

Научно-исследовательский семинар

# **Методология и методы медиаисследований**

ОП «Менеджмент в СМИ»

1 курс (1 модуль)

Евгения Генриевна Ним  
доцент департамента медиа  
НИУ ВШЭ (enim@hse.ru)

# Модуль 1.

## Дизайн медиаисследования

---

**Тема 1.** Методология и дизайн медиаисследования (4 ч.)

**Тема 2.** Теория, поиск и обзор литературы (4 ч.)

**Тема 3.** Методы и стратегии медиаисследований (4 ч.)

**Тема 4.** Выбор исследовательского подхода (2 ч.)

**Тема 5.** Оформление научного текста (2 ч.)

Продолжительность курса: 24 ауд. часа

# Формула оценки в 1 модуле:

---

$$O_{\text{результ.}} = O_{\text{сем}} * 0,5 + O_{\text{д/з}} * 0,5$$

Где:

$O_{\text{сем}}$  – оценка за активность на сем. (работа в аудитории + текущие д/з + инд. презентация)

$O_{\text{д/з}}$  – оценка за итоговую работу (защита коллективного исследовательского проекта)

Всего 6 встреч

# Занятие 1.

## Методология и дизайн медиаисследования

---

### Виды медиаисследований

- **Маркетинговые:** медиаизмерения, проводимые исследовательскими компаниями или самими СМИ
- **Академические:** media studies как междисциплинарная область научных исследований  
(фундаментальные, прикладные, разработки)

### Примеры:

- television studies, film studies, mobile studies, social media studies
- journalism studies, audience studies, media industry studies
- feminist media studies, media memory studies
- digital health studies, celebrity studies

# Методология исследования: что это?

---

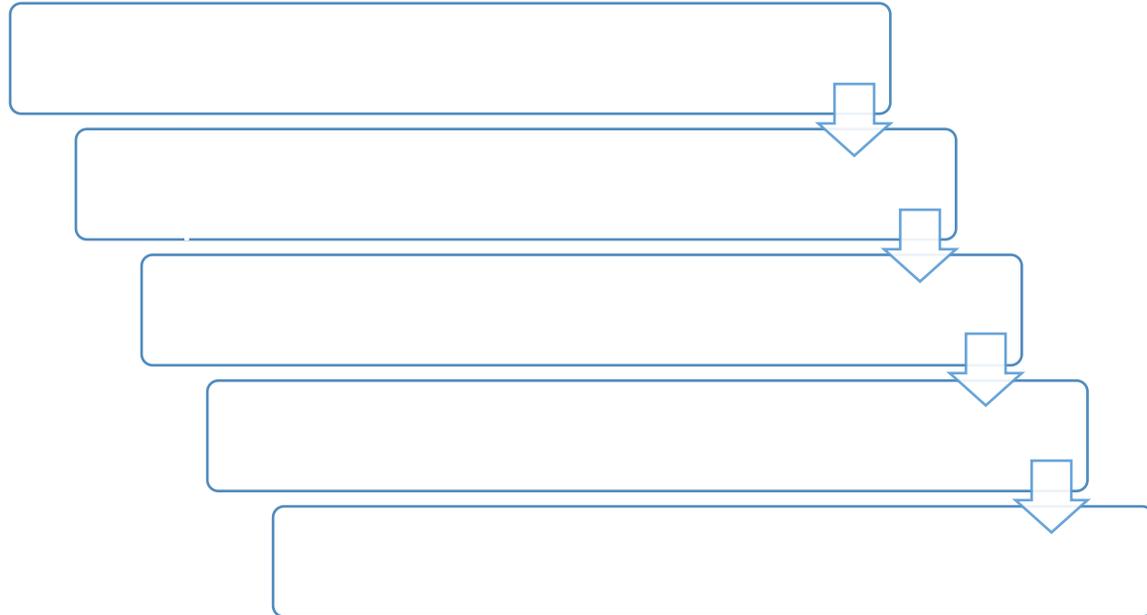
Собирательный термин, но отвечает на вопрос:  
**как проводить исследование?**

- совокупность методов, техник и процедур?
- применяемый теоретический подход?
- общие принципы и концепция исследования?
- процесс проектирования (дизайн) исследования?

