



پنجمین نسل ارزشیابی: ظرفیت سازی

مرور نقش های ارزشیابی در یادگیری سازمانی و مدیریت دانش

محمد حسن محقق معین

عضو هیات علمی مرکز آموزش عالی امام خمینی(ره) وزارت جهاد کشاورزی

mmoein@gmail.com

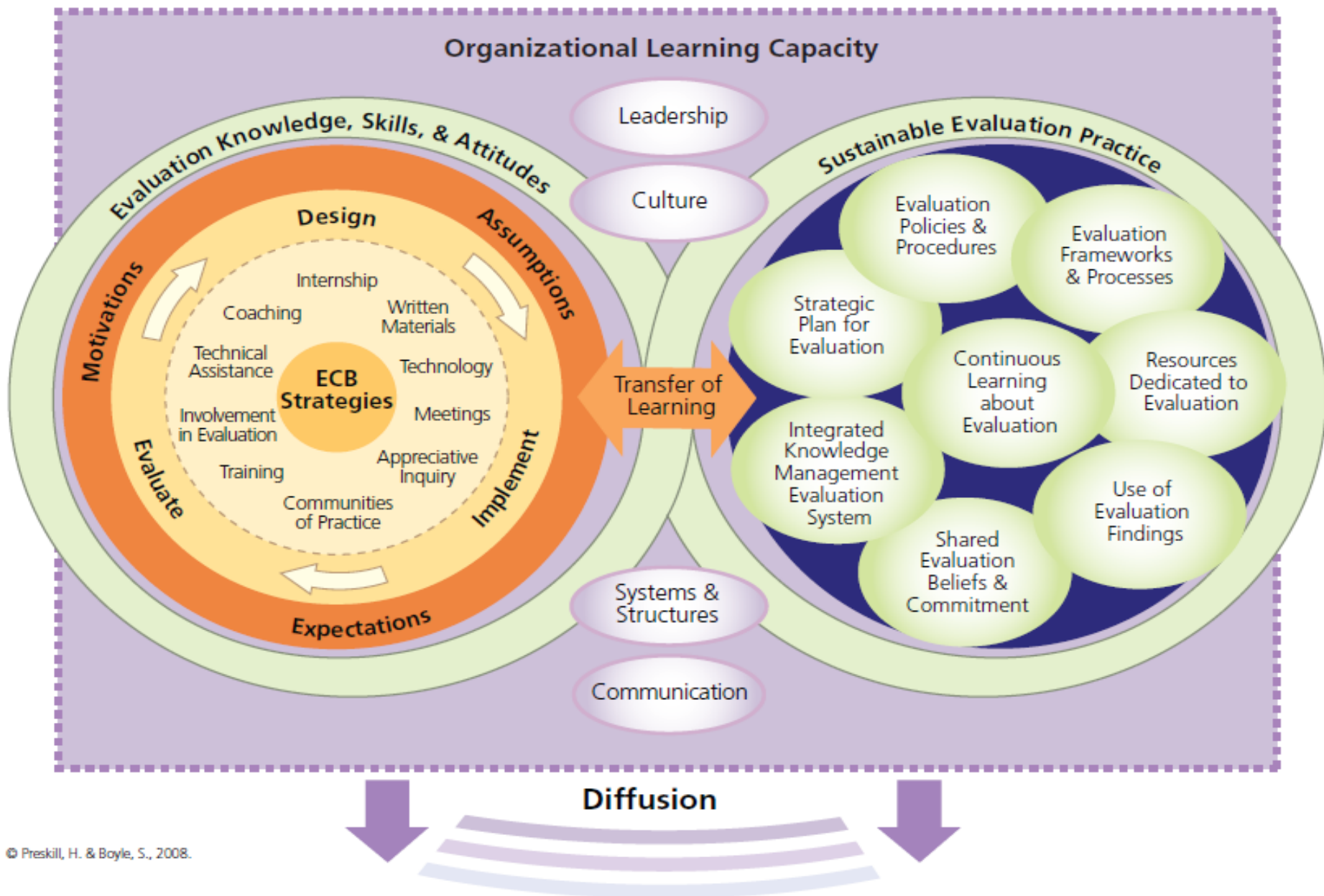
۰۹۱۲۳۸۵۵۳۷۲



چکیده پوستر مقاله

افراد و سازمانها می توانند از طریق ارزشیابی یاد گرفته و با افزایش توافق و اطمینان، رفتار شان را بهبود بخشند. در تبار شناسی ارزشیابی از چهار نسل ارزشیابی به ترتیب تحت عناوین: اندازه گیری (Measurement) توصیف (Description)، قضاوت (Judgment) و تفسیر (Interpretive) نام برده شده است. به نظر می رسد رشته و حرفه ارزشیابی شاهد تحول بعدی و تولد نسل پنجم ارزشیابی با عنوان ظرفیت سازی (Capacity Building) باشد. در پوستر این مقاله یک مدل معتبر ظرفیت سازی ارزشیابی (Evaluation Capacity Building) معرفی شده است. این مدل دارای سه جزء: ظرفیت ارزشیابی افراد (Members' Evaluation Capacity)، ظرفیت ارزشیابی سازمان (Organizational Learning Capacity) و تجربه ارزشیابی پایدار (Sustainable Evaluation Practice) است.

واژه های کلیدی: ظرفیت سازی ارزشیابی، نسل پنجم ارزشیابی، یادگیری، ظرفیت ارزشیابی افراد، تجربه ارزشیابی پایدار، ظرفیت ارزشیابی سازمان.



ظرفیت ارزشیابی افراد

پریسکیل و بویله پس از مرور مطالعات قبلی در این عرصه، ۳۶ هدف در سه حیطه شناختی، مهارتی - رفتاری و نگرشی - تحریکی به عنوان اهداف بالقوه مدل ظرفیت سازی ارزشیابی پیشنهادی اشان در نظر گرفته اند. این ۳۶ هدف راهبردی در ادامه معرفی شده است.

آگاهی ها:

۱. ارزشیابی در بردارنده فعالیت های هدفمند، برنامه ریزی شده و نظام مند است.
۲. مفاهیم و واژگان ارزشیابی
۳. نسبت میان تحقیق و ارزشیابی
۴. چگونه فرایند و یافته های ارزشیابی می تواند به تصمیم گیری کمک کند.
۵. نقاط قوت و ضعف رویکردهای مختلف ارزشیابی
