

روش‌های پژوهش
در
روانشناسی کودک

ترجمه و تألیف:
دکتر عباس رحمتی
عضو هیأت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان

بهار ۱۳۹۴

سرشناسه	: وستا، راس Vasta, Ross
عنوان و نام پدیدآور	: روش‌های پژوهش در روانشناسی کودک / [نویسندگان راس وستا، مارشال ام هیث، اسکات میلر]:
مشخصات نشر	: ترجمه و تالیف عباس رحمتی، تهران: انتشارات ابن سینا، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۸۳ص: مصور، جدول، نمودار: ۵/۲۱×۱۴/۵س.م.
شابک	: ۵۰۰۰۰ ریال 8-7939-600-978
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: عنوان اصلی: Child psychology, 4th ed, c2004.
یادداشت	: بخشهایی از کتاب حاضر تالیف عباس رحمتی می‌باشد.
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۷۹ - ۸۳
موضوع	: کودکان -- روان‌شناسی -- تحقیق -- روش‌شناسی
شناسه افزوده	: هیث، مارشال ام، ۱۹۳۷ - م؛ Haith, Marshall M
شناسه افزوده	: میلر، اسکات ا، ۱۹۴۴ - م؛ Miller, Scott A
شناسه افزوده	: رحمتی، عباس، ۱۳۴۴ -، مترجم
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۴/شو BF۷۲۱
رده بندی دیویی	: ۴/۱۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۹۹۶۷۷۱

نام کتاب: روش‌های پژوهش در روانشناسی کودک

ترجمه و تالیف:	دکتر عباس رحمتی
ناشر:	انتشارات ابن سینا
صفحه‌آرا:	رسول تقی‌زاده
مدیر تولید:	حسین افشار
لیتوگرافی:	ندای دانش
چاپ:	نفیس نگار
صحافی:	روشنک
نوبت چاپ:	اول - آبان ۱۳۹۴
شمارگان:	۱۰۰۰ جلد
قیمت:	۵۰۰ تومان
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۷۹۳۹-۲۰-۸

تمامی حقوق اثر برای مترجم محفوظ است.

مرکز پخش: تهران: خیابان انقلاب، خیابان منیری جاوید (اردیبهشت)، خیابان وحیدنظری غربی، پلاک ۱۵۰، واحد ۵

تلفن: ۶۶۴۱۸۳۱۹ - فکس: ۶۶۴۱۸۳۰۹

www.ebnesinapress.com

email: press.ebnesina@gmail.com

نمایندگی‌های فروش:

مشهد: انتشارات مجد دانش	۰۵۱۱-۸۴۴۱۰۱۶	تبریز: کتابفروشی شیرنگ	۰۴۱-۳۳۳۴۱۹۰۸
اصفهان: کتابفروشی کیا	۰۳۱۳-۶۶۹۹۱۱۲	تبریز: کتابفروشی بابک	۰۴۱-۳۳۳۴۰۹۸۳
کرمانشاه: جهان کتاب	۰۸۳۱-۷۲۸۴۸۳۷-۸	ارومیه: شهر کتاب پزشکی	۰۴۴-۳۲۲۵۲۸۷۹
شاهرود: کتابسرای معین	۰۲۷۳-۲۲۲۱۴۱۰	اصفهان: مانی	۰۳۱۱-۶۶۸۳۴۰۵
قزوین: کتابفروشی ابن سینا	۰۲۸-۳۳۴۹۲۰۸	یاسوج: خانه کتاب	۰۷۴۱-۲۲۳۳۵۱۲

