

VIII открытый региональный конкурс исследовательских и проектных работ
школьников «Высший пилотаж - Пенза» 2026

Мультимедийный лонгрид «Село, где хочется остаться»
Проект
Направление «Медиакоммуникации»

Автор: Козина Алеся Алексеевна,
учащаяся 11 класса,
МБОУ СОШ №26 города Пензы
имени В.С. Гризодубовой

2025 г.

Содержание

Введение	3
1. Теоретическое обоснование	5
2. Описание продукта проекта	
2.1. Что такое лонгрид?	6
2.2. Содержание лонгрида	6
2.3. Обоснование выбора продукта	7
3. Этапы реализации проекта	8
4. Каналы публикации и продвижения продукта	9
5. Ожидаемые результаты и социальный эффект	10
Заключение	12
Список литературы	13
Приложение А «Сводные данные анкетирования»	14
Приложение Б «Бюджет проекта»	15
Приложение В «Скриншоты из лонгрида»	16

Введение

В современном российском обществе устойчиво сохраняется стереотип о селе как о «зоне оттока», пространстве бедности, отсутствия перспектив и культурной жизни. Этот образ активно воспроизводится в медиа, школьной среде и повседневных разговорах, формируя у городской молодёжи убеждённость, что будущее возможно только в мегаполисе¹. Между тем на фоне роста урбанистического выгорания, экологических рисков и социального отчуждения всё чаще появляются примеры устойчивых, социально активных сёл, где люди сознательно выбирают жизнь вне города ради семьи, природы, смысла и принадлежности.

Одним из таких примеров является село Григорьевка Тамалинского района Пензенской области. Здесь действует современная школа, развивается фермерское хозяйство, проводятся культурные мероприятия, а жители, как коренные, так и переселенцы демонстрируют высокий уровень удовлетворённости жизнью (92,3%) и сильное «ощущение общности»².

Мы посетили село Григорьевка в мае и ноябре 2025 года с целью сбора материалов для лонгрида: провели 6 глубинных интервью, сделали фотодокументацию повседневной жизни, посетили фестивальные площадки и пообщались с местными жителями. Дополнительно был проанализирован контент официальной группы фестиваля «Спицын Хутор» во «ВКонтакте»³.

Несмотря на эти позитивные практики, они остаются невидимыми для городской молодёжи: согласно анкетированию, проведённому в рамках проекта, 68% школьников Железнодорожного района г. Пензы считают, что в селе «нет перспектив»⁴. Эта разница между мифом и реальностью и составляет **социальную проблему**, которую решает настоящий проект: разрыв между стереотипным восприятием села и его живой, достойной жизнью мешает молодёжи видеть в нём пространство возможностей для самореализации.

Цель проекта: сформировать у подростков и молодёжи реалистичный, позитивный образ современной сельской жизни на примере села Григорьевка.

Задачи проекта:

- выявить наиболее распространённые стереотипы о жизни в селе среди учащихся 9–11 классов Железнодорожного района г. Пензы;
- собрать и систематизировать реальные истории, фото и интервью с жителями села Григорьевка;

¹ВЦИОМ. Ценностные ориентации современной молодёжи: аналитический обзор. — М., 2023. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 10.09.2025).

²См. Приложение А

³Официальная группа фестиваля «Спицын Хутор» [Электронный ресурс]. — URL: https://vk.com/spicyn_hutor (дата обращения: 25.11.2025).

⁴См. приложение А

- создать мультимедийный лонгрид;
- опубликовать и продвинуть лонгрид в школьной и региональной цифровой среде.

Проект опирается на эмпирические данные, полученные в ходе анкетирования 100 городских школьников, анкетирования 39 жителей села Григорьевка, проведения 6 глубинных интервью (ноябрь 2025 г.) и анализа официальной группы фестиваля «Спицын Хутор».

Новизна проекта заключается в том, что он впервые представляет опыт села Григорьевка как кейс разрушения стереотипа о «депрессивной деревне» через мультимедийный лонгрид, ориентированный на аудиторию 14–17 лет.

Он не просто констатирует факт устойчивого развития Григорьевки, но целенаправленно конструирует нарратив, способный изменить восприятие. Используя формат «один день из жизни села» от первого лица (Галия Максимова), проект заменяет абстрактную статистику личной, эмоционально насыщенной историей, что повышает его воздействие на целевую аудиторию.

