



سخن سردبیر

محسن نظری

دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: mohsen.nazari@ut.ac.ir

پژوهش اصیل

اصالت پژوهش، یکی از معیارهای مهم در ارزیابی مقاله‌ها و پایان‌نامه‌های دانشگاهی است. در مجله‌های معتبر، تأکید می‌شود که نویسنده اصالت و ارزش^۱ مقاله را به‌طور روشن بیان کند. در واقع، این مسئله یکی از معیارهای تصمیم‌گیری برای قبول یا رد شدن پژوهش است.

در بیان ساده، اصیل بودن پژوهش به این معناست که تکراری نباشد، متمایز باشد، ارزش جدیدی برای جامعه علمی و سازمان‌ها خلق کند، گره‌ای از مشکل‌ها بگشاید و سخنی نو در اندازد. پژوهش اصیل پژوهشی خلاقانه، نو، یکتا و بی‌همتاست، نه کلیشه‌ای و تکراری. پژوهش اصیل مشابه پژوهش‌های گذشته نیست که صرفاً برای ادای وظیفه یا کسب امتیاز انجام شود.

اصالت باید به خلق دانشی جدید بینجامد، دانشی که پیش از این وجود نداشته است یا دانش موجود را متحول کند و سهمی در بدنه دانش^۲ موجود داشته باشد. اصالت با دانش‌افزایی، ره‌آورد جدید و یکتایی، رابطه تنگاتنگی دارد. پژوهش اصیل باید جریان‌ساز و تحول‌ساز باشد و به موجی از پژوهش‌های دیگر منجر شود. به چالش کشیدن پارادایم‌های موجود و تخریب خلاق اذهان، از ویژگی‌های پژوهش اصیل است. پژوهش اصیل باید به تغییر دیدگاه تصمیم‌گیران و تغییر ساختار ذهنی و چارچوب‌بندی مجدد داده‌های ذهنی آنان منجر شود تا در پس تخریب خلاق و چارچوب‌بندی داده‌های موجود، دیدگاهی جدید شکل گیرد. پژوهش اصیل به‌جای واکنشی^۳ باید کنشگر^۴ باشد، به‌جای اینکه در دام جریان‌های موجود قرار گیرد، خود جریان‌سازی کند و برای جامعه و دانش بشری ارزش‌های نوین بیافریند. اصالت پژوهش از منابع مختلفی نشئت می‌گیرد؛ پژوهش درباره موضوعی که قبلاً بررسی نشده است، پژوهش روی

1. Originality and Value
2. Body of Knowledge
3. Reactive
4. Proactive

استناد: نظری، محسن (۱۳۹۸). سخن سردبیر: پژوهش اصیل. مدیریت بازرگانی، ۱۱(۴)، ۷۱۷-۷۱۸.

موضوع‌های رایج از زاویه‌ای نو، پژوهش در زمینه موضوع‌های موجود با روشی نو، مباحث بین رشته‌ای، تفسیر جدید از داده‌های موجود، ایجاد داده‌های منحصربه‌فرد برای پژوهشگران آینده، پژوهش در جامعه جدید و... .

پژوهش اصیل از پژوهشگرانی با رزومه‌های پژوهشی پراکنده و متنوع و بدون برند پژوهشی خاص، خلق نمی‌شود. پژوهشگرانی که کارهای تکراری انجام می‌دهند و صرفاً مصرف‌کننده هستند نه تولیدکننده دانش، قادر نیستند پژوهش اصیل ارائه کنند. پژوهشگرانی که به‌جای جریان‌سازی و تحول‌گرایی، جریان‌بازی را در پیش می‌گیرند و تابع رویه‌ها و جریان‌های موجود هستند، توانایی ارائه پژوهش اصیل و با ارزش به جامعه علمی را ندارند.

پژوهش اصیل به پژوهشگرانی نیاز دارد که در حوزه مطالعاتی خود متمرکز و ژرف‌نگرند، از تحول در رشته‌های دیگر برای مباحث بین رشته‌ای غافل نمی‌مانند و تحول‌ها و مشکل‌های جامعه را رصد می‌کنند تا انگیزه و جهت صحیح را در پژوهش‌های خود پیدا کنند. استادان و دانشجویان دکتری برای ارائه پژوهش اصیل و با ارزش باید مقیم دانشگاه شوند و تمام وقت و انرژی خود را به امر پژوهش تخصیص دهند.

البته بهبود محیط پژوهش، یعنی پشتیبانی نظام تصمیم‌گیری از پژوهش، افزایش و کارآمد کردن بودجه‌های پژوهشی، جلوگیری از سرقت ادبی، رقابتی کردن اقتصاد پژوهش، رقابتی شدن محیط کسب‌وکار و... می‌تواند به خلق پژوهش‌های اصیل و با ارزش و جریان‌ساز کمک کند.

باور داریم که پژوهشگران کشور در سازمان‌ها، دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های پژوهشی، توان زیادی برای ارائه پژوهش‌های اصیل دارند که البته لازمه آن، تغییر برخی پارادایم‌هاست.

محسن نظری

سر دبیر مجله مدیریت بازرگانی
دانشکده مدیریت دانشگاه تهران