۶. نقاط قوت و ضعف روش های متفاوت جمع آوری اطلاعات
۷. چگونگی استفاده از تجزیه تحلیل آماری در داده های کمی
۸. چگونگی تجزیه تحلیل محتوایی و موضوعی داده های کیفی
۹. چگونه سیاست می تواند فرایند ها و یافته های ارزشیابی را تحت تاثیر قرار دهد.
۱۰. اهمیت استفاده از روش ها و رویکردهای ارزشیابی درخور و پاسخگوی متناسب با فرهنگ
۱۱. تجربه ارزشیابی اخلاقی شامل چه چیزهایی است.
۱۲. ذی نفعان گوناگون ممکن است نظرات، تجربیات و چشم انداز های متفاوتی در باره مورد ارزشیابی داشته باشند.
۱۳. وابستگی میان اهداف کلی و عملیاتی، فعالیت ها و پیامدهای مورد انتظار برنامه
۱۴. هنگام استخدام ارزشیاب در جستجوی چه دانش، مهارت ها و تجاربی باشند.

مهارت ها(رفتارها):

۱. یک مدل منطقی(الگوی برنامه ریزی و ارزشیابی برنامه – ابواب) را بسط دهند.
۲. پرسش های کلیدی ارزشیابی را طرح نمایند.
۳. یک طرح ارزشیابی بنویسند.
۴. ابزارهای جمع آوری اطلاعات را طراحی کنند.
۵. روش های درخور و مرتبط جمع آوری اطلاعات را انتخاب کنند.
۶. اطلاعات روا و معتبر را جمع آوری کنند.
۷. اطلاعات کمی را تحلیل کند.
۸. اطلاعات کیفی را تحلیل کند.
۹. یافته ها را تفسیر و نتایج را ترسیم نماید.
۱۰. یک بودجه ارزشیابی را تدوین نماید.
۱۱. با استفاده از راهبردهای متنوع یافته ها و فرایندهای ارزشیابی را گزارش و بیان نماید.
۱۲. استانداردهای ارزشیابی برنامه را به کارزند.
۱۳. ارزشیابی را به دیگران آموزش دهد.
۱۴. یک برنامه راهبردی ارزشیابی تدوین کند.
۱۵. فرایند ارزشیابی را مدیریت کند.

محرك ها(نگرش ها):

۱. محصول ارزشیابی اطلاعات مفید است.
۲. ارزشیابی می تواند یک تجربه مفید باشد.

۳. ارزشیابی باید بخشی از فرایند طراحی برنامه باشد.
۴. ارزشیابی موجب موفقیت برنامه می شود.
۵. ارزشیابی بر ارزش های سازمان می افزاید.
۶. ارزشیابی بخش مهمی از کار ماست.
۷. ارزشیابی ارزش صرف وقت و پول را دارد.

