

«Пушкинская карта» как инструмент финансирования сферы культуры: региональный аспект

"Pushkinskaya Karta" as an instrument for financing the culture sphere: regional aspect

УДК 336.02

Получено: 26.08.2021

Одобрено: 16.09.2021

Опубликовано: 25.10.2021

Груздева М.А.

Канд. экон. наук, старший научный сотрудник, зав. лабораторией ФГБУН «Вологодский научный центр РАН»

e-mail: mariya_antonovarsa@mail.ru

Gruzdeva M.A.

Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher, Head of Laboratory, Vologodskiy Scientific Center of the Russian Academy of Sciences

e-mail: mariya_antonovarsa@mail.ru

Калачикова О.Н.

Канд. экон. наук, зам. директора по научной работе, зав. отделом ФГБУН «Вологодский научный центр РАН»

e-mail: onk82@yandex.ru

Kalachikova O.N.

Candidate of Economic Sciences, Deputy Director, Head of the Department, Vologodskiy Scientific Center of the Russian Academy of Sciences

e-mail: onk82@yandex.ru

Аннотация

В статье анализируется программа «Пушкинская карта» как инструмент финансирования сферы культуры в региональном аспекте. Оценена потребность и актуальность данной программы для целевой группы, потенциальный вклад в непосредственное финансирование учреждений культуры и возможности изменения потребительских расходов домохозяйств на услуги культуры.

Ключевые слова: Пушкинская карта, финансирование культуры, услуги культуры, культурная активность, молодёжь, Вологодская область.

Abstract

The article analyzes the program "Pushkinskaya Karta" as an instrument of financing the regional culture sphere. The article assessed the need and relevance of this program for the target group, the potential contribution to the direct financing of cultural institutions, and the possibility of changing consumer spending of households on cultural services.

Keywords: "Pushkinskaya Karta", financing of culture, cultural services, cultural activity, youth, Vologda region.

Введение

В июне 2021 г. Президентом инициирована федеральная программа господдержки «Пушкинская карта», которая призвана повысить доступность учреждений культуры для молодежи. В рамках проекта каждый молодой житель России в возрасте от 14 до 22 лет (включительно) может получить специальную банковскую карту, которой сможет оплачивать билеты в музеи, театры, концертные организации и другие учреждения культуры по всей стране. Программа «Пушкинская карта» охватила все 85 субъектов Российской Федерации, уже к проекту присоединились почти 1,5 тыс. федеральных, региональных и муниципальных учреждений культуры. Номинал «Пушкинской карты» на 2021 г. составляет 3000 руб. Их можно будет потратить исключительно на приобретение билетов в учреждения культуры, отобранные Министерством культуры (критерий отбора – качество оказываемой услуги). Купить билеты можно до конца календарного года, непотраченные средства на карте будут сгорать. Воспользоваться картой сможет только ее обладатель. Если молодому человеку исполняется 23 года, карта прекращает свое действие. В случае успешной реализации проект будет продолжен и на следующий 2022 г., номинал карты возрастет до 5000 руб.

Данная инициатива решает две важные задачи. Во-первых, это повышение культурной активности молодежи. Во-вторых, дополнительное финансирование и повышение привлекательности услуг учреждений культуры. Обе задачи актуальные, что подтверждают исследования последних лет [6, 10, 2, 14].

Несмотря на то что практически все эксперты и представители отрасли признают положительный эффект реализуемой программы, присутствует ряд опасений, таких как возможные передачи карты и приобретенных по ним билетов третьим лицам, не попадающим под действия программы, невостребованность рекомендованных Министерством к посещению культурных мероприятий. Второе опасение уже опровергается популярностью Пушкинской карты среди молодежи. Так, по заявлению министра культуры Ольги Любимовой, за первый месяц реализации программы (с 1 по 30 сентября) карту в российских регионах оформили более двух миллионов чел. (примерно 16% от численности населения России в возрастной группе 14-22 года, которая составляет 12 822 961 чел.), куплено более 360 тыс. билетов на сумму 271 млн руб. Средний чек покупки – 700 руб. Безусловно, более подробный анализ популярности программы и посещаемости предлагаемых учреждений и мероприятий можно будет провести по истечению года, когда будут представлены результаты его реализации, в том числе в отчетах региональных департаментов культуры и туризма.

