

ГБУ «РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ЦЕНТР НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА И
ДОСУГА»

Отдел информационно-аналитической и методической работы

«ПРОГРАММА ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА»

(ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ ПО РАБОТЕ С ПРОГРАММОЙ
«ПУШКИНСКАЯ КАРТА»)



г. Кызыл, 2024 год

В данной методической рекомендации приводятся советы и методы по работе с «Пушкинской картой», инструкции по подключению, а также нововведения в 2024 году.

Издание к выпуску подготовили:

- Составитель – Айнаш Кенден и Тумен-Байыр Монгуш, ведущие специалисты информационно-аналитического отдела;
- Редактор – Урана Намгай-оол, заместитель директора ГБУ «РЦНТД»;
- Технический редактор – Диана Монгуш, ведущий специалист отдела информационного сопровождения и медиа РЦНТД

667000, г. Кызыл, ул. Щетинкина-Кравченко, 46

Республиканский центр народного творчества и досуга.

Тел. (839422)23721, 23452, e-mail: rcntd17@yandex.ru

Подписано в печать 4.04.2024

Формат 64x84/8.

Содержание:

| | |
|--|----|
| 1. ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| 2. РАБОТА С ПРОГРАММОЙ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ | 4 |
| 2.1. Участники программы – учреждения культуры..... | 4 |
| 2.2. Цель | 5 |
| 2.3. Задачи | 5 |
| 2.4. Формы мероприятий | 5 |
| 2.5. Критерии отбора учреждений культуры для участия | 6 |
| 3. БАЗОВЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УЧРЕЖДЕНИЯМ КУЛЬТУРЫ | 6 |
| 3.1. Наличие личного кабинета на платформе PRO.Культура.РФ | 6 |
| 4. ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОГРАММЫ | 7 |
| 5. КАК ВНЕДРИТЬ «ПУШКИНСКУЮ КАРТУ», ЕСЛИ ЕЕ НЕТ. | 8 |
| 6. КАК УВЕЛИЧИТЬ ДОХОД ПО «ПУШКИНСКОЙ КАРТЕ» | 12 |
| 7. ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К МЕРОПРИЯТИЯМ ПО «ПУШКИНСКОЙ КАРТЕ»..... | 13 |
| 8. НОВОВВЕДЕНИЯ ПО ПРОГРАММЕ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» В 2024 ГОДУ. | 15 |
| 9. ИНФОРМАЦИЯ О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» КУЛЬТУРНО- ДОСУГОВЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ РТ | 17 |
| 10. Список использованной литературы | 22 |

ВВЕДЕНИЕ

«Пушкинская карта» – совместный проект Минкультуры Российской Федерации, Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и ПАО Почта Банка.

Целью проекта является активное привлечение детей и молодежи в возрасте с 14 до 22 лет к изучению художественной культуры и искусства, мотивация к освоению ценностей отечественной, российской и мировой культуры, повышение культурного уровня подрастающего поколения.

Целевой аудиторией программы, а теперь и мероприятий культурно-досуговых учреждений является молодежь. Это определяет координаты и специфику работы.

В настоящее время сеть учреждений культуры в Республике Тыва насчитывает 139 культурно-досуговых учреждений клубного типа, из них: сельских – 129, городских – 10. На базе домов и центров культуры функционируют 7 кинозалов.

РАБОТА С ПРОГРАММОЙ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ

УЧАСТНИКИ ПРОГРАММЫ – УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ.

Это театры, концертные организации, музеи, выставочные залы, культурные центры всех форм собственности, ведомственной принадлежности и уровня подчинённости, соответствующие следующим техническим требованиям:

- Наличие личного кабинета на платформе PRO.Культура.РФ;

- Возможность продажи билетов онлайн и в кассах учреждений с единым учетом данных о продажах (билетная система).

ЦЕЛЬ

Активное привлечение детей и молодежи в возрасте с 14 до 22 лет к изучению художественной культуры и искусства, мотивация к освоению ценностей отечественной, российской и мировой культуры, повышение культурного уровня подрастающего поколения.

