



سخن سردبیر

محسن نظری ^{id}

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

اعتبار پژوهش کیفی

پژوهش‌ها به سه دسته تک‌روش (کمی یا کیفی)، چندروشی (کمی - کمی یا کیفی - کیفی) و ترکیبی (کمی - کیفی یا کیفی - کمی) طبقه‌بندی می‌شوند. در پژوهش‌های ترکیبی، روش‌های کمی و کیفی مکمل یکدیگرند و به‌خصوص طی سال‌های اخیر، در کانون توجه قرار گرفته‌اند. در پژوهش‌های کیفی، ذهن پژوهشگر بر فهم و اکتشاف و معنا متمرکز می‌شود، در حالی که در پژوهش‌های کمی، سنجش و اندازه‌گیری را دنبال می‌کند. در سال‌های اخیر، پژوهش‌های کیفی یا ترکیبی رشد شایان توجهی داشته‌اند؛ ولی با مقاومت‌هایی نیز مواجه بوده‌اند. مخالفان پژوهش‌های کیفی، مسئله اعتبار پژوهش‌های کیفی را مطرح می‌کنند و معتقدند که روش‌های کیفی همچون روش‌های کمی، برای ارزیابی اعتبار، معیارهای مشخصی ندارند. در روش‌های کمی برای روایی و پایایی و اعتبار مدل‌های کمی شاخص‌های زیادی طراحی شده است و پژوهشگر یا مخاطب پژوهش، می‌تواند به کمک چند شاخص مشخص، گزارش پژوهش را ارزیابی کند؛ اما برای پژوهش‌های کیفی چنین سنجه‌هایی وجود ندارد. شاید یکی از دلایل ایجاد این تصور در خصوص اعتبار پژوهش‌های کیفی، بی‌توجهی به معیارهای اعتبار پژوهش‌های کیفی در ایران باشد، در حالی که پژوهش‌های کیفی نیز همانند پژوهش‌های کمی، معیارهای مشخصی برای اعتبار دارند و پژوهشگران در اجرا و گزارش پژوهش‌های خود، باید به اندازه کافی به آنها توجه کنند تا خوانندگان گزارش قادر باشند نتایج را ارزیابی کنند. کرسول^۱ معیارهای زیر را برای اعتبار پژوهش‌های کیفی بر اساس دو معیار لنزهای مختلف و پیش فرض‌های فلسفی تحقیق ارائه کرده است.

جدول ۱. معیارهای اعتبار پژوهش‌های کیفی

پیش فرض	پیش فرض‌های پسا اثبات‌گرایی یا نظام‌مند	پیش فرض‌های ساختارگرایانه	پیش فرض‌های انتقادی و مشارکتی
لنز	محقق	مثلت‌سازی	بازتاب‌پذیری محقق
	مشارکت‌گندگان	بررسی توسط عضو	درگیری بلندمدت در حوزه همکاری با مشارکت‌کنندگان
	خوانندگان و داوران گزارش	ممیزی خارجی	توصیف عمیق و غنی بازخورد همتایان

منبع: کرسول^۲ (۱۳۹۷)

1. Creswell

۲. کرسول، جان وی (۱۳۹۷). سی مهارت اساسی که محققین باید بدانند. (یزدانی و محمدی، مترجمان). تهران: انتشارات نگاه دانش.

البته معیارهای دیگری هم توسط محققانی مانند لینکولن و گوبا^۱ و دیگران برای اعتبار و ارزشیابی پژوهش‌های کیفی ارائه شده است که خوانندگان می‌توانند در مقاله‌ها و کتاب‌های روش تحقیق آنها را بیابند. محققانی که پژوهش‌های کیفی یا ترکیبی انجام می‌دهند، باید به گزارش این معیارها در مقاله، پایان‌نامه یا طرح‌های پژوهشی خود توجه کنند. این **حق خوانندگان** است که هنگام استفاده از پژوهش، از اعتبار آن هم آگاه شوند تا با اطمینان بیشتری نتایج آن را به کار ببرند. برای مثال، **بازتاب‌پذیری محقق** باید مشخص باشد. بازتاب‌پذیری به این معناست که مخاطبان پژوهش حق دارند دربارهٔ پیشینه‌ای که محقق در گزارش درج کرده است، مطلع شوند. باید برای مخاطبان روشن شود که چگونه تجربه‌ها و ارزش‌های پژوهشگر در انجام و گزارش نهایی تحقیق اثر گذاشته است. به پژوهشگرانی که به انجام پژوهش‌های کیفی اقدام می‌کنند، پیشنهاد می‌شود که در ارائهٔ گزارش تحقیق خود، به این مسئله به‌طور جدی توجه کنند تا اعتبار پژوهش‌های کیفی در کشور افزایش یابد و مخاطبان بیشتری را جذب کند.

استناد: نظری، محسن (۱۴۰۰). سخن سردبیر: اعتبار پژوهش کیفی. مدیریت بازرگانی، ۱۳(۲)، ۳۰۴-۳۰۵.

مدیریت بازرگانی، ۱۴۰۰، دوره ۱۳، شماره ۲، صص. ۳۰۴-۳۰۵
© دانشکده مدیریت دانشگاه تهران