УДК 069.1 DOI 10.25688/2076-9121.2019.50.4.04

## Е.А. Асонова, А.Н. Россинская

# Учебное исследование — мост между университетом и музеем

Статья посвящена итогам апробации методики организации исследовательской деятельности студентов в музеях. Основой методики стали разработанные авторами модельные учебные задания социологического и психолого-педагогического характера, которые могут быть использованы в рамках учебной дисциплины, практики обучающихся бакалавриата и магистратуры. В статье приведены итоги апробации разработанных заданий, сформулированные на основе анализа интервью с представителями музеев Москвы.

Ключевые слова: музеи Москвы; учебное исследование студентов; практика.

татистика показывает, что во всем мире доля молодежи в музейной аудитории колеблется от 6 до 15 %, это традиционно самая мало- ✓ численная группа посетителей¹. По сравнению с детским возрастом наблюдается падение посещаемости почти в два раза. Причины этого очевидны. Прежде всего, молодежь — это взрослые самостоятельные люди. Посещение музея ребенком инициирует родитель. Он выбирает музей, форму и темы занятий, полностью организует поход в музей. Аналогичная ситуация складывается и в школе, где родительский комитет заказывает и организует экскурсии. Выбор музеев и экскурсий также делают взрослые, учителя или родители. Дети из процесса выбора музея и организации экскурсии таким образом исключены. Отметим также, что организованно-пассивное посещение музея становится для подростка одной из форм получения образования, но не местом приятного проведения досуга. Результатом такого знакомства с ресурсами музеев становится сформированное представление о музее как о значимом культурном институте, посещение которого требует особой организации, а понимание экспозиции невозможно без проводника (экскурсовода).

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Museum and gallery visitor figures — January – March, 2019. URL: https://www.gov.uk/government/statistical-data-sets/museums-and-galleries-monthly-visits (дата обращения: 31.05.2019); Museums audience report. URL: https://www.theaudienceagency.org/asset/1707 (дата обращения: 31.05.2019); *Zbuchea A*. How do young people visit museums? URL: https://www.researchgate.net/publication/270285244\_How\_do\_young\_people\_visit\_museums (дата обращения: 31.05.2019); Art Museum Attendance. URL: https://www.humanitiesindicators.org/content/indicatordoc.aspx?i=102 (дата обращения: 31.05.2019).

Окончание школы и статус взрослого приводят к тому, что больше никто не организует для молодого человека посещение музея. Сам же он, будучи обыкновенно ведомым в ситуации посещения музея, став полностью самостоятельным, не только не знает, какие возможности открываются в музее для образования, но и ищет другие места для интеллектуального досуга. В конкуренцию с музеем вступают многочисленные, более увлекательные на первый взгляд альтернативы.

Можно ли изменить эту ситуацию? Прежде всего необходимо создать возможности для знакомства с музеем на новом уровне для самостоятельного открытия: чем он может быть интересен, как организовать визит, как ориентироваться в музее и т. д. Для студентов такие возможности могут быть созданы в условиях практики, учебной и исследовательской работы, а также при посещении музеев с экскурсиями.

Традиционно практику в музеях проходят те студенты, чья специальность связана с музеем. Это музеология, туризм, искусствознание, культурология, социально-культурная деятельность, а также реклама и связи с общественностью. Кроме того, в музее проходят практику студенты таких специальностей, как история, регионоведение, изобразительное искусство. Первая группа проходит в музее учебную и производственную практику, вторая группа обычно проходит только учебную практику.

Практика в музее для студентов музеологических, исторических, социокультурных и художественных специальностей — необходимая и обязательная часть учебного процесса, без нее невозможно успешно вступить в профессиональное сообщество. Но только ли этими специальностями ограничиваются возможности музея как места для практики студентов?

