



به نام خدا

شیوه‌نامه تعیین پژوهش‌های قابل ترجمان و انتقال نتایج به مخاطبان غیردانشگاهی

عنوان: راهنمای انتخاب و انتقال نتایج پژوهش‌های دانشگاه علوم پزشکی بم

مرجع تصویب: کمیته ترجمان دانش دانشگاه

هدف: مشخص‌سازی معیارها و فرآیند در تشخیص پژوهش‌هایی که نتایج آن‌ها قابلیت ترجمه و انتقال به گروه‌های هدف خارج از جامعه پژوهشگران را دارند (نظیر سیاست‌گذاران، مدیران سلامت، صنایع، عموم مردم).

اصول و اهداف کلی

- ✓ ارتقای اثرگذاری اجتماعی و اجرایی پژوهش‌ها
- ✓ تمرکز بر مطالعاتی که منجر به تغییر سیاست، بهبود خدمات، یا خلق فناوری شوند.
- ✓ حمایت از پژوهش‌هایی که مراحل انتقال دانش به عمل (Knowledge to Action) را طی کرده یا آماده ورود به این چرخه‌اند. این شیوه‌نامه کلیه طرح‌ها، پروژه‌ها و پایان‌نامه‌هایی را در بر می‌گیرد که در دانشگاه اجرا شده و دارای نتایج ثبت‌شده یا گزارش نهایی هستند.

معیارهای انتخاب پژوهش‌های قابل ترجمان

معیارهای علمی و محتوایی

- ✓ ارتباط مستقیم نتایج با نیاز یا مسئله واقعی در نظام سلامت، جامعه، یا صنعت
- ✓ وجود شواهد معتبر و روش‌شناسی قابل اعتماد
- ✓ امکان بیان نتایج به زبان قابل فهم برای غیرمتخصصان
- ✓ نوآوری یا ارزش افزوده برای تصمیم‌گیری یا خدمت‌رسانی

معیارهای کاربردی

- ✓ قابلیت استفاده نتایج در قالب خلاصه سیاستی، راهنمای بالینی، خدمت اجرایی، محصول فناورانه یا آموزش همگانی
- ✓ وجود یا امکان وجود ذی‌نفعان مشخص مثلاً مرکز بهداشت شهرستان، بیمارستان‌ها، اداره‌های دولتی



- ✓ آمادگی تیم پژوهشی برای همکاری در مرحله انتقال دانش (پادکست، ویدئو، خلاصه سیاست گذاری و...)
- ✓ سطح اثربخشی مورد انتظار (پتانسیل تغییر یا تأثیر ملموس)

معیارهای اخلاقی و اجتماعی

- ✓ عدم آسیب به گروه‌های مخاطب در فرایند اطلاع‌رسانی
- ✓ رعایت حریم خصوصی داده‌ها در انتقال
- ✓ ترویج رفتارهای اخلاقی و شفاف در ارتباط علمی و اجتماعی

الگوی تعیین گروه‌های مخاطب

هر نوع پژوهش بسته به ماهیت خود، در یکی از گروه‌های زیر قرار می‌گیرد:

نوع پژوهش	گروه مخاطب اصلی	قالب انتقال مناسب
سیاست‌پژوهی و مدیریتی	مسئولان، سیاست‌گذاران، مدیران سلامت	خلاصه سیاستی و خلاصه اجرایی
فناوری و سلامت دیجیتال	صنعت، شرکت‌های دانش‌بنیان	ویدئو معرفی محصول، جلسه همکاری
پژوهش‌های بالینی و کاربردی	پزشکان، کارکنان سلامت	راهنمای بالینی، محصولات چندرسانه‌ای، کارگاه آموزشی
پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی سلامت	عموم مردم	پادکست، ویدئو آموزشی، محصولات چندرسانه‌ای، کمپین اطلاع‌رسانی