Вместе с тем, уже сейчас можно понять каков предполагаемый объем финансовых вливаний будет сделан в отрасль, как он соотносится с расходами бюджета и домохозяйств. Целью статьи явилась оценка объема потенциально привлеченных программой «Пушкинская карта» финансовых средств в отрасль культуры региона. Объект исследования – Вологодская область. Исследование проведено на данных Вологодской области. Информационную базу составили данные официальной статистики о численности населения в определенных возрастах, информация о бюджетах Российской Федерации и Вологодской области, данные социологического опроса населения Вологодской области «Социокультурный портрет региона», проведенного в 2021 г. (выборка 1500 чел. в возрасте старше 18 лет, из 2 городов и 8 муниципальных районов области, квотная по полу и возрасту, ошибка не превышает 3%, метод получения данных – раздаточное анкетирование).

Результаты

Предваряя расчеты финансового влияния программы «Пушкинская карта», обратимся к анализу ее основных потенциальных получателей. Определим актуальность для них культурной и досуговой активности. Данные характеристики являются важным аспектом в изучении молодежи, они динамичны, формируют культуру будущих поколений, влияют и определяют ход модернизационных изменений [9, 4]. Именно

поэтому их необходимо постоянно отслеживать и измерять различными методами. Выборка мониторинга «Социокультурный портрет региона» позволяет оценить культурную активность молодых людей в возрасте 18-24 года, традиционно определяемых как «учащаяся молодежь». Данная группа наиболее близка к возможным участникам программы. Для определения возрастных различий сравнение проведено с группами населения старших возрастов.

Молодые люди выше оценивают обеспеченность места своего проживания услугами культуры и эстетичной городской средой: 46% называют ее отличной и хорошей (табл. 1). Но как наиболее активная группа, имеющая на данном жизненном этапе высокую социальную активность и время для ее реализации, предъявляют более высокие требования к наличию возможностей реализации досуга и культурной инфраструктуры. Зачастую отсутствие качественной сферы досуга и развлечений становится важным фактором миграционных передвижений молодежи, наряду с такими незыблемыми детерминантами, как образование и трудоустройство [13, 15]. Наблюдаются различия в предъявляемых требованиях к инфраструктуре культуры и досуга, и удовлетворённости данными факторами жизнедеятельности в месте проживания молодых людей в пределах 30%. Важность полноценного досуга для молодежи весьма высока (так ответили 90% молодых вологжан), а вот удовлетворены им только 56%. Данный разрыв может быть вызван неудовлетворенностью качеством услуг, их доступностью, отсутствием временных или финансовых ресурсов.

Таблица 1

Оценка людьми разных возрастов важности и удовлетворённости культурной инфраструктурой и наличием условий для реализации досуга

	18...24	25...34	35...59 (54) лет	старше 60 (55) лет
Оцените обеспеченность жителей Вашего населённого пункта услугами <i>Культура, эстетика городской среды</i>				
Отличная, хорошая	46,5%	36,3%	38,0%	32,9%
Плохая, неудовлетворительная	16,7%	26,5%	21,1%	19,2%
Насколько важны для Вас следующие факторы жизнедеятельности? <i>Наличие досуга и возможность его реализации</i>				
Важен и скорее важен	89,7%	86,2%	78,1%	64,7%
Не важен и скорее не важен	3,4%	4,1%	7,2%	17,7%
Насколько важны для Вас следующие факторы жизнедеятельности? <i>Культурная инфраструктура</i>				
Важен и скорее важен	82,7%	80,8%	77,6%	74,1%
Не важен и скорее не важен	3,4%	4,9%	5,2%	7,5%
Насколько Вы удовлетворены следующими факторами жизнедеятельности? <i>Наличие досуга и возможность его реализации</i>				
Удовлетворен и скорее удовлетворен	56,0%	56,0%	51,3%	44,6%
Не удовлетворен и скорее не удовлетворен	20,6%	23,7%	21,9%	19,6%
Насколько Вы удовлетворены следующими факторами жизнедеятельности? <i>Культурная инфраструктура</i>				

