

Лучшие наработки регионов – лидеров программы «Пушкинская карта»

1. Форматы мероприятий для привлечения молодежи к участию в программе, соответствующие целям и задачам государственной культурной политики

Интерактивные форматы: квесты, квизы, интеллектуальные игры.

Мастер-классы (прикладные, творческие, цифровые).

Иммерсивные и театрализованные экскурсии.

Спектакли по произведениям школьной программы (особенно в театрах).

Концерты, кинопоказы, встречи с деятелями культуры.

Уроки профессионального самоопределения (Магаданская область, библиотеки).

Спектакли-променады (Архангельская область, театры) – уникальный формат, когда зрители идут по маршруту вместе с актёрами.

Программа по языкознанию (Магаданская область, библиотеки).

Патриотическая музыкально-образовательная программа «Кино и музыка» (Республика Татарстан, кинотеатры) – гибрид кино и живого концерта.

Создание уникальных арт-объектов на мастер-классах по керамике (Республика Татарстан, ДК им. Емельянова) – акцент именно на создании арт-объектов, а не просто поделок.

Примеры:

Повышение транспортной доступности мероприятий для школьников

Суть: учреждения сами приезжают в школы, колледжи, лагеря или организуют автобусные перевозки групп в музеи, театры.

Где: Архангельская, Магаданская, Новгородская области, Республика Татарстан, Кемеровская область, Чувашская Республика.

Результат: в Республике Татарстан выездные программы посетили около 4 000 учащихся из районов республики за 2023–2025 гг.

Акция «Приведи родителей» (скидка для родителей при покупке по Пушкинской карте)

Суть: держатель карты покупает себе билет, а родителям даётся скидка 10–50% или второй билет бесплатно.

Где: Архангельская область (музеи), Магаданская область (театры), Республика Татарстан (театры), Новгородская область (музеи), Чувашская Республика.

Результат: расширение аудитории, повышение лояльности семей.

Пример: в музеях Архангельска – скидка 10% родителям; в театрах Магадана – второй билет бесплатно.

Мастер-классы и интерактивные форматы (квесты, квизы, иммерсивные экскурсии)

Суть: замена пассивных лекций на активное участие – рисование, лепка, игры, театрализация, VR, коды.

Где: все регионы.

Результат: самый востребованный формат у молодёжи (упоминается в 100% практик).

Пример: в Магаданской области – исторические игры «Битва за Москву» с элементами VR; в Республике Татарстан – мастер-классы по керамике и каллиграфии.

2. Меры по повышению посещаемости мероприятий

Гибкое расписание (перенос на вечер, выходные, каникулы) – Архангельская область, Новгородская область, Республика Татарстан, Кемеровская область, Чувашская Республика.

Выездные мероприятия на базу школ/колледжей.

Скидки для групповых заявок (от 5–10 человек) и бесплатный билет для сопровождающего.

Мониторинг продаж и оперативная замена невостребованных форматов (Магаданская область, Республика Татарстан).

Продление часов работы (Кемеровская область).

Использование принципа «молодые – молодым» при создании события (Новгородская область, образовательные учреждения) – студенты сами делают события для сверстников.

Сбор заявок от организованных групп для формирования дополнительных сеансов (Республика Татарстан, ДК им. Емельянова) – уникальный подход «под запрос», когда сеанс создают, если есть заявка.

Примеры:

Мониторинг продаж и гибкая корректировка афиши

Суть: ежемесячный анализ, какие билеты покупают, и замена непопулярных событий на новые, более интересные.

Где: Магаданская область, Республика Татарстан, Архангельская область (методические рекомендации).

Результат: предотвращает застой, повышает конверсию.

Использование промокодов и скидок для групповых заявок

Суть: при коллективной покупке (от 5–10 человек) – скидка или бесплатный билет для сопровождающего.

Где: Поморская филармония (Архангельская область), Магаданская филармония (Магаданская область), кинотеатры Новгородской области, Республики Татарстан, Чувашская Республика.

Результат: стимулирует организованные группы из школ.

Включение в репертуар спектаклей и фильмов по школьной программе

Суть: театры и кинотеатры ставят произведения из учебной литературы («Преступление и наказание», «Говорит Ленинград», классика).

Где: Белгородская область, Новгородская область, Республика Татарстан, Архангельская область (театр драмы), Чувашская Республика.

Результат: родители и учителя поддерживают посещение, это становится частью образования.

3. Взаимодействие с органами исполнительной власти, образовательными организациями, детскими оздоровительными лагерями, молодежными движениями и пр.

Личные встречи с руководителями школ, завучами, педагогами.

Регулярные совещания с участием представителей культуры, образования и молодёжной политики (Новгородская область – ежемесячно на уровне замглавы муниципального образования).

Рассылка афиш и пресс-релизов в родительские и студенческие чаты (Новгородская область – ежемесячно на уровне замглавы муниципального образования).

Сотрудничество с молодёжными движениями («Движение Первых», «Волонтёры культуры», «Юнармия»).

Участие в формировании запросов через молодёжный совет (Белгородская область).

Выезды с мероприятия в муниципальные образования с привязкой к учебному графику и каникулярному периоду (Чувашская Республика).

Активное использование летней кампании: пришкольные и детские оздоровительные лагеря как площадки для мероприятий программы (Чувашская Республика).