ظرفیت ارزشیابی سازمان

این ظرفیت دقیقا مرتبط و مقید به زیر ساختارهای سازمانی شامل: فرهنگ، رهبری، ارتباطات، نظام ها و ساختارهای سازمان است.

فرهنگ

فرهنگ مجموعه ای از مفروضات ضمنی بنیادی مشترک گروهی از مردم در باره چگونه بودن دنیا و چگونه باید بودن آن است. چنین معنا و درک مشترکی، تعیین کننده آگاهی ها، تفکرات، احساسات و تا اندازه زیادی رفتار آشکار آنهاست. فرهنگ زیربنای همه زندگی سازمانی بوده و یادگیری و عملکرد افراد را تحت نفوذ قرار می دهد. بدون فرهنگی که مشوق یادگیری باشد به طرز معنی داری سودمندی های بررسی ارزشیابانه کاهش می یابد. یک فرهنگ مشوق یادگیری دو کارکرد اساسی در سازمان دارد. نخست دلگرم کردن افراد برای خطر پذیری بدون ترس از طریق نگهداری و حراست از موقعیت و مقام سازمانی آنها، و دوم توسط گسترش فضای اعتماد و جرات در سازمان. فرهنگ سازمانی حامی بررسی ارزشیابانه:

- آنچه برای افراد بهترین است را گرامی داشته و امید خلق می کند؛
- میان همکاران اعتماد آفرینی می کند؛
- مشوق دلیری است؛
- برای درس هایی که از خطاها گرفته می شود ارزش قائل است.

رهبری

در سازمان های یاد گیرنده رهبری در همه سطوح در درون ساختار سازمانی اتفاق می افتد. رهبری معلمان در کلاس، رهبری سرکارگرا در خط تولید کارخانه، رهبری در مجموعه های بیمارستانی و رهبری در ستاد یک وزارتخانه. اما بررسی ارزشیابانه و یادگیری سازمانی موفق نخواهد شد اگر رهبری اجرایی نامنوا بوده و یا با استقرار نظام ها و فرایندهای یادگیری خصومت ورزد. بارت (Barrett) خوشبینانه نوشته است "شاید مهمترین وظیفه هیات رئیسه ایجاد زمینه های فرهنگ یادگیری در سازمان باشد به نحوی که کارکنان کاوش کرده ، در حواشی تجربه نموده و ظرفیت هایشان را گسترش داده و نیازهای پنهان مشتریان را شناسایی کنند" (همان).

اما بسط و حفظ یک فرهنگ یادگیری مستلزم آن است که رهبران به نحو معنی داری چگونگی تعریف نقش هایشان را تغییر دهند و به همان اندازه چگونگی فعالیت هایشان را. رهبری سازمانی حامی بررسی ارزشیابانه از خصوصیات زیر برخوردار است:

- برای تنوع کارکنان ارزش قائل بوده و در جستجوی فهم تکثر گرایانه باشد؛
- فرایندهای پشتیبان یادگیری مستمر کارکنان را بسط داده و نگهداری کند؛
- اجرای نظام های ذخیره سازی یادگیری کارکنان را گسترش داده و حمایت کند و امکان دسترسی به این ذخایر را برای دیگران در سازمان فراهم نماید؛
- بیشتر به فکر خدمت به سازمان باشد تا جستجوی قدرت شخصی؛
- برای اطلاعات در داخل و خارج از سازمان ارزش قائل شود؛
- در باره یک چشم انداز یادگیری شفاف و سازگار با سازمان گفتگو و مراوده داشته باشد؛
- چشم انداز یادگیری سازمان را به اهداف و راهبردهای قابل دسترسی تبدیل نماید؛
- یادگیری مستمر را مدل سازی کرده و قهرمانانه از آن دفاع کند.

ارتباطات

بسیار مشکل است که به منظور تاسیس یک اجتماع یادگیرنده به چیزی زیربنایی تر از ارتباطات فکر کنیم. ارتباطات هر کاری که ما در سازمان انجام می دهیم را تحت تاثیر خود دارد. ارتباطات همانند یک نظام حمل و نقل شهری - که به وسیله آن از مکانی به مکان دیگر منتقل می شویم - اطلاعات شناختی و محرک را در درون و بیرون سازمان حمل کرده پیش و پس می برد. ارتباطات به ما کمک می کند تا با پایدار کردن روابط و وسیله ای بسازیم تا از شکاف ها و دوراهی های بلا تکلیفی عبور کنیم. در مقوله یادگیری سازمانی، ارتباطات، در اشکالی از اطلاعات ظاهر شده که اعضای سازمان را قادر به یادگیری از یکدیگر نموده و بزرگراهی را می گشاید که اعضای سازمان با عبور از آن ضمن تشریک مساعی در رسیدن به چشم انداز های جدید، درک متقابل می یابند. ارتباطات در درون سازمان ها در صورتی حامی بررسی ارزشیابانه است که:

- اطلاعات را برای یادگیری به کار ببرد و نه قدرت شخصی؛
- اطلاعات را به نحوی پخش کند که ذخیره ای از صداهای گوناگون ایجاد نماید؛
- اطلاعات را به عنوان وسیله ای برای اشتراک یادگیری میان همکاران به کار برد؛
- از فناوری برای مدیریت، پخش و ارتقای دسترسی به اطلاعات استفاده کند؛
- موانع ساختاری برقراری ارتباطات چهره به چهره را برطرف نماید.

ساختارها و نظام ها

نظام ها و ساختارهای یک سازمان واسطه قابلیت اعضای سازمان برای عمل متقابل، همکاری، و ارتباط با یکدیگر هستند. ساختارها و نظام های یکپارچه، محدودیت ها میان بخش ها و واحدها را از سر راه برداشته، رقابت های منفی را حذف نموده و فرصت هایی برای یادگیری و پخش آگاهی فراهم می آورند. در حالیکه ساختارهای سازمانی سنتی به نحو مکرری منجر به تکه تکه شدن وظایف کاری شده و تشریک مساعی قابل توجهی میان کارکنان برای فهم و تاثیر گذاری مثبت متقابل، نمی آفریند.

کارکنان جداگانه کارکرد داشته، نیاز یا توانایی ناچیزی به ارتباط بخشیدن به تلاش هایشان با دیگران در سازمان دارند. در نتیجه به اشتراک گذاری اطلاعات و بسط و جریان یافتن تفکر در میان سازمان محدود می شود.

در واکنش به محدودیت های ساختارهای کهنه و پاسخ به نیازهای سازمان های امروز امکان ارائه بهترین ساختار سازمانی برای همه سازمان ها وجود نداشته و معقول هم نیست. هنگامی که یک ساختار سازمانی را در چشم انداز سیستمی طراحی می کنیم باید آگاهانه به چگونگی اشتراک مساعی کارکنان و نهایتاً موفقیت های سازمانی توجه داشته باشیم. ساختارها و نظام های سازمانی تسهیل کننده بررسی ارزشیابانه از خصوصیات زیر بهره مند هستند:

- حمایت از همکاری، ارتباطات و تشریک مساعی میان اعضای سازمان و نیز میان واحدها و بخش های آن؛
- کمک به درک اعضای سازمان در خصوص چگونگی ارتباط نقش های سازمانی اشان و نیز ارتباط این نقش ها با رسالت سازمان؛
- برسمیت شناختن افراد و ظرفیت آنها برای یادگیری به عنوان بزرگترین منبع سازمان؛
- ارزش قائل شدن به کلیت انسانی کارکنان و حمایت همزمان از پیشرفت حرفه ای و شخصی کارکنان سازمان؛
- کاربرد نظام های انگیزشی قادر به تشخیص یادگیری و عملکرد های فردی و گروهی در سازمان

تجربه ارزشیابی پایدار

این جزء مدل بیانگر اهداف بلند مدت و بنیانی ظساست. اگر سازمان واقعا به ارزشیابی و نقشی که در آینده آن می تواند داشته باشد باور داشته باشد؛ تجربه ارزشیابی ضرورتاً پایدار می شود. این بدان معنی است که سازمان متعهد به درونی کردن فرایندها، نظام ها، خط مشی ها، و رویه های ارزشیابی ایی شده که خود تجدید کننده و بسط یابنده اند. تجربه ارزشیابی پایدار وابسته به توانایی اتخاذ نمودن رویکرد کل نگر، پیش گیری کننده و هوشمند به ارزشیابی است که در بر دارنده موارد ذیل است: (۱) رویه ها و خط مشی های ارزشیابی، (۲) فرایندها و چارچوب های ارزشیابی، (۳) منابع تخصیص یافته به ارزشیابی، (۴) استفاده از یافته های ارزشیابی، (۵) به اشتراک گذاشتن تعهد و باورهای ارزشیابی، (۶) نظام ارزشیابی مدیریت دانش یکپارچه، (۷) طرح راهبردی برای ارزشیابی، (۸) یادگیری مداوم در باره ارزشیابی، و (۹) ترویج تجربه ارزشیابی.

رویه ها و خط مشی های ارزشیابی

سیاست ها و رویه هایی که سازمان وضع می کند به منظور فراهم کردن ساختارها و وسائلی است که منجر به نهادی شدن ارزشیابی در سازمان می گردد. این قابلیت به شکل ایجاد یک واحد یا تیم ارزشیابی که مسئولیت ارزشیابی و ظرفیت سازی را عهده دارد و یا در نظر گرفتن نقش ها و مسئولیت های ارزشیابانه در طراحی شرح وظایف شغلی و نیز بسط فرایندهای درونی برای جاسازی ارزشیابی در تجارب روزانه اعضای سازمان جلوه گر می شود.

فرایندها و چارچوب های ارزشیابی

بسط چارچوب ها و رویه ها در پهنه سازمان به راهنمایی تجربه ارزشیابی کمک نموده ، باورها و انتظارات در باره رویکردها و روش های ارزشیابی که دارای بیشترین مناسبت با شرایط و زمینه های سازمان است را برای اجرای ارزشیابی، شفاف می کند. برخی سازمان ها به انتشار کتاب راهنما و نظام نامه ارزشیابی می پردازند. در این اسناد راهنما مراحل و رویه های عملی که اعضای سازمان هنگام طراحی و اجرای ارزشیابی باید دنبال کنند؛ تشریح شده است. به مرور چنین راهنماهایی برای تجربه ارزشیابی بیش از پیش کامل و جامع شده و استانداردهای رشته ارزشیابی برای ارتقای کیفیت تجربه ارزشیابی را پوشش داده اند. بنابراین چنین اسناد راهنمایی می توانند در درازمدت آثار مثبت در پایداری تجربه ارزشیابی در درون سازمان ها داشته باشند.

منابع تخصیص یافته به ارزشیابی

بدون شک فعالیت های کیفی ارزشیابی مستلزم انواعی از منابع مالی، انسانی و مادی است. برای مثال سازمان هایی که در آرزوی تجربه ارزشیابی پایدار هستند باید به ایجاد یک ردیف اعتباری برای ارزشیابی در بودجه های کلی و سالیانه خود اهتمام کنند. اگر چنین امکانی وجود ندارد سازمان ها باید در جستجوی تامین بودجه ارزشیابی از سایر منابع باشند. بودجه های ارزشیابی را می توان برای استخدام ارزشیابان حرفه ای، یا دیگران با تخصص ویژه، هزینه های سفر، پرداخت حق عضویت برای دریافت خدمات ارزشیابی برخط نظیر انواع پرسشنامه، حضور در دوره های آموزشی، یا خرید کتب و سایر مواد مرتبط با ارزشیابی هزینه کرد. تداوم فعالیت های ظسلا نیز باید در بودجه به حساب بیاید. علاوه بر منابع مالی، سازمان همچنین باید بر روی کارکنان با تخصص ارزشیابی سرمایه گذاری کند تا آنها بتوانند از فعالیت های مستمر ارزشیابی، پیشتیبانی کرده و کمک های فنی ارزشیابانه برای رفع نیازهای رو به تزاید

سایر کارکنان فراهم نمایند. کارکنان همچنین نیازمند زمان کافی و فرصت هایی برای درگیر شدن در فرایندها و فعالیت های ارزشیابی هستند. سومین منبع مهم برای پایدار کردن تجربه ارزشیابی، فناوری است. سازمان ها باید قادر به فراهم نمودن نرم افزارهای رایج سهل استفاده با فناوری مناسب برای طراحی و اجرای ارزشیابی هایشان باشند. چنین منابعی شامل رایانه ها، چاپگرها، و نرم افزارها (برای تولید اسناد، تحلیل اطلاعات، مرادده و گزارش یافته های ارزشیابی)، پایگاههای داده، ثبت کننده های الکترونیکی و دوربین ها و امثال اینها می باشد.

استفاده از یافته های ارزشیابی

توسعه گران متعدد رشته و حرفه ارزشیابی در نوشته های خود به "استفاده از یافته های ارزشیابی" به عنوان پیامد مهم تلاش های ظسما اشاره داشته اند. برای پایدار شدن تجربه ارزشیابی، اعضای سازمان نه تنها باید از یافته های ارزشیابی در تصمیم گیری و عمل استفاده کنند؛ بلکه باید کاربرد یافته هایشان را طی مراسمی به اطلاع دیگران برسانند. هرچقدر یافته های ارزشیابی برای بهبود برنامه ها و اخذ تصمیمات مهم به کار گرفته شود؛ ارزشیابی بیشتر در فرهنگ سازمان نفوذ خواهد کرد.