Необходимостью становится практика в музее и для студентов — будущих педагогов. Музей — одно из немногих пространств, где могут быть реализованы сложные задачи, поставленные в современных образовательных стандартах (OECD Skills Strategy 2019: Skills to Shape a Better Future, OECD Publishing, Paris. URL: https://doi.org/10.1787/9789264313835-en). В государственных образовательных стандартах (ФГОС COO. URL: https://fgos.ru/#001d1b20ca6240844) неоднократно подчеркивается важность формирования готовности обучающихся к саморазвитию и непрерывному образованию, к активной учебно-познавательной деятельности. Важно также отметить, что если с развитием предметных компетенций школа справляется достаточно успешно, то достижение поставленных личностных и метапредметных результатов пока вызывает затруднение. Среди личностных характеристик выпускника, описанных во ФГОС, есть и такие: креативный и критически мыслящий, активно и целенаправленно познающий мир, осознающий ценность образования и науки, труда и творчества для человека и общества; владеющий основами научных методов познания окружающего мира, мотивированный на образование и самообразование в течение всей своей жизни. Среди метапредметных результатов освоения основной образовательной программы названы: 1) умение самостоятельно определять цели деятельности

и составлять планы деятельности; 2) самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; 3) владение умениями познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; 4) готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников (ФГОС COO. URL: https://fgos.ru/#001d1b20ca6240844).

Эти требования стандарта к образовательным результатам определяют и новые требования к компетенции педагога, подготовка которого осуществляется в педагогическом университете в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки «Педагогическое образование» (URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/440301\_B\_3\_16032018.pdf). А для этого самому преподавателю необходимо иметь представление о музее как образовательном ресурсе. Он должен владеть информацией о том, какие музеи могут посетить его ученики и как организовать это посещение, какую информацию можно найти в музее, что представляет собой экспозиция, как устроен сам музей, какие события там проводятся, как максимально эффективно использовать ресурсы музея в познавательной деятельности. Такая подготовка будущих педагогов невозможна, если в процесс обучения не будет включена их самостоятельная учебная и исследовательская деятельность в музее.

Какой должна быть практика будущих педагогов в музее, чтобы они смогли освоить названные умения? С 2017 года в МГПУ для студентов первого курса проводится социокультурная практика нового формата [1, 3, 4]. Ее цель — познакомить первокурсников с инфраструктурой города, создать условия для развития у студентов универсальных компетенций (URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/440301\_B\_3\_16032018.pdf) и «навыков XXI века»: самостоятельности в учебно-познавательной и исследовательской деятельности; умения собирать, анализировать и критически оценивать информацию; коммуникативных умений и т. д.

Программа практики предполагает, что студент должен выбрать один или несколько городских объектов для исследования и сформулировать исследовательскую задачу. Далее студенты самостоятельно посещают выбранные объекты и собирают необходимую информацию. После этого проводят обработку информации и готовят итоговый продукт, например электронную карту, дайджест, рекомендательный список, проект и т. д.

Анализ итогов проведения практики в течение двух лет (данные отчета о научно-исследовательской работе по теме «Разработка и апробация модели социокультурной практики обучающихся в условиях интеграции университета в социокультурное и экономическое пространство города», выполненной лабораторией социокультурных образовательных практик Института системных проектов МГПУ в 2017–2018 годах) [2] показывает, что музеи города, являясь наиболее привлекательными площадками для исследования (их выбирают

около 20 % студентов, это самый популярный объект исследования наряду с театрами), оказываются также и одними из самых сложных объектов. Как по-казало анкетирование студентов [2], это связано с несколькими факторами. Во-первых, первокурсникам было сложно самостоятельно установить контакт с музеями, особенно крупными. Трудности возникали при формулировании запроса, при поиске контактного лица и непосредственно во время общения с сотрудниками музеев. Поэтому многие студенты предпочитали проводить исследование музея автономно, то есть не вступая в контакт с музеем, а посещая его, купив билет. Во-вторых, студентам сложно было самостоятельно сформулировать актуальное исследовательское задание, так как многие из них довольно плохо знакомы с работой музеев, а некоторые впервые попали в музей самостоятельно, без экскурсии.