Примеры:

Системная работа с образовательными учреждениями

Суть: личные встречи с директорами, завучами, классными руководителями, рассылка афиш в родительские чаты, участие в педсоветах, согласование графиков.

Где: все регионы.

Результат: обеспечивает стабильный поток групп и высокую посещаемость.

Пример: в Новгородской области – ежемесячные совещания с участием заместителя главы района и органов образования; в Белгородской области – участие в педсоветах.

Вовлечение всех типов учреждений культуры и межведомственная координация на региональном уровне

Суть: к реализации программы подключаются учреждения культуры, образовательные организации, региональные органы исполнительной власти в сфере культуры, просвещения и образования, органы местного самоуправления под личной координацией со стороны руководства региона, синхронизация планов учреждений культуры, образования и молодёжной политики, формирование единого календаря событий с учётом школьного расписания и летней оздоровительной кампании.

Результат: синергетический эффект в достижении целей программы, рост числа мероприятий и охвата молодёжи, повышение доступности культуры в муниципальных образованиях.

Пример: под личным руководством Главы Чувашской Республики О.А. Николаева скоординирована работа региональных органов исполнительной власти в сфере культуры, образования и просвещения, органов местного самоуправления в целях эффективной реализации программы.

Сотрудничество с молодёжными движениями («Движение Первых», «Волонтёры культуры», «Юнармия»)

Суть: привлечение активистов для популяризации карты, помощи в оформлении, проведения совместных событий.

Где: Архангельская, Белгородская, Магаданская, Новгородская области, Республика Татарстан.

Результат: доверие сверстников и дополнительный охват.

4. Форматы и способы информационного продвижения программы «Пушкинская карта» и мероприятий в рамках программы «Пушкинская карта»

Социальные сети (ВКонтакте, Telegram, MAX).

Официальные сайты учреждений и региональные афиши (в том числе Культура.РФ).

Адресная e-mail рассылка по учебным заведениям.

Наружная реклама (билборды, LED-экраны, остановки) – в Архангельской области, Магаданской области, Новгородской области, Кемеровской области.

Раздача флаеров в МФЦ, учебных заведениях, на мероприятиях.

QR-коды на афишах для быстрого перехода к покупке.

Виджет «Пушкинская карта» на главной странице сайта (Магаданская область).

Демонстрация видеоролика о программе перед началом мероприятий (Новгородская область, Новгородская филармония).

Совместное пиар-продвижение во внешних медиа с информационными партнёрами (Республика Татарстан, Национальная библиотека).

Маркировка анонсов мероприятий по программе хэштегами (Новгородская область).

Примеры:

Многоканальное информационное продвижение

Суть: одного поста в соцсетях недостаточно. Используется связка: соцсети (ВК, Telegram, MAX) + официальные сайты + региональные афиши + наружная реклама (билборды, LED-экраны) + флаеры в МФЦ и учебных заведениях + QR-коды на афишах.

Где: все регионы.

Результат: максимальный охват целевой аудитории.

Пример: в Архангельской области – сводная афиша на Культура.РФ; в Кемеровской области – экраны в транспорте.

5. Методы поощрения граждан – участников программы «Пушкинская карта»

Акции для родителей («Приведи родителей» – скидка или второй билет бесплатно) – Архангельская область, Магаданская область, Республика Татарстан.

Конкурсы на звание «Самый активный пользователь», «Самый пушкинский класс» (Новгородская область, Кемеровская область).

Бесплатные билеты для победителей или активных посетителей.

Благодарственные письма для портфолио учеников (Магаданская область).

«Арт-паспорта для учащихся ДШИ (Новгородская область) – уникальная система учета посещений с выдачей сертификатов «Лидер культурного движения» (в стадии разработки).

Индивидуальная фотосессия в подарок (Магаданская область, музеи, на лекции «Фотография будущего»).

Примеры:

Поощрение активных держателей карт

Суть: розыгрыши призов, подарочные сертификаты, конкурсы (например, «Самый активный пользователь», «Самый пушкинский класс»).

Где: Архангельская область (111 купонов, 5 сертификатов), Новгородская область, Кемеровская область.

Результат: создаёт дополнительную мотивацию и «вирусный» эффект (отзывы в соцсетях).

Пример: «Арт-паспорта» в Новгородской области (бумажные паспорта для учащихся ДШИ, где отмечают посещения, а лучшие получают сертификаты «Лидер культурного движения») – на текущий момент в стадии разработки.

6. Методы поощрения организаций культуры – участников программы «Пушкинская карта»

Учёт количества проданных билетов и выручки как показатель эффективности руководителей (KPI).

Премирование сотрудников за выполнение плана (Кемеровская область).

Благодарственные письма и конкурсы среди учреждений («Плюшки по Пушкине» в Новгородской области).

Методическая поддержка и обучение лучших сотрудников (Архангельская область, Новгородская область).

Направление лучших сотрудников на стажировки в другие регионы (Новгородская область, театры).

Разработка методических рекомендаций для учреждений (Архангельская область, Дом народного творчества).

Примеры:

Система поощрения организаций и сотрудников

Суть: учёт количества билетов и выручки как KPI руководителей, премирование, конкурсы среди учреждений («Плюшки по Пушкине»), направление лучших на стажировки.

Где: Белгородская, Новгородская, Кемеровская области, Республика Татарстан.

Результат: повышает ответственность и инициативность на местах.