# Методологические элементы в магистерской ВКР

---

## Этапы исследования:



1. Тема исследования
2. Актуальность
3. Степень разработанности темы
4. Проблема исследования
5. Объект исследования
6. Предмет исследования
7. Цель исследования
8. Задачи исследования
9. Методы исследования
10. Гипотеза исследования
11. Теоретическая база
12. Эмпирическая база
13. Научная новизна
14. Теоретическая значимость
15. Практическая значимость

# Проектирование медиаисследования: начало

## Выбираем тематику и сужаем фокус

Тематика:

**Женский глянец**

**Фокус :**

1. Индустрия (производители)
2. Контент (продукт)
3. Аудитория (потребители)

Тематика	Индустрия	Текст	Аудитория
Женские гляцевые журналы	Каковы стратегии продвижения женских гляцевых журналов на российском медиарынке?	Каков образ успешной женщины в журнале «Cosmopolitan»?	Каковы мотивы и практики потребления женского глянца аудиторией?

**Ставим исследовательские вопросы**



# Фокусируемся на индустрии, тексте или аудитории в выбранной области

Subject area	Industry	Text	Audience
<p><b>The Kindle</b></p> 	<p>When, where and why did Amazon launch the Kindle?</p> <p>What is the response of the book publishing industry to the Kindle?</p>	<p>Do books look different on the Kindle?</p> <p>What is the aesthetic appeal of the Kindle and e-reader technology?</p>	<p>What do people like about the Kindle?</p> <p>When and where do people use the Kindle?</p>
<p><b>Glee</b></p> 	<p>What genre was <i>Glee</i> intended to be at its launch?</p> <p>What precedents are there for a television musical? Are there any successful ones? Why/ not?</p>	<p>Do the characters reinforce or challenge stereotypes?</p> <p>To what extent is <i>Glee</i> a post-modern text?</p>	<p>Given that <i>Glee</i> was designed as an inter-generational show, do people watch together as a family?</p> <p>How far do fans of <i>Glee</i> identify with the characters?</p>
<p><b>Newspaper coverage of the war in Afghanistan</b></p> 	<p>What is the attitude of news producers to war coverage?</p> <p>How much control do the military have over access to news and information?</p>	<p>What are the main ways in which the news from Afghanistan is framed?</p> <p>How do newspapers use images to tell a story about war?</p>	<p>What are people's attitudes towards news coverage of the war in Afghanistan?</p> <p>How do people understand the issues of the war from the news they read?</p>

# Триада «индустрия-продукт-аудитория» не выходит за рамки изучения медиасистемы

---

Но мы живем в обществе, где медиа повсюду

- медиатизация социальных и культурных практик
- медиатизация социальных групп, сообществ и институтов



**«Индустрия-Медиа-Аудитория-  
Общество»**

о:  
тизация спорта, образования, религии  
ства, памяти, дружбы, насилия

М

# Постановка исследовательских вопросов и формулировка объекта, предмета, цели, задач, гипотез

---

## Исследовательский вопрос

«Что...?», «Как...?», «Почему...?»

## Для чего нужен ИВ:

- центрирует исследование
- задает логику исследования

## Шаги по постановке ИВ:

- выбрать тематику / явление / процесс (объект)
- сузить фокус (предмет)
- сформулировать вопросы и подвопросы (задачи)
- оценить, насколько хороши эти вопросы
- подумать о способах получения ответа и результатах (гипотезах)



Это одновременный  
процесс

(сл. 7-8)

различие западной и российской  
традиции

# Дизайн исследования: подходы и уровни

---



# 1. Стилевой подход к пониманию дизайна исследования

---

Стили исследовательских  
дизайнов  
в зависимости от

## типа исследовательских вопросов

- поисковый (exploratory research),
- описательный (descriptive research),
- объяснительный (explanatory research)

## используемых методов и данных

- количественный
- качественный
- смешанный

**Задание 1.** Определите тип своего курсового исследования (разведывательное, описательное, объяснительное). Какие описательные или объяснительные гипотезы Вы проверяете?

# Что значит «объяснить» явление или процесс?

## Типы научного объяснения:

---

1. каузальное / причинное (из-за X возникает Y)
2. функциональное (X способствует существованию и равновесию системы S)
3. диалектическое (X есть следствие противоречия или конфликта между Y и Z)
4. целевое / конечное (некая личность P сделала Y, чтобы добиться X)

### **Задание 2.** Объясните несколькими способами:

1. Как компьютерные игры влияют на подростков?
2. Почему становятся популярны модели «плюс-сайз»?
3. Почему упал рейтинг развлекательной передачи N?

# 2. Процессный подход к пониманию дизайна исследования

## Уровни исследовательского дизайна в модели «луковицы» (M. Saunders, P. Tosey)

1. **Исследовательская философия** (теории, парадигмы)
2. **Методика / методология** (моно-мульти; количественная, качественная, mixed)
3. **Стратегия** (кейс-стади, этнография и т.д.)
4. **Временной срез** (разовое, повторное)
5. **Методы, техники и процедуры** (контент-анализ, анкетирование и т.д.)

