

## الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۲/۱۰

تاریخ پذیرش و انتشار: ۱۳۹۴/۱۱/۱۴

محمد عسگری<sup>۱</sup>

### معرفی الگو، ارائه‌دهندگان و مدافعان

در الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده<sup>۲</sup>، تأکید عمده بر کسب اطلاعات درباره برنامه‌های درسی و سایر فرآورده‌های آموزشی از منظر کلیه مصرف‌کنندگانی است که آنها را مورد استفاده قرار می‌دهند (سیف، ۱۳۸۳؛ ملکی، ۱۳۸۸). این الگو با تأکید بر آسایش مصرف‌کننده به عنوان تأیید کننده اولیه برنامه درسی، در فرآیند ارزشیابی نیز بر رضایت و آسایش مصرف‌کننده توجه ویژه مبذول می‌نماید (استافل‌بیم<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳؛ ترجمه یادگارزاده، بهرامی و پرند، ۱۳۸۶). هدف ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده، قضاوت در خصوص ارزش و شایستگی نسبی محصولات، خدمات و برنامه‌های منتخب و در نتیجه کمک به پرداخت‌کنندگان مالیات و افراد ذی‌نفع است که می‌خواهند از آنها استفاده کنند (روایی<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳). الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده به برنامه درسی به شکل جامع و بر حسب کیفیت، هزینه‌ها و کارآمدی نیازهای بررسی شده افراد ذی‌نفع نگرسته و به صورت مقایسه‌ای نگاهی مستدل به برنامه‌های درسی بدیل دارد. در اینجا ارزشیابان خود موضوع ارزشیابی هستند، آنچه که اسکریون<sup>۵</sup> «فرا ارزشیابی<sup>۶</sup>» نامیده است (استافل‌بیم، ۲۰۰۱). ارزشیاب باید به تولیدکنندگان محصولات آموزشی و برنامه درسی کمک کند تا محصولات آموزشی و خدماتی با کیفیت بالا به مشتریان (دانش‌آموزان، والدین، معلمان و پرداخت‌کنندگان مالیات) ارائه دهند. مهم‌تر اینکه ارزشیابی باید به مشتریان کمک کند تا ارزش، اهمیت، امتیازات و برتری‌های برنامه‌های درسی، آموزشی، خدمات و به طور کلی محصولات آموزشی را تشخیص دهند. رسالت اساسی این الگو مثل الگوهای دیگر، قضاوت ارزشی درباره کیفیت یک برنامه، محصول، یا سیاست به منظور تعیین ارزش، شایستگی یا اهمیت آن است (فتیزپاتریک، ساندوز و ورتن<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲). اما در این الگو، قضاوت ارزشی با در نظر داشتن میزان رضایت و مطلوبیت برنامه درسی برای مصرف‌کنندگان برنامه حاصل می‌شود و ارزشیاب خود را پاسخگوی نیازها و تقاضاهای آنان می‌داند. الگوهایی که در این رویکرد قرار می‌گیرند بیشتر به مسئولیت خویش در قبال مصرف‌کنندگان فرآورده‌های درسی و آموزشی توجه داشته‌اند (سپهوند و خاقانی زاده، ۱۳۹۲).

مؤسسات و افراد مستقلی که قبول مسئولیت کرده‌اند تا درباره‌های فرآورده‌های درسی و آموزشی (بسته‌های برنامه درسی<sup>۸</sup>، کارگاه‌های آموزشی<sup>۹</sup>، رسانه‌های آموزشی<sup>۱۰</sup>، مواد آموزشی و ...) اطلاعات جمع‌آوری نمایند یا دیگران را در این کار یاری دهند، الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده را ترویج داده‌اند (ورتن و سندرز<sup>۱۱</sup>، ۱۹۸۷ به نقل سیف، ۱۳۸۳)؛ بنابراین، الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده عمدتاً برای کمک به مصرف‌کنندگان در انتخاب بهترین محصولات آموزشی و برنامه‌های

