

Research Design:

**КОГДА В ИССЛЕДОВАНИИ ВСЕ
НА СВОИХ МЕСТАХ**





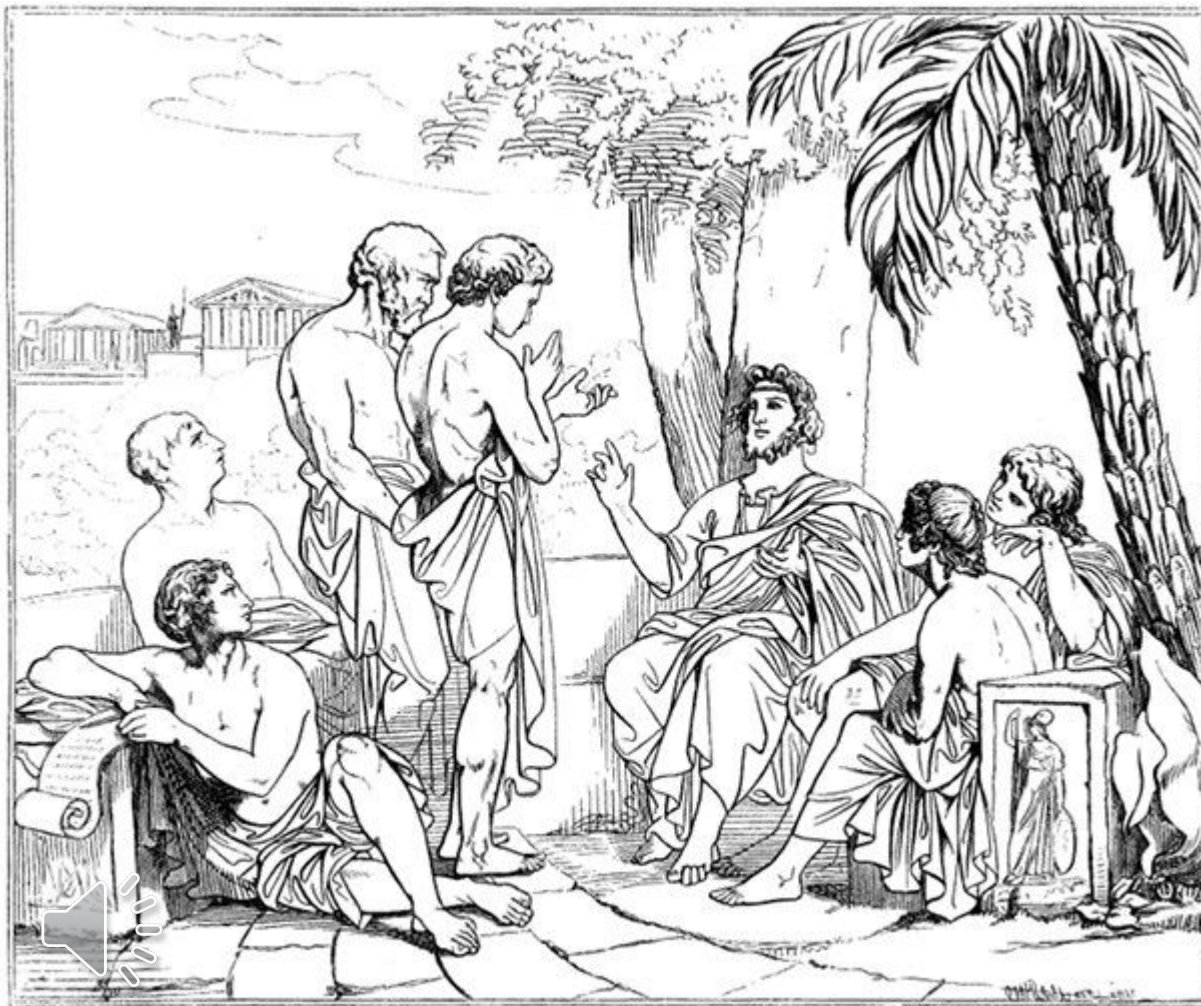
Самое прекрасное и глубокое переживание, выпадающее на долю человека, - это ощущение таинственности. Оно лежит в основе всех наиболее глубоких тенденций в искусстве и науке.

Альберт Эйнштейн



Истинный ученый — это мечтатель, а кто им не является, тот называет себя практиком.

Онорэ Бальзак



Спрашивай

Думай

Обсуждай

Пиши

Рассказывай

«Аристотель 17-летним поступает учеником Платона в Афинах»

Один скрытый парадокс

Идея в голове не есть текст.

Исследователь совершает открытие **для себя**.

Исследователь пишет текст или делает презентацию, чтобы рассказать о своем открытии **другим**.

Исследователь и его аудитория часто говорят на **разных** языках



**Кто моя
аудитория?**

Аудитория научных исследований придирича:

- Форма
 - Содержание
 - Структура
 - Лексика
 - Тон изложения
 - Образ автора
 - Опрятность
 - Истинность
 - Проверяемость
 - Актуальность
 - Осведомленность о чужих достижениях
 - Практическая значимость
-

Как думаете, к чему они еще могут придраться? Что им важно?



