

Katka Vlčková

Hesla

In Maňák, J., Švec, Š., Švec, V. **Slovník pedagogické metodologie, Brno, 2005**

Doplňkový materiál k výuce

## KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

(angl. *quantitative research*)

Ustálené, nikoli však výstižné, označení pro metodologii výzkumu v pedagogice a sociálních vědách, která je založena na *pozitivismu* (k.v. je někdy nazýván „novopozitivistický“). Hlavní znaky: Zdrojem poznání má být pouze objektivní/objektivizované a co možná nejpřesnější zkoumání edukační reality, podobně jako v přírodních vědách. Cílem výzkumu je objasňování jevů na základě *vědecké teorie*, ověřování z ní odvozených *hypotéz* a formulování *zákonitostí*. Postup výzkumu je formalizován, jeho provádění lze popsat pomocí různých schémat a modelů, které zaručují jeho opakovatelnost a verifikovatelnost. Sběr dat je stále častěji prováděn on-line – časové, finanční výhody, zasažení i obtížně dosažitelných skupin, multimediální možnosti, flexibilita. Výsledky jsou statisticky zpracovány a prezentovány tak, aby splňovaly požadavek *reliability, validity a reprezentativnosti výběru* a pokud možno byly vyjádřeny též kvantitativními daty. Dodržuje se standardní *postup výzkumu* a jeho *etapy*, struktura *projektu výzkumu* i *zprávy z výzkumu*. Hlavní metody: *experiment, dotazník, strukturované pozorování/rozhovor*.

Někdy se hovoří o dvou základních *paradigmatech* pedagogické metodologie, resp. o kvantitativní a *kvalitativní metodologii*. Dříve chápány jako kontradiktorní, v současnosti spíše jako komplementární; využívá se vzájemného doplňování obou přístupů za účelem co nejlepšího postžení výzkumného problému. Většina odborníků se shoduje na tom, že kombinace metod obou přístupů umožňuje celistvější poznání.

*Tabulka zobecněných rozdílů kvalitativního a kvantitativního výzkumu*

| kritérium                   | kvantitativní výzkum  | kvalitativní výzkum  |
|-----------------------------|---|--|
| filozofický zdroj           | pozitivizmus  | fenomenologie, antropologie, hermeneutika  |
| cíl                         | získání objektivního důkazu, ověření teorie/ hypotéz                                  | porozumění chování lidí v přirozeném prostředí   |
| charakter                   | snaha o objektivnost  | subjektivní  |
| vztah k teorii              | potvrzení či vyvrácení teorie   | tvorba teorie, generování hypotéz  |
| myšlenkový postup           | prvotně dedukce   | prvotně indukce  |
| východisko/ začátek výzkumu | vychází z teorie a hypotéz  | začíná vstupem do terénu   |
| plánování výzkumu           | pečlivě se připravuje na začátku, písemný <i>projekt</i> podle dané struktury         | plán vzniká v průběhu práce, mohou se měnit zkoumané otázky, a metody => je pružnější  |
| průběh výzkumu              | plánovitě ověřuje hypotézy, zjišťuje kauzální vztahy                                  | shromažďuje obrovské množství údajů o konkrétním chování lidí a o jeho kontextu, zaznamenává se a interpretuje, v průběhu výzkumu se vynořují hypotézy |
| počet zkoumaných osob       | reprezentativní vzorek, preference velkého množství                                   | žák, třída, škola – „reprezentativnost“ ve smyslu specifičnosti  |
| techniky, metody            | experiment (manipulace s proměnnými), dotazník, testy, standardizované pozorování aj. | dlouhodobý terénní výzkum, pozorování s různou mírou zúčastněnosti, spolupráce výzkumníka s informanty při sběru údajů, bez zasahování do dějů         |
| zpracování dat              | kvantitativní, počítačové, statistické, snaha o objektivní interpretaci dat           | kvalitativní kódování, analýza, interpretace – subjektivní porozumění  |