drmasgari423@gmail.com

2. consumer-oriented approach

3. Stufflebeam

4. Rovai

5. Scriven

6. Meta-evaluation

7. Fitzpatrick, Sanders & Worthen

8. curriculum packages

9. workshops

10. instructional media

11. Sanders & Worthen

۱. دانشیار گروه روانشناسی دانشگاه ملایر



درسی موجود در بازار فراهم آمده‌اند. به طور خلاصه می‌توان گفت که ارزشیابی در الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده عبارت است از تعیین میزان ارزش، اهمیت، مطلوبیت و شایستگی یک برنامه درسی یا محصول آموزشی (فتیزپاتریک و همکاران، ۲۰۱۲؛ ۲۰۰۴) با عنایت به خواسته‌ها، نیازها و تقاضاهای مصرف‌کنندگان آن برنامه‌ها.

### سیر تحول تاریخی الگو

اسکریون (۱۹۶۷) پیشگام کاربرد الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده در ارزشیابی برنامه درسی است. فعالیت‌های او با تلاش‌های رالف نادر<sup>۱</sup> و اتحادیه حمایت از مصرف‌کنندگان دنبال شد و به تدریج زمینه ظهور الگوی مصرف‌کننده محور فراهم شد. براساس دیدگاه اسکریون، هدف اساسی یک ارزشیابی سالم قضاوت در خصوص شایستگی برنامه درسی، ارزش مقایسه‌ای و ارزش کلی آن است. او با اشاره به اهمیت ارزشیابی تکوینی و پایانی برنامه درسی، ارزشیابی را به گونه‌ای مجاز می‌داند که بتواند در جستجوهای اولیه برای رقبای مهم و کاوش‌های مرتبط با تصریح هدف‌ها و بهبود کارکردهای برنامه به صورت واگرا عمل کند؛ با این وجود، اسکریون تأکید می‌کند که ارزشیابی سرانجام باید در قالب قضاوت‌های پایانی در خصوص ارزش و شایستگی برنامه به شکلی همگرا تفسیر و گزارش شود. او ارزشیابی را به عنوان یک موضوع بین رشته‌ای در نظر گرفته و معتقد است که فارغ از موضوع ارزشیابی، همه اشکال آن در تمامی حوزه‌ها و رشته‌ها ضمن برخورداری از کیفیت‌ها و ویژگی‌های خاص باید مبتنی بر یک منطق، مبانی نظری و تجربی و روش‌شناسی روشن اجرا شوند (اسکریون، ۱۹۹۱؛ ۱۹۹۴). همچنین، گلاس<sup>۲</sup> (۱۹۷۵) نیز نقش مهمی در حمایت و توسعه این الگو ایفا کرده است. یکی دیگر از شخصیت‌های حامی الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده، کوموسکی<sup>۳</sup> است (سیف، ۱۳۸۳). به هر حال، این الگو در اوان پیدایش، یعنی اواسط تا اواخر دهه ۱۹۶۰ عمدتاً به هدف ارزشیابی محصولات جدید آموزشی موجود در بازار اهمیت پیدا کرد؛ اما امروزه به طور گسترده‌ای برای ارزشیابی انواع مختلف برنامه‌های درسی و فرآورده‌های آموزشی دیگر و مقایسه آنها با یکدیگر نیز قابل کاربست است (فتیزپاتریک و همکاران، ۲۰۱۲).