Для повышения эффективности исследовательской работы студентов было принято решение разработать пакет модельных исследовательских и проектных заданий, которые могут выполняться студентами в музеях как в ходе практики на первом курсе, так и в учебной и самостоятельной исследовательской деятельности на старших курсах и в магистратуре. Под эффективностью исследовательской работы студентов в первую очередь понималась как востребованность работы, выполненной в музее, так и возможность использовать полученный опыт и знания в дальнейшем, в процессе подготовки выпускной квалификационной работы и в профессиональной деятельности. В результате были разработаны десять рамочных заданий (табл. 1).

Таблица 1 Модельные задания для проведения учебных исследований в музеях Москвы

Задание	Результат	
	для студента	для музея
1. Детальное изучение состава посетите-	Учится проводить	Получает необхо-
лей: гендерный и возрастной состав, ин-	социологическое	димые данные
дивидуальное или групповое посещение	исследование	для постановки
и другие характеристики аудитории.		актуальной задачи
Метод: наблюдение		
2. Изучение деятельности посетителей	Учится проводить	Получает необхо-
в музее: наиболее/наименее посещаемые	социологическое	димые данные
залы, привлекательные экспонаты, хроно-	исследование	для решения
метраж присутствия в зале / осмотра экс-		актуальной задачи
понатов, использование навигации, этике-		
ток и экспликаций.		
Метод: наблюдение		
3. Тестирование музейного продукта:	Тестирует продукты,	Получает актуальные
экскурсий, занятий, путеводителей, нави-	учится их анализи-	данные по новым
гации, экспликаций, аудиогидов и т. д.	ровать с точки зре-	продуктам, навига-
Метод: эксперимент, анализ	ния различных целе-	ции, информацион-
	вых аудиторий	ным материалам

Запанна	Результат	
Задание	для студента	для музея
4. Перевод материалов на иностранные	Участвует в созда-	Получает продукт,
изыки	нии музейного	созданный на базе
	продукта	экспозиции
5. Участие в проектировании образова-	Учится анализиро-	Получает актуальные
тельной программы в качестве фокус-	вать, высказывать	данные по новым
группы	суждение	продуктам, навига-
		ции, информацион-
		ным материалам
6. Разработка методических идей	Учится разрабаты-	Получает портфо-
использования постоянной экспозиции	вать учебные зада-	лио заданий по раз-
и выставок в образовании	ния на базе экспо-	ным предметам,
	зиции музея, разви-	для разных возрастов
	вает педагогические	
	и методические	
	умения	_
7. Поиск информации для научной работы	Магистрант или ас-	Получает данные
в фондах, архивах, библиотеке музея	пирант пишет ис-	научной работы
	следовательскую	по теме музея, ма-
	работу (например,	териалы для публи-
	в рамках совместной	кации.
	магистерской	Фонды музея востре-
	программы)	бованы в научной
9. C	X7	работе
8. Составление аннотированных списков,		Получает портфо-
библиографии по теме музейных экспо-	библиографические	лио библиографиче-
зиций и фондов	СПИСКИ	СКИХ СПИСКОВ
9. Создание музейного продукта: парти-	Получает опыт соз-	В зависимости от за-
ципаторно или самостоятельно (напри-	дания арт-объектов,	дачи совместного
мер, ежегодная или разовая творческая акция в музее)	проектирования и организации	проекта для музея происходит: обога-
акция в музее)	творческих акций	щение новыми идея-
	творческих акции	ми, повышение посе-
		щаемости и привле-
		чение внимания,
		создание информа-
		ционного повода
10. Помощь музею в ведении аккаунтов	Получает опыт	Получает новый
в социальных сетях	создания текстов,	пиар-продукт
	фотографирования	в виде публикаций
	и обработки фото-	в социальных сетях
	графий, знакомится	музея, привлечение
	с возможностями	внимания потен-
	SMM	циальных посети-
		телей

Для апробации предложенных рамочных заданий и придания им актуальности была проведена серия экспертных интервью с сотрудниками московских музеев. В выборку были включены музеи, представляющие различные сегменты музейной сферы.

