دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قزوین

معاونت تحقیقات و فناوری



شیوه نامه حامی ترویج پژوهش در جامعه

معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی قزوین

تنظیم و گردآوری: مرضیه محمدخانلو، کارشناس امور پژوهشی معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه

زیر نظر: دکتر فرهاد نیکخواهی، مدیر توسعه و ارزیابی تحقیقات معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه

عفت ملکی فرد، کارشناس مسؤول امور پژوهشی معاونت تحقیقات و فناوری دانشگاه

بهار ۱۴۰۵

تبیین و ترویج فرهنگ پژوهش

موضوع : برنامه عملیاتی هفته پژوهش و تداوم فعالیت های ترویجی

۱. مقدمه و هدف :

پژوهش، ستون فقرات توسعه هر جامعه ای است. با این حال شکاف میان جامعه علمی و جامعه عمومی ، یکی از چالش های اصلی است. این شیوه نامه با هدف شکستن دیوارهای آزمایشگاه و تبدیل دانش تخصصی به یک ارزش اجتماعی و فرهنگ عمومی تدوین شده است.

هدف اصلی: تبدیل دانش به زبان ساده برای عموم مردم و همگانی سازی و ایجاد اشتیاق در جامعه برای مشارکت در فعالیت های پژوهشی

اهداف راهبردی:

دسترسی آسان عموم مردم به یافته های علمی بدون نیاز به پیش زمینه تخصصی

ایجاد اشتیاق ، تحریک نسل جوان برای ورو به مسیر پژوهش

ارتباط با صنعت: ایجاد پل ارتباطی میان دستاوردهای دانشگاهی ، یاز واقعی بازار و جامعه

افزایش اعتماد عمومی: شفاف سازی فرآیندهای علمی جهت افزایش اعتماد جامعه به یافته‌های پژوهشی

مخاطبان هدف: دانش آموزان، دانشجویان و پژوهشگران جوان، اساتید، صنعتگران، سیاستگذاران و عموم جامعه

۲. محورهای اصلی ترویج پژوهش:

برای اینکه پژوهش همگانی شود، فعالیت ها باید در سه سطح انجام شود:

۱- سطح آگاهی رسانی: معرفی دستاوردهای پژوهشی از طریق رسانه

۲- سطح مشارکت: دعوت از مردم برای پرسیدن سوالات پژوهشی، تبدیل مخاطب از شنونده به شرکت کننده با شرکت در نظر سنجی، طراحی چالش و دعوت از مردم برای طرح سوالات خود

۳- سطح تجربه: لمس مستقیم علم از طریق نمایشگاه‌ها و کارگاه‌ها و بازدیدهای میدانی از محیط‌های پژوهشی

۳ . برنامه عملیاتی هفته پژوهش:

❖ رویدادها و همایش‌ها

- نشـســت‌های گفت و گو (برگزاری جلسـات با موضـوعات جذاب مثلا آینده هوش مصـنوعی در زندگی روزمره، که با حضور یک متخصص در این حوزه با مردم صحبت کند).
- مسابقات پژوهشی عمومی: طراحی مسابقات خلاقیت یا حل مسأله برای دانشجویان، دریافت ایده علمی
- پادکست و وبینار پژوهشی: تولید محتوای صوتی و تصویری با زبان ساده

❖ نمایشگاه‌های پویا:

- نمایشگاه نباید صرفاًنمایش پوستر باشد ، بلکه باید یک محیط آموزشی باشد
- در این برنامه دانش آموزان با بازدید از مراکز آزمایشگاهی باید بتوانند با مدل‌ها و دستگاه‌ها کار کنند
- ایجاد غرفه های پژوهشی و فناورانه که در آن پژوهشگران باید دستاوردهای خود را برای مخاطبان توضیح دهند.

الف) فضای نمایشگاه‌ها:

- هر غرفه باید ۷۰ درصد فضای خود را به ابزار ، مدل یا تعامل اختصاص دهد و تنها ۳۰ درصد به پوسترهای متنی
- ایجاد سکویی برای پژوهشگران جهت ارائه خلاصه و جذاب دستاورد خود در زمان بسیار کوتاه
- بخش چالش و پاسخ: هر غرفه موظف است یک سوال یا چالش کوچک برای بازدید کننده طراحی کند
- کد QR در کنار هر غرفه یا پو ستر قرار گیرد که بازدید کنندگان با ا سکن آن یک سوال کوتاه درباره آن پژوهش را پاسخ دهد.
- استفاده از ابزار بصری: اینفوگرافیک های بزرگ به جای پاراگراف ها طولانی متن
- صندوق نظرات دیجیتال: در خروجی مسیر بازدید تبلت هایی برای ثبت نظرات سریع قرار داده شود.