فهرست مطالب

۵	مقدمه.....
۷	زبان‌های نهفته پاداش.....
۹	پژوهش علمی.....
۱۰	نقش نظریه.....
۱۲	عینیت و اندازه گیری.....
۱۹	ثبت مشاهدات.....
۲۰	مرور مطالب مهم.....
۲۰	انواع پژوهش‌ها.....
۲۰	پژوهش توصیفی.....
۲۲	پژوهش همبستگی.....
۲۹	پژوهش آزمایشی (تجربی).....
۳۱	مطالعات گروهی.....
۳۲	مطالعات تکرار بازگشت.....
۳۵	دیگر ملاحظات.....
۳۶	رتوس مطالب.....
۳۷	مطالعه رشد.....
۳۷	اثر زمان در پژوهش‌های روانشناسی.....
۳۸	پژوهش طولی.....
۴۲	فواید شیوه طولی.....
۴۲	معایب شیوه طولی.....
۴۲	مطالعات ترمن در مورد نبوغ.....
۴۴	پژوهش عرضی (مقطعی).....
۴۷	فواید شیوه عرضی.....
۴۷	معایب شیوه عرضی.....
۴۸	ترکیب روش طولی و عرضی.....
۴۹	مطالعات میکروژنتیک.....
۵۱	فراتحلیل: معنادار ساختن مطالعات انجام شده.....

۵۴	جمع بندی
۵۴	سایر روش های پژوهشی
۵۵	مطالعات موردی
۵۷	پژوهش فرهنگی
۶۰	پژوهش تطبیقی
۶۲	جمع بندی
۶۳	مسائل اخلاقی
۶۴	خطرات بالقوه
۶۵	حفاظت ها
۶۷	استانداردهای اخلاقی پژوهش روی کودکان و دست اندرکاران پژوهش در رشد کودک
۶۸	اصل ۱. شیوه های غیر مضر
۶۹	اصل ۲. رضایت آگاهانه
۶۹	اصل ۳. رضایت والدین
۷۰	اصل ۴. موافقت دیگران
۷۰	اصل ۵. مشوق ها
۷۰	اصل ۶. فریب
۷۱	اصل ۷. گمنامی
۷۱	اصل ۸. مسئولیت های متقابل
۷۱	اصل ۹. مخاطره
۷۲	اصل ۱۰. نتایج پیش بینی نشده
۷۲	اصل ۱۱. راز داری
۷۲	اصل ۱۲. اطلاع رسانی به شرکت کنندگان
۷۳	اصل ۱۳. گزارش نتایج
۷۳	اصل ۱۴. معنای ضمنی یافته ها
۷۳	رتوس مطالب
۷۴	نتیجه گیری
۷۵	برای بحث و تفکر
۷۶	خلاصه کتاب در یک نگاه
۷۹	منابع:

مقدمه

گاهی اوقات چیزهایی که همه ما درست می‌دانیم، یا حداقل در نگاه اول درست به نظر می‌رسند، بعدها معلوم می‌شود که درست نیستند. به تأثیرات پاداش روی رفتار بچه‌ها توجه کنید. مدتی قبل از این که علم روانشناسی برای تبیین یا تصدیق پدیده‌ها وجود پیدا کند، والدین و معلمان می‌دانستند که آنها می‌توانند رفتار مطلوب بچه‌ها را به وسیله تدارک پیامدهای مثبت برای رفتار تشویق کنند. هر چند اصل تقویت یکی از استوارترین یافته‌ها در حوزه روانشناسی است، اما آیا پاداش دادن در همه حال راهی مناسب برای تشویق رفتارهاست؟ ادامه مطالعات نشان می‌دهد که این گونه نیست. افراد انتظار دارند وقتی به کودک پول داده می‌شود، و یا قول جایزه داده می‌شود، انگیزه‌های آنها افزایش یابد و بهتر عمل کنند؛ اما در عمل مواقعی پیش می‌آید که به تدریج انگیزه‌های درونی آنها کاهش می‌یابد و رفتار هم متوقف می‌شود (ریو، ۱۳۸۹).