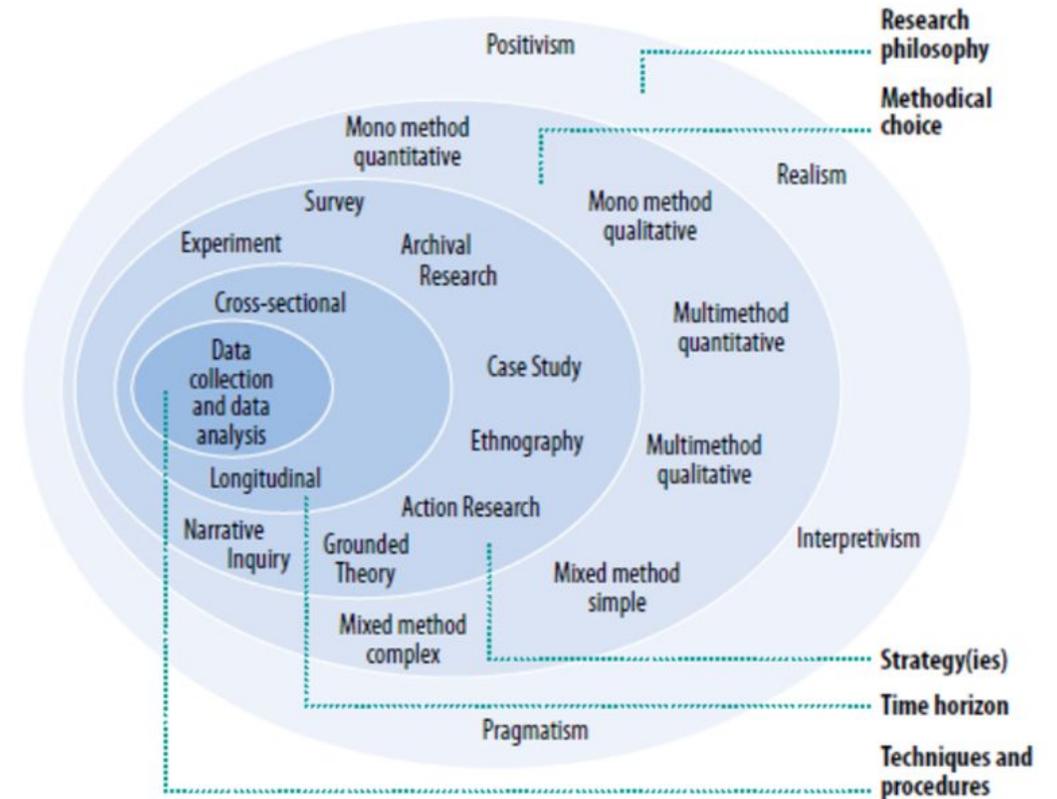


Fig. 1: The research onion

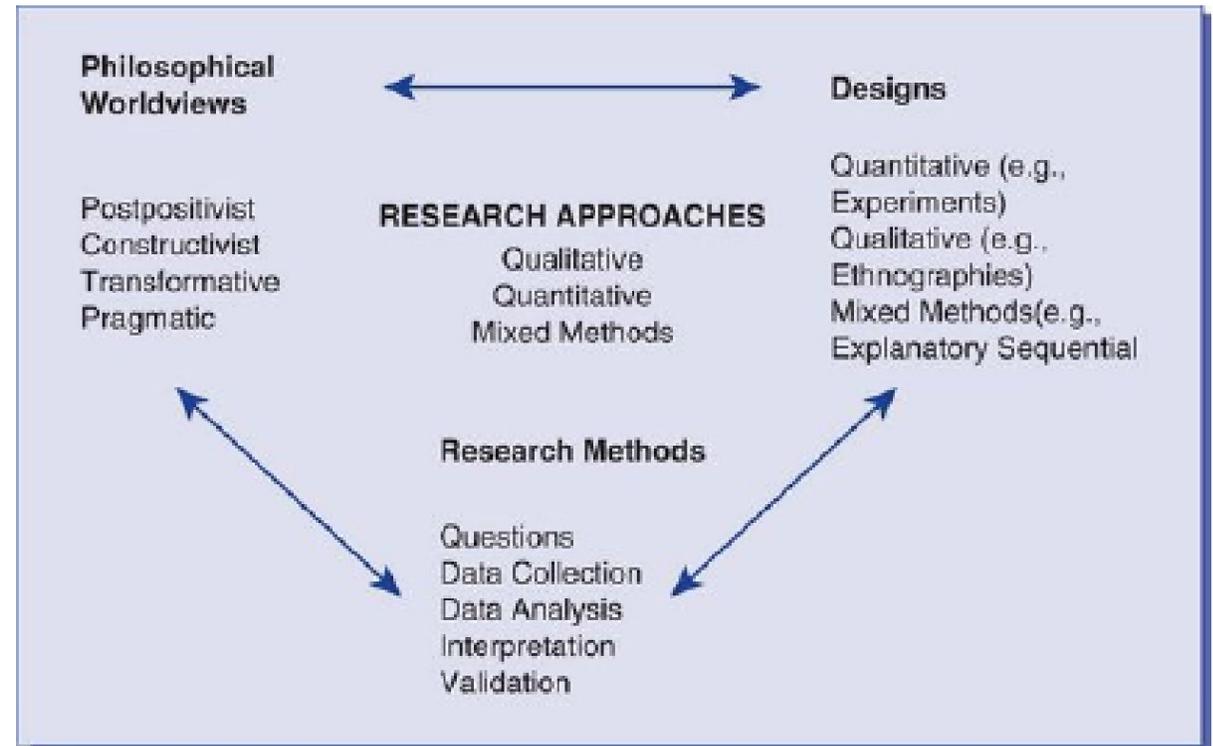
Source: ©Mark Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill (2011), adapted with permission