Удовлетворен и скорее удовлетворен	52,5%	55,5%	47,9%	45,5%
Не удовлетворен и скорее не удовлетворен	22,4%	19,2%	22,9%	22,1%
Источник: данные опроса населения Вологодской области «Социокультурный портрет региона», 2021 г. n- 1500 чел. *Сумма по столбцам не равна 100, так как показаны противоположные ответы, оставшиеся доли ответов пришлись на средние оценки				

В оценке посещаемости учреждений культуры подтверждается ранее высказанный тезис: молодые люди в возрасте 18-24 являются наиболее активными посетителями, среди них меньше всего тех, кто никогда не обращался за тем или иным видом услуг (табл. 2). Наиболее популярным учреждением культуры на протяжении нескольких лет являются кинотеатры [2], опрос 2021 г. также это подтверждает.

Реже молодые люди пользуются услугами музеев, театров и библиотек. Для этих учреждений потенциал влияния мотивационных инструментов программы «Пушкинская карта» – одна из возможностей развития.

Таблица 2

Как часто Вы пользуетесь услугами учреждений в сфере культуры, досуга и спорта (участвуете в мероприятиях)*?

	18...24	25...34	35...59 (54) лет	старше 60 (55) лет
Кинотеатров				
Несколько раз в месяц	18,1%	7,3%	5,4%	2,5%
Несколько раз в год	40,5%	39,2%	28,4%	15,7%
Реже чем раз в год	24,1%	22,9%	27,8%	25,3%
Никогда	17,2%	30,6%	38,4%	56,5%
Музеев				
Несколько раз в месяц	4,3%	2,0%	2,1%	1,3%
Несколько раз в год	28,4%	18,8%	15,9%	12,6%
Реже чем раз в год	32,8%	29,8%	31,6%	27,3%
Никогда	34,5%	49,4%	50,3%	58,7%
Театров				
Несколько раз в месяц	3,4%	2,9%	1,8%	1,7%
Несколько раз в год	19,0%	13,5%	13,9%	13,2%
Реже чем раз в год	39,7%	31,1%	26,9%	21,8%
Никогда	37,9%	52,5%	57,4%	63,3%
Библиотек				
Несколько раз в месяц	10,3%	3,7%	3,4%	5,2%
Несколько раз в год	19,0%	13,9%	8,7%	12,8%
Реже чем раз в год	32,8%	24,1%	26,1%	17,2%
Никогда	37,9%	58,4%	61,8%	64,8%
Источник: данные опроса населения Вологодской области «Социокультурный портрет региона», 2021 г. n- 1500 чел. *Представлены не все варианты ответов на вопрос, а только те, что соответствовали исследовательским целям				

Доказанным фактом является широкая распространенность Интернета, который является основным источником информации и каналом коммуникации, и чем моложе пользователь, тем чаще он к нему обращается [5, 7].

Период пандемии коронавирусной инфекции и связанного с ней локдауна явились сильнейшим катализатором для более частых обращений к всемирной паутине с целью поиска информации, для получения многих услуг, в том числе культурных и досуговых, перешедших в онлайн-формат [8]. И в данном аспекте исследуемая нами группа молодежи не осталась в стороне. Согласно данным опроса, 11% молодых людей в возрасте 18-24 лет каждый или почти каждый день (и еще 30% не менее 1 раза в неделю) искали в Интернете информацию об объектах культурного наследия и культурных мероприятиях, проходили виртуальные туры по музеям и галереям, что заметно выше доли людей других возрастов, практикующих подобные практики в сети.

В середине 2021 г., когда ограничения на массовые мероприятия ввиду формирования коллективного иммунитета были смягчены, и был предпринят ряд мер по мотивированию молодежи к культурной активности (в том числе, «Пушкинская карта»). Это очень важный шаг, который показал заинтересованность органов управления в сохранении традиционных форм производства и потребления культурных благ, что особенно значимо для приобщения молодого поколения к культурному наследию, формированию культурной самоидентичности.