Практическая значимость проекта выражается в его готовности к применению в образовательной и медиасреде:

Для школьного образования:

Лонгрид может быть использован на уроках обществознания при изучении тем «Социальные стереотипы» (раздел «Человек в социальном измерении»), «Сельское общество в современной России» (раздел «Социальные отношения»), «Миграционные процессы» (раздел «Демографическая политика»). Он позволяет ученикам не просто заучивать определения, а видеть реальные примеры, что соответствует принципам деятельностного подхода.

Для школьных СМИ и краеведческой работы:

Структура лонгрида (с фото, видео, инфографикой) может стать шаблоном для аналогичных проектов в других сёлах Пензенской области.

Для региональной молодёжной политики: Результаты проекта демонстрируют: молодёжь готова рассматривать село как вариант жизни, если ей показать реальные условия, а не стереотипы. Это даёт региональным властям аргумент в пользу поддержки культурных инициатив (фестивалей, музеев, школьных программ), а не только инфраструктурных проектов.

1. Теоретическое обоснование

Современное российское общество переживает трансформацию взглядов на сельскую местность. Если ещё недавно село ассоциировалось с «зоной оттока», бедностью и отсутствием перспектив⁵, то сегодня всё чаще появляются примеры устойчивых, социально активных сёл, где люди сознательно выбирают жизнь вне мегаполиса⁶.

Однако эти позитивные практики остаются невидимыми для городской молодёжи, чьё восприятие села формируется под влиянием устойчивых стереотипов. Под стереотипом понимают упрощённое, эмоционально окрашенное представление о группе людей, которое воспроизводится в обществе и заменяет реальность упрощённой схемой⁷.

Как отмечает В.В. Дементьев, стереотипы выполняют функцию «когнитивной экономии»: они позволяют быстро ориентироваться в сложном мире, но при этом искажают восприятие реальности⁸. В случае с селом это приводит к тому, что молодёжь не видит в нём пространства самореализации, социальной укоренённости и личного смысла.

Между тем, исследования В.А. Аникина показывают, что современное село может обладать высоким социальным капиталом - совокупностью доверительных отношений, норм взаимопомощи и социальных связей, которые компенсируют инфраструктурные ограничения⁹. Именно чувство общности, «ощущение, что ты в своём месте», делает село привлекательным для тех, кто устал от анонимности города¹⁰.

В этой ситуации медиаформаты, способные противопоставить миф реальности, приобретают особую социальную значимость. Как показывает анализ современной интернет-журналистики, мультимедийный лонгрид - один из самых эффективных инструментов для эмоционального погружения и разрушения стереотипов¹¹.

Лонгрид сочетает глубокий текст, фотографии, цитаты из интервью, инфографику и видео, что позволяет не просто информировать, а создавать эффект присутствия и сопричастности¹². Особенно важно, что такой формат учитывает особенности восприятия современной аудитории 14–17 лет:

⁵ Аникин В.А. Обзорное исследование социального капитала. - М., 2025. - С. 12.

⁶ Дементьев В.В. Ощущение общности как социокультурный феномен. - Волгоград: ВолГАСУ, 2015. - С. 8.

⁷ Там же.

⁸ Там же. - С. 11.

⁹ Аникин В.А., там же. - С. 12.

¹⁰ Дементьев В.В., там же. - С. 8–11.

¹¹ Качкаева А.Г., Шомова С.А. (ред.). Мультимедийная журналистика. - М.: ВШЭ, 2017.

¹² Силантьева О. Режиссура мультимедийной истории // Как новые медиа изменили журналистику. - Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. - С. 174.

визуальность, нелинейность, эмоциональная вовлечённость¹³.

Таким образом, проект опирается на две теоретические основы:

Социология стереотипов и социального капитала (Дементьев, Аникин) для обоснования социальной проблемы,

Теория мультимедийного сторителлинга (Качкаева, Силантьева) для обоснования выбора лонгрида как продукта.

Это позволяет не просто «рассказать о селе», а целенаправленно работать с установками молодёжи, заменяя устаревший миф живой, реалистичной картиной современной сельской жизни.

2. Описание продукта проекта

2.1. Что такое лонгрид?

Лонгрид (от англ. long read «длинное чтение») это современный мультимедийный жанр цифровой журналистики, сочетающий глубокий текст, фотографии, видео, цитаты, инфографику и интерактивные элементы¹⁴. В отличие от стандартной новостной заметки или реферата, лонгрид не просто сообщает информацию, а погружает читателя в контекст, создавая эффект присутствия, эмоциональной вовлечённости и личного переживания¹⁵.