به اشتراک گذاشتن تعهد و باورهای ارزشیابی

برای اینکه تجربه ارزشیابی در سازمان پایدار شود، کارکنان باید به ارزش های آن باور داشته و به ارزشیابی به عنوان راهی که سازمان را در تحقق اهدافش کمک می کند متعهد شوند. به همان نحو که فرهنگ ارزشیابی در سازمان بسط می یابد، چنین باورهایی هنگامی که کارکنان در باره ارزشیابی صحبت می کنند؛ آشکار می شود. برای مثال در تمایل آنها برای پرسیدن انواع سئوالات ارزشیابانه، در علائقشان برای استفاده از اطلاعات در تصمیم گیری، و در تعهد کلی آنها به اجرای ارزشیابی های معنادار، به موقع و سودمند. دانشمندان توسعه گر حرفه و رشته ارزشیابی بر اهمیت پرورش دادن تقاضا برای ارزشیابی و تقویت یک فرهنگ ارزشیابی در خلال ارتباطات مشتاقانه و صبورانه تاکید نموده اند. حفظ مراددهات در باره اجرای فعالیت ها، فرایندها، ساختارها و نظام های ارزشیابی که کیفیت بالای تجربه ارزشیابی را پایدار کند، حیاتی است. با چنین اقداماتی سازمان ها برای مواجهه با چالش های روزمره زندگی سازمانی (گردش کارکنان، رقابت با رقبای، منابع محدود، الزامات خارجی) در موقعیت بهتری قرار گرفته و تلاش های ظسما بتدریج جای خود را در سازمان پیدا می کند.

نظام ارزشیابی مدیریت دانش یکپارچه

تجربه ارزشیابی پایدار از راه های زیادی به قابلیت سازمان در تولید، دریافت، ذخیره و پخش اطلاعات و اسناد مرتبط با ارزشیابی (برای مثال: فایل های داده، ابزارهای جمع آوری اطلاعات، گزارش های ارزشیابی) و به همان اندازه به رویه ها، فرایندها، و درس هایی که از تلاش های ارزشیابی می گیریم؛ وابسته است. دارا بودن نظامی که بتواند تضمین کننده: (الف) آنچه از یک ارزشیابی یاد گرفته ایم می تواند برای ارزشیابی های آینده سودمند باشد.، (ب) داده ها و یافته ها برای قضاوت درباره آثار تغییراتی که در نتیجه ارزشیابی ایجاد شده و نیز برنامه ریزی برنامه در آینده، در دسترس هستند.، (پ) تلاش های ارزشیابی مکمل یکدیگر بوده و ضرورتا تکراری نیستند. و (ت) منابع با بیشترین کارایی به کار گرفته می شوند. علاوه بر اینها نظام یکپارچه مدیریت دانش باید همراستایی نظام ارزشیابی و دیگر نظام های جمع آوری اطلاعات در سازمان را تضمین نماید (برای مثال: بازار یابی، کیفیت، منابع انسانی)

طرح راهبردی برای ارزشیابی

تجربه ارزشیابی پایدار زمانی ارتقا می یابد که چشم انداز شفافی در خصوص چرایی انجام ارزشیابی در زمان های مشخص وجود داشته باشد. یک طرح راهبردی ارزشیابی چگونگی، زمان، کسی که ارزشیابی می کند و میزانی که انواع برنامه ها، خدمات، فرایندها یا سیاست ها باید مورد ارزشیابی قرار گیرند را معین می کند. تصمیمات در باره زمان انجام ارزشیابی به عوامل گوناگونی بستگی دارد از جمله (الف) مدت زمانی که برنامه در دست اجراست.، (ب) یافته ها چگونه مورد استفاده قرار خواهد گرفت (چه نوعی از تصمیمات باید اتخاذ شوند). و (پ) چند وقت یکبار برنامه ارائه می شود. یک طرح راهبردی ارزشیابی به سازمان کمک می کند تا در ارزشیابی فرایندها و منابع پیشگیری کننده باشد.

