к культуре в реалиях провинциального города / Н. С. Рабочева, И. М. Алипперов // Культурные индустрии в пространстве открытого города: материалы VIII Всерос. (с междунар. участием) научно-практич. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. – Екатеринбург, 2022. – С. 125–129.
14. Ушакова, А. П. Пушкинская карта как механизм приобщения студенческой молодежи к массовой культуре / А. П. Ушакова // Эффективность реализации государственной молодежной политики: опыт регионов и перспективы развития: материалы VIII Междунар. научно-практич. конф. – Чита, 2022. – С. 129–135.
15. Хритов, А. Е. Методы продвижения Пушкинской карты / А. Е. Хритов, А. А. Аксенов // Трансформация информационно-коммуникативной среды общества в условиях вызовов современности: материалы II Междунар. научно-практич. конф. молодых ученых. – Комсомольск-на-Амуре, 2023. – С. 226–228.
16. Чефранова, Е. А. Вопросы участия несовершеннолетних в отношениях банкинга через призму реализации программы «Пушкинская карта» / Е. А. Чефранова // Семейное и жилищное право. – 2022. – № 4. – С. 22–26.
17. 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.
18. За три года подростки и молодые люди потратили по «Пушкинским картам» 33 млрд рублей. – Режим доступа: <https://iz.ru/1699562/2024-05-21/za-tri-goda-podrostki-i-molodye-liudi-potratili-po-pushkinskim-kartam-33-mlrd-rublei> (дата обращения 11.01.2025 г.).
19. 1 января пополнился баланс «Пушкинской карты». – Режим доступа: <https://34-rus.ru/news/31282-1-janvarja-popolnilsja-balans-Pushkinskojj-karty.html> (дата обращения: 02.02.2025 г.).
20. Болдова, К. Как часто молодые люди пользуются «Пушкинской картой» / К. Болдова. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/pushkin-card-stat/> (дата обращения: 02.02.2025 г.).
21. Рункевич, Д. Культрасход: молодежь тратит лишь четверть средств с «Пушкинских карт» / Д. Рункевич. – 21 мая 2024 г. – Режим доступа: <https://iz.ru/1699340/dmitrii-runkevich/kultraskhod-molodezh-tratit-lish-chetvert-sredstv-pushkinskikh-kart> (дата обращения: 02.02.2025 г.).