ب) دسته بندی نمایشگاهی:

- بخش آزمایش باز : نمایش فرآیند انجام یک آزمایش ساده که مخاطب بتواند خودش آن را تکرار کند
- بخش پروژه های کاربردی: نمایش ابزارهایی که می تواند مشکل روزمره را حل کنند.
- بخش دنیای آینده با هوش مصنوعی : استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در پژوهش ها

❖ بازدید های علمی :

- برنامه در کنار پژوهشـگر: بازدید گروهای دانش آموزی و دانشـجویی از آزمایشـگاه‌ها و محیط های عملیاتی جهت آشنایی با ابزارها و محیط کار پژوهشگران
- تورهای علمی مجازی: برای کسانی که امکان حضور فیزیکی ندارند.

دسته بندی گروه‌های بازدید کننده:

۱- گروه های عمومی: شامل دانش آموزان (تمرکز بر سرگرمی علمی و جذابیت‌های بصری)

۲- گروه تخصصی (شامل دانشجویان و اساتید (تمرکز بر متدولوژی، داده ها و بحث علمی)

۳- گروه های تصمیم گیری: شامل مدیران و صنعتگران : تمرکز بر کاربرد اقتصادی و تجاری پژوهش

۴ . تقویم پژوهشی :

نمونه تقویم پژوهشی پیش بینی شده:

بازه زمانی	عنوان فعالیت	هدف	مسؤول اجرا

- یک ماه پیش از هفته پژوهش: فراخون ایده ها و آمادگی، جذب مشارکت و معرفی برنامه‌ها، کارگروه اطلاع رسانی
- هفته اول پژوهش: افتتاحیه و نمایشگاه اصلی، نصب بیلبوردها و پوسترهای برنامه‌ها، کارگروه رویدادها
- طول هفته پژوهش: رویدادهای زنجیره‌ای و بازدیدها، تعامل مستقیم با مخاطب، کارگروه رویدادها
- یک هفته پس از هفته پژوهش: جمع آوری بازخوردها و گزارش‌ها، ارزیابی میزان همگانی شدن، کارگروه ارزیابی
- طول سال به صورت ماهیانه: پودمان‌های پژوهشی، تداوم ترویج پژوهش، واحد پژوهش

۵ تقویم عملیاتی :

مرحله	بازه زمانی	اقدامت کلیدی و جزئیات	خروجی مورد انتظار

- هفته قبل از هفته پژوهش: تشکیل کارگروه های آموزشی، رسانه، اجرایی– شناسایی پژوهشگرانی که توانایی ساده سازی دارند.– طراحی پوستر و لوگو هفته پژوهش – لیست تیم ها و طراحی اولیه
- ۳ هفته قبل از هفته پژوهش: مرحله فراخوان– انتشـار فرخوان برای شـرکت در نمایشـگاه و رویدادها – ثبت نام گروهای دانش آموزی و دانشجویی برای بازدید – لیست شرکت کنندگان و غرفه داران
- هفته پژوهش: مرحله عملیاتی : اجرای روزانه رویدادها (نشـسـت‌ها ، مسـابقات)– مدیریت جریان ورود و خروج بازدیدکنندگان – پخش روزانه ویدئو های کوتاه از دستاوردهای پژوهشی در فضای نمایشگاه – اجرای بدون نقض رویدادها
- یک هفته پس از هفته پژوهش: برگزاری جلسـه تحلیل داده‌ها (تعداد بازدیدها، میزان رضـایت) – انتشـار مسـتند تصویری از موفقیت‌های هفته پژوهش – گزارش نهایی و مستندات

۶ شاخص‌های ارزیابی موفقیت :

- تعداد بازدید کنندگان از نمایشگاه‌ها و رویدادها
- میزان تعامل در شبکه‌های اجتماعی
- تعداد پرسش‌های مطرح شده توسط مخاطبان غیر متخصص
- رضایت مخاطبان از میزان سادگی و قابل فهم بودن مطالب

نکات مهم:

- تمام خروجی‌های هفته پژوهش باید با زبان ساده و قابل فهم برای مخاطب عموم با شد و نباید از ا صطلاحات پیچیده علمی استفاده کنند. هدف ما ساده سازی است.
- تنوع مخاطب: برنامه برای سنین مختلف از نوجوان تا بزرگسال تفکیک شده باشد.
- اســتفاده از تکنولوژی: در بخش رویدادها اســتفاده از واقعیت‌های مجازی و اپلیکیش‌ها گنجانده شــود تا مدرن به نظر برسد.
- موازین اخلاقی و حقوقی: رعایت مالکیت معنوی پژوهشگران و رعایت پروتکل‌های ایمنی در آزمایشگاه‌ها

این برنامه در شورای پژوهشی دانشگاه مورخ ۱۴۰۵/۳/۱۱ تصویب شده است.