یادگیری مداوم در باره ارزشیابی

چالش مزمن برای بسیاری از سازمان ها گردش کارکنان است. اگر نگاه به ظسا مقطعی بوده و فقط برای یکبار در دستور کار باشد، و آنهایی که ارزشیابی را فرا می گیرند در معرض ترک سازمان باشند؛ این چالش، بغرنج می شود. برای اینکه تجربه ارزشیابی پایدار شود؛ سازمان باید برای کارکنان فرصت های مستمری برای یادگیری از تجربه ارزشیابی و دریاره آن فراهم نماید. بنابراین ظسا در یک سطح فرهنگی (برای مثال از طریق ارتباطات رهبران، از طریق چشم

انداز ارزشیابی سازمان، از طریق یک برنامه راهبردی پویا برای ارزشیابی، و از طریق گفتگوی کارکنان در باره ارزشیابی)، در درون نظام های ارزیابی عملکرد و بهسازی حرفه ای و از درون ساختارها و نظام های سازمانی (کارها چگونه و توسط چه کسی انجام شود) نیاز به حمایت دارد. در مجموع چنین عناصری شرایطی مناسب برای تجربه ارزشیابی پایدار را ایجاد می کنند. به عنوان یک نظام این عناصر از درون به هم مرتبط بوده و همپوشانی هایی دارند. اگرچه، فردی ممکن است این بحث را پیش بکشد که فعالیت های ارزشیابی پایدار بدون یک تا چند مورد از عناصر یاد شده هم در سازمان اتفاق می افتد. ما در جواب می گوئیم بله ممکن است کارهای ارزشیابی چمدانی در سازمان بدون مجموع این عناصر امکانپذیر باشد اما نه تجربه ارزشیابی در سطح وسیع سازمانی. بنابراین هدف هر سازمانی آرزوی چنین سطحی از ظرفیت ارزشیابی است. دیدن ارزشیابی به عنوان یک سفر، سفری که هم کارکنان یاد می گیرند و هم سازمان تبدیل به یک سازمان یادگیرنده می شود.

ترویج تجربه ارزشیابی

اهداف ظسا نباید پشت درهای سازمان متوقف گردد. به جای آن باید بکوشیم تا تلاش های ظسا منجر به خلق "همه گیری اجتماعی ارزشیابی" (Social Epidemic of Evaluation) گردد (پریسکیل ۲۰۰۸). هنگامی پخش یادگیری های حاصل از ارزشیابی امکان پذیر است که همگامان تلاش های ظسا در سازمان اطلاعاتشان را با دیگران در بیرون از سازمان به اشتراک بگذارند. بدین ترتیب تفکر و تجربه ارزشیابانه در معرض دید همگان قرار می گیرد. ترویج تفکر و تجربه ارزشیابانه از طریق ارائه نتایج ارزشیابی در جمع مدیران سازمان و یا در جمع دیگر حرفه ای ها در کنفرانس ها و یا در اجتماعات غیر رسمی با همکاری از دیگر سازمان ها رخ می دهد. متأسفانه در مرور ادبیات ارزشیابی مدارک زیادی که حاکی از چنین فعالیت هایی باشد، دیده نمی شود. انتشار تجارب فعالیت های ارزشیابانه از طریق وب سایت ها و نیز میلینگ لیست های اینترنتی از دیگر شیوه های ترویج ارزشیابی است. میلینگ لیست اینترنتی انجمن ارزشیابی امریکا یکی از بهترین مثال های ممکن در این زمینه است. تجارب نه چندان گسترده ترویج ارزشیابی نشان می دهد که یادگیری از ارزشیابی و در باره ارزشیابی می تواند مرزهای سازمان را درنوردیده و آثار و دست آوردهای مثبت غیر قابل انتظاری به دنبال داشته باشد. نویسنده بیشترین اطلاعات ارزشیابانه خود را از این راه به دست آورده است.

نتیجه گیری

نویسنده مقاله در کتاب تالیفی ارزشیابی توانمند ساز به نقل از بزرگ پژوهشگران ارزشیابی در تبار شناسی ارزشیابی از چهار نسل ارزشیابی به ترتیب تحت عناوین: اندازه گیری (Measurement) توصیف (Description)، قضاوت (Judgment) و تفسیر (Interpretive) نام برده است (محقق معین، ۱۳۸۳). لذا در اینجا می تواند با پریسکیل و همکارش در باور ضمنی آنها در خصوص تحول ارزشیابی به نسل پنجم همدلی کند. این دو بر این باورند که ظرفیت سازی ارزشیابی بیانگر تحول بعدی در حرفه ارزشیابی بوده و بالقوه امکان تغییر شکل رشته را دارد. (پریسکیل و بویله، ۲۰۰۸).