ЗАДАЧИ

- Воспитание подрастающего поколения в соответствии с российскими традиционными духовно-нравственными ценностями;
- Повышение общего уровня знаний детей и молодежи о историко-культурном наследии страны и развитие художественного вкуса;
- Формирование эмоционально-ценностного и эстетического восприятия мира искусства;
- Способствование процессу интеграции ребенка в социальную среду посредством анализа сюжетов и самоидентификации с героями;
- Формирование знаний о музыкальном, театральном, изобразительном искусстве и народном творчестве;
- Развитие эрудиции, расширение кругозора и цитатного поля.

ФОРМЫ МЕРОПРИЯТИЙ

- Спектакли
- Выставки
- Фестивали
- Концерты

- Концертные программы
- Творческие вечера
- Выставки
- Квесты и др.

КРИТЕРИИ ОТБОРА УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ ДЛЯ УЧАСТИЯ

- Наличие в репертуаре народных произведений, а также русской, отечественной и зарубежной классики;
- Репертуар, направленный на формирование гармонично развитой, социально ответственной и патриотичной личности (в том числе антисуицидальной, антинаркотической и антиэкстремистской направленности);
- Наличие коллекций предметов материального мира независимо от времени их создания, имеющих национальное, общероссийское и мировое историческое, художественное, научное и культурное значение;
- Рекомендуется применение в мероприятиях интерактивных, просветительских, образовательных и инклюзивных форматов работы с аудиторией, а также аудиовизуальных произведений советских и (или) зарубежных классиков.

БАЗОВЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УЧРЕЖДЕНИЯМ КУЛЬТУРЫ

Наличие личного кабинета на платформе PRO.Культура.РФ

1. Ответственный сотрудник учреждения культуры открывает личный кабинет посредством регистрации на платформе PRO.Культура.РФ (e-mail/пароль/телефон/фио/пол).

2. Ответственный сотрудник создает профиль учреждения культуры (в случае отсутствия), каждому учреждению присваивается личный идентификатор.

3. Профили учреждений культуры содержат следующие сведения: уровень подчинения (федеральный, региональный, муниципальный), название и адрес, принадлежность (какому органу исполнительной власти подчиняется), тип учреждения.

4. Для участия в программе ответственный сотрудник через свой личный кабинет размещает культурные события, соответствующие настоящим методическим рекомендациям, или их анонсы с указанием места и времени проведения, и кратким описанием.

5. Соответствие учреждений культуры и мероприятий критериям участия в программе подтверждается экспертными советами также через платформу PRO.Культура.РФ, где посредством личных кабинетов всех экспертов реализован функционал подтверждения заявок для дальнейшего присвоения идентификатора «Участник программы» и размещения анонса в афише мероприятий программы «Пушкинская карта».

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Интеграция информации о проекте в популярных группах школьников и молодежи в сети Интернет.

2. Совместные акции с лидерами общественного мнения.

3. Серии репортажей о проекте на телевидении.

4. Публикация информации о проекте на ресурсах министерств, учреждений культуры и образования.

5. Контекстная реклама.

6. Публикации блогеров.

7. Реклама в популярных социальных сетях.

8. Наружная реклама.

9. Публикации в СМИ.

10. Таргетированная реклама (форма рекламы, в том числе онлайн-рекламы, которая направлена на аудиторию с определенными чертами характера, основанными на продукте или человеке, которого рекламодаделец продвигает). Эти черты могут быть либо демографическими с акцентом на расу, экономическое положение, пол, возраст, поколение, уровень образования, уровень дохода и занятость, либо психографическими с акцентом на потребительские ценности, личность, отношение, мнение, образ жизни и интересы.)

КАК ВНЕДРИТЬ «ПУШКИНСКУЮ КАРТУ», ЕСЛИ ЕЕ

НЕТ.

1. Введите соответствующий ОКВЭД

Для участия в программе «Пушкинская карта» учреждению необходимо иметь код вида экономической деятельности, подтверждающий культурную направленность. Для участия в программе достаточно иметь хотя бы один из перечисленных кодов. ОКВЭД может быть как основным, так и дополнительным. Данные о ваших ОКВЭД не требуется заносить в личный кабинет на PRO.Культура.РФ. Специалисты технической поддержки самостоятельно произведут проверку и сообщат вам о результатах.