Государственный исторический музей (ГИМ) — крупнейший исторический музей страны с очень высокой посещаемостью как экскурсионными, в том числе школьными группами, так и индивидуальными посетителями: и москвичами, и туристами из других регионов, и иностранцами. Музей давно и активно работает с молодежью, в том числе является базой практики для студентов исторических и гуманитарных специальностей крупнейших вузов (МГУ, НИУ ВШЭ и др.). Но музей готов принимать и будущих педагогов, поскольку для него это возможность подготовить себе кадровый резерв и способствовать развитию творческой активности музея.

Кроме того, в ГИМе есть большая волонтерская программа, которой посвящена специальная страница сайта (URL: https://shm.ru/volonterstvo/). Один из основных принципов работы с практикантами и волонтерами в Государственном историческом музее — привлекать молодежь к таким видам работ, в которые они могут внести реальный практический вклад. Интересно заметить, что волонтерскую деятельность музеев можно соотнести с работой студентов на практике, так как волонтерские проекты ориентированы чаще всего именно на молодежь и являются одним из самых естественных способов включения студента в жизнь музея.

Государственный музей-заповедник «Царицыно» — один из крупнейших музеев Москвы. Это уникальный объект для исследования, так как он объединяет историко-архитектурные, ландшафтные и художественные объекты, а также общественные пространства, поэтому здесь проводятся социологические и культурологические исследования взаимодействия города и ГМЗ «Царицыно» во всем многообразии его функций и возможностей (см. например, [5]). Музей-заповедник постоянно работает со студентами-практикантами и заинтересован в развитии этого направления сотрудничества с вузами. Особенно востребовано такое сотрудничество в секторе маркетинга, где уже подготовлены и работают соответствующие программы.

Музей М.А. Булгакова представляет многочисленную группу небольших московских музеев-квартир. Это один из самых популярных в Москве музеев с очень большой посещаемостью. Сюда самостоятельно и на экскурсии приходят школьники, студенты и взрослые, москвичи и туристы, в том числе иностранцы. Музей стремится задействовать волонтеров в своей работе. Здесь для них регулярно проводятся ознакомительные встречи, где потенциальных волонтеров знакомят с тем, какую работу можно выполнять в музее. При этом в Музее М.А. Булгакова считают необходимым заинтересовать волонтеров работой, показать им ее привлекательность, акцентировать важность выполняемых поручений. Но наиболее эффективным сотрудничество станет, если

молодежь будет приходить в музей с представлением о том, чем они хотят заниматься, к чему имеют склонности, какими умениями и навыками обладают, то есть востребованы подготовленные и мотивированные волонтеры.

Музейно-выставочный центр «Музей моды» представляет собой группу небольших тематических музеев. У него пока нет постоянной экспозиции, но здесь регулярно открываются новые выставки и работает лекторий. У МВЦ «Музей моды» высокая посещаемость выставок и событий. В музее работает волонтерская программа, имеется большая заинтересованность в привлечении молодежи. В ближайшее время музей планирует расширение и открытие постоянной экспозиции, что потребует дополнительных сил и увеличения команды волонтеров.

Музей меценатов, предпринимателей и благотворителей является небольшим частным музеем. Он очень популярен среди москвичей, поскольку обладает богатой и уникальной коллекцией. Музей заинтересован в партнерстве с различными организациями, в том числе и в работе со студентами на практике. Он ведет активную просветительскую работу со школами и вузами.

Кроме интервью с сотрудниками важно было получить экспертную оценку основной методической организации музеев. В Москве эти функции в настоящее время выполняет компания «Мосгортур». В результате серии экспертных интервью с сотрудниками музеев и «Мосгортура» каждое из предложенных для социокультурной практики и исследовательской работы студентов заданий получило аналитическую оценку с точки зрения актуальности, востребованности и реалистичности его выполнения.