### مبانی و مفروضه‌های اساسی

الگوی مصرف‌کننده محور را می‌توان با واژگان کلیدی خاص خود مانند ارزش‌های اجتماعی، نیازهای مشتریان، هزینه‌ها و معیار مطلوبیت در حوزه ارزشیابی از میان دیگر الگوهای ارزشیابی متمایز ساخت. این الگو دامنه گسترده‌ای از فعالیت‌ها را مورد ارزشیابی قرار می‌دهد. مهم‌ترین آنها عبارتند از تشریح برنامه، بافت و پیشینه، مراجعین، مشتریان، منابع، کارکردها، نظام‌های نقل و انتقال، ارزش‌ها، استانداردها، فرآیندها، برون داده‌ها، هزینه‌ها، رقبای مهم، تعمیم‌پذیری، معنی‌داری آماری، گزارش‌ها و فرا ارزشیابی. فرآیند ارزشیابی با تمرکز بر گستره‌ای از موضوعات، از طریق جمع‌آوری مداوم اطلاعات درباره همه آنها صورت می‌گیرد که سرانجام به قضاوت فشرده در خصوص ارزش و شایستگی کلی برنامه درسی می‌انجامد. پرسش‌های ارزشیاب در مطالعات مبتنی بر مصرف‌کننده، از جامعه، مؤلفه‌های تشکیل دهنده برنامه و به ویژه از چارچوب منابع ارزشیابی به دست می‌آید؛ اما دغدغه اساسی این الگو و مهم‌ترین مفروضه آن نیازهای مصرف‌کنندگان برنامه درسی است؛ بنابراین همواره در صدد آن است تا به این پرسش اساسی پاسخ دهد که برنامه درسی عرضه شده به چه میزان با نیازهای همه اعضای مصرف‌کننده برنامه درسی و ارزش‌های جامعه در مقیاس وسیع هماهنگی داشته است و یا از میان چندین برنامه مختلف، کدام یک از چنین قابلیت‌هایی برخوردار بوده است (استافل بیم، ۲۰۰۱).

1. Ralph Nader  
2. Glass  
3. Chomsky



الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده به روش‌هایی مانند نیازسنجی، ارزشیابی هدف آزاد، طرح‌های آزمایشی و شبه آزمایشی، تحلیل‌های ماداس و اپرندی، به کار بردن قواعد رفتار اخلاقی و تحلیل هزینه - فایده متکی است (اسکریون، ۱۹۷۴). برای حمایت بیرونی و مستقل مصرف‌کننده عمدتاً تلاش می‌شود تا فرایند و گزارش یافته‌هایی از مطالعه در اختیار او قرار داده شود که به صورت کلی برنامه را توصیف می‌نماید. روش عمده گردآوری داده‌ها در این الگو چک لیست است که با استفاده از آن بتوان به طور دقیق تمامی جنبه‌های کلیدی برنامه مورد ارزشیابی را مورد اندازه‌گیری قرار داد. یکی از ابزارهای پرکاربرد «چک لیست کلیدی ارزشیابی»<sup>۱</sup> است که توسط اسکریون (۱۹۹۱) تدوین شده است. اعمال اصلی در این الگو، نمره دهی، جمع‌آوری، رتبه‌بندی، تخصیص‌دهی و ارائه ساختار نهایی است (اسکریون، ۱۹۹۴). مطالعه مبتنی بر مصرف‌کننده برای بدست آوردن اطلاعات مورد نیاز خود از یک طرف نیازمند استفاده از متخصصین معتبر و باصلاحیت و از طرف دیگر تدارک منابع مالی کافی برای اجرای یک مطالعه جامع و کامل است. در این الگو بر استفاده از ارزشیابی تکوینی به این منظور تأکید می‌شود که در ارزشیابی پایانی برنامه درسی، ارزشیابان بیرونی مصرف‌کننده محور اغلب در دسترسی به اطلاعات مهم که کارکنان برنامه جمع‌آوری کرده‌اند، مستقل عمل نکنند. با فقدان این اطلاعات، ارزشیاب با مشکلات زیادی برای بدست آوردن داده‌های کافی جهت انجام ارزشیابی پایانی کامل و قابل دفاع مواجه خواهد بود (استافل بیم، ۲۰۰۱). به باور استافل بیم یک ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده برای اینکه بطور کامل انجام شود، به متخصصی دقیق و لایق با منابع کافی نیاز دارد (هوغان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷).