Далее обратимся к оценке влияния программы «Пушкинская карта» на финансирование отрасли культуры и потребление культурных услуг домохозяйствами. Расходы бюджета Вологодской области на сферу культуры и кинематографию за последние 5 лет не превышали 2% доходов, в период с 2017 по 2021 г. они увеличились на 72% (при расчетах в сопоставимых ценах), однако доля в общих расходах бюджета практически не выросла (на 0,2 п.п.; табл. 3). Кроме того, согласно плану на 2022 г., финансирование снизится еще на 14% и до 1,2% от всех расходов бюджета. Очевидно, что в данных условиях отрасль нуждается в дополнительных источниках привлечения финансовых средств, оказание платных услуг – это жизненно необходимый ресурс для развития учреждений. Активная реализация программы стимулирования культурной активности молодых людей может этому способствовать.

Таблица 3

Расходы бюджета Вологодской области на культуру, кинематографию

Расходы	Год						Темп прироста 2021 к 2017 г.	Темп прироста 2022 к 2021 г.
	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (план)		
В текущих ценах, млн руб.	667,5	850,9	1441,0	1843,4	1288,0	1104,1	93,0	-14,3
В % от общей суммы расходов	1,3	1,4	1,8	2,0	1,5	1,2	0,2	-0,3
В сопоставимых ценах (на 2020 г.), млн руб.	751,3	921,8	1517,1	1843,4	1288,0	1104,1	71,4	-14,3

Составлено автором с использованием открытых данных о бюджете Вологодской области на 2017–2019 гг., 2020–2022 гг.

Для оценки потенциала экономического эффекта программы «Пушкинская карта» используем допущение: примем за условие то, что вся молодежь региона в возрасте 18-22 лет станет участником программы и реализует выделенные деньги в рамках учреждений региона. Вероятность неполного охвата категории компенсируется ограничением возраста (карта выдается с 14 лет), а выбор учреждений региона проживания может быть обоснован принципами рационального экономического поведения, так как сумма карты

небольшая, а посещение другого региона связано с дополнительными транспортными и иными расходами.

Таким образом, возможные финансовые вливания в сферу культуры составят 299 838 000 руб. (табл. 4). Для сравнения, в России потенциальный объем вложений в отрасль по программе составит более 38 млрд руб.

Таблица 4

**Потенциальный объем привлеченных средств в рамках программы
«Пушкинская карта»**

Характеристики	Российская Федерация	Вологодская область
Доля людей в возрасте 14-22 лет на 1 января 2021 г.	12 822 961	99 946
Номинал «Пушкинской карты» в 2021 г., руб.	3000	3000
Потенциальный объем привлеченных средств в рамках программы «Пушкинская карта», млн руб.	38468, 883	299,838
Источник: рассчитано автором с использованием: численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2021 г. Стат. Бюллетень. М.: Росстат. 2021., Численность населения Вологодской области по полу и возрасту на 1 января 2021 г. Стат. Бюллетень. Вологда.: Вологдастат. 2021.		

В данном варианте потенциальные вливания в сферу культуры и кинематографии региона увеличатся на 23% от суммы запланированных расходов бюджета и составят 1 587 838 000 руб. (табл. 5).

Таблица 5

Возможные вливания в сферу культуры и кинематографию Вологодской области с учетом программы «Пушкинские карты» в 2021 г.

Расходы	Запланированные расходы бюджета на культуру и кинематографию	Потенциальный объем привлеченных средств от программы «Пушкинская карта»	Возможные вливания в сферу культуры и кинематографию с учетом программы «Пушкинская карта»
В текущих ценах, млн руб.	1288,0	299,838	1587,838
Источник: рассчитано автором с использованием открытых данных о бюджете Вологодской области на 2020–2022 гг.			