آزمایش‌هایی که مارک لپر و همکارانش انجام دادند، زیان‌های نهفته پاداش بیرونی را به خوبی نشان می‌دهد (گرین و لپر، ۱۹۷۴). در یکی از این آزمایش‌ها کودکان پیش‌دبستانی که علاقه زیادی به نقاشی داشتند را در یکی از سه وضعیت

آزمایشی گروه بندی کردند: گروه پاداش مورد انتظار، گروه بدون پاداش و گروه پاداش غیر منتظره. به کودکان پیش دبستانی نخست این شانس داده می‌شد که با ماژیک‌های رنگی و در قسمتی از بازی آزاد در طول روز در مدرسه نقاشی کنند. این دوره «خط پایه»^۱ برای پژوهشگران نشان‌دهنده تمایل هر کودک به فعالیت بود. هر کودک به طور انفرادی در یک جلسه تجربی شرکت داده می‌شد و در طول آن از او خواسته می‌شد که با ماژیک‌هایش در حضور یک بزرگتر نقاشی کند. برای بعضی بچه‌ها این امر صرفاً یک آموزش بود و بعضی دیگر به دریافت یک پاداش جالب وعده داده می‌شدند که عبارت بود از «جایزه نقاش خوب» با یک ستاره طلایی و روبان قرمز و جایی برای نصب نام کودک.

پاداش یک تأثیر مثبت فوری داشت. کودکانی که به آنها برای سریع‌تر کشیدن نقاشی یا تعداد زیاد نقاشی‌ها وعده پاداش داده می‌شد، نتایج جالب آن در طول روزهای بعد مشاهده می‌شد. بدین ترتیب وقتی که کودکان دوباره به کلاس باز می‌گشتند و به آنها فرصتی داده می‌شد تا با ماژیک‌هایشان نقاشی کنند، کودکانی که برای نقاشی‌هایشان پاداش می‌گرفتند در طول زمان کمتری نسبت به دیگر کودکان نقاشی می‌کردند و به طور قابل ملاحظه‌ای مدت زمان کمتری نسبت به زمانی که در خط پایه صرف کرده بودند، نقاشی خود را به اتمام می‌رساندند. نقاشی کشیدن کاری شده بود که به منظور گرفتن پاداش انجام می‌شد و وقتی پاداش در کار نبود، نقاشی کودکان هم خیلی جالب نبود.

توجه کنید به پیامی که این یافته‌ها برای والدین به همراه دارد. استفاده از پاداش‌های قوی اشتیاق را برمی‌انگیزد و استفاده از تهدید قوی موجب عدم اشتیاق می‌شود. با این وجود، این تأثیر کوتاه مدت است و این باور را ایجاد می‌کند که کودکان تنها برای گرفتن پاداش و یا پرهیز از تنبیه رفتار می‌کنند. در درازمدت و با توجه به تمایلات والدینی شاید بهتر باشد فزونی ترویج شود که کودکان را در ارزیابی درونی کنش‌های خاص یاری کند، نه فزونی که صرفاً به عنوان راهی برای به دست آوردن چیزهای خوب و اجتناب از چیزهای بد کاربرد دارند.

زیان‌های نهفته پاداش

فرض کنید دانش‌آموزی برای سرگرمی کتاب بخواند و بعد برای خواندن کتاب از والدینش پول بگیرد، در این حالت برای انگیزش او چه اتفاقی می‌افتد؟ شاید تصور کنید تقویت رفتار خواندن با پول انگیزش او را بیشتر خواهد کرد. عقل سلیم حکم می‌کند که اگر کسی از خواندن کتاب لذت ببرد و برای این کار به صورت مالی هم تقویت شود، در این صورت انگیزه‌های درونی (لذت) و بیرونی (پول) باید با هم جمع شوند تا نوعی انگیزش را به بار آورند. اما بر خلاف تصور عموم انگیزش افزایش نخواهد یافت، بلکه دادن پاداش بیرونی برای فعالیتی که به صورت درونی جالب است معمولاً انگیزش آینده را تضعیف می‌کند (ریو، ۱۳۸۹).

برای عده‌ای از افراد مطالعه روانشناسی از جمله روانشناسی کودک برای آن است تا از افکار عامیانه‌ای که اکثر ما در مورد رفتارهای بشری داریم حمایت نماید.