Для аудитории 14–17 лет, выросшей в цифровой среде, лонгрид - оптимальный формат: он учитывает предпочтение визуального, нелинейного и эмоционально насыщенного контента, не требуя от читателя длительного концентрированного внимания, но при этом передавая сложные социальные смыслы¹⁶.

2.2. Содержание лонгрида

Продуктом проекта стал мультимедийный лонгрид под рабочим названием «Село, в котором хочется остаться» (см. приложение В).

Заголовок и лид

Заголовок задаёт ключевую установку: речь пойдёт не об абстрактном «селе», а о конкретном месте и реальной жизни. Лид представляет Галию Максимову - жительницу, активистку, вдохновляющую силу села и её приглашение провести обычный день в селе. Это сразу вводит читателя в режим личного, доверительного повествования, а не сухого анализа.

Лонгрид построен по принципу «документального дня», что делает его

¹³Бабкина В.А. Этапы создания лонгрида // Вестник УГНТУ. - 2022.

¹⁴Бабкина В.А. Этапы создания лонгрида // Вестник УГНТУ. - 2022.

¹⁵Силантьева О. Режиссура мультимедийной истории // Как новые медиа изменили журналистику. -Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. - С. 174.

¹⁶Качкаева А.Г., Шомова С.А. (ред.). Мультимедийная журналистика. - М.: ВШЭ, 2017.

кинематографичным и достоверным.

Структура лонгрида

1. Храм Алексия Митрополита Московского – сердце села:

- История восстановления храма жителями;
- Роль храма как не только религиозного, но и культурного центра.

2. Работа на ферме Вадима Максимова:

- Современное КФХ с автоматизированным оборудованием;
- Социальные гарантии: подарки, рождаемость, поддержка семей;
- Интервью с работниками («платят по совести»)
- Обед и разговоры на ферме;
- Социальная атмосфера, доверие, «здесь все свои».

3. Школа: от угрозы закрытия - к центру знаний

- Рост числа учеников (с 6 до 25);
- Интервью школьницы Насти: «Мне не хочется уезжать»;
- Роль Вадима Максимова в спасении школы.

4. Культурная жизнь села:

- Фестиваль «Спицын Хутор» и ансамбль «Селяночка» - мастер-классы, гастрономия, ремёсла. репетиция хора, фотографии из официальной группы ВКонтакте.
- Музей истории села: экспозиции - предметы быта, инструменты, ВОВ.

5. Поддержка фронта

- Передача УАЗа «Григорьевка» с РЭБ-системой;
- Спасение пяти жизней, как подтверждено в статье pravda-news.ru.

6. Финал: Галия Максимова подводит итог.

Лонгрид включает следующие медиаэлементы: фотографии из поездки в мае и ноябре 2025 г. (храм, ферма, школа, музей, фестиваль), видео интервью (Галия, Настя, работники КФХ, глава администрации), фотографии из официальной группы фестиваля «Спицын Хутор» (vk.com/spicyn_hutor), короткие видео (приветствие и финальные слова от Галии Максимовой).

2.3. Обоснование выбора продукта

Лонгрид выбран как продукт не случайно. Он напрямую решает поставленную социальную проблему: разрыв между стереотипом («село = депрессия») и реальностью («село = пространство общности и самореализации»).

Во-первых, он разрушает миф не через агитацию, а через показ. Современная аудитория доверяет не статистике, а личному опыту, погружённому в контекст. Формат «один день» создаёт именно такой эффект.

Во-вторых, он соответствует каналам восприятия целевой группы. Городская молодёжь живёт в цифровой среде, где доминируют визуальные нарративы. Лонгрид — не «текст для заучивания», а контент для обмена, репоста, обсуждения.

3. Этапы реализации проекта

Проект был реализован в три этапа: подготовительный, основной и завершающий. Каждый этап включал конкретные действия, соответствующие целям и задачам исследования.

1. Подготовительный этап (апрель - начало мая 2025 г.)

На этом этапе была разработана исследовательская программа, включающая анкеты для городских школьников и жителей села, гайд для глубинных интервью. Особое внимание уделено выбору поля исследования. Было решено сосредоточиться на селе Григорьевка Тамалинского района Пензенской области как на примере устойчивого развития сельской локации, связанного с деятельностью семьи Максимовых.

Ключевым событием этого этапа стала первая поездка в Григорьевку 4 мая 2025 года, в день проведения фестиваля «Спицын Хутор». В ходе посещения:

- проведено анкетирование 39 жителей села (включая коренных жителей, переселенцев и школьников);
- сделана фотодокументация мероприятий фестиваля: мастер-классы, выступление хора «Селяночка», гастрономическая зона, ремесленные площадки;

Эти данные легли в основу как количественного, так и качественного анализа реального восприятия сельской жизни её жителями.