2. Настройте платежные системы для продажи билетов

Для работы с «Пушкинской картой» необходимо настроить «белые» платежные терминалы и зарегистрировать эти терминалы на PRO.Культура.РФ. Платежный терминал – это оборудование либо программное средство, которое обеспечивает прием банковских карт для оплаты мероприятия.

Есть два понятия – «белый» и «серый» платежные терминалы. «Белый» отличается от «серого» тем, что он зарегистрирован в личном кабинете учреждения на портале PRO.Культура.РФ. Такие терминалы нельзя использовать для продажи сувениров, книг, продуктов питания. Только для билетов по «Пушкинской карте».

3. Продвигайте электронную «Пушкинскую карту»

Увеличить аудиторию «Пушкинской карты» поможет ее виртуальная версия. Она оформляется на Госуслугах. Виртуальная «Пушкинская карта» обладает той же функциональностью, что и пластиковая. Работа с ней подчиняется всем требованиям методических рекомендаций. Важно, чтобы смартфон имел модуль NFC для оплаты картой. Опыт регионов, особенно в отдаленных местностях, показывает, что пластиковая карта становится препятствием, когда ближайший банк в нескольких километрах пути. А многие просто не хотят выпускать еще один пластик. Зато у молодежи всегда при себе есть мобильный телефон. Для учреждения в плане оплаты и оформления ничего не меняется в случае применения виртуальной карты. Предложите инструкцию посетителю, который еще не оформил карту.

4. Заявите мероприятия по проекту

Информацию о мероприятиях по «Пушкинской карте» учреждения размещают в личном кабинете на платформе PRO.Культура.РФ. Для этого в личном кабинете

сначала надо зарегистрировать само учреждение, а потом – площадку, на которой проходит мероприятие.

5. Как зарегистрировать учреждение.

Регистрация проходит в два этапа. Сначала нужно зарегистрировать профиль учреждения – это аккаунт, через который сотрудник учреждения работает на платформе. Далее – профиль привязывают к существующему личному кабинету учреждения либо создают новый.

6. Подключитесь к проекту упрощенно

Подключиться к программе «Пушкинская карта» могут учреждения культуры всех уровней – федеральные, региональные, муниципальные и частные. Чтобы внедрить в работу новый формат, надо соблюсти требования Минкультуры, которые указали в данной методичке.

Вкратце требования звучат так:

- завести личный кабинет на портале PRO.Культура.РФ;
- подключить билетную систему с оплатой картой «МИР»;
- организовать контроль билетов по QR-коду.

6. Выберите бюджетный способ продажи билетов

Учреждение может выбрать, как продавать билеты в рамках проекта из двух способов:

- онлайн с применением виртуального «белого» терминала – интегрированной с проектом билетной системы и интернет-эквайринга;
- очно с применением физического «белого» терминала – торгового эквайринга с кассовым аппаратом и pos-терминалом для приема карт.

Если хотите продавать билеты онлайн, вам потребуется подключиться к билетной системе или маркетплейсу, которые поддерживают оплату Пушкинской картой. Также потребуется интернет-эквайринг. Большинство учреждений отдают предпочтение эквайрингу от Сбербанка из-за его простой интеграции с билетными системами и возможности работы со счетом в казначействе без открытия расчетного счета учреждению.

Для очной покупки билетов в учреждении потребуется физический «белый» терминал. Это платежный терминал, который вы зарегистрировали на портале PRO.Культура.РФ. После регистрации по нему станут недоступны обычные покупки, разрешена будет только оплата «пушкинских» мероприятий.

Поскольку к терминалу предъявляется ряд технических требований, оптимальным для выбора считается комплект:

- POS-терминал Сбербанка, с функцией мультимерч, в одном терминале два TID. Модели PAX S300 или PAX SP30;
- интегрированный кассовый аппарат, для синхронной обработки заказов и передачи данных в реестр. Линейка кассовых аппаратов Атол.

7. Организуйте контроль посещения без лишних трат

Когда приобретаете билетную систему, обратите внимание, предлагает ли она приложение для сканирования QR кодов и контроля доступа. Выбирайте систему с

такой опцией, тогда достаточно будет установить на любой смартфон приложение и перед мероприятием отсканировать код с билета посетителя.