به همان نحو که افراد بیشتری در باره ارزش ارزشیابی یاد می گیرند، مفید بودن یافته ها و آنچه تشکیل دهنده تجربه حرفه ارزشیابی است و رشته ارزشیابی احتمالاً در موقعیت قوی تری برای نفوذ در توسعه سازمان های انسانی و کارا و به همان اندازه جامعه بهداشتی تر و عادلانه تر قرار خواهد گرفت. برای تحول ارزشیابی و شکل گیری نسل جدید آن (نسل پنجم) تلاش های ظرفیت سازی ارزشیابی باید هدفمند، نظام مند و پایدار باشد.

در این مقاله تلاش نویسنده ارائه اطلاعاتی مرتبط در سه زمینه **یادگیری، سازمان و ارزشیابی** بوده است. خوشبختانه مدل ظرفیت سازی ارزشیابی پریسکیل و بویله بیشترین کمک را در تبیین تفکر نویسنده نمود. این دو دانشمند توسعه گر ارزشیابی، مدل ظرفیت سازی ارزشیابی را بر سه پایه یادگیری، ارزشیابی و تغییر در درون یک چهارچوب واحد برای برنامه ریزی، اجرا و مطالعه فعالیت های ظرفیت سازی ارزشیابی استوار و ترسیم کرده اند. مدل ظرفیت سازی ارزشیابی بر پایه دو هدف زیر بنایی بسط داده شده است: (الف) برای فراهم کردن مجموعه ای از راهنمایی ها برای طراحی و اجرای تلاش های ظسما در راهی که امکان تحقق پیامدهای مطلوب وجود داشته باشد و (ب) برای پیشنهاد یک چهارچوب و مجموعه ای از متغیر های قابل مطالعه توسط طیف گسترده ای از طراحی ها و روش ها.

برخی از منابع و مآخذ مقاله

محقق معین، محمدحسن، ارزشیابی توانمندساز، انتشارات موسسه بین المللی توسعه مفاهیم مدنی، تهران، ۱۳۸۳.

محقق معین، محمدحسن، الگوی آموزشی جهاد سازندگی، مجموعه مقالات اولین همایش علمی آموزش کشاورزی کشور منتشر شده توسط انجمن علمی ترویج و آموزش کشاورزی، تهران، ۱۳۸۵.

محقق معین، محمدحسن، الگوی شناخت فرهنگ، مدیریت و روحیه جهادی، مجموعه مقالات اولین همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی منتشر شده توسط مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی وزارت جهاد کشاورزی، تهران، ۱۳۸۶.

محقق معین، محمدحسن، یادگیری سازمانی با استفاده از الگوی ارزشیابی توانمند ساز، گامی به سوی سازمان یاد گیرنده، مجموعه مقالات نخستین کنفرانس توانمندسازی منابع انسانی، تهران، ۱۳۸۶. چکیده مقاله در نشانی ذیل قابل دسترسی است:

<http://www.moein.net/viewblog.asp?bid=249>

Preskill, H. and Torres, R. ,Building capacity for organizational learning through evaluative inquiry. Evaluation: The International Journal of Theory, Research and Practice, (1999), 5(1), PP: 42-60.

Preskill, Hallie, , Letter of Invitation to Submit for American Evaluation Association annual conference, 2007, USA.

Preskill, Hallie and Boyle, Shanelle, A Multidisciplinary Model of Evaluation Capacity Building, American Journal of Evaluation, 2008, Volume 29 Number 4, PP: 443-459

Preskill, H., Evaluation's second act: A spotlight on learning. American Journal of Evaluation, (2008), 29(2), PP: 127-138

Rogers, Patricia J & Williams, Bob EVALUATION FOR PRACTICE IMPROVEMENT AND ORGANIZATIONAL LEARNING, Handbook of evaluation: policies, programs and practices, , 2006, SAGE, USA.

قدردانی

تولید دانش امری فردی و اتفاقی نیست و حاصل ایستادن افراد آماده بر دوش بزرگان اندیشه است. نویسنده خود را مرهون همه استادان خویش دانسته و قدردان زحمات همه آنان است. در نوشتن این مقاله به ویژه از اندیشه ها و الطاف خاص - ارسال یادداشت منتشر نشده و اسناد مطالعاتی خارج از دسترس نویسنده - سه بانوی دانشمند: خانم ها: هالیه پریسکیل (Hallie Preskill) از ایالات متحده امریکا، پاتریشیا جی راجرز (Rogers Patricia J) از استرالیا و ای جین دیویدسون (E. Jane Davidson) از زلاند نو شدم و بدینوسیله از آنان تشکر می کنم.