

مبانی تحقیقات کاربردی

(اشتباهات رایج، مسائل و راه‌حلهای کارشناسی)

استفن آیزاک

مترجم

سینا قربانلو

ویراستاران

واژگن سرکیسیان، احمد آخوندی، محسن جاویدمؤید

با پیشگفتاری از

پرویز درگی

مدرس دانشگاه - مشاور و محقق بازاریابی



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

سرشناسه	آیزاک، استیون، ۱۹۲۵ - م. Isaac, Stephen
عنوان و پدیدآور	تحقیقات کاربردی (اشتباهات رایج - راه‌حلهای حرفه‌ای) / استفان ایساک؛ مترجم سینا قربانلو؛ ویراستاران: وازگن سرکیسیان، احمد آخوندی. محسن جاویدمؤید. تهران: رسا، ۱۳۸۸.
مشخصات نشر	تهران: رسا، ۱۳۸۸.
مشخصات ظاهری	۳۲۰ ص.؛ مصور، جدول، نمودار. شابک: 978-964-317-773-7 ISBN
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا.	
یادداشت	عنوان اصلی: Handbook in Research And Evaluation: A Collection of Principles, Methods, and Strategies Useful in the Planning, Design, and Evaluation of Studies in Education and the Behavioral sciences.
یادداشت	کتابنامه.
عنوان دیگر	راهنمای جامع تحقیق و ارزیابی.
عنوان دیگر	راهنمای تحقیق و ارزیابی در روانشناسی و علوم تربیتی.
موضوع	آموزش و پرورش -- تحقیق. روانشناسی -- تحقیق.
شناسه افزوده	قربانلو، سینا، ۱۳۲۴ - ، مترجم. سرکیسیان، وازگن. ویراستار: آخوندی، احمد. ویراستار: جاویدمؤید. محسن، ویراستار.
رده‌بندی کنگره	۱۳۸۸ ۵/۱۹/۵۷۶ BF
ردده‌بندی دیویی	۱۵۰/۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۱۸۲۷۵۵۱



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

صندوق پستی ۵۹۱۹-۱۵۸۷۵

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.COM

چاپ اول ۱۳۸۸ / تیراژ: ۳۳۰۰ نسخه

چاپخانه: غزال / صحافی: کیمیا

تمامی حقوق محفوظ، و متعلق به شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی (TMBA) است.

مراکز توزیع: شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی (TMBA) تلفن ۵-۶۶۰۲۸۴۰۱ (۰۲۱)

www.tmba.ir

پخش رسا - تلفن: ۶۶۴۱۵۰۴۰ و ۶۶۴۱۱۳۵۹

قیمت: ۴۸۰۰ تومان

فهرست مطالب

پیشگفتار	۷
مقدمه‌ی مترجم	۱۳
پیشگفتار مؤلفان	۱۹
نیاز به یک کتاب راهنما در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی	۱۹
چرا تحقیق و ارزشیابی در آموزش و پرورش اهمیت دارد و باید به کار گرفته شود	۲۰
چه کسانی باید تحقیق و ارزشیابی را انجام دهند	۲۱
این کتاب چه کمکی در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی می‌کند	۲۱
این کتاب از عهده‌ی انجام چه کارهایی بر نمی‌آید	۲۲
فصل اول: طرحریزی مطالعات تحقیقاتی و ارزشیابی	۲۵
بیان مسأله	۲۶
مراحل فراهم آوردن یک بررسی تحقیقاتی	۲۷
ده گام برای طرحریزی یک طرح خوب	۲۹
مزایای یک بررسی آزمایشی	۳۰
اشتباهات متداول بین دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۱
راهبردهای طرحریزی و ارزشیابی	۴۱
فصل دوم: راهنمای طرح، روش و راهبرد تحقیق	۴۵
۹ روش اصلی تحقیق	۴۷
گامهای اصلی در طرحریزی و انجام تحقیق	۴۹
تحقیق تاریخی	۵۰
تحقیق توصیفی	۵۱
تحقیق گسترشی	۵۳
تحقیق مروری و میدانی	۵۵
تحقیق همبستگی	۵۷

۵۸	تحقیق علی - مقایسه‌ای
۶۱	تحقیق آزمایشی حقیقی
۶۵	تحقیق شبه‌آزمایشی
۶۶	تحقیق عملی
۷۱	مروری بر روایی درونی و بیرونی در یک طرح آزمایشی
۷۲	روایی درونی
۷۶	روایی بیرونی
۷۹	یک طرح «ضعیف» تحقیقاتی (بدون کنترل): «یک مطالعه‌ی موردی سریع»
۹۶	طرح‌های فاکتوریل
۹۷	طرح فاکتوریل ۲×۲
۹۸	طرح‌های فاکتوریل گسترده
۹۹	نگرانها، راهبردها، و دام‌های دیگر در طرح تحقیق
۱۰۱	کنترل: یک مفهوم کلیدی در طرح‌های آزمایشی
۱۰۲	در هم آمیختن و خنثی شدن تأثیرات: دو دام در تعامل بین متغیرها
۱۰۴	تعامل بین متغیرها
۱۰۶	برخی منابع مشترک خطا
۱۱۰	انجام مقایسه‌های بامعنا
۱۱۳	اندازه‌های واکنشی در برابر اندازه‌های غیرواکنشی
۱۱۹	اثرات رگرسیون آماری
۱۲۰	مطالعات درازمدت و کوتاه‌مدت
۱۲۲	قابلیت تعمیم یافته‌های تحقیق
۱۲۴	پنج نکته درباره‌ی طرح تحقیق
۱۲۶	نمونه‌های بزرگ و نمونه‌های کوچک
۱۲۷	تفاوت‌های فردی
۱۳۰	همتا کردن به عنوان یکی از تکنیک‌های کنترل: پاره‌ای معایب
۱۳۳	فصل سوم: انتخاب یا ساختن وسیله‌ی اندازه‌گیری
۱۳۴	فرمی برای آزمون‌های ارزیابی‌کننده
۱۳۶	تفسیر نمرات آزمون
۱۴۲	جمعیت‌های مرجع (مادر) - گروه‌های هنجاری
۱۴۳	تحلیل ماده یا پرسش

۱۴۸	روایی
۱۵۴	ضرایب پایایی
۱۵۵	پایایی: منابع ممکن واریانس در نمره‌ی یک آزمون
۱۵۷	پایایی
۱۶۱	پرسشنامه‌ی پستی
۱۶۴	پیش‌آزمون کردن پرسشنامه
۱۶۵	نامه‌ی ارسالی
۱۶۷	مصاحبه‌ی تحقیقاتی
۱۷۰	رهنمودهایی برای طرح‌ریزی و انجام مصاحبه
۱۷۴	مقیاس‌بندی نگرش
۱۷۸	اقتراق معنایی
۱۸۲	ازواج صفات دوقطبی
۱۸۹	فصل چهارم: روشهای آماری و تحلیل داده‌ها
۱۸۹	نگاهی اجمالی به روشهای آماری
۱۹۱	اندازه‌های گرایش به مرکز و تغییرپذیری
۱۹۳	توزیع فراوانی
۱۹۵	ارائه‌ی داده‌ها به وسیله‌ی نمودارها
۱۹۸	تحلیل جدول تقاطعی
۲۰۰	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۱
۲۰۲	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۲
۲۰۳	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۳
۲۰۷	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۴
۲۰۷	ضریب همبستگی گشتاوری (پیرسون r)
۲۰۹	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۵
۲۰۹	همبستگی تفاوت رتبه‌ای (روی Rho پیرسون)
۲۱۱	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۶
۲۱۳	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۷
۲۱۴	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۸
۲۱۶	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۹
۲۱۸	مجذور خی

۲۲۰	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۱۰
۲۲۲	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۱۱
۲۲۵	راهنمای محاسبه‌ی شماره‌ی ۱۲
۲۲۷	تجزیه‌ی واریانس
۲۳۱	آزمون فرضیه و معنی‌دار بودن آماری
۲۳۷	نمونه‌گیری
۲۴۱	شیوه‌های تفسیر ضرایب همبستگی

فصل پنجم: معیارها و رهنمودهایی برای برنامه‌ریزی، تهیه، نگارش، و ارزیابی طرحها و

۲۵۵	گزارشهای تحقیقاتی، پایان‌نامه‌ها و مقاله‌های علمی
۲۵۶	معیارهای اصلی و معیارهای تغییردهنده
۲۶۰	یک طرح پیشنهادی پژوهشی: یک فهرست و ارسای از موادی که می‌توانند گنجانیده شوند
۲۶۵	معیارهای ارزیابی گزارشها یا مقالات تحقیقاتی و پایان‌نامه‌ها
۲۷۰	نوشتن هدفهای عینی که به صورت رفتاری تعریف شده‌اند
۲۷۲	پارهای از ایرادات هدفهای رفتاری
۲۸۰	روش‌شناسی تحقیق - یک دیدگاه متفاوت

۲۸۳	ضمائم
۲۸۹	فهرست اعلام
۲۹۵	آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازارگستران آتی

پیشگفتار

نیازی به اثبات این ادعا نیست که پژوهش به معنای ناب آن، که با سنجش سروکار دارد، در ایران با کاستیهایی روبه‌رو است.

کافی است به سمینارهای بین‌المللی در حوزه‌های بازاریابی، مدیریت، و ... بروید که در ایران برگزار می‌شود؛ گاه پژوهشهایی ارائه می‌شود که عمدتاً در قالب پایان‌نامه‌های دانشگاهی آغاز و انجام یافته و دفاع شده است. تعجب می‌کنید از اینکه چگونه خطاهایی ساده از آغاز قرین پژوهش بوده و تا پایان، نتیجه‌ی تحقیق را تحت تأثیر قرار داده است، بی‌آنکه پژوهشگران متوجه آن باشند.

این نمونه‌ها اندک نیست و برای رهایی از این خطاها باید کاری کرد و آن اقدام بایسته‌ای است که فضای نظام آموزشی کشور را در برگیرد.

آسیب‌شناسی فضای نظام آموزشی کشور در حوزه‌ی بازاریابی

دپارتمان تحقیقات بازار در شرکت TMBA از آغاز تأسیس این شرکت در سال ۱۳۸۳ راه‌اندازی شد. در طول این سالها، آرزویم حضور پژوهشگران کارآمدی بود تا برای بالندگی شرکتها و بنگاهها و مؤسسات ایران، فعالیت تحقیقات بازار را با صحت و دقت به انجام رسانند.

همواره با تعدادی از صاحب‌نظران روبه‌رو بودم که به‌رغم توانمندیهای آموزشی، دانش و تجربه‌ی کافی در حوزه‌ی تحقیقات بازار نداشتند. از این رو همواره با تعداد زیادی پروژه‌های تحقیقاتی سروکار داشتیم که مجال انجام تمامی آنها نبود. و این نیز دلیلی نداشت جز آنکه همکاران محدودی در این زمینه حضور داشتند که فرصتها و وقت به آنها اجازه نمی‌داد تا تمامی این پروژه‌ها را انجام دهند، این در حالی بود که تمام وقت خود را صرف فعالیت‌های پژوهشی کرده بودند.

به مرور دریافتم تا با پرورش نیروهای جوان در کنار زیدگان دپارتمان تحقیقات بازار، این

مهم را به انجام رسانم. باز هم با دانشجویان پرتلاشی روبه‌رو شدم که دانش بسیار اندکی در حوزه‌ی تحقیقات بازار داشتند و از دیگر سو نیز تمایلی برای «استخوان خرد کردن» در این راه نداشتند.

بعدها دریافتیم اتفاق غم‌انگیزی در نظام آموزشی کشور در حوزه‌ی بازاریابی رخ داده است که درست برخلاف تصورم، تقریباً همه‌گیر بود. درس‌هایی نظیر تحقیقات بازار در دوره‌ی کارشناسی ارشد به صورت سمیناری برگزار می‌شد و می‌شود! یعنی دانشجویان به گروه‌هایی چند نفری تقسیم می‌شوند که عهده‌دار ارائه‌ی مطالب هستند و استاد و دیگر دانشجویان حاضر در کلاس، نقش شنوندگان را بر عهده دارند.

هنوز تصور این وضعیت برایم دشوار است؛ چگونه می‌توان برای مواردی چون طرح تحقیق - مصاحبه‌ی عمیق - توفان مغزی و نمونه‌گیری، انتظار داشت که دانشجویی آن را در حد توضیحات شفاهی برای هم‌کلاسی‌هایش تعریف کند! به نظر می‌رسد چنین شیوه‌ای برای برخی از دروس ادبیات فارسی نیز نامطلوب باشد، چه رسد به درس‌هایی که از اساس افزون بر آگاهی‌های وسیع نظری، مستلزم دانش تجربی است که باید به صورت عملی آن را تشریح کرد و مسأله یا مسائلی را حل کرد، و با تمرین‌های مکرر و مطالعه‌ی مقالات پژوهشی، به جایگاهی رسید که اصول و نحوه‌ی عملیاتی کردن یک بخش علمی بازاریابی را آموخت و در موقعیت مقتضی آن را به کار گرفت.

شیوه‌ی دیگری نیز در برخی از دانشگاه‌ها برای آموزش درس تحقیقات بازار رواج یافت و آن اینکه دانشجو سه مقاله‌ی پژوهشی را ترجمه می‌کرد تا بداند از این طریق پایه و اساس کار پژوهش چیست، مدل آماری یاد بگیرد، با روش نمونه‌گیری آشنا شود، و در نهایت بداند که بخش پایانی یعنی بحث را چگونه تدوین سازد. این شیوه قطعاً در جایگاه خودش بسیار مطلوب است، اما برای آموزش درس «تحقیقات بازاریابی» آن هم برای دانشجوی تازه‌کار سودمند نیست و در عمل یادگیری‌های جسته و گریخته‌ای را تقدیم دانشجو خواهد ساخت که در آینده باید برای حذف خطاها، تلاش‌های بیشتری را انجام دهد.

به نظر می‌رسد آموزش بیش از «پژوهش» در جامعه‌ی ایران رواج دارد و این از شگفتی‌های نظام آموزشی کشور ما است که می‌توان «آموزش» داد بی‌آنکه «پژوهش» پشتوانه‌ی کار آموزشی باشد!

. به تبع آن کتابهایی که در این باره تألیف و ترجمه شده نیز همچنان اندک شمارند. همین عامل مانع از آن شده که صاحب نظران بتوانند فرصتهای خودآموزی را برای خود مهیا سازند. بگذریم از آنکه همان محدود کتابها نیز گاه آنچنان در وادی واژه‌های مغلق در غلتیده‌اند که جز برای آگاهان دانا و پربصیرت، سودی برای دیگران ندارد.

با چنین ترسیمی ناقص از فضای پژوهش، ارزشمندی کتابهایی از این نوع که پیش روی شما است، بیش از پیش خواهد شد. چرا که این کتابها، مبنای یادگیری را برای دانشجویان تازه‌کار قرار داده‌اند. گو آنکه برای صاحب نظران کارآزموده که سالها فعالیت پژوهشی را دنبال می‌کنند، کتاب همچنان بسیار سودمند است.

ویژگیهای کتاب تحقیقات کاربردی و سودمندی آن در میدان عمل

این کتاب به صورت خطوط راهنما عمل می‌کند و کافی است محقق دریابد پژوهشی که به دنبال آن است، از نوع توصیفی است. به مجرد این اطلاع، به صفحات مربوطه رجوع خواهد کرد و متوجه می‌شود که چه خطاهایی پیش روی او است، و چه اقداماتی را باید برای رهایی از این خطاها پیگیری کند. همچنین است اگر دریابد پژوهش او از نوع همبستگی است یا علی است یا....

مهمتر از همه آنکه، این کتاب به عنوان معیار، الگویی پیش روی دانشجویان و صاحب نظران می‌گشاید تا هر شخصی با هر دانشی بتواند پژوهشهای انجام شده را نقد کند، خطاهای آن را ارزیابی کند، و راههای برون رفت از خطاها را برشمارد. چنین کتابی بسیار مفید است و اجازه می‌دهد تا بسیاری از دانشجویان قادر باشند خطاهای صاحب نظران را که در پژوهش رخ داده است، مورد بازبینی قرار دهند. این چنین جسارتی به دانشجو و استادان صاحب نظر این نکته‌ی تأمل انگیز را می‌آموزد که پژوهش از نوع ناب آن که با سنجش سروکار دارد، دارای معیارها و استانداردهایی است که نمی‌توان از آن عدول کرد، و عدول از آن باعث آشکار شدن ناآگاهیها می‌شود. برای کاهش این ناآگاهیها نیز باید مطالعه کرد و کتابهایی از این نوع کتاب، یعنی تحقیقات کاربردی را بیشتر و با دقت مطالعه کرد.

پژوهشگر گرانمایه، استاد سینا قربانلو، با چنین درایتی، با کوله باری درخشان از تجربه‌ی سالیان دراز در ارزیابی پژوهشها، این کتاب را برگزیدند تا جامعه‌ی علمی از آن بهره‌های فراوان ببرد.

نگاه تیزبین او را باید ستود که به جای حاشیه‌روی در پژوهش، کتابی را برگزیدند که معیارها و الگوهای پژوهشی را با نثری ساده و آسان اما کارآمد و کاربردی تقدیم خوانندگان می‌کند.

اینجانب در طول سالها فعالیت در حوزه‌ی تحقیقات بازاریابی و در شرکت TMBA، همواره با پژوهشگران و صاحب‌نظرانی سروکار داشته‌ام که برای اجرای فعالیتهای در دپارتمان تحقیقات بازار آماده به کار بودند. در طول این فعالیتهای، برای رهایی از سلیقه‌ها، داشتن معیاری برای نقد و بررسی پژوهشها یک ضرورت حیاتی بود. مطالعه‌ی این کتاب توانست بسیاری از آرزوهایم را عملی سازد. از این پس، با حضور چنین معیاری قابل‌اتکا می‌توان پژوهشها را ارزیابی کرد و مقهور نام‌آوری نام بزرگان نشد و یا پشتکار دانشجویی را ستود که با رنج و زحمت فراوان، پژوهشی را به ثمر می‌رساند. همچنین این معیار را در اختیار کارفرما قرار داد تا او نیز پژوهش انجام شده را مورد نقد قرار دهد.

قطعاً بسیاری از مراکز پژوهشی و تحقیقی به دنبال این چنین معیاری هستند تا بتوانند خود را از سلیقه‌ها و دانشهای بسته و گریخته برهانند.

امید آنکه بالندگی فضای پژوهشی کشور بیش از پیش مهیا شود و این کتاب که به عنوان خودآموزی آسان‌خوان تدوین یافته، صاحب‌نظران و دانشجویان را مدد رساند.

با افتخار اعلام می‌کنم در طول سالهایی که فعالیت پژوهشی در شرکت TMBA انجام شد، مرهون دانش پرتجربیه‌ی همکاران ارزشمندم بودم که با حداقل منابع فارسی، راه خود را از طریق منابع خارجی گشودند و همواره پرسشهای فراوان کارفرمایان را درباره‌ی پژوهش پاسخگو بودند و این نیز مستلزم تلاشی بیش از اجرای فعالیتهای تحقیقاتی بود. اینک با حضور این کتاب یعنی کتاب مبانی تحقیقات کاربردی و دیگر کتابهایی که خوشبختانه در جامعه در حال انتشار است، کارفرمایان و تیم کارشناسی آنها قادرند از پیش به نقد پژوهش انجام شده بپردازند، و پژوهشگران نیز، وقت خود را به خود فعالیت پژوهشی اختصاص می‌دهند و این چنین، انجام فعالیتهای پژوهشی سرعت بیشتری خواهد گرفت که آرزوی پژوهشگران است.

شایسته‌ی تکرار است همین‌جا از محققان و مترجمان ساعی دعوت می‌شود برای گسترش فضای پژوهش، با ارائه‌ی آثار خود، ما را در انتشار چنین کتابهایی یاری رسانند؛ به امید آنکه با اجرای پژوهشهای دقیقتر، فضای آموزش نیز بیش از گذشته غنی شود.

از آقای وازگن سرکیسیان، و یاران پرتوانم در شرکت TMBA آقایان احمد آخوندی و محسن جاویدمؤید که با دقت و وسواس قابل تحسین، ویراستاری را به عهده داشتند، صمیمانه سپاسگزاری می‌کنم و از انتشارات معتبر رسا، خصوصاً جناب آقای ناجیان، مدیر محترم انتشارات، که با جدیت و دقت، زحمت انتشار کتاب را متحمل شدند، قدردانی می‌کنم. ان شاء الله... که تمام علاقه‌مندان پرتلاش عرصه‌ی تولید و نشر علوم کاربردی، همواره موفق باشند.

سبز باشید

پرویز درگی

مدیرعامل شرکت TMBA

مقدمه‌ی مترجم

کتابی که اینک در اختیار شما است، اثری است ساده و روان، موجز و کم حجم - بدون شرح و بسطهای فنی و ثقیل و پیچیده - هدایتگر و کاربردی در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی در علوم رفتاری، با تأکید بر مسائل آموزشی، که برای استفاده‌های گوناگون چندین گروه از مخاطبان، به شرح زیر نوشته شده است:

- دانشجویان، بویژه دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد و بالاتر که برای تکمیل تحصیلات خود باید پایان‌نامه بگذرانند و یا در طول دوران تحصیل چه به صورت انفرادی و یا گروهی، یک یا چند پروژه‌ی تحقیقاتی را به انجام رسانند.
- محققان تازه‌کاری که بلافاصله پس از اتمام تحصیلات خود در مراکز پژوهشی مشغول به کار می‌شوند و چون اکثراً دارای تجربه‌ی کافی برای تدوین و اجرای طرحهای تحقیقاتی یا مطالعات ارزشیابی نیستند، از همان گامهای اول با مسائل و مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو می‌شوند که راه‌حل اغلب آنها را نمی‌دانند. بدتر از آن، زمانی که به امید یافتن راه‌حلی برای مسائل و مشکلات بی‌پاسخ‌مانده‌ی خود به منابع و مآخذ موجود و در دسترس مراجعه می‌کنند، در میان حجم عظیم شرح و بسطهای فنی و غامض و پیچیده‌ی این منابع و مآخذ نه تنها به چیزی دست نمی‌یابند بلکه، ناامید و سرخورده، گیج و درمانده می‌شوند و آنچه را هم که می‌دانند فراموش می‌کنند.
- کسانی که گاه به دلایل کاری و یا هر دلیل دیگری، با پژوهش سروکار پیدا می‌کنند و می‌خواهند اطلاعاتی هر چند کلی در این زمینه پیدا کنند، اما این اطلاعات را از منابع موجود در زمینه‌ی روش تحقیق، به لحاظ فنی بودن مطالب و حجم زیاد کتابها نمی‌توانند کسب کنند.
- پژوهشگرانی که پس از سالها دوری از حوزه‌ی تحقیق، مجدداً به آن باز می‌گردند و می‌خواهند دانش و اطلاعات قبلی خود را در این زمینه، به سرعت ترو تازه کنند.

- اعضای هیأت‌های علمی، شوراها، کمیسیون‌ها و دیگر نهادهایی که بررسی و تصویب طرح‌ها، مقالات و گزارش‌های تحقیقاتی و ارزشیابی بر عهده‌ی آنان است و به مرجعی نیاز دارند که استانداردهای لازم را در این زمینه فراهم آورد.
- کسانی که به حکم وظیفه، مسئولیت نظارت بر حسن اجرای پژوهش‌ها را بر عهده دارند و برای انجام وظیفه‌ی خود، به یک فهرست و ارسلی معتبر نیاز دارند.
- مدیران، سرپرستان و تصمیم‌گیران معتقد به تحقیق، کسانی که می‌خواهند تصمیم‌های خود را بر پایه‌ی یافته‌های تحقیقات علمی اتخاذ کنند و نیاز به اطلاعاتی دارند که بر پایه‌ی آن صحت و اعتبار یافته‌های تحقیقات مورد نظر را محک بزنند تا با اطمینان خاطر، تصمیم‌های متخذه را بر این مبنا به اجرا گذارند.
- تمامی افراد علاقه‌مند و کنجکاوی که مایلند مبانی تحقیق، انواع روش‌های تحقیق و کاربرد هر یک از آنها را بشناسند تا در زمینه‌های مختلف کاری و زندگی، به نوعی از آن بهره‌گیرند؛ هر چند این دانش در سطح اطلاعات عمومی باشد.

به طور کلی، تقریباً تمام مفاهیم، رویکردها، فنون و روش‌های آمده در این کتاب به اغلب مسائل تحقیقاتی مربوط به انسان و جامعه قابل‌تعمیم است و از این رو می‌تواند نقش مهمی در اعتلای فرهنگ پژوهشی و ارتقای سطح علمی کشور ایفا کند. به عنوان یک نمونه و نیز شاهی بر این مدعا، بر پایه‌ی بیش از ۲۰ کتابی که ظرف ده سال گذشته در زمینه‌ی تبلیغات، بازاریابی، و مدیریت ترجمه کرده‌ام و از قضا در میان آنها یک کتاب هزار صفحه‌ای خاص «تحقیقات بازاریابی» نیز به چشم می‌خورد (در دست چاپ است)، کاربرد مطالب کتاب حاضر را در دنیای کسب‌وکار و تجارت، بالاخص آنجایی که با بررسی فردی به نام مصرف‌کننده و محیطی به نام بازار سروکار پیدا می‌کنیم، به عیان مشاهده می‌کنم.

در اهمیت این کتاب، همین بس که بلافاصله پس از انتشار (فوریه‌ی ۱۹۷۱) مورد استقبال گسترده‌ی مجامع و محافل علمی و پژوهشی در سرتاسر دنیا قرار گرفت، به طوری که تنها ظرف پنج سال (از ۱۹۷۱ تا ۱۹۷۶) ۷ بار تجدید چاپ شد. خوشبختانه وجود این اثر ارزشمند کم‌نظیر، از دید صاحب‌نظران داخل کشورمان نیز پوشیده نماند و در سال ۱۳۶۴، بنا به توصیه‌ی یکی از ایشان کار ترجمه‌ی کتاب آغاز، و پس از یک سال و اندی به پایان رسید. با این حال، کار چاپ آن پس از مدتها دست به دست گشتن‌ها، وعده و وعیدها، قول

دادنها و زیر قول زندنها به جایی نرسید. ضمن اینکه در این گیر و دار، دست‌نوشت ترجمه که در آن زمان تنها نسخه‌ی موجود بود، برای سالها مفقودالثر شد!

اما پس از بازیابی تصادفی آن، از آنجا که حدوداً پانزده سال از ترجمه‌ی کتاب می‌گذشت، دیگر انگیزه‌ای برای چاپ آن وجود نداشت و دست‌نوشت کذایی دوباره به کتابخانه‌ی شخصی بازگشت تا صرفاً مورد استفاده‌ی شخصی و معدود دوستان و آشنایانی که به آن نیاز پیدا می‌کردند، قرار گیرد. این در حالی بود که به لحاظ روابطی که از دور و نزدیک - و بیشتر از نزدیک - با برخی از مهمترین مراکز پژوهشی داشتم، از بنیه‌ی تحقیقاتی کشور، بویژه در حوزه‌ی مسائل انسانی و اجتماعی، آگاه بودم؛ به عبارت دیگر، همیشه نبض جامعه‌ی تحقیقاتی کشور در این سی سال در دستم بود و تقریباً می‌دانستم که این نبض، چه در دانشگاهها و چه در دیگر مجامع علمی و تحقیقاتی ضعیف می‌زند و لازم است خون تازه‌ای به آن تزریق شود تا جانی بگیرد. و این کتاب می‌توانست تا حدود زیادی به تقویت این بنیه کمک کند.

این نظر (کمک به تقویت بنیه‌ی تحقیقاتی)، صرفاً یک حدس و گمان خیالی نبود بلکه، تجربه‌ای بود که شخصاً و به کرات اندوخته بودم. یعنی هر بار که با یک مشکل پژوهشی روبه‌رو می‌شدم، به این کتاب مراجعه می‌کردم و در بیشتر مواقع، به یاری آن، مشکل را حل می‌کردم و یا حداقل راه را از چاه تشخیص می‌دادم و مانع می‌شد تا در مسیر نادرستی که قدم گذاشته بودم، بیش از این پیش بروم. هر بار که این تجربه تکرار می‌شد، افسوس می‌خوردم که چرا جامعه‌ی تحقیقاتی کشور، به‌رغم نیاز وافر که به این‌گونه منابع دارد، از آن بی‌بهره مانده است و دنبال راهی می‌گشتم که به شکلی این مرجع راه‌گشا را حداقل در اختیار دانشجویان قرار دهم، اما خاطره‌ی تمام سرخوردگیها و ناکامیهای تجربه شده برای به چاپ رسانیدن آن به‌ناگهان زنده می‌شد و هر دفعه به عنوان یک عامل بازدارنده، مانع هر گونه تلاشی در این زمینه می‌شد.

در سفری که چندسال پیش به ایالات متحده امریکا دست داد، در یکی از روزهایی که در یکی از کتاب‌فروشیهای معروف شهر سانفرانسیسکو پرسه می‌زدم، یاد این کتاب افتادم. کنجکاوی‌ام تحریک شده بود که ببینم این کتاب اکنون در چه وضعیتی است. به اولین کتابداری که سر راهم قرار گرفت مراجعه کردم و سراغ آن را گرفتم. وی با استفاده از کامپیوتر شخصی خود، تمامی اطلاعات مربوط به آن را در اختیارم قرار داد. به موجب این

اطلاعات، معلوم شد که این کتاب از سال ۱۹۷۶ تا آن زمان همچنان تجدید چاپ می‌شود. سه بار مورد تجدیدنظر قرار گرفته و هنوز به عنوان یکی از مراجع مهم روش تحقیق و ارزشیابی، طالبان زیادی دارد.

بلافاصله، سفارش خرید آخرین چاپ موجود آن را که به سال ۱۹۹۷ مربوط می‌شد، دادم و دو هفته بعد کتاب را از طریق پست دریافت کردم.

در بازگشت به کشور، کتاب خریداری شده را با چاپ ۱۹۷۶ آن که به فارسی برگردانیده بودم، مقابله کردم. خوشبختانه در این مقابله معلوم شد که تقریباً تمام مطالب کتاب، تا آنجایی که به تحقیق مربوط می‌شود، همچنان دست‌نخورده و معتبر باقی مانده‌اند و تنها بخشهایی به مبحث ارزشیابی آموزشی کتاب افزوده شده است که از جهاتی قابل اغماض است. بر آن شدم که جرح و تعدیلهای لازم را برای روزآوردن کتاب انجام دهم که صورت گرفت. با این حال، هنوز عوامل بازدارنده مانع از آن می‌شدند که دوباره به فکر چاپ بیفتم و به این ترتیب، باز هم چند سالی گذشت و قضیه تقریباً به بوته‌ی فراموشی سپرده شده بود تا اینکه در همین اواخر، ضمن شرکت در یک گردهمایی علمی، با سأل‌های روبه‌رو شدم که یکی از مشکلات مزمن پژوهشی کشور را دوباره برایم حاد کرد. همانگونه که قبلاً نیز گفته شد، دلیل دعوت من برای حضور در این کنفرانس، فعالیتهایی است که طی ده سال گذشته در زمینه‌ی ترجمه‌ی کتابهای درسی دانشگاهی در حوزه‌ی تبلیغات تجاری، بازاریابی - و از جمله تحقیقات بازاریابی - و مدیریت داشته‌ام که شمار آنها به بیش از ۲۰ کتاب می‌رسد که بیش از نیمی از آنها تاکنون منتشر شده است و بقیه در مراحل مختلف چاپ به سر می‌برند. گردهمایی مزبور، یک کنفرانس بین‌المللی در زمینه‌ای مربوط به کسب‌وکار و تجارت بود که به مدت دو روز با حضور سخنرانان داخلی و خارجی در تهران برگزار شد که متأسفانه، تنها در یک بعدازظهر فرصت حضور در آن دست داد. به هر تقدیر، در آن بعدازظهر، بعد از سخنرانی یکی از مدعوین خارجی، نتایج یک تحقیق انجام شده در تهران در خصوص موضوعی مربوط به بازاریابی ارائه شد که به طور طبیعی باید گلچین شده و معرف تحقیقاتی باشد که در زمینه‌ی بازاریابی، با روش علمی در دانشگاههای ایران انجام می‌شود.

ارائه‌کننده‌ی تحقیق که یکی از دانش‌آموختگان دوره‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی بازاریابی (یا یکی از رشته‌های مرتبط به بازاریابی) از یکی از دانشگاههای معتبر داخلی بود و این تحقیق را زیر نظر یکی از استادان خود (و یکی از اعضای پانل اداره‌کننده‌ی کنفرانس)

به اتمام رسانیده بود، ضمن معرفی روش تحقیق این بررسی، اظهار داشت که این تحقیق با روش توصیفی- با استفاده از پرسشنامه- انجام گرفته است، اما از یافته‌های آن نتیجه‌گیریهای علی می‌کرد و می‌کوشید روابط علت- و- معلولی متغیرهای مستقل و وابسته‌ی تعریف شده در تحقیق را که به صورت چندین فرضیه فرمول‌بندی کرده بود، با استفاده از فنون آماری آزمون کند. اینکه از یافته‌های توصیفی نمی‌توان استنتاجهای علی کرد، چنان‌اظهر من الشمس است که نیازی به بحث بیشتر و استدلال ندارد و کافی است گفته شود که نمی‌توان جو کاشت و گندم درو کرد.

متأسفانه این‌گونه اشتباهات فاحش در روش‌شناسی تحقیقات بویژه نزد دانشجویان و محققان تازه‌کار، به قدری متداول است که دیگر گوش شنوایی در مورد آنها وجود ندارد. همان موقع که متوجه این اشتباه در تحقیق ارائه‌شده شدم، بی‌اختیار به یاد این کتاب افتادم که در همان صفحات اولیه زیر عنوان اشتباهات متداول دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد و بالاتر در مطالعه‌ی رابطه‌ها، در اولین مورد هشدار می‌دهد که نباید از روابط همبستگی، نتیجه‌گیریهای علت و معلولی کرد. و پیش خود گفتم ای‌کاش این محقق ارجمند به این کتاب دسترسی داشت تا این همه زحمات خود و دیگران را این‌گونه به باد نمی‌داد! البته، معلوم است که این‌گونه اشتباهات، محدود به جامعه‌ی تحقیقات کشور ما نمی‌شود، و الاً نمی‌باید در چنین کتابی زیر چنین عنوانی به آن اشتباهات اشاره شده باشد. متنتی، موضوع، فراوانی تکرار آن و جایی است که این اشتباه صورت می‌گیرد. مسلماً جای آن در یک تحقیق ارائه‌شده به یک کنفرانس بین‌المللی نیست!

در نیم ساعتی که به عنوان تنفس داده شد، موضوع را با عده‌ای که می‌شناختم و مجال گفتگو با ایشان را یافتم در میان گذاشتم که با پاسخهای متفاوتی روبه‌رو شدم. اما این پاسخها جملگی یک مخرج مشترک داشتند: هیچ‌یک از افرادی که با آنان گفتگو کردم، متوجه این اشتباه بزرگ روش‌شناختی نشده بودند. در روزهای پس از کنفرانس نیز موضوع را با تنی چند از استادان و محققان در میان گذاشتم که پاسخهای آنان نیز متفاوت بود اما باز یک مخرج مشترک ناامیدکننده داشت: بنیه‌ی تحقیقاتی دانشگاههای ما همین است! با شنیدن این پاسخها، بار دیگر انگیزه‌ی نیرومندی- بسیار نیرومندتر از گذشته‌های دور- برای چاپ این کتاب در خود یافتم. این بار با عزمی راسختر قضیه‌ی چاپ کتاب را با دوست گرامی جناب آقای احمد آخوندی، سردبیر محترم فصلنامه‌ی توسعه مهندسی بازار، در میان

گذاشتم و از ایشان خواستم امکان چاپ آن را با جناب آقای پرویز درگی، صاحب امتیاز و مدیر مسئول آن نشریه و مدیر عامل محترم شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)، که از جمله افراد فرهیخته و دانش دوستی هستند که می شناسم، مطرح سازند که خوشبختانه با استقبال ایشان روبه رو شد و حاصل کار اکنون در دست شما است.

در خصوص نحوه ی استفاده از این کتاب، توصیه ی کلی این است که هر بار که قصد دارید به یک کار پژوهشی دست بزنید، از لحظه ای که فکر آن به ذهنتان خطور می کند و یا بنا به وظیفه ی کاری، مکلف به انجام آن می شوید، این کتاب را کنار دست خود بگذارید و به کمک آن پیش بروید.