КАК УВЕЛИЧИТЬ ДОХОД ПО «ПУШКИНСКОЙ КАРТЕ»

1. Сделать мероприятие по «Пушкинской карте» востребованным

Молодежь предпочитает самостоятельное творчество. Они сами могут помочь придумать подходящие мероприятия для культурного центра, библиотеки, театра, музея, школы искусств и парка. Создайте из числа сотрудников рабочую группу и пригласите к участию активистов из воспитанников, учащихся школ, студенческого совета ближайшего вуза, локальных блогеров. Они сгенерируют идеи, близкие ровесникам, а сотрудники не позволят выйти из бюджета или уставной деятельности. Воспользуйтесь нашим справочником мероприятий по «Пушкинской карте».

2. Сотрудничать со школой

Школа может быть партнером, а не конкурентом. Учреждению культуры нужно оттолкнуться от потребностей образовательной программы. В профессиональном сообществе высказывают пожелание, чтобы на школы возложили обязанности направлять учащихся в учреждения культуры. В некоторых регионах уже так сделали. Однако у учителей и без того широкий круг полномочий. Поэтому чтобы не нарваться на негатив, уже сейчас поймите, какой запрос стоит у школы и есть ли ресурс его выполнить.

Потребности школы, которые может удовлетворить учреждение культуры

1. **Определите потребности.** Для подготовки переговоров начните с того, что определите потребности вашего потенциального партнера.
2. **Проведите переговоры.** Сделайте упор на выгоду, которую получит школа от сотрудничества. Директору школы неинтересно, насколько хорошо ваши коллективы держатся на сцене, как много книг в вашем фонде или сколько спектаклей вы даете в месяц. Его волнует, как решить свои насущные проблемы и может ли он получить выгоду от сотрудничества с учреждением культуры – в денежном, временном или имиджевом выражении. Если вы найдете боль, которая заботит руководителя прямо сейчас, и предложите ее решить ресурсом своего учреждения – считайте, договорились.
3. **Воздействуйте через родителей.** Большим весом в школе обладает родительский комитет. Там тоже можно найти партнеров – активистов, которые будут продвигать идею ваших мероприятий, если решить их проблему. Самый распространенный случай – организация выпускного бала для начальных, средних или последних классов. Обычно все вопросы на себя берут родители, и они готовы переложить эти сложности на ответственных и опытных культорганизаторов.

ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К МЕРОПРИЯТИЯМ ПО «ПУШКИНСКОЙ КАРТЕ»

На федеральном уровне «Пушкинскую карту» продвигают недостаточно эффективно. Аудитория карты обладает выборочным вниманием и не акцентирует его на государственных проектах, до мест присутствия молодежи эта реклама иногда не доходит. Учреждение сможет продвинуть мероприятия по карте с меньшими затратами, если возьмет в работу четыре правила.

1) Используйте фирменный брендбук. Узнаваемый стиль создаст синергию с централизованной рекламой и поможет людям ассоциировать вас с проектом, о котором они слышали. Правильно использовать элементы «Пушкинской карты» поможет официальный брендбук – правила по использованию визуального стиля. Возьмите основные элементы брендбука: логотип, шрифты, цветовые решения.

2) Предлагайте пакеты услуг с разным составом и ценой. Если мероприятие составное – его можно разделить на составляющие и предложить разную цену в зависимости от набора услуг. К примеру, в рамках фестиваля посетителям доступно пять площадок с мастер-классами, три народных забавы и концерт. По базовому билету можно посетить один мастер-класс, одну забаву и концерт со свободным местом.

По стандартному – три мастер-класса, одну забаву и концерт. А VIP-гостям предоставьте полный доступ, комнату отдыха, места в первом ряду, проход за кулисы и сумку-шоппер с логотипом ограниченной версии в подарок. Экспериментируйте с пакетными предложениями – так вы найдете цену, которую посетители готовы выделить с баланса «Пушкинской карты». **Остаток не переходит на будущий год, а сгорает. Призывайте посетителей потратить лимит до конца года.**

3) Заявляйте мероприятия на разных площадках. Чтобы рассказать о мероприятии по «Пушкинской карте», недостаточно разместить информацию на Культура.РФ. Обязательно опубликуйте афишу на сайте учреждения, в социальных сетях. Рекламируйте через билетного оператора или сайты – рекомендательные сервисы.