Социологическое задание по изучению состава посетителей оказалось востребованным не только в крупных музеях, но и со стороны отдела методического сопровождения музейной деятельности «Мосгортура», который регулярно собирает в музеях статистику посещений. Хотя большинство экспертов отметили, что социологический портрет посетителя формируется на основе анализа проданных билетов, но при этом только небольшие музеи, как, например, Музей М.А. Булгакова, имеют возможность вести учет гендерного состава посетителей, более детального возрастного диапазона и прочих социодемографических характеристик. Крупные музеи нуждаются в помощи для проведения таких работ. Например, ГМЗ «Царицыно» проводит детальные исследования своей аудитории. Разработаны методики и опросники, а также портрет групп посетителей. Студенты могут встроиться в эту работу и проводить социологические опросы по уже разработанным методикам. Возможны разные форматы таких исследований. Во-первых, это предпроектные исследования в фокусгруппах при подготовке выставок или реэкспозиции на этапе предварительного дизайна. В этой работе студенты могут быть как интервьюерами, так и респондентами. Во-вторых, проводится тестирование попадания выставки или любого другого музейного продукта в аудиторию. Это постпроектное исследование с закрытой анкетой с вариантами ответов. Задача студента — опросить людей из выборки, которую предоставляет музей.

Больший отклик вызвало у представителей музеев задание наблюдать за деятельностью посетителей на экспозиции. В частности, Музей моды заинтересован в наблюдении за поведением посетителей на выставках, а именно: в получении информации, сколько времени проводит посетитель в залах и какие экспонаты его наиболее привлекают. При этом студенту не обязательно самостоятельно делать выводы по результатам наблюдений. Очевидно, что для этого ему пока не хватает опыта и образования. Главная задача студента — тщательно собрать информацию. Для обеспечения качества работы музей готов поставить конкретные задачи для наблюдения, подготовить форму для сбора информации и провести инструктаж.

Востребована такая работа и в Государственном историческом музее. Здесь трекинг, то есть наблюдение за маршрутами движения посетителей, проводится для того, чтобы определить, какие экспонаты привлекают наибольшее внимание посетителей, так как реальные маршруты и точки притяжения в экспозиции не всегда совпадают с представлением экспозиционеров о том, что интересует и привлекает посетителей. При организации этой работы важно учитывать, что музей разделяет своих посетителей на две категории — посетители экспозиции и посетители событий. Для каждой группы создается портрет посетителя, который требуется уточнять. Эту работу могут выполнять студенты.

Важно также узнать, сколько по времени посетитель находится в определенном зале и какая проходимость у конкретного зала музея. Эта информация позволит провести расчет антропогенной нагрузки на объект, особенно при проведении массовых городских мероприятий, таких как «Ночь в музее», «Ночь искусств» и другие. Запрос на такого рода информацию появляется не систематически, но музеи и «Мосгортур» готовы в случае необходимости привлекать к такой работе студентов. Однако и требования к качеству их работы высоки. Студенты должны собрать и предоставить точные данные, поскольку на их основе опытные аналитики буду делать выводы. Для подготовки студентов к этой работе «Мосгортур» и некоторые музеи готовы проводить инструктажи и снабжать практикантов необходимыми инструментами как в печатном, так и в электронном формате.

Тестирование музейных продуктов (экскурсий, занятий, путеводителей, навигации и пр.) не вызвало большого интереса у представителей музеев, поскольку студенты представляют лишь одну из целевых групп посетителей и, по мнению сотрудников музеев, пока не могут компетентно оценивать продукты. Для тестирования привлекаются специалисты различных отделов музея, а также фокус-группы. Например, в Государственном историческом музее работает школа экскурсоводов и все экскурсии проверяются с помощью слушателей и преподавателей школы. Также музею несложно собрать бесплатные тестовые группы, поскольку здесь всегда много посетителей.

С другой стороны, молодежь идеально подходит для тестирования онлайни других продуктов, предназначенных именно для этой группы посетителей,

например чат-квестов. В ГИМе они создаются на базе социальной сети «ВКонтакте», популярной среди студентов, поэтому музею интересны мнения и предложения первокурсников по улучшению их содержания и оформления.