Безусловно, участие в программе «Пушкинская карта» способно мотивировать к участию в культурных мероприятиях и также отразится на структуре потребительских расходов домохозяйств. Традиционно в бюджете российских домохозяйств строка расходов на оплату услуг учреждений культуры остается незначительной. В агрегированном виде доля расходов на организацию отдыха и культурные мероприятия в структуре расходов домашних хозяйств россиян составила в 2020 г. 5,8%, снизившись с 2019 г. на 2,6 п.п. [3]. Однако и этот показатель не в полной мере характеризует структуру потребительских расходов в части непосредственно культурных услуг, так как в соответствии с классификатором индивидуального потребления домашних хозяйств по целям Росстата России, включает в себя расходы домашних хозяйств на аудиовизуальное оборудование, игры, товары для спорта и досуга, печатную продукцию и т.п., а также услуги по организации отдыха и культурных мероприятий, и ветеринарные услуги.

Региональное отделение статистики Вологдастат ссылается на методические указания Росстата, повторяющие расчет показателя, однако его название звучит иначе – как расходы на услуги учреждений культуры. Представленный состав расходов на услуги позволяет сделать вывод, что это комплексный показатель и не позволяет выделить в чистом виде расходы на услуги традиционных учреждений культуры.

Несмотря на различия в названии показателей, данная статья расходов в бюджетах домохозяйств в Вологодской области снизилась в 2020 г. по сравнению с 2019 г. на 2,4 п.п. (табл. 6). В период с 2017 г. расходы на данные услуги снизились на 40% в денежном выражении, на 1,7 п.п. уменьшилась их доля. Так, в 2020 г. в среднем на потребление услуг учреждений культуры в расчете на одного члена домохозяйств в регионе тратилось 366 руб. Еще в период до начала пандемии коронавирусной инфекции и локдауна данная сумма составляла вдвое больше – 780 руб.

Таблица 6

Потребительские расходы на услуги учреждений культуры в домохозяйствах Вологодской области, на одного члена домохозяйства в руб.

Наименование	2017	2018	2019	2020	Тем прироста 2021 к 2017, %
Потребительские расходы в сопоставимых ценах (на 2020 г.), руб.	17392,5	18442,6	18237,7	19010,0	9,3
Расходы на услуги учреждений культуры в сопоставимых ценах, руб.	622,4	767,0	780,1	366,0	-41,2
В % от общей суммы расходов	3,6	4,2	4,3	1,9	-1,7
Источник: составлено автором с использованием Доходы и расходы домохозяйств. стат. сборник. Вологдастат. Вологда. 2021.					

Как показывают исследования, расходы на культуру и отдых более эластичны и подвержены большим колебаниям в ответ на изменение доходов [11]. Это та статья, на которой можно сэкономить, отложить «на потом», что вкупе с ограничением массовых мероприятий и в целом снижением социальной активности части населения из-за страха заболеть, отразилось в изменении ее вклада в структуру потребительских расходов жителей региона. Это, в свою очередь, повлияло на эффективность и экономические показатели работы учреждений культуры.

Программа «Пушкинская карта» имеет потенциал влияния на потребительское поведение населения. При реализации программы с определенными выше допущениями в бюджете домохозяйств расходы на услуги культурных учреждений вырастут более чем в 8 раз (с 366 руб. до 3000 руб. на одного члена домохозяйства).

Говоря о конкретном числе возможных услуг культуры, доступных к оплате по Пушкинской карте, стоит отметить, что здесь для региональных пользователей возможности шире, так как цена услуг вполне может быть ниже. В среднем по стране средний чек оплат по Пушкинской карте составляет 700 руб. [12]. В аккредитованных учреждениях региона цены на билеты варьируются от 60 руб. (выставки, экспозиции) до 600 руб. (концерты Филармонии, театральные спектакли), средний чек более низкий – 300-350 руб. Используя возможности программы в рамках региона, участник может посетить до 10 различных мероприятий.

Заключение

Проведенное исследование показало, что:

– Программа «Пушкинская карта» обладает высокой актуальностью с позиции развития отрасли культуры и повышения культурной активности молодых людей.

Молодежь в регионе имеет запрос на качественный досуг и услуги культуры, существует весомый потенциал увеличения посещаемости ими театров, музеев и потребления культурных благ в традиционных офлайн-формах, в тех случаях, где перевод в цифровой формат невозможен без потери качества и смысла.