Исследовательский план vs Дизайн

- Дизайн – отход от **тиражирования**
- Результатом дизайна является хорошо **выявленная сущность**, лучше выполняющая свои функции, нежели она выполняла их до того, как кто-то брался за этот предмет
- Дизайн предполагает этику и маркетинговый потенциал результата работы (это кому-то надо, четкая ориентация на **целевую** аудиторию)

Научный дискурс (Википедия)

- обусловленная социальными и культурными параметрами и имеющая интерсубъективный характер организация системы речи, а также принципы, в соответствии с которыми реальность классифицируется и представляется в речи в зависимости от места и времени развития человечества
- Во французской философии [постмодернизма](#) и [постструктурализма](#) — характеристика особого духовного настроения и идеологических ориентаций как они выражены в тексте, обладающем связанностью и целостностью и погруженном в социально-культурные, социально-психологические и др. контексты

Исследователь вносит свой
вклад в понимание предмета,
он **формирует дискурс**

Основные этапы исследовательского дизайна

STEPS OF RESEARCH DESIGN



Исследование, в принципе, возможно, если выполняются условия:

- Информация доступна, но **как** она уже успела повлиять на людей?
- **Навыки** у исследователя сформированы или есть направления кооперации.
- Проблема **объективно** существует и понятна ее природа.
- У исследователя есть **время**, мотивация и .. Деньги.

Pre-Production

- **Идея**
- **Цель (задачи)**
- **Миссия**
- **Объект, предмет исследования**

Шаг Первый: **ИДЕЯ**

Почему интересно мне?

Что именно интересно?

Можно ли трансформировать
любопытство в вопрос
(и кому его задать)?

Я



Разберем пример:

Курсовая работа «Конкуренция и ее роль в экономике»

- Классная тема для курсовой!
Столько материала в интернете!
(день 1. Настроение: excited)
- А что писать-то? (день 22.
Настроение: questioned, whined)
- Скажите-же мне, что писать!!! Где заказать. Научный руководитель .. (нехорошее слово) (День или ночь до сдачи. Настроение: stressed, mad, life is pain)
- Прикольно бы сделать свой проект в интернете (посмотрю, может есть что-то подобное). О, ужас! Уже 300 таких проектов вконтакте.
(Настроение: stressed and curious)
- Конкуренция существует! Но туристический проект по моим любимым местам – моя мечта. Надо прояснить, что это такое? Есть ли варианты войти на рынок и удержаться в нем? (Настроение: energetic and brave)
- Решено! Пишу курсовую, заодно у препода получу квалифицированную консультацию, экспертную помощь. Вопрос? Каковы конкурентные риски туристской отрасли, барьеры на рынке и способы их преодоления? (Настроение? Excited)

Шаг второй:
ФОРМУЛИРОВАНИЕ
ЦЕЛИ

- Скажите, пожалуйста, куда мне отсюда идти?

- Это во многом зависит от того, куда ты хочешь прийти, - ответил Кот.



- Да мне почти все равно... - начала Алиса.

- Тогда все равно, куда идти, сказал Кот

А теперь я хочу вас напугать!

Цель диссертационного исследования состоит в разработке концепции и моделей **институциональных** условий формирования **инновационной** среды в регионах, обеспечивающей **технологическую модернизацию** их экономик, повышение действенности мотивационных механизмов **активизации** инновационной деятельности субъектов региональной экономики. *(из автореферата диссертации на соискание ученой степени кандидата наук)*

Нечто подобное от зарубежных партнеров!

We aim to define how innovative infrastructure operates in regions and how it attracts customers and business to develop innovations for regional industries. (PhD candidate)



**Они заснут, если
ты не подумал о
НИХ 😊**



**Думай о целевой аудитории в самом
начале, когда ставишь цель
исследования, если собираешься
описать и распространить его
результаты 😊**



Create S.M.A.R.T. Goals

S

SPECIFIC

M

MEASUREABLE

A

ACHIEVABLE

R

REALISTIC

T

TIMELY

+ Appealing for Yourself

**Цели не достигаются, когда желания
слабы, не сфокусированы или
противоречат друг другу**

Дипак Чопра

При работе с целью важно принимать во внимание:

- 1) Целевую аудиторию (держат под прицелом ее ожидания).
- 2) Насколько проблема ясна научному сообществу на данном этапе и получила развитие в литературе.
- 3) Способ формирования цели – вопрос или подразумеваемый вопрос.

Несколько важных слов

Цель должна соответствовать тому, что вы хотите рассказать об исследовании или открыли в результате исследования. Она должна быть четко сфокусированной, не размытой.

Пример:

- 1) исследовать, как конкуренция влияет на рынок туристических услуг
- 2) исследовать, как различные факторы конкуренции влияют на рынок туристических услуг
- 3) исследовать, как использование социальных сетей (smm) способствует или препятствует управлению конкурентной ситуацией на рынке туристических услуг

Цель должна содержать **проблему** и включать следующие аспекты, которые могут быть раскрыты в задачах:

- Место исследования
- Доминирующая методология (теоретические подходы)
- Тип исследования (количественное или качественное)
- Метод, который исследователь собирается использовать для доказательства

Пример: проведение сравнительного статистического анализа показателей рентабельности и прибыльности туристической компании при (без) использовании **smm** для продвижения своих продуктов.

Шаг третий, заключительный: **ОСОЗНАНИЕ МИССИИ**

Начиная цель, мы представляем
результат (Стивен Кови. Семь навыков
высокоэффективных людей)

Миссия исследования определяется
тем, каким **исследователем ВЫ** хотите
быть и что **ВЫ** хотите делать.

Структура миссии исследования



Обратная связь!

(tropinova@mail.ru)

Напишите:

- 1) Идею своего исследования и почему оно важно для вас,
- 2) Цель текста, который надо написать и аудиторию, к которой адресован текст, а также укажите объект и предмет исследования
- 3) Миссию вашей работы

И мы это обсудим в личной переписке 😊