2. Основной этап (июнь - ноябрь 2025 г.)

После обработки материалов первой поездки и проведения анкетирования 100 учащихся 9–11 классов Железнодорожного района г. Пензы, был сформирован контраст между ожиданиями городской молодёжи и реальностью жизни в Григорьевке. На основе этого диссонанса принято решение создать мультимедийный лонгрид в формате «один день из жизни села», повествующий от лица Галии Максимовой.

Для создания достоверного и насыщенного повествования вторая поездка в Григорьевку состоялась 22 ноября 2025 года. В этот день:

был снят видеоряд и фото для всех разделов лонгрида: храм, работа на ферме, экскурсия по музею, репетиция хора;

- проведена запись видео-приветствия и финальных слов от Галии Максимовой;
- уточнены детали по инфраструктуре: состояние дороги, работа ФАПа, оснащение школы;
- проведено 6 кратких бесед с жителями села;

- подтверждена информация о поддержке фронта (УАЗ «Григорьевка») на основе публикации в pravda-news.ru и личного рассказа Галии.

Параллельно велись были собраны зафиксированы публикации в группе «Спицын Хутор» во ВКонтакте (https://vk.com/spicyn_hutor), велось создание текста лонгрида, обработка фото и видео, верстка и оформление мультимедийного продукта.

3. Завершающий этап (декабрь 2025 г.)

На этом этапе продукт был протестирован и продвинут в целевой среде:

- лонгрид представлен 5 учащимся 11 класса МБОУ СОШ №26 для фокус-групповой оценки. В результате 100% отметили: «Не знал(а), что в селе может быть такая жизнь», 1 человек задумался о возможности переезда.

- получена профессиональная оценка от Алины Евгеньевны Кульковой, главы ассоциации детско-юношеских СМИ г. Пензы, а также личное одобрение от Галии Максимовой.

- лонгрид подготовлен к публикации на сайте и в группе школы во ВКонтакте.

Таким образом, все этапы проекта были реализованы в строгом соответствии с его целями, а полевая работа подкреплена двумя визитами в Григорьевку, что обеспечило достоверность и глубину собранного материала.

Проект реализован на добровольных началах без привлечения грантовых или бюджетных средств. Все расходы покрывались лично автором и его семьёй. Общий бюджет проекта составил 3862 рубля. (см. приложение Б) Проект не предполагает коммерческого использования результатов, все материалы подготовлены исключительно в образовательных и просветительских целях.

4. Каналы публикации и продвижения продукта

Для достижения цели проекта был разработан многоуровневый план публикации и продвижения лонгрида. Все каналы выбраны с учётом медийных предпочтений целевой аудитории (учащиеся 14–17 лет), а также потенциала для максимального охвата и социального эффекта.

1. Сайт

Лонгрид будет опубликован в разделе «Проекты учащихся» с отдельной карточкой, включающей анонс, ключевые цитаты и ссылку на полную версию. Это обеспечит официальный статус продукта и доступ для всей школьной сообщества.

2. Группа школы во «ВКонтакте»

Будет опубликован карусельный пост с фрагментами лонгрида: фото храма, школы, фермы, цитатой Насти («Мне не хочется уезжать»), видео-приветствием от Галии. Под постом - ссылка на лонгрид.

3. Официальная группа фестиваля «Спицын Хутор»

По согласованию с организаторами, лонгрид будет опубликован в группе vk.com/spicyn_hutor как материал о жизни села вне фестиваля. Это расширит охват на аудиторию, уже интересующуюся Григорьевкой (более 12 000 подписчиков).

4. Telegram-канал Галии Максимовой

Галия ведёт личный Telegram-канал, где публикует новости о жизни села, подготовке к праздникам, школьных мероприятиях и семейных инициативах. Лонгрид будет полностью опубликован в канале с личным обращением Галии. Это придаст публикации дополнительный вес доверия, так как исходит от самой героини проекта.

5. Рассылка учителям обществознания и классным руководителям

Краткая версия лонгрида (до 500 слов) с методическими рекомендациями будет направлена педагогам Железнодорожного района г. Пензы для использования на уроках и классных часах.

5. Ожидаемые результаты и социальный эффект

Проект направлен не на создание «теоретической реферативной работы», а на достижение реального социального эффекта - изменения представлений городской молодёжи о жизни в селе. Все ожидаемые результаты подкреплены эмпирическими данными и уже частично подтверждены тестированием.