|                                   |   |  |
|-----------------------------------|---|--|
| spolehlivost výsledků             | standardní postupy, zjišťována statisticky (validita, reliabilita); výzkum lze zopakovat  | problematická - výsledky subjektivní; <i>triangulace dat</i> , metod, výzkumníků, teorie (interpretace údajů několika výzkumníky, porovnání podobných výzkumů, podobných jedinců v podobném kontextu, použití více metod, schválením závěrečné zprávy účastníky) |
| výsledky, podoba závěrečné zprávy | zobecnění výsledků na populaci, zjištění zákonitostí; stručná, výstižná výzkumná zpráva, dle zažité struktury: 1/ výzkumný problém, 2/ metodologie, 3/ analýza dat, 4/ diskuse výsledků | vysvětlování chování lidí v určitém kontextu; detailní, interpretativní či jen deskriptivní zpráva, hluboké vyprávění  |
| platnost výsledků                 | snaha o platnost pro celou populaci   | platnost pro danou třídu, žáka, školu  |
| význam                            | predikce, zákonitosti,  | deskripce, porozumění, smysl   |

VI.

### Lit.:

- Gavora, P. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno : Paido, 2000. ISBN 80-85931-79-6.  
Pelikán, J. *Základy empirického výzkumu pedagogických jevů*. Praha : Karolinum, 1998.  
Hendl, Jan *Přehled statistických metod zpracování dat. Analýza a metaanalýza dat*. Praha : Portál, 2004. ISBN 80-7178-820-1  
Kerlinger, F. N. *Základy výzkumu chování. Pedagogický a psychologický výzkum*. Praha : Academia, 1972. bez ISBN

## HALÓ EFEKT / EFEKT HALÓ

(angl. *halo-effect*)

Též zastaralé *jev haló*; jev poprvé popsal F. L. Wells (1907), pojmenování od E. L. Thorndika (1920); globální *chyba v posuzování* lidí; patří k nejčastějším omylům v *sociálním vnímání*. Tendence pozorovatele být ovlivněn jednotlivým rysem, prvním a/n. celkovým dojmem při posuzování jiného jejího rysu. Dojem je přitom tvořen z 55% vzhledem (oblečení, doplňky, gestikulace aj.), 38% hlasem a z pouhých 7% obsahem sdělení. Příznivý dojem vede ke zdůraznění kladných vlastností posuzovaného, nepříznivý dojem má opačné účinky; znalost nápadných pozitivních nebo negativních vlastností/rysů nám zkresluje posouzení vlastností ostatních. H.e. je součástí tzv. *kontextového efektu* - h. e. vyvolává kontext nabídky různých charakteristik, prostřednictvím nichž má být osoba posouzena. H. e. se vyskytuje především u hodnocení z morálního hlediska, nedochází k němu u axiologicky neutrálních vlastností. H.e. souvisí také s chybami, kt. vznikají z *předsudků, stereotypizace a generalizování*. Konstatována bývá blízkost tří *chyb posouzení*: e.h., *efektu zmírňování* (angl. *leniency-effect*) a *logické chyby posouzení*.

Kontrola h.e. je ve výzkumu nutností. Posuzovatelé musí být předem upozorněni na nebezpečí chyb a měli by být schopni mentálně oddělit posouzení např. na jedné dimenzi od posouzení na jiné dimenzi. Také např. v případě pozorování činnosti učitele ve výuce můžeme na základě výše zmíněných důvodů zkreslení reality či na základě našeho očekávání dojít ke špatným závěrům.

H.e. viz Kolaříková (1982).

VI.

