

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ VERSUS ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

КАКИМ МОЖЕТ БЫТЬ ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ, ЕСЛИ ОБЪЕКТ ТАКОВ:

- рекламный текст;
- содержательная организация рекламного текста;
- макроструктура рекламного текста;
- средства реализации людических стратегий в рекламе образовательных услуг;
- синтаксические структуры с семантикой «классифицирование»;
- синтаксические потенции глаголов бытийной семантики;
- средства вербализации локативных отношений;
- способы объективации пространственно-временного континуума в креолизованном тексте;
- номинативные стратегии субъекта зрительного восприятия в художественных текстах;
- словообразовательные особенности неологизмов в медиапространстве;
- новые форматы общения в интернет-коммуникации;
- детская речь.

КАКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ АДЕКВАТНЫ ИЗБРАННЫМ ОБЪЕКТУ И ПРЕДМЕТУ ИССЛЕДОВАНИЯ?

КАКАЯ ГИПОТЕЗА ЛЕЖИТ В ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ?