

SPIS TREŚCI

Wstęp	297
1. Wprowadzenie do metodologii nauk społecznych	299
1.1. Natura zjawisk społecznych i ich badanie	299
1.1.1. Specyfika zjawisk społecznych.....	300
1.1.2. Wielopoziomowość zjawisk społecznych.....	301
1.2. Różnica między metodologią, metodą a techniką	302
1.3. Epistemologia i ontologiczne podstawy badań.....	304
1.4. Paradygmaty badań społecznych.....	309
1.4.1. Paradygmat pozytywistyczny i postpozytywistyczny	309
1.4.2. Paradygmat interpretatywny (konstruktywistyczny)	310
1.4.3. Paradygmat krytyczny	310
1.4.4. Paradygmat pragmatyczny	311
1.4.5. Podejścia postmodernistyczne i reformistyczne	311
Bibliografia.....	312
2. Proces badawczy.....	315
2.1. Od problemu badawczego do pytania badawczego	315
2.2. Rama teoretyczna i model konceptualny	316
2.3. Formułowanie hipotez i konceptualizacja.....	317
2.4. Operacjonalizacja i pomiar zmiennych.....	319
2.4.1. Typy zmiennych.....	320
2.5. Operacjonalizacja	322
2.6. Design badań.....	327

2.7. Dobór próby i jej reprezentatywność statystyczna.....	330
Bibliografia.....	336
3. Metody ilościowe.....	337
3.1. Narzędzia zbierania danych (ankieta, test, bazy danych, dane z otwartych źródeł)	337
3.2. Konstruowanie kwestionariusza krok po kroku.....	338
3.2.1. Badanie pilotażowe.....	341
3.3. Trafność, rzetelność i obiektywność	343
3.4. Kodowanie i czyszczenie danych oraz dokumentacja (codebook)	345
Bibliografia.....	351
4. Analiza opisowa i wizualizacja	353
4.1. Typy zmiennych i ich rozkład	353
4.2. Tabele częstości	357
4.3. Procenty, proporcje, indeksy	359
4.4. Graficzna prezentacja danych	360
4.5. Agregacje i transformacje zmiennych.....	365
4.6. Statystyki opisowe w tekście akademickim.....	366
Bibliografia.....	367
5. Testowanie hipotez.....	368
5.1. Pojęcia podstawowe (hipoteza zerowa, alternatywna, wartość p, błąd alfa, błąd beta)	368
5.2. Testy parametryczne vs nieparametryczne	370
5.3. Porównywanie grup	374
5.3.1. Test chi-kwadrat (χ^2)	375
5.3.2. Test -T dla prób niezależnych	377
5.3.3. Test-T dla prób zależnych (T-test par).....	379
5.3.4. Jednoczynnikowa analiza wariancji (ANOVA)	380
5.4. Interpretacja wielkości efektu	384
5.5. Testy nieparametryczne	386

5.5.1. Mann-Whitney U test	387
5.5.2. Test Wilcoxon.....	388
5.5.3. Kruskal-Wallisov test	389
5.6. Asocjacja między zmiennymi	391
5.7. Zjawiska zniekształcające wyniki badań.....	396
Bibliografia.....	397
6. Podstawy modelowania zachowań społecznych	399
6.1. Typy modeli zachowań społecznych	399
6.2. Wprowadzenie do analizy regresji.....	400
6.3. Typy modeli regresyjnych.....	401
6.4. Wielokrotna regresja liniowa	405
6.5. Interpretacja w kontekście modelu	407
Bibliografia	417
7. Proces publikacyjny w badaniach naukowych	419
7.1. Wybór odpowiedniego czasopisma.....	419
7.2. Modele otwartego dostępu	420
7.3. Zasady etyczne publikowania naukowego	421
7.4. List przewodni (cover letter).....	422
7.5. Najczęstsze powody odrzucenia artykułu	423
7.6. Odpowiedzi na recenzentów.....	423
7.7. Korekty w fazie publikacyjnej	424
Bibliografia.....	424
Zakończenie	427
Słownik pojęć używanych w tekście	429