مهم نیست که پروژه ی شما یک تحقیق دانشجویی باشد یا یک پژوهش بزرگ در سطح کشور؛ در هر حال، این کتاب به سلامت و بهبود کار تحقیقی، از اولین تا آخرین گام کمک خواهد کرد، هر چند شما را از مراجعه به منابع دیگر بی نیاز نخواهد ساخت. نکته ی آخر اینکه تأکید این کتاب بر مسائلی آموزشی، نه یک محدودیت بلکه، یک امتیاز محسوب می شود، زیرا «آموزش» مقوله ای است که همه ی ما، چه به عنوان دانش آموز و یا دانشجو، تجربه ی مشترکی از آن داریم. این تجربه ی همگانی بی شک درک مطالب و هضم مسائل را ساده تر می کند. به طور خلاصه و در یک کلام، این کتاب را می توان حل المسائل تحقیق دانست.

در پایان جا دارد از دوست فاضل و گرامی، جناب آقای وازگن سرکیسیان که زحمت مقابله و ویرایش اولین دست نوشت ترجمه ی کتاب را با دقت و صبر و حوصله ی مثال زدنی بر دوش کشیدند، صمیمانه سپاسگزاری نمایم. همچنین، ویراستاران بعدی کتاب، جناب آقایان احمد آخوندی و محسن جاویدمؤید، چنان با علاقه و اشتیاق و موشکافی به یاریم شتافتند و با پشتکار علمی تحسین برانگیزی ویرایش نهایی کتاب را به انجام رساندند که بی اغراق تا کنون برایم بی سابقه بوده است. به همین دلیل هرچه در ذهن گشتم نتوانستم واژه ای درخور قدردانی از زحمات این دوستان گرانمایه بیابم، جز آنکه ابراز امیدواری کنم که در این راه همواره موفق و مؤید باشند.

سینا قربانلو

مترجم

پیشگفتار مؤلفان

نیاز به یک کتاب راهنما در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی

امروزه، نوآوری و ارزشیابی بیش از پیش در علوم رفتاری و آموزش و پرورش مطرح است و نیاز مبرمی که نسبت به این دو فعالیت وجود دارد، محقق را هم از نظر زمان و هم از نظر استفاده از منابع موجود، در محذور قرار می‌دهد. دامنه‌ی امکانات روش‌شناسی و همچنین تغییراتی که مرتباً در آن روی می‌دهد، به‌جای آنکه وظیفه‌ی تصمیم‌گیرندگان را آسان کند، دشوارتر می‌سازد. عرضه‌ی روزافزون کتاب در زمینه‌ی روش تحقیق و آمار، گرچه نیازهایی را برآورده می‌کند، ولی پرداختن بیش از حد آنها به جزئیات و ژرفانگریشان، مسائل را پیچیده‌تر کرده است؛ به واقع، در حال حاضر، آنچه که می‌تواند دستمایه‌ی محققان در کارشان باشد، یک مطالعه‌ی اجمالی، فهرستی از نقاط قوت و ضعف، خلاصه‌ای از شقوق یک قضیه، و یا مجموعه‌ای از مدل‌های مختلف است. هدف از نگارش این کتاب، برآورده ساختن نیازهای یاد شده است و می‌تواند مورد استفاده افرار زیر قرار گیرد:

- مدیران طرحها
- محققان غیر حرفه‌ای
- تهیه‌کنندگان طرحهای پیشنهادی (Proposal)
- ارزشیابان
- خوانندگان تحقیق و استفاده‌کنندگان از آن
- دانشجویان سال اول و دوم دوره‌ی کارشناسی

- دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد و بالاتر برای تهیه‌ی پایان‌نامه
- به عنوان یک کتاب مرجع برای افراد یا گروه‌های دست‌اندرکار در کارهای تحقیقاتی.

چرا تحقیق و ارزشیابی در آموزش و پرورش اهمیت دارد و باید به کار گرفته شود

۱. در سنجش‌های مربوط به مسائل آموزش و فراگرد و تصمیم‌گیری، تحقیق و ارزشیابی تنها راه رسیدن به یک انتخاب منطقی از میان گزینه‌های مختلف و اعتبار بخشیدن به دستاوردهای آموزشی و پی‌ریزی یک زیربنای ثابت از اعمال مؤثر است، تا به عنوان حفاظی در برابر نوآوری‌های گذرا و کم‌مایه عمل کند.
۲. به‌طور معمول، مؤسسات تحقیقاتی اعم از خصوصی و دولتی، پروژه‌هایی را می‌پذیرند که متضمن یک طرح پیشنهادی خوب، دقیق، و کامل باشد.
۳. دیدگاه‌های رفتارگرایان که بر جنبه‌های قابل مشاهده‌ی رفتار و ارزشیابی عینی تأکید دارد، بر مسائل آموزشی تأثیر گذاشته است.
۴. تأثیر فناوری کامپیوتر و رویکرد نظام‌وار (سیستماتیک) که استفاده از اطلاعات کمی، مفاهیم و روابط منطقی مبتنی بر ریاضیات و عملیات نظام‌مند (سیستمی) را بر پایه‌ی هدفهای نهایی، ایجاب می‌کند.
۵. توان و تسهیلاتی که کامپیوترها برای طبقه‌بندی، نگهداری، پرورش اطلاعات در کمترین زمان با کمترین هزینه، و نیز تجزیه و تحلیل انبوه اطلاعات با برنامه‌های پیچیده‌ی آماری در اختیار ما می‌گذارند.
۶. پیشرفت در روشهای محاسبه‌ی هزینه - تأثیر^۱، به‌منظور ارزشیابی برنامه‌های آموزشی که در آن هدفهای تعریف‌شده‌ی رفتاری و معیارهای عینی و ارزشیابی - که معمولاً همان نمرات آزمونه‌ای استاندارد شده‌اند - مورد استفاده قرار می‌گیرد.
۷. اهمیت فزاینده‌ای که در سالهای اخیر، صنایع برای تهیه‌ی مواد آموزشی جدید، وسایل

- و تجهیزات و تهیه‌ی برنامه‌ها، با در نظر داشتن بازخورد^۱ و ارزشیابی آنها، قائل شده‌اند.
۸. فراهم آمدن نیروی انسانی، تکنیکها، و منابع مالی، به‌منظور برآورده ساختن نیازهای تحقیقاتی و ارزشیابی در زمینه‌ی آموزش کاربردی.
۹. پابرجایی یافته‌های منفی و یا غیرقابل نتیجه‌گیری، در پیشینه‌ی تحقیقات مربوط به مسائل آموزشی که سؤالات متعددی را نسبت به اعتبار برنامه‌های آموزشی جاری، اعم از سستی و جدید، و همچنین دیدگاههای زیربنایی آنها به وجود آورده است.