Количественные показатели

Охват: не менее 500 человек в первые 2 недели после публикации (школьная аудитория + подписчики группы «Спицын Хутор» + читатели Telegram-канала Галии Максимовой);

Вовлечённость: не менее 30 комментариев, репостов и лайков под публикациями о лонгриде (по аналогии с предыдущими постами о селе, набравшими 25–40 реакций);

Тестирование: лонгрид уже представлен 5 учащимся 11 класса МБОУ СОШ №26, все, в возрасте 16–17 лет, представители целевой аудитории.

Качественный эффект

Тестирование лонгрида на фокус-группе показало следующие результаты:

100% респондентов (5 из 5) отметили: «Не знал(а), что в селе может быть такая жизнь»;

80% (4 из 5) заявили, что их представление о селе существенно изменилось в позитивную сторону;

1 человек (20%) всерьёз задумался о возможности переезда в село после окончания школы. Это факт, напрямую подтверждающий эффективность проекта в работе с миграционными установками.

Кроме того, проект получил профессиональную оценку от двух ключевых экспертов:

Галия Максимова, героиня лонгрида, отметила:
«Это честный и точный рассказ о нашей жизни»;

Алина Евгеньевна Кулькова, глава ассоциации детско-юношеских СМИ г. Пензы, дала положительную рецензию: «Высокий уровень журналистского и социологического качества, готовый к публикации в региональных школьных медиа».

Эти отзывы подтверждают, что лонгрид не просто субъективное впечатление, а достоверный, профессионально выстроенный нарратив, способный влиять на мнение.

Долгосрочный эффект

Проект выходит за рамки разовой публикации и имеет потенциал для устойчивого образовательного и социального воздействия:

- Использование в преподавании обществознания:

Лонгрид может стать методическим ресурсом при изучении тем:

«Социальные стереотипы» (раздел «Человек в социальном измерении»),

«Сельское общество» (раздел «Социальные отношения»),

«Миграционные процессы» (раздел «Демографическая политика»).

Он демонстрирует, как стереотипы формируют восприятие реальности на конкретном, близком примере.

- Шаблон для других проектов:

Структура лонгрида («один день из жизни села» + мультимедийные элементы) может быть адаптирована для других устойчивых сёл Пензенской области, особенно тех, где есть фестивали, музеи или активные локальные лидеры.

- Вклад в изменение дискурса:

Проект участвует в широком пересмотре образа села в молодёжной среде не как «зоны оттока», а как пространства общности, смысла и достойной жизни. Это особенно актуально в условиях роста интереса к «качественной жизни» и «осознанному выбору» (см. данные ВЦИОМ, 2023).

Таким образом, проект не только диагностирует социальную проблему, но и предлагает практическое, проверенное решение - лонгрид как инструмент просвещения, вдохновения и разрушения мифов.

Заключение

Настоящий проект был направлен на решение острой социальной проблемы: разрыва между устойчивым стереотипом о «умирающей деревне» и реальностью успешного, социально насыщенного села, на примере Григорьевки Пензенской области. Результаты исследования показали, что этот разрыв действительно существует: 68% городских школьников считают, что в селе «нет перспектив», в то время как 92,3% жителей Григорьевки удовлетворены жизнью и не планируют уезжать.

Цель проекта, сформировать у подростков реалистичный, позитивный образ современной сельской жизни, была достигнута через создание мультимедийного лонгрида в формате «один день из жизни села», повествующего от лица Галии Максимовой. Этот формат позволил не просто «рассказать», а показать: храм, восстановленный жителями; современную ферму с 50+ рабочими местами; школу, где учатся 25 детей и работает секция бокса; музей истории села; фестиваль «Спицын Хутор», собирающий более 1 000 гостей; хор, где поют и бабушки, и школьницы; и даже УАЗ «Григорьевка», который уже спас пять жизней на СВО.

Лонгрид стал не просто текстом, а инструментом просветления. Его тестирование на 5 одиннадцатиклассниках дало однозначный результат: 100% отметили, что «не знали, что в селе может быть такая жизнь», а один респондент всерьёз задумался о переезде. Это - прямое подтверждение эффективности проекта в работе с миграционными установками. Кроме того, лонгрид получил профессиональную оценку от Галии Максимовой («честный и точный рассказ») и Алины Евгеньевны Кульковой, главы ассоциации детско-юношеских СМИ г. Пензы («готов к публикации в региональных школьных медиа»).