Перевод информационных материалов на иностранные языки — актуальная для музеев задача. Однако требования к качеству переводов высокие. Это необходимо для создания и поддержания имиджа музея, привлечения иностранных туристов. В ходе интервью выяснилось, что не все музеи готовы доверить эту работу студентам-первокурсникам, чей уровень владения языком пока недостаточно высок. В то же время небольшим музеям с ограниченным количеством сотрудников помощь в переводе материалов бывает необходима, особенно при подготовке временных выставок. Для этой работы могут быть задействованы студенты старших курсов, особенно те, кто изучает редкие языки.

Интересно отметить, что музеи практически не заинтересовались методическими разработками по экспозиции, которые могли бы выполнить студенты. Это связано, с одной стороны, с наличием во многих музеях методических отделов, которые выполняют такую работу. А с другой стороны, по мнению работников музеев, уровень профессиональной подготовки студентов, только начинающих педагогическое образование, пока не позволяет им серьезно заниматься методическими разработками и создавать продукты, которые могут быть востребованы музеем. Однако такие задания вполне могут выполнять студенты старших курсов. Но наиболее эффективно эта работа может быть реализована в выпускных квалификационных работах бакалавров, в учебных проектах магистрантов, образование, опыт и мотивация которых позволят им создать более качественные и в результате востребованные продукты.

В то же время некоторые музеи готовы поручать студентам создание музейных продуктов, не связанных напрямую с образовательной деятельностью, например фотографирование, причем не только мероприятий, но и создание фотографий для тематических выставок. Такой опыт есть у Государственного исторического музея: на выставке «Тургенев. Время московское» в экспозиции были использованы выполненные студентами фотографии мест в Москве, где бывал И.С. Тургенев.

В Музее моды востребованы работы по созданию «околомузейного» продукта, а именно тематических экскурсий по городу, особенно в районе, где находится музей. Студенты могли бы составлять списки точек для экскурсионных маршрутов, а в некоторых случаях подбирать факты. Музей находится в центре Москвы, в Гостином Дворе. Вокруг располагаются не только исторические здания, но и бутики ведущих модных домов, которые можно связать в маршрут, приводящий в музей. Эти маршруты могут создаваться как к конкретным выставкам, так и для постоянной экспозиции.

По-разному относятся музеи к привлечению практикантов для ведения аккаунтов в соцсетях и выполнения других полезных музею работ. Например,

в ГМЗ «Царицыно» готовы советоваться со студентами, как продвигать различные музейные продукты в молодежной среде. В Музее моды могут поручить студентам делать подборки и обзоры лекций для однокурсников, писать отзывы, а также давать сотрудникам музея обратную связь по вопросам, какие темы и форматы лекций интересуют молодежь. В ГИМе может быть востребовано ведение аккаунтов музея в социальных сетях, особенно это актуально для филиалов музея, например Покровского собора.

Кроме приведенных в таблице 1 заданий практически все эксперты предложили привлекать студентов к работе в фондах. Они могут заниматься фотографированием и описанием коллекций. Для качественной организации такой деятельности музеи готовы разработать инструкции, провести короткое обучение. Важно, что эта работа не требует постоянного посещения музея. Достаточно поработать в фондах 2–3 раза. Уже это существенно поможет музею.

Итак, большинство заданий вызвало у экспертов одобрение. Музеи готовы привлекать студентов в первую очередь для проведения социологических исследований, наблюдения за поведением посетителей, работы в фондах, создания музейных продуктов и выполнения других необходимых работ, которые будут полезны как музею, так и студенту-практиканту. Итоговый список заданий выглядит следующим образом:

- 1. Детальное изучение состава посетителей: гендерный и возрастной состав, индивидуальное или групповое посещение и другие характеристики аудитории.
- 2. Изучение деятельности посетителей в музее: наиболее/наименее посещаемые залы, привлекательные экспонаты, хронометраж присутствия в зале / осмотра экспонатов, использование навигации, этикеток и экспликаций.
- 3. Тестирование музейных продуктов, предназначенных для молодежной аудитории.
  - 4. Перевод материалов на иностранные языки.
- 5. Участие в проектировании образовательной программы в качестве фокус-группы.
- 6. Разработка методических идей использования постоянной экспозиции и выставок в образовании.
- 7. Поиск информации для научной работы в фондах, архивах, библиотеке музея.
- 8. Составление аннотированных списков, библиографии по теме музейных экспозиций и фондов.
- 9. Создание музейного продукта: партиципаторно или самостоятельно, например фотографирование.
  - 10. Помощь музею в ведении аккаунтов в соцсетях.
  - 11. Работа в фондах (фотографирование, описание коллекций).