### گستره کاربرد الگو

یکی از خدمات مهم اسکریون (۱۹۷۴؛ ۱۹۶۷) تمایز گذاری او بین ارزشیابی تکوینی و ارزشیابی پایانی است. ارزشیابی تکوینی در حین اجرای برنامه و زمانی به کار می‌رود که هنوز امکان اصلاح مشکلات و رفع نواقص موجود است؛ اما ارزشیابی پایانی در پایان اجرای برنامه و به طور سنتی به منظور تعیین میزان تحقق هدف‌های از پیش تعیین شده مورد استفاده قرار می‌گیرد. در الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده از هر دو شکل ارزشیابی تکوینی و پایانی استفاده می‌شود، اما کاربست آن بیشتر در حوزه ارزشیابی پایانی است. بر خلاف الگوهای ارزشیابی سنتی، تأکید عمده آن بر تعیین میزان موفقیت برنامه درسی در برآورده ساختن نیازها و تقاضاهای مصرف‌کنندگان برنامه است. با این وجود میزان تحقق هدف‌های از پیش تعیین شده نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. ارزشیابی از برنامه درسی و فرآورده‌های آموزشی در این الگو با اتکای به مجموعه‌ای از شواهد به شرح زیر صورت می‌پذیرد: (۱) شواهد حاکی از تحقق یافتن هدف‌های مهم آموزشی؛ (۲) شواهد حاکی از تحقق یافتن هدف‌های مهم غیر آموزشی (مانند هدف‌های اجتماعی)؛ (۳) نتایج حاصل از پی‌گیری؛ (۴) آثار جانبی پیش بینی نشده، مانند تاثیر بر معلم، همکاران معلم، سایر دانش آموزان، مدیران، والدین، مدرسه، مالیات دهنده و سایر آثار جانبی مثبت یا منفی؛ (۵) دامنه استفاده (یعنی برای چه کسانی مفید است)؛ (۶) ملاحظاتی اخلاقی (استفاده نابجا از تنبیه یا محتوای بحث انگیز)؛ و (۷) هزینه‌ها (سیف، ۱۳۸۳). فهرست واری‌های توصیه شده توسط اسکریون (۱۹۷۴) می‌تواند راهنمای عملی مناسبی برای ارزشیابی مبتنی بر الگوی مصرف‌کننده محور باشد. این فهرست واری‌های مشتمل بر موارد زیر است:

۱. نیاز<sup>۳</sup>: تعداد تاثیرات، معنی‌داری اجتماعی، اثرات چندگانه، شواهد موید نیاز. تعیین اینکه فرآورده به سلامت و بقای سیستم کمک می‌کند.

۲. بازار<sup>۴</sup>: انتشار طرح، اندازه و اهمیت آن برای بازار بالقوه برنامه درسی یا هر نوع دیگر از فرآورده‌های آموزشی

1. Key Evaluation Checklist(KEC)
2. Hogan
3. need
4. market



۳. عملکرد در اجراهای آزمایشی<sup>۱</sup>: شواهد مربوط به اثربخش بودن فرآورده یا برنامه نهایی با استفاده کنندگان، اهداف و تنظیمات نوعی در شرایط معمولی.
  ۴. عملکرد - مصرف‌کننده حقیقی<sup>۲</sup>: مناسب بودن فرآورده برای همه کسانی که تهیه شده است و احتمالاً به وسیله آنها مصرف خواهد شد (یعنی مصرف‌کنندگان حقیقی‌مانند معلمان، مدیران، و دانش‌آموزان).
  ۵. عملکرد-مقایسه انتقادی<sup>۳</sup>: مقایسه داده‌های حاصل از عملکرد فرآورده در مقایسه با داده‌های حاصل از عملکرد فرآورده‌های رقیب آن.
  ۶. عملکرد-دردراز مدت<sup>۴</sup>: اطلاعات مربوط به عملکرد در مدتی فراتر از زمان اجرای آزمایشی فرآورده، مثلاً یک هفته تا یک ماه، یک ماه تا یک سال، یک سال تا بیشتر از یک سال بعد از استفاده فرآورده‌آموزشی.
  ۷. عملکرد-آثار جانبی<sup>۵</sup>: نتایج بجز نتایج مربوط به هدف‌های اولیه؛ یعنی نتایجی که با استفاده از ارزشیابی هدف آزاد، بلافاصله بعد و یا در حین استفاده طولانی مدت از فرآورده به دست آمده‌اند.
  ۸. عملکرد-فرآیند<sup>۶</sup>: شواهد موید اینکه فرآیندهای آموزشی با ادعاهای درباره فرآورده‌پیشنهاد شده مطابقت دارد.
  ۹. عملکرد-علیت<sup>۷</sup>: شواهد حاکی از اثربخشی فرآورده که از طریق مطالعات آزمایشی، نیمه آزمایشی و یا همبستگی به دست آمده‌اند.
  ۱۰. عملکرد - معنی‌داری آماری<sup>۸</sup>: شواهد آماری حاصل از معنی‌داری اثربخشی فرآورده حاصل شده باشند.
  ۱۱. عملکرد - معنی‌داری آموزشی<sup>۹</sup>: معنی‌داری آموزشی از طریق داوران مستقل و متخصص و قضاوت‌های حاصل از تحلیل سوالات و نمرات خام آزمون‌ها و نیز آثار جانبی، آثار دراز مدت و دست آورده‌های تطبیقی و استفاده درست تربیتی حاصل می‌شود.
  ۱۲. هزینه‌ها و تأثیر هزینه‌ها<sup>۱۰</sup>: تحلیلی مقایسه‌ای از هزینه‌های برنامه، مثل قضاوت متخصصان، محاسبه هزینه‌ها و مقایسه آن با هزینه‌های برنامه‌های رقیب.
  ۱۳. حمایت‌های دیگر<sup>۱۱</sup>: ادامه نظارت بر فرآورده یا برنامه درسی و پیوسته تجدید نظر و ویرایش آن (فیتزپاتریک و همکاران، ۲۰۱۲).
- درالگوی مبتنی بر مصرف‌کننده، ارزشیاب تصمیم‌گیرنده‌ی اصلی است؛ زیرا افراد مهم دیگر و طرفدارانی که ارزشیاب را به خدمت بگیرند، وجود ندارد (فیتزپاتریک و همکاران، ۲۰۱۲).