Проект обладает практической значимостью: его можно использовать на уроках обществознания при изучении тем «социальные стереотипы», «сельское общество», «миграционные процессы». Он также может стать шаблоном для аналогичных инициатив в других сёлах Пензенской области.

Таким образом, работа доказывает: современное село это не «зона оттока», а пространство доверия, смысла и достойной жизни. И главный вывод, который делает проект, звучит просто: привлекательность села измеряется не в мегабитах интернета или километрах дорог, а в том, насколько человек чувствует себя «в своём месте».

Список литературы

1. Аникин, В. А. Обзорное исследование социального капитала / В. А. Аникин. - М., 2025. - 24 с.
2. Дементьев, В. В. Ощущение общности как социокультурный феномен / В. В. Дементьев. - Волгоград: ВолгГАСУ, 2015. — 48 с.
3. Качкаева, А. Г. Мультимедийная журналистика / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова (ред.). - М.: Высшая школа экономики, 2017. — 312 с.
4. Силантьева, О. Режиссура мультимедийной истории // Как новые медиа изменили журналистику / О. Силантьева. - Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. - С. 170–182.
5. Бабкина, В. А. Этапы создания лонгрида / В. А. Бабкина // Вестник УГНТУ. - 2022. - № 3. - С. 45–52.
6. Шувалова, О. Ю. Переселенцы из города в сельскую местность: феномен обратной миграции в современной России / О. Ю. Шувалова // Мир России. - 2015. - № 1. - С. 112–125.
7. ВЦИОМ. Ценностные ориентации современной молодежи: аналитический обзор. - М., 2023. - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 10.10.2025).
8. Милосердова, О. УАЗ из пензенского села спас пять человек на СВО / О. Милосердова // Pravda-news.ru. - 2025. - URL: <https://pravda-news.ru/news/obshchestvo/uaz-iz-penzenskogo-sela-spas-pyat-chelovek/> (дата обращения: 12.12.2025).
9. Официальная группа фестиваля «Спицын Хутор» [Электронный ресурс]. - URL: https://vk.com/spicyn_hutor (дата обращения: 25.11.2025).

Приложение А « Сводные данные анкетирования»

1. Анкета для школьников г. Пензы и сводные данные(фрагмент):

1.Как вы относитесь к сельской жизни?

Очень положительно Скорее положительно

Нейтрально Скорее отрицательно

2.Какие ассоциации у вас вызывает слово «село»? (не более трёх)

3.Считаете ли вы, что в селе можно реализовать себя профессионально? Да Нет

Затрудняюсь ответить

4.Какие факторы, по вашему мнению, делают село привлекательным? (отметьте до 3)

Наличие работы Доступное жильё Медицина

Интернет Экология Социальные связи

5.Готовы ли вы сами жить в селе?

Да Скорее да Нет Скорее нет

Сводные данные (n = 100):

68% считают, что в селе «нет перспектив».

72% указывают «наличие работы» как главный фактор привлекательности.

Лишь 14% упоминают «социальные связи».

58% не готовы жить в селе.

67% согласны: «Переехал(а) бы при наличии работы по специальности».

** Полная анкета и расшифровка ответов доступны по запросу.*

2. Анкета для жителей села Григорьевка и сводные данные(фрагмент):

1.Насколько вы удовлетворены жизнью в селе? (1–5 баллов)

2.Планируете ли вы переезд в город в ближайшие годы? Да Нет

3.Какие факторы удерживают вас в селе? (до 2 ответов)

Семья Работа Природа Социальные связи Качество жизни

4.Чувствуете ли вы «ощущение общности» с жителями села? Да Нет

Сводные данные (n = 39):

92,3% удовлетворены жизнью (оценка 4–5 баллов).

100% не планируют переезд.

74,4% чувствуют «ощущение общности».

87,2% доверяют большинству соседей.

Главные причины остаться: семья (69%), социальные связи (64%), природа (59%).