Таким образом, музеи заинтересованы в сотрудничестве с педагогическим вузом для проведения практики студентов, учебной и исследовательской

деятельности магистрантов. Большинство музеев готовы разработать или предоставить имеющийся методический материал. При этом очень важно уделять внимание качеству выполняемых студентами работ. Только в этом случае их результаты могут быть на практике востребованы музеями.

Благодарим за помощь в подготовке статьи Маргариту Шульгину («Мосгортур»), Анну Гольдину (ГМЗ «Царицыно»), Ольгу Ившину (Музей М.А. Булгакова), Дарью Сухорукову (Государственный исторический музей) и Екатерину Румянцеву (Музей моды).

## Литература

- 1. *Асонова Е.А., Киктева К.С., Россинская А.Н.* «Право на культуру»: опыт интеграции ресурсов музеев в образовательный процесс // Вестник МГПУ. Серия «Педагогика и психология». 2018. № 2 (44). С. 63–77.
- 2. Разработка и апробация модели социокультурной практики обучающихся в условиях интеграции университета в социокультурное и экономическое пространство города: отчет о НИР; рук. Е.А. Асонова; исполн. А.Н. Россинская, К.С. Киктева, Е.С. Романичева [и др.]. М.: МГПУ, 2018. 533 с.
- 3. *Россинская А.Н.* Социокультурная практика студентов педагогического вуза на базе учреждений культуры г. Москвы // Социокультурное проектирование в Москве: мат-лы научно-практ. конфер. М.: МГУУ, 2018. С. 63–65.
- 4. Сененко О.В. Технология организации социокультурной практики студентов в форме исследования и проектирования сообществ // Вестник МГПУ. Серия «Педагогика и психология». 2018. № 4 (46). С. 19–21.
- 5. Царицыно. Аттракцион с историей. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 464 с.

#### Literatura

- 1. Asonova E.A., Kikteva K.S., Rossinskaya A.N. «Pravo na kulturu»: opy`t integracii resursov muzeev v obrazovatelny`j process // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seria «Pedagogika i psyxologiya». 2018. № 2(44). S. 63–77.
- 2. Razrabotka i aprobaciya modeli sociokul`turnoj praktiki obuchayushhixsya v usloviyax integracii universiteta v sociokul`turnoe i e`konomicheskoe prostranstvo goroda: otchet o NIR; ruk. E.A. Asonova; ispoln. A.N. Rossinskaya, K.S. Kikteva, E.S. Romanicheva [i dr.]. M.: MGPU, 2018. 533 s.
- 3. Rossinskaya A.N. Sociokulturnaya praktika studentov pedagogicheskogo vuza na baze uchrezhdenij kultury` Moskvy` // Sociokulturnoe proektirovanie v Moskve: mat-ly` nauchno-prakticheskoj konferencii. M.: MGPU, 2018. S. 63–65.
- 4. Senenko O.V. Texnologiya organizacii sociokulturnoj praktiki studentov v forme issledovaniya i proektirovaniia soobshhestv // Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seria «Pedagogika i psyxologiya». 2018. № 4 (46). S. 19–21.
- 5. Czariczy'no. Attrakcion s istoriej. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014. 464 s.

### E.A. Asonova,

## A.N. Rossinskaya

## **Education Research is a Bridge between Universities and Museums**

The article deals with the results of the experimental implication of the methodology developed to organize students' education research practices in Moscow museums. The methodology is based on the sample of sociological, psychological and pedagogical assignments, that may be used in the study process and during the internship in Bachelors' and Masters' programs. The conclusions on the results of the experiment were taken from the interviews with representatives of Moscow museums.

Keywords: museums of Moscow; student project; student practice work.