### Lit:

Kolaříková, O. *Zřetel k efektu „haló“ v základním výzkumu osobnostních vlastností. Zprávy psychologické laboratoře ČSAV v Brně. ČSAV : Brno, 1982.*

### **EFEKT ZMÍRŇOVÁNÍ**

(angl. *leniency-effect*)

Jedna ze základních *chyb v posuzování* lidí; tendence hodnotit lidi a zejména sebe vysoko vzhledem k žádoucím vlastnostem a nízko vzhledem k nežádoucím (u sebehodnocení splývá s efektem tzv. *sociální dezirability* - činitelem snižujícím objektivitu např. *dotazníkových* či *ratingových dat*); tendence posuzujících hodnotit spíše mírně než přísně – v posudcích převažují pozitivní vlastnosti; získaná rozložení nebývají normální, ale šikmá; při stanovení typu stupnice a hodnotících kategorií je na to třeba myslet předem.

VI.

### **LOGICKÁ CHYBA POSOUZENÍ**

Jedna ze základních *chyb v posuzování* lidí; poprvé popsána Newcombem (1931), pojmenování od Guilforda (1936); tendence posuzovatele na základě předběžného náhledu či předsudku o vzájemném sepětí určitých osobnostních aj. rysů shledávat také jejich koexistenci u posuzovaného (př. kdo lže, ten krade). Uplatnění logické chyby závisí na vyspělosti posuzovatelů; na nebezpečí chyb je třeba posuzovatele předem upozornit.

VI.

### **EFEKT SOCIÁLNÍ ŽÁDOUCNOSTI / DEZIRABILITY**

(angl. *social desirability effect*)

Tendence respondenta upravovat např. při rozhovoru své odpovědi tak, aby vyzněly, jak si myslí, že se od něj očekává; např. žák chce tazateli „udělat radost“ a odpovídá tak, aby byl tazatel spokojen. Je třeba nestavět závěry výzkumu jen na tom, co nám o sobě respondent, např. žák sdělí. E.s.ž. snižuje objektivitu *dotazníkových* a *ratingových dat*.

VI.

---

### **EFEKT NOVOSTI**

(angl. *law of recency, recency effect*)

Též *zákon novosti*, méně často také *čerstvosti*, *rannosti* či *bezprostřednosti*. Tendence být nejvíce ovlivňován tím, co člověk právě prožil; v *experimentech volného vybavování: položky* umístěné na konci seznamu jsou snadněji a více vybavovány než položky ze střední části seznamu; významný v *psychologii učení*: spoj mezi slovy je tím pevnější, čím je styk bezprostřednější.

VI.

---

### **PLACEBO EFEKT/EFEKT PLACEBA**

(angl. *placebo effect*)

Příznivé působení víry jedince v účinnost léčby; prům. až 30% účinku léčby a léčebných prostředků údajně způsobuje *placebo* - farmakologicky neúčinná látka vzhledově připomínající účinnou látku (např. tabletku cukru); míra je různá u různých onemocnění, jedinců, léčebných postupů. Velký význam má v psychofarmakologickém výzkumu – běžný při výzkumu účinnosti léků ke kontrole a) očekávání pacienta, že mu lék pomůže, b) přesvědčení výzkumníka o účinnosti léku, c) pozitivního vlivu mimořádné pozornosti ze

strany personálu. Obvykle se používá tzv. ***dvojitě slepého pokusu*** – *experimentální skupina* dostává lék a srovnatelná *kontrolní skupina* placebo; pacienti, ani badatel do konce studie neví, kt. skupina dostává placebo. Jestliže je procento zlepšení větší u skupiny, kt. dostávala účinnou látku, je látka považována za účinnou; pokud je zlepšení přibližně stejné, jedná se o p.e. a látka je považována za neúčinnou. P. e. může být velmi silný (např. u psychických poruch); mechanismus, kt. ho způsobuje není přesně znám, doloženy jsou sociální vlivy (role pacienta – „dobrý pacient se uzdravuje“, status lékaře - autorita, důvěra), očekávání jedince, vliv jeho zkušenosti; podmiňování, sugesce apod.

VI.

---