### نمونه‌ها و مثال‌های برنامه درسی

الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده یا ارزشیابی فرآورده‌ها، می‌تواند توسط سازمان‌ها و صنایع برای ارزشیابی محصولات و فرآورده‌های آنها در مراحل مختلف مورد استفاده قرار گیرد. از ارزشیابی‌های مبتنی بر مصرف‌کننده می‌توان برای مقاصد و اهداف تکوینی به منظور اصلاح و تجدید نظر در محصولات و فرآورده‌های تولیدی نیز استفاده کرد. شرکت آمازون از فرایند مشابهی

1. performance-true field trials
2. Performance-true consumer
3. performance-critical comparisons
4. performance-long-term
5. performance-side effects
6. performance-process
7. performance- causation
8. performance- statistical significance
9. performance- educational significance
10. cast-effectiveness
11. extended support

برای اصلاح و تجدید نظر در کتاب‌های الکترونیکی خود استفاده کرده‌است. اگر اسکریون بر ارزشیابی‌های تراکمی در تصمیم‌گیری توسط مصرف‌کنندگان تأکید دارد، مارل معتقد است که اغلب ارزشیابی‌های محصول در صنعت ماهیتی تکوینی دارند. ارزشیابان از طریقه چرخه تولید و طراحی درونی و فرآیند تولید تا بازار فروش و استفاده از محصولات را بررسی و ارزیابی می‌کنند. ذی‌نفعان ارزشیابی نه تنها شامل مدیران، سازمان‌ها و مصرف‌کنندگان آن محصول‌اند، بلکه سایر افرادی درگیر فرآیند تولید فرآورده را نیز دربرمی‌گیرد. الگوی ارزشیابی مبتنی بر مصرف‌کننده به طور گسترده توسط آژانس‌های دولتی و مصرف‌کنندگان مستقل مدافع آن برای دستیابی به اطلاعات به منظور قضاوت درباره‌ی اثربخشی برنامه درسی مورد استفاده قرار گرفته است (هوغان، ۲۰۰۷).

یکی از شناخته‌ترین نمونه‌های کاربردی الگوی مصرف‌کننده محور در ارزشیابی برنامه درسی توسط موسسه تهاتری در سال ۲۰۰۲ توسط گروه موسسه علوم آموزشی تعلیم و تربیت امریکا است. این مجموعه، فعالیت سازمان‌های مصرف‌کننده فرآورده‌های آموزشی را آزمون و اطلاعاتی برای مصرف‌کنندگان در باره اثر بخشی محصولات متنوع آموزشی فراهم آورده است (فیتزپتریکوهمکاران، ۲۰۱۲).