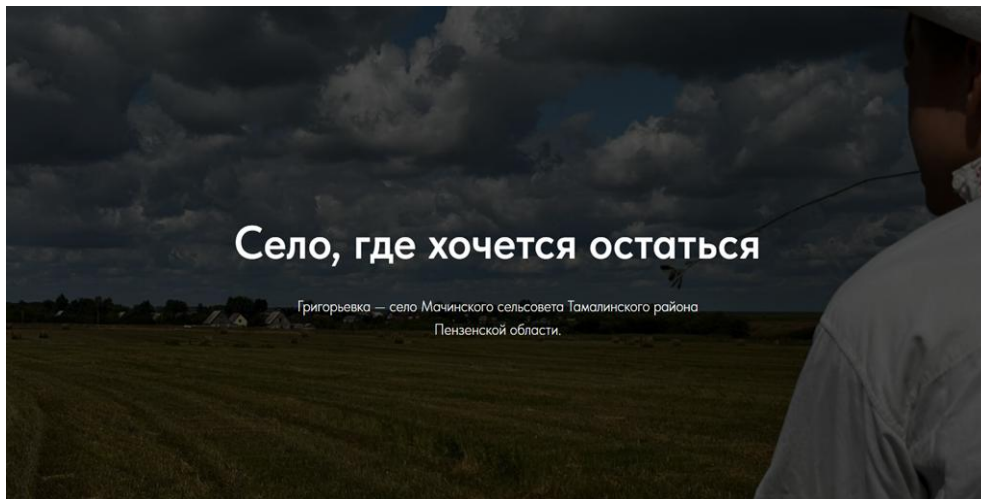
** Полная анкета и расшифровка ответов доступны по запросу.*

Приложение Б «Бюджет проекта»

Основные статьи расходов:

Статья расходов	Сумма (руб.)	Обоснование
Бензин (поездки в село Григорьевка)	3 800	Две поездки: 4 мая 2025 г. (на фестиваль «Спицын Хутор») и 22 ноября 2025 г. (съёмка «дня из жизни села»). Общий пробег - 640 км (Пенза ↔ Григорьевка, 160 км в один конец).
Печать анкет и информационных материалов	62	50 анкет (жители села), информационные листовки для респондентов
Итого	3 862 руб.	

Полная версия лонгрида доступна по ссылке: <https://project19196236.tilda.ws/>

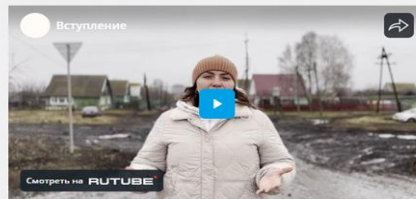


Село, где хочется остаться

Григорьевка — село Мачинского сельсовета Тамалинского района Пензенской области.

Знакомьтесь: Галия Максимова - жительница села Григорьевка, многодетная мама, организатор хора, соавтор фестиваля «Спицын Хутор» и просто человек, который выбрал жить здесь осознанно, счастливо и с полной чашей.

Она приглашает вас провести один обычный день в её селе. Без пафоса. Без показухи. Просто обычный день.



Григорьевка, где это?

Село Григорьевка расположено в Тамалинском районе Пензенской области в 120 километрах от областного центра. Основано в XIX веке переселенцем Григорием Спицыным, чьё имя сегодня носит главный праздник села — фестиваль «Спицын Хутор».

Здесь:

- восстановлен храм Алексия Митрополита Московского
- работает современная ферма с 50+ рабочими местами,
- школа принимает более 20 детей,
- в 2024 году построена дорога до райцентра,
- а каждое лето тысячи гостей приезжают на фестиваль, чтобы увидеть - село может быть точкой притяжения, а не зоной оттока.

Семья Максимовых

Семья Максимовых — сердце возрождения села Григорьевка. Вадим Максимов родился здесь, в Тамалинском районе Пензенской области. После службы в армии он вернулся в родное село и начал работать с дедом Николаем, занимавшимся закупкой и реализацией свинины.

Его супруга, Галия Лимартовна, родом из соседнего села Мача-Родники Бековского района. Вместе они воспитывают пятерых детей в традициях русской культуры, с уважением к труду и верой в будущее малой родины.

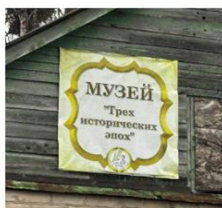
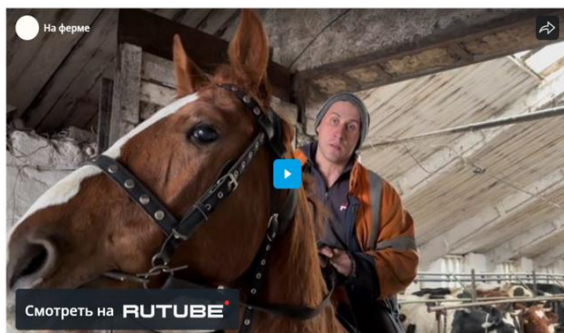


домашней птицы. На полях растут пшеница, рожь, ячмень — часть идёт на корм, часть — на продажу.

