

Empirický článek doporučení

Vědecká komunikace PSY475

16. 2. 2009

Mgr. Michaela Širůčková

Struktura textu

- Jedna myšlenka = jeden odstavec
- Vycpávkové věty a formulace
- Nedefinované zkratky
- Konzistence formy (já forma, plural majesticus)
- Konzistence poznámkového aparátu (např. překladatelské poznámky *vždy* pod čarou)
- Uvádění příkladů (výroků) vhodné zejména u kvalitativních metod, nutno vizuálně stylově odlišit
- Uvedení do problému vždy završuje výzkumná otázka.
- Používejte diskurs oboru

Obecné pojmy

- Označení obecných odborných kategorií (motivace, emoce, kognice psychologický...) nesmí suplovat jejich konkrétní manifestace, je nutné užít označení relevantního konstruktů.
 - *nevyvolává emoce – nevyvolává emoční reakci*
 - *působení na motivaci – podpora motivace*
- Vymezení paradigmatu
 - Kvalitativní vs. kvantitativní má pouze technický význam a v textu článku je redundantní.
 - Odkazujeme-li se na potřebu *porozumění* vůči popisu, užijeme distinkci ideografického či nomotetického paradigmatu.
 - Rozhodneme-li se pro ideografický přístup, není třeba alibisticky uvádět všechna omezení reprezentativnosti, zobecnitelnosti ... jsou integrální vlastností daného paradigmatu.

Práce s citacemi

- Citace přímé „...“ (Novák, 1998, str. 14) nebo Novák (2001) uvádí ...
- Citace odkazem (viz Novák, 1997, str. 25)
- Citace s polemikou (srov. Novák, 1659)
- Bezobsažné citace:
 - Heissenberg (1939) rozlišil prototypickou, archetypickou a izotypickou modulaci tohoto fenoménu.
 - nemá smysl uvádět touto formou další teoretická fakta, nejsou-li přímo předmětem studie. Naopak jsou-li tyto pojmy předmětem studie, musí být i definovány – nejlépe právě přímou citací.
- Není zvykem dokládat citací základní poznatky oboru a všeobecně známá fakta (např. na začátku druhého roku člověk začíná mluvit (Langmeier, 2000)).
- Klíčové pojmy definujeme buďto autorsky nebo přímou citací. Nikdy ne sekundárně. Nikdy nepředpokládáme obecnou znalost klíčových pojmů. Definujeme je vždy plně a v plném kontextu.

Hypotézy

- Hypotéza je jednoduché nebo podmíněné tvrzení vznášející pravdivostní nárok. Navazuje na výzkumnou otázku.
- Prezentuje je v části metoda, procedura.
- Referujete-li k hypotéze, konkrétně (ne číslem).
- Popper: Test hypotézy je snahou o zamítnutí její nulové varianty. Hypotézy tedy nepotvrzujeme, pouze můžeme zamítnout jejich negace a tím získat subjektivnější jistotu o jejich platnosti. Formulace „*hypotéza je potvrzena*“ je nepřipustná.

Prezentace výsledků

- Uvádění výsledků: jedna kategorie výsledků jeden odstavec, používat podnadpisy a strukturovat naraci.
- Nikdy nekombinovat popis výsledků s jejich interpretací a diskusí.
- Odlišovat výsledek od autorské interpretace.
- Nomotetické výzkumy:
 - jakákoliv interpretace nepodložená *testovou* statistikou je neoprávněná (např. pouhý rozdíl průměrů). Uvádějte vždy i effect size (R^2 , Cohenovo d).
 - uvádějte vždy relevantní deskriptivní statistiky před analytickými nebo induktivními
- Ideografické výzkumy:
 - dokladování kvantifikací (75% respondentů, velká míra) je nemístné. Nejedná se potom o ideografický přístup, ale kvantifikaci..
 - potenciál je v objevování možností a modalit, ne v doložení frekvence (i jediný výskyt se počítá). Jediná povolená kvantifikace: nikdo vs. všichni (odkaz na konstantu)

Pravidla konstruktivní zpětné vazby

- Zpětná vazba je současně hodnocení, hodnotíme však eticky.
- Hodnocen je text, nikoliv autor.
- Formulujte pozitivně.
- Hodnotící adjektiva uvádíme osobně ...např. „*text mne mate*“ nikoli „*text je zmatečný*“.
- Se zpětnou vazbou, kterou dostáváte nepolemizujte, respektujte názor kolegy. I když s ní nebudete souhlasit, může být inspirující.
- Na závěr diskuse dostanete čas na reakci.