چه کسانی باید تحقیق و ارزشیابی را انجام دهند

تحقیق و ارزشیابی در هر زمینه‌ای که باشد، اگر از سوی افرادی که مستقیماً در آن زمینه دست‌اندرکارند انجام شود، بیشترین بازدهی را خواهد داشت. غالباً تحقیقات مربوط به مسائل آموزشی را افرادی غیر از دست‌اندرکاران اصلی آن انجام می‌دهند. این افراد به‌منظور نیل به هدفهای خاص خود، همواره از مدارس به عنوان یک منبع اطلاعاتی استفاده می‌کنند: دانشکده‌های مختلف، دانشجویان دوره‌های بالاتر از کارشناسی که مشغول تهیه‌ی پایان‌نامه‌ی خود هستند، ناشران و یا شرکتهای صنعتی برای آزمون میدانی نشریات و یا تولیدات و برنامه‌های خود. در حالی که چنین امری ممکن است در نهایت به سود آموزش و پرورش تمام شود، ولی به هر حال، بسیاری از نیازهای مراکز آموزشی در این میان نادیده گرفته می‌شود. آموزگاران و مشاوران راهنمایی، به همراه مدیران و گردانندگان مدارس باید فرصت کافی برای طرح مسائل، تدوین هدفها، تنظیم طرحها، گردآوری اطلاعات، تحلیل داده‌ها و انجام نتیجه‌گیریها داشته باشند.

این کتاب چه کمکی در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی می‌کند

کمتر کسانی در آموزش و پرورش فرصت به‌کارگیری آموزشی را که در تحقیق و ارزشیابی دیده‌اند، پیدا می‌کنند. به‌علاوه، بیشتر کتابها و مراجعی که در این زمینه وجود دارند، به دلیل پرداختن به جزئیات و فنی بودن، برای اینگونه افراد که محققان و ارزشیابان حرفه‌ای نیستند، قابل استفاده نمی‌باشند. به‌طور یقین، کتاب راهنمایی حاوی چکیده‌ی اطلاعات پایه‌ای و

مفاهیم کلیدی در زمینه‌ی تحقیق و ارزشیابی، بیشتر به یاری آنان خواهد آمد. چنین کتابی از چند نظر برای این افراد قابل استفاده خواهد بود:

۱. به عنوان منبعی از دستورالعملها یا روشها و تکنیکهایی که از میان منابع متعدد و گوناگون در زمینه‌های طرح تحقیق، اندازه‌گیری، و آمار انتخاب شده‌اند و به‌طور معمول در یک کتاب مرجع وجود ندارند.
۲. برای دادن آمادگی مجدد به فردی که مدتی از روشها و تکنیکهای تحقیقاتی در زمینه‌ی کار خود به دور افتاده است.
۳. به عنوان یک وسیله‌ی وارسی و مقایسه برای تمامی پژوهشگران، به منظور اطمینان یافتن از اینکه موارد مهم را در کار تحقیقاتی خود ملحوظ کرده‌اند و شقوق مختلف قضیه به شکل صحیح، سبک و سنگین شده است و محقق در بهترین موضع برای رسیدن به نتایج قابل دفاع قرار گرفته است.

این کتاب از عهده‌ی انجام چه کارهایی برنمی‌آید

کتاب حاضر، به ارائه‌ی خطوط اساسی و اصلی با سه هدف تأکید، تصریح، و ایجاز اکتفا کرده است، ولی خطر ساده‌انگاری بیش از حد را از نظر دور نمی‌دارد. انتظار ما بر این است که یکایک استفاده‌کنندگان این کتاب با مراجعه به منابع و مراجع معتبر و یا مشاوران برجسته‌ای که در این زمینه می‌شناسند، نسبت به تکمیل اطلاعات خود اهتمام ورزند.

منابع

- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education* (7th ed.). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Borg, W. R., & Gall, M. D. (1989). *Educational research: An introduction* (5th ed.). White Plains, NY: Longman.
- Borg, W. R., Gall, J. P., & Gall, M. D. (1993). *Applying educational research: A practical guide* (3rd ed.). White Plains, NY: Longman.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1992). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods* (2nd ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Crowl, T. K. (1993). *Fundamentals of educational research*. Madison, WI: WCB Brown and Benchmark.

- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1993). *How to design and evaluate research in education*. New York: McGraw-Hill.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of behavioral research* (3rd ed.). New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Krathwohl, D. R. (1991). *Methods of educational and social science research: An integrated approach*. White Plains, NY: Longman.
- McMillan, J. H., & Schumacher, S. (1989). *Research in education: A conceptual introduction*. (2nd ed.). Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook: Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pedhazur, E. J., & Schmelken, L. P. (1991). *Measurement, design, and analysis: An integrated approach*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Rosenberg, R. (1993). *Foundations of behavioral research*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Vockell, E. L., & Asher J. W. (1995). *Educational research* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Merrill.

منابع پیشنهادی کتاب در زمینه‌ی ارزشیابی برنامه:

1. Herman, J. L., Morris, L. L., & Fitz-Gibbon, C. T. (1987). Evaluator's handbook. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
2. Stecher, B. M., & Davis, W. A. (1987). How to focus on evaluation. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
3. Fitz-Gibbon, C. T., & Morris, L. L. (1987). How to design a program evaluation. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
4. Patton, M. Q. (1987). How to use qualitative methods in evaluation. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
5. King, J. A., Morris, L. L., & Fitz-Gibbon, C. T. (1987). How to assess program implementation. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
6. Henerson, M. E., Morris, L. L., & Fitz-Gibbon, C. T. (1987). How to measure attitudes. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
7. Morris, L. L., Lindheim, E., & Fitz-Gibbon, C. T. (1987). How to measure performance and use tests. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
8. Fitz-Gibbon, C. T., & Morris, L. L. (1987). How to analyse data. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
9. Morris, L. L., Fitz-Gibbon, C. T., & Freeman, M. E. (1987). How to communicate evaluation findings. In J. L. Herman (Ed.), *Program Evaluation Kit* (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.