Разместите объявление на TimePad – без продажи билетов это бесплатно. Развесьте афиши по районным стендам, разложите буклеты с расписанием событий

в государственных и социальных учреждениях. Особое внимание уделите образовательным организациям.

4) Опирайтесь на медиапланы. Медиаплан – это основной документ вашей рекламной кампании. В нем содержится информация о том, в каких СМИ, на каких рекламных площадках и ресурсах вы будете размещать рекламу, на какой срок, в какие даты и сколько это будет стоить. Согласно этому документу медиаменеджеры отслеживают, где и когда появляются рекламные сообщения. Разработайте медиапланы по «Пушкинской карте» и придерживайтесь их.

НОВОВВЕДЕНИЯ ПО ПРОГРАММЕ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» В 2024 ГОДУ.

Правительством Российской Федерации издано Постановление № 181 от 17.02.2024 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2021 г. № 1521», в рамках которого были скорректированы правила программы «Пушкинская карта».

В новой редакции правил расширены требования к организациям культуры, претендующим на участие в программе.

В их числе:

- Регистрация в качестве юридического лица, ведущего деятельность в сфере культуры (ИП к участию не допускаются);
- Наличие материально-технических ресурсов для оказания услуг, обеспечение открытости информации об организации;
- В перечень критериев отбора мероприятий, которые можно посещать с использованием Пушкинской карты, добавлен пункт об их соответствии Основам государственной политики по сохранению и укреплению

традиционных российских духовно-нравственных ценностей (утв. Указом Президента № 809 от 09.11.2022).

Безопасность и контроль со стороны ВКонтакте

Одной из важных инноваций в новых правилах является привлечение социальной сети "ВКонтакте" (VK) для обеспечения безопасности и контроля в рамках программы "Пушкинская карта". VK бесплатно предоставит свои доверенные информационные системы для решения следующих задач:

- Подключение к информационным системам всех организаций культуры и билетных операторов, участвующих в программе.
- Контроль размещения информации о культурных мероприятиях и проверка наличия у покупателей билетов статуса участника программы "Пушкинская карта".
- Защита персональных данных пользователей.

Организациям культуры, билетным агрегаторам новыми правилами запрещается прямо или косвенно указывать на возможность получения при приобретении билета по Пушкинской карте товаров, работ или услуг, не связанных с культурными мероприятиями. На своих сайтах в интернете билетный оператор и агрегаторы обязаны обеспечить техническую возможность выражения мнений зрителей о мероприятиях, участвующих в программе.

Уже сейчас проводится блокировка злостных нарушителей правил использования «Пушкинской карты». За однократное нарушение правил программы карта будет заблокирована до конца календарного года. За нарушение, совершённое тем же участником программы последует блокирование карты на 365 дней, начиная с момента выявления нарушения. За третье нарушение правил программы последует бессрочное исключение пользователя «Пушкинской карты» из

программы. Сотрудникам библиотеки, ответственным за работу с «Пушкинской картой», необходимо известить пользователей, что их могут отключить от льготной программы в случае трёх нарушений правил участия.

Правила работы с «Пушкинской картой», касающиеся номинала, типов мероприятий и аудитории, в 2024 г. не изменились. В 2024 году, как и в 2023-м, номинал карты составил 5000 рублей. Из них 2000 рублей можно потратить на кинопоказы отечественных фильмов. Остаток с 2024 года не перейдет на 2025-й. Поэтому рекомендуем призывать посетителей потратить лимит до конца года.

Сейчас Пушкинская карта распространяется на следующие культурные предложения:

- фестивали и праздники;
- спектакли, мюзиклы, оперы;
- концерты и музыкальные вечера;
- экскурсии;
- квесты и квизы;
- выставки;
- аудиоэкскурсии;
- мастер-классы, обучающие программы и лекции;
- кинопоказы отечественных фильмов.