– Программа «Пушкинская карта», при условии включенности большинства потенциальных участников, сможет увеличить финансовые влияния в отрасль культуры Вологодской области на 23%, изменить потребительские расходы домохозяйств участников на услуги культуры более чем в 8 раз (с 366 руб. до 3000 руб. на одного члена домохозяйства или 15% от общей структуры расходов).

Как правило, учреждения культуры включают в программу «Пушкинская карта» классические произведения и мероприятия, способствующие трансляции культурных образцов россиян и формированию культурной самоидентичности молодежи.

Литература

1. «Пушкинскую карту» оформили свыше двух миллионов россиян с 1 сентября [Электронный ресурс] // NEWSNN.RU. URL: <https://newsnn.ru/news/society/29-09-2021/pushkinskuyu-kartu-oformili-svyshe-dvuh-millionov-rossiyan-s-1-sentyabrya> (дата обращения 21.11.2021).
2. Груздева М.А., Калачикова О.Н. Досуговые предпочтения молодежи: региональный разрез [Электронный ресурс] // Социальное пространство. – 2016. – № 5 (7). URL: <http://socialarea-journal.ru/article/2067> (дата обращения 21.11.2021).
3. Доходы, расходы и потребление домашних хозяйств 2020. Статистический бюллетень [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики URL: https://gks.ru/bgd/regl/b20_102/Main.htm (дата обращения 20.11.2021).
4. Ефанова О.А., Иваненков С.П., Ивченкова М.С. Культурные потребности молодежи в контексте современных социокультурных изменений // Социология власти. – 2010. – №1. – С. 26-34.
5. Карпова Д.Н. Интернет-коммуникация: новые вызовы для молодежи [Электронный ресурс] // Вестник МГИМО. – 2013. – №5 (32). – С. 208-211. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kommunikatsiya-novye-vyzovy-dlya-molodezhi> (дата обращения 19.11.2021).
6. Карпунин О.И., Комиссаров С.Н. Состояние российской культуры: экспертные оценки и мнение населения [Электронный ресурс] // Гуманитарий Юга России. – 2018. – Т. 7. – № 6. – С. 26-40. DOI: 10.23683/2227-8656.2018.6.2
7. Коваленко Д.Г. Коммуникации молодежи в интернет-среде: феномен массовости // Социология власти. – 2011. – №4. – С. 75-83.
8. Ласточкина О.С. Культурный онлайн-досуг: поведение населения в период пандемии COVID-19 [Электронный ресурс] // BENEFICIUM. – 2021. – №3. – С. 83-89. DOI 10.34680/BENEFICIUM.2021.3(40).83-89.
9. Монография: молодежь современной России – ключевой ресурс модернизации: монография / коллектив авторов; под общ. ред. А.А. Шабуновой. Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. 148 с.
10. Музычук В.Ю. Культурная повестка в формировании качества народонаселения России [Электронный ресурс] // Уровень жизни населения регионов России. – 2021. – Т. 17. – №2. – С. 178–191. DOI: 10.19181/lspr.2021.17.2.2
11. Неравенство в потреблении домохозяйств стран ЕС [Электронный ресурс] // Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. Март 2020. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/%D0%BC%D0%B0%D1%80_2020_web.pdf (дата обращения 19.11.2021).
12. Почти две тысячи учреждений культуры участвуют в "Пушкинской карте" [Электронный ресурс] // РИА новости. URL: <https://ria.ru/20210929/karta-1752276588.html> (дата обращения 19.11.2021).

13. *Сергиенко А.М., Иванова О.А.* Миграция сельской молодежи в аграрном регионе: тенденции и регуляторы. Регион: экономика и социология. – 2018. – № 1 (97). – С. 116–141.
14. *Скульмовская Л.Г., Кудинова О.С., Гауч О.Н.* Социокультурный портрет современной учащейся молодежи провинциального города // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2021. – № 2 (71). – С. 156-163.
15. *Шафоростова С.Н.* Мотивы миграции молодежи из сельской местности в города [Электронный ресурс] // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – 2020. – № 12. – С. 162-164. URL: <http://journal.asu.ru/smw/article/view/7831> (дата обращения 19.11.2021).