# 3. Дизайн как элемент исследовательского подхода

**Исследовательские подходы** – это принципы и процедуры исследования, которые охватывают все его этапы, от широких предположений до конкретных методов сбора, анализа и интерпретации данных.

## Компоненты исследовательского подхода:

1. **Философские основания** – парадигмы (постпозитивизм, конструктивизм, постмарксизм, прагматизм)
2. **Дизайн и стратегия исследования** – количественный, качественный, смешанный (кейс-стади, этнография и т.д.)
3. **Методы исследования** – количественные, качественные (стандартизованное интервью, контент-анализ, фокус-группа)



**Здесь понятие «исследовательский подход» шире, чем «дизайн исследования»**

# Тренинг на постановку исследовательских вопросов

---

## Неудачные и удачные исследовательские вопросы

- Почему курицы перебежали дорогу?
- Сколько куриц перебежало МКАД в национальном парке «Лосиный остров» 7 февраля 2017 г.?
- Какие факторы внешней среды стали причиной того, что в январе-феврале 2017 курицы перебегали МКАД в национальном парке «Лосиный остров»?



# Каковы критерии хорошего исследовательского вопроса?

---

- **релевантный** (важный для ученых или практиков в данной области)
- **сфокусированный** (не слишком широкий или узкий)
- **ясно и кратко сформулированный**
- **сложный** по сути (не «да-нет» вопросы с легко находимыми ответами)
- **дискуссионный** (не содержащий готовых ответов)
- **интересный** для самого исследователя
- **доступный** для исследования

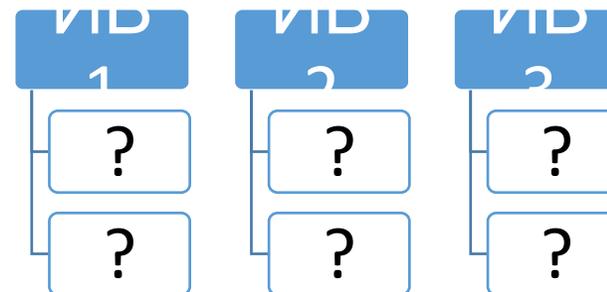
# Задание для работы в микрогруппах

---

## Объекты анализа:

- 1) Онлайн-петиции (Change.org)
- 2) Бьюти-блоги на Youtube
- 3) Интернет-троллинг
- 4) Селфи
- 5) Медиа-пиратство
- 6) Смарт-часы
- 7) Лента новостей на Facebook
- 8) Интернет-журнал ПостНаука

- Сформулируйте три исследовательских вопроса.
- Разбейте каждый из них на подвопросы.
- Представьте в виде иерархического списка:



# На следующее занятие:

## а. презентации журналов

---

- 1) International Journal on Media Management
- 2) Journal of Media Business Studies
- 3) Journal of Media Economics
- 4) Journal of Brand Management
- 5) Journal of Broadcasting & Electronic Media
- 6) Mobile Media & Communication
- 7) New Media & Society

7 студентов



# На следующее занятие:

## **в. составить рекомендации по написанию обзора научной литературы**

---

НА ОСНОВЕ ЭТИХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Taylor D. The Literature Review: A Few Tips On Conducting It  
<http://www.writing.utoronto.ca/advice/specific-types-of-writing/literature-review>
2. Creswell J.W. (2014) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc., 4th edition. P. 74–90.
3. Ярская-Смирнова Е.Р. *Создание академического текста*. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2013. С. 62–76.

2 студента