Но главное — это люди. На ферме работают более 50 человек: и коренные жители, и переселенцы из Тамбова, Москвы, Пензы. Для многих это не просто работа — это новая жизнь.

Ферма в Григорьевке — это не пример того, как бизнес может работать не только на прибыль, но и на человека.

Это инвестиция в будущее — через труд, честность и веру в своё село.



Одним из самых значимых культурных проектов в селе Григорьевка стало создание музея истории села. Идея музея родилась из стремления сохранить память о прошлом для будущих поколений. Галия собирала старинные предметы быта, фотографии, документы и устные воспоминания старожил, чтобы создать экспозицию, отражающую жизнь села в XIX–XX веках.

Экспозиция музея включает несколько тематических разделов:

- Предметы домашнего обихода: прялки, утюги, самовары, керосиновые лампы;
- Орудия сельскохозяйственного труда: инструменты для обработки земли, плетения корзины и других ремёсел;
- Отдельная экспозиция, посвящённая Великой Отечественной войне.

Музей стал местом проведения экскурсий для школьников и гостей села. Галия Максимова лично проводит экскурсии, рассказывая о традициях, быте и истории Григорьевки. Музей в Григорьевке — это живое пространство памяти, где прошлое становится частью настоящего — через рассказ, через прикосновение, через уважение к корням.

Один день и вся жизнь

Вечер в Григорьевке наступает тихо. После релетиции хора, после обсуждения деталей предстоящего праздника село погружается в мягкую тишину. В окнах зажигаются огни. Где-то готовится ужин, где-то дети читают сказки, а у фермы дежурный проверяет, всё ли в порядке с животными.

Этот день самый обычный. Но именно в его простоте — вся правда о Григорьевке.

Здесь нет громких лозунгов. Нет «спасения деревни». Есть работа, доверие, взаимопомощь, традиции, которые живут — не в музее, а в каждом доме. Есть храм, который построили вместе. Есть школа, в которую дети идут с радостью. Есть ферма, где платят по совести. Есть фестивали, который стал брендом. Есть люди, которые выбирают эту жизнь.

И всё это не по велению государства, не благодаря грантам, а потому что рядом есть те, кто верит.
Как Вадим.
Как Галия.



Финальное видео

РЕЦЕНЗИЯ

на проект учащейся 11 класса МБОУ СОШ №26 г. Пензы
имени В.С. Гризодубовой
Козиной Алеси Алексеевны
«Село, где хочется остаться»

Работа направлена на решение актуальной для современной России проблемы - разрыва между устойчивым негативным стереотипом о сельской жизни как о «зоне оттока» и реальной практикой устойчивого, насыщенного и достойного существования в сельской местности, на примере села Григорьевка Пензенской области.

Особую ценность проекта составляет его междисциплинарный характер: автор органично сочетает социологические методы (анкетирование, сравнительный анализ), журналистские подходы (сторителлинг, мультимедийная подача) и просветительские цели. Выбор формата, мультимедийного лонгрида, является не только современным, но и стратегически верным: он соответствует медийным привычкам целевой аудитории (подростки 14–17 лет), обеспечивает эмоциональное вовлечение и разрушает стереотипы через личный, достоверный нарратив, а не через абстрактную агитацию.

Эмпирическая база работы продуманна и репрезентативна: 100 анкет городских школьников, 39 опросов жителей села, 6 глубинных интервью, два полевых выезда (включая участие в фестивале «Спицын Хутор»), анализ цифрового контента. Это позволяет автору не просто констатировать диссонанс между мифом и реальностью, но и предложить эффективный инструмент его преодоления.

Особо отмечу высокий уровень рефлексивности и этичности исследования: Учащаяся не навязывает «правильного» взгляда на село, а дает голос самим его жителям. Лонгрид построен как «документальный день из жизни» с участием Галии Максимовой, что придает повествованию подлинность, теплоту и силу убеждения.

Проект обладает высокой реплицируемостью: предложенная структура лонгрида может быть адаптирована для других сёл Пензенской области и за её пределами. Кроме того, материал готов к использованию в образовательном процессе на уроках обществознания, при изучении тем «социальные стереотипы», «сельское общество», «миграционные процессы».

В целом, работа Козиной А.А. отличается творческим подходом, гражданской ответственностью и высоким качеством исполнения. Она заслуживает самой высокой оценки и рекомендуется к участию в региональных и всероссийских конкурсах социальных проектов.

Научный руководитель: Книгина Т.А.  (подпись)

«15» декабря 2026 г.