ИНФОРМАЦИЯ О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ «ПУШКИНСКАЯ КАРТА» КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ РТ

Всего в Республике Тыва насчитывается 139 культурно-досуговых учреждений клубного типа, из них: сельских – 129, городских – 10, также на базе районных и городских домов и центров культуры функционируют 7 кинозалов.

Наблюдается положительная динамика подключения учреждений в 2023 году. На 30 октября 2022 года всего к программе было подключено 25 учреждений культуры, прирост в 2023 году по отношению к АППГ составляет 60 % (41 учреждений культуры). На данный момент подключено 70 культурно-досуговых

учреждений, из них 19 РДК, 44 СДК и 7 кинозалов при КДУ, участвуют в программе следующие учреждения:

| Наименование муниципальных образований | Районные/городские дома культуры | Сельские дома культуры | Кинозалы |
|--|-------------------------------------|--|----------------------|
| Дзун-Хемчикский | РДК г. Чадаана | КДЦ с. Шеми, КДЦ с. Теве-Хая, КДЦ с. Ийме, КДЦ с. Баян-Тала, КДЦ с. Бажын-Алаак, КДЦ с. Чыраа-Бажы, КДЦ с. Хондергей, КДЦ с. Хайыракан, СДК с.Хорум-Даг, СДК с.Чыргакаы | «Пионер» |
| Кызылский | ЦК им. С.Базыр-оола пгт. Каа-Хем | ЦКС с.Сукпак КДЦ с. Целинное КДЦ с. Шамбалыг КДЦ с. Ээрбек КДЦ с. Черби КДЦ с. Баян-Кол КДЦ с. Терлиг-Хая КДЦ с. Кара-Хаак КДЦ с. Усть-Элегест | «Херел» |
| Барун-Хемчикский | РЦКС с. Кызыл-Мажалык | СДК с. Аксы-Барлык, СДК с. Эрги-Барлык, СДК с. Барлык, СДК с. Шекпээр, СДК с. Аянгаты, СДК с. Хонделен, СДК с. Бижиктиг-Хая, СДК с. Ак | «Херел» |
| Тес-Хемский | КДК с. Самагалтай | СДК с. Шуурмак, СДК с. Ак-Эрик, СДК с. Белдир-Арыг, СДК с. Берт-Даг, СДК с. Холь-Оожу, СДК с. О-Шынаа | |
| Тандинский | КДК с. Бай-Хаак | СДК с. Межегей СДК с. Дурген, СДК с. Кочетово, СДК с. Балгазын | |
| Чеди-Хольский | КДК с. Хову-Аксы | СДК с. Ак-Тал, СДК с. Элегест СДК с.Сайлыг | «Чеди-Хол Синема» |
| Чаа-Хольский | КДК с. Чаа-Холь | СДК с. Ак-Дуруг, СДК с. Кызыл-Даг | |

| | | | |
|-------------------|--|---------------------|------------|
| г. Кызыл | - Арт-центр «Найысылал» - ГДК «Енисей» | | «Енисей» |
| г. Ак-Довурак | ДК им. К. Сагды | | «Рассвет» |
| Улуг-Хемский | РЦК г. Шагонар | | «BigBiver» |
| Сут-Хольский | КДК с. Суг-Аксы | СДК с. Алдан-Маадыр | |
| Эрзинский | КДК с. Эрзин | СДК с. Нарын | |
| Бай-Тайгинский | КДК с. Тээли | | |
| Каа-Хемский | ЦКР с. Сарыг-Сеп | | |
| Монгун-Тайгинский | ЦРКиД с. Мугур-Аксы | | |
| Овюрский | ЦК им. Г. Тумат | | |
| Пий-Хемский | ЦКиД им. Марка Оюн | | |
| Тоджинский | ЦДиК с. Тоора-Хем | | |
| ИТОГО: | 19 | 44 | 7 |

С начала реализации программы (1 сентября 2021 г. – декабря 2023 г.) продано 226 859 билетов. За 2023 год по программе (с 1 января по 31 декабря) проведено более 10 тыс. мероприятий, продано 41 236 билетов культурно-досуговыми учреждениями на сумму 2 210 658 рублей.