### نقد الگو

هدف الگوی مصرف‌کننده، کمک به مصرف‌کنندگان فرآورده‌های آموزشی و برنامه‌های درسی یعنی معلمان، سیاستگذاران تربیتی و سایر کارگزارانی است که نیاز دارند تا هدایت شوند که کدامیک از فرآورده‌ها و محصولات آموزشی و درسی را انتخاب کنند که دارای مزایا و امتیازات بیشتری باشند. یکی از مزایای رویکرد مبتنی بر مصرف‌کننده پرجنب‌وجوش بودن، سنجش مستقل برای حمایت از مصرف‌کننده در مقابل برنامه‌ها، خدمات و محصولات فاقد کیفیت و هدایت آنها به حمایت و استفاده از مشارکتشان است که به بهترین شکل، هزینه اثربخشی نیازهایشان را تأمین می‌کند. این رویکرد تأکید بر سنجش عینی/مستقل دارد و تلاش می‌کند تصویری جامع از ارزش و شایستگی محصولات معتبر را با کمک مشتریان ارائه دهد. چک لیست کلید ارزشیابی اسکریون (۱۹۹۱) و فرهنگ معنایی ارزشیابی او در این زمینه بسیار مفید می‌باشد. الگوی مبتنی بر مصرف‌کننده، برای ارزشیابی تکوینی، به مجریان برنامه کمک می‌کند تا اطمینان پیدا کنند که برنامه آنان به چه میزان موفق خواهد بود. به طور خلاصه، فارغ بودن از سوگیری، دقت فنی، شواهد مربوط به اثربخش بودن و مورد نیاز بودن، تأکید بر اطلاعات مورد نیاز مصرف‌کننده، تأثیرگذاری بر تولیدکنندگان فرآورده‌ها، توجه به اثربخشی هزینه و قابلیت استفاده، موجود بودن فهرست‌های واری‌سی از نقاط مثبت این الگو است. هزینه زیاد، امکان واپس زدن خلاقیت و نوآوری و عدم قابلیت واری‌سی مجدد از معایب این الگو است (سیف، ۱۳۸۳).

### منابع

استافل بیبم، دانیل. ال. (۲۰۰۳). درآمدی بر الگوهای ارزشیابی. (ترجمه غلامرضا یادگارزاده، آرش بهرامی و کورش پرنده، ۱۳۸۶).

تهران: یادواره کتاب

سیف، علی‌اکبر. (۱۳۸۳). اندازه‌گیری، سنجش و ارزشیابی آموزشی. ویرایش سوم. تهران: نشر دوران.

ملکی، حسن. (۱۳۸۸). الگوهای ارزشیابی. مجله دانشکده پیراپزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، ۲(۷)، ۳۰-۳۷.



- Fitzpatrick, J; sanders, J. worthen, B. (2004). *Program evaluation: Alternative approaches and practical guidelines*. Boston: Allyn Bacon press.
- Fitzpatrick, J; sanders, J. worthen, B. (20۱۲). *Program evaluation: Alternative approaches and practical guidelines*. Pearson Education, Inc.
- Hogan, R. L. (2007). The historical development of program evaluation: Exploring the past present. *Online Journal of Workforce Education and Development*, 2(4), 1-14.
- Rovai, A. P. (2003). A practical framework for evaluating online distance education programs. *Internet and Higher Education*, 6, 109–124.
- Stufflebeam, D. L. (2004). A note on the purposes, development, and applicability of the Joint Committee Evaluation Standards. *American Journal of Evaluation*, 25(1), 99-102.
- Stufflebeam, D. L. (2001). *Evaluation models: New directions for evaluation*. No.89. Jossey-Bass. A Publishing Unit of John Wiley & sons. Inc.
- Scriven, M. (1974). Evaluation perspectives and procedures. In W. J. Popham (ed), *Evaluation in education: Current applications*. Berkeley, CA: McCutchan.
- Scriven, M. (1991). *Evaluation thesaurus*. Newbury Park, CA: Sage.
- Scriven, M. (1994). Evaluation as a discipline. *Studies in Educational Evaluation*, 20(1), 147-66.