У 19 учреждений культуры завершается работа по техническим тестированиям (подключение ЭБК), модерация мероприятий на сайте ПРО.Культура пройдено у КДУ МО в ниже приведенной таблице. Не ведется работа по заключению договоров сайта к порталу, по подключению интернет-эквайринга и к системе электронной продажи билетов у 43 учреждений культуры (Пассивные учреждения). И 14 культурно-досуговых учреждений находятся в населенных пунктах, где не имеется Интернет.

| Наименование кожууна | Завершается работа | Не подключены | Нет Интернета |
|-----------------------|------------------------------------|--|---------------|
| Бай-Тайгинский кожуун | | с. Шуй, с. Кызыл-Даг, с. Хемчик, с. Бай-Тал, с. Ээр-Хавак, с. Кара-Холь | |
| Каа-Хемский кожуун | СДК с. Кундустуг, с. Бурен-Хем, | с. Бурен-Бай-Хаак, с. Усть-Бурен, | |

| | | | |
|-----------------------------|---|--|--|
| | | с. Кок-Хаак, с. Суг-Бажы, с. Бояровка, с. Ильинка, с. Эржей, с. Сизим, с. Дерзиг-Аксы, с. Мерген | |
| Дзун-Хемчикский кожуун | с. Элдиг-Хем | | Центр развития культуры, Центр «Наследие культуры» |
| Монгун-Тайгинский кожуун | СДК с. Кызыл-Хая | | СК с.Тоолайлыг |
| Пий-Хемский кожун | с. Суш, с. Уюк, с. Сесерлиг, с. Аржаан | с.Шивилиг, с.Хадын, с. Тарлаг, с. Билелиг | СДК с. Хут СК с. Севи СК с. Ленинка СК с. Чкаловка |
| Овюрский кожун | с. Солчур, с. Саглы, с. Ак-Чыраа, с. Дус-Даг. | с. Чаа-Суур | |
| Улуг-Хемский кожун | с. Хайыракан | с. Иштии-Хем, с. Арыг-узуу, с. Эйлиг-Хем, с. Арыг-Бажы, с. Торгалыг, с. Арыскан, с. Ийи-Тал, с. Чааты | |
| Чаа-Хольский кожун | с. Шанчы | | |
| Сут-Хольский кожун | с. Кызыл-Тайга, с. Ак-Даш, с. Кара-Чыраа, с. Ишкин, с. Бора-Тайга | | |
| Эрзинский кожун | | с. Бай-Даг, с. Сарыг-Булун, с. Морен | СК с. Качык |
| Чеди-Хольский кожуун | | с. Чал-Кежиг, с. Холчук | |
| Тандинский кожун | | с. Усть-Хадын, с. Владимировка, с. Кызыл-Арыг, с. Успенка | |
| Тоджинский кожун | | с. Адыр-Кежиг, с. Салдам | СДК с. Ырбан, СК с. Хамсара (Чазылары), СК с. Сыстыг-Хем, СК с. Ий |

| | | | |
|-------------------------|-----------|----------------------|---------------------------------|
| г. Кызыл | | ДК «Эне-Сай», ЦКР | |
| Тере-Хольский кожуун | | | СДК с. Кунгуртуг СК с. Каргы |
| Итого: | 19 | 42 | 14 |

В целом, в рамках реализации программы «Пушкинская карта» на территории Республики Тыва ведется работа со зрителями, по подключению «Пушкинских карт», проведению мероприятий, за период реализации подключены 66 учреждений культуры. К концу 2023 года ожидалось подключение 36 учреждений культуры согласно плану-графику присоединения учреждений культуры, из них на сегодняшний день уже завершаются работы в 19 учреждениях.

Список использованной литературы

1. Методические рекомендации по работе в программе «Пушкинская карта»;
2. Популяризация программы «Пушкинская карта» в библиотеке: Методические рекомендации /Калининградская областная юношеская библиотека им. В. Маяковского; сост. А.В. Власова, Серищева Ю.А.; Отв. за выпуск Е.В. Везбердева. – Калининград, 2024. – 35 с.;
3. https://culture.gov.ru/press/news/pravitelstvo_vneslo_izmeneniya_v_pravila_programmy_pushkinskaya_karta/
4. Методические рекомендации для учреждений культуры – участников программы «Пушкинская карта».