

راهنمای استخراج پیام و اخبار پژوهشی

اخبار تهیه شده از نتایج طرح های تحقیقاتی و پایان نامه هادر پایگاه نتایج پژوهش های سلامت کشور به آدرس News.research.ac.ir بارگذاری شده و در دسترس همگان می باشد.

گام های تهیه پیام و اخبار پژوهشی

اولین گام : آنالیز ذی نفعان طرح

الف) شناسایی ذی نفعان : نخستین مرحله در آنالیز ذی نفعان، شناسایی استفاده کنندگان بالقوه طرح می باشد. به عنوان مثال، مخاطبان می توانند افرادی نظیر مدیران، ارائه دهندگان و دریافت کنندگان خدمت سلامت، مردم و غیره باشند. اگر چه ممکن است مخاطب طرح سازمان هم باشد، ولی در نهایت پژوهشگر با اشخاص در ارتباط می باشد؛ لذا لازم است مطمئن شود که افراد ذی نفع در داخل سازمان ذی نفع را به خوبی شناسایی کرده است.

ب) اولویت بندی ذی نفعان : بعد از شناسایی مخاطبان، لازم است نام آنها روی یک نمودار درجه بندی شده بر اساس قدرت / علاقه نوشته و اقدام به طبقه بندی آنها نماید.

قدرت/تاثیرگذاری زیاد	الف.....	الف.....
	ب.....	ب.....
	ج.....	ج.....
	د.....	د.....
قدرت/تاثیرگذاری کم	الف.....	الف.....
	ب.....	ب.....
	ج.....	ج.....
	د.....	د.....
علاقه /منفعت کم		علاقه /منفعت زیاد

افراد قدرتمند با منفعت زیاد: کسانی هستند که ارتباطو تعامل با آنها کاملا ضروری و حیاتی است و پژوهشگر باید بیشترین تلاش خود را برای جلب رضایت آنها به کار گیرد.

افراد قدرتمند با منافع کم: کسانی هستند که تعامل با آنها می توانند مفید و اثربخش باشد، لذا پژوهشگر تلاش کافی برای جلب رضایت آنها داشته باشد اما نه به اندازه ای که موجب خستگی آنها شود.

افراد ضعیف با منافع زیاد: پژوهشگر باید این افراد را از جریان کار مطلع نگه داشته و به اندازه ای که لازم است به تعامل با آنها بپردازد.

افراد ضعیف با منافع کم: کسانی هستند که مطلع نگه داشتن آنها از فرایند کار کفایت می کند.

ج) شناسایی ذی نفعان کلیدی : بعد از طبقه بندی ذی نفعان، لازم است پژوهشگر بر اساس جدول زیر اقدام به شناسایی افراد کلیدی نموده و ویژگی های آنها و نحوه تعامل موثر با آنها را شناسایی کند.

ذینفعان	نمره اهمیت	نمره قدرت

دومین گام: انتخاب گروه مخاطبین

۱- رسانه ها و عموم مردم

۲- متخصصین سلامت

۳- سیاست گذاران درمان

۴- سیاست گذاران پژوهشی

مطالعه با مخاطب عمومی، مطالعه ای است که اطلاع از نتایج آن می تواند بر تصمیمات و انتخاب افراد در مورد سبک زندگی، رفتارهای بهداشتی، چگونگی دریافت خدمات

سلامت و مراقبت از خود فرد یا نزدیکان وی تاثیرگذار باشد. افراد مخاطب می توانند همه افراد جامعه و یا زیرگروه هایی از جامعه مانند گروه های بیماران، گروه های سنی، شغلی، اقتصادی، اجتماعی، و حتی افرادی بدون داشتن سواد دانشگاهی باشند. مطالعات با مخاطب عمومی، می تواند با انواع روش ها و در زمینه های مختلف اجرا شده باشد اما معمولاً مطالعات با سطح شواهد بالا و حوزه های بالینی و پیشگیری را شامل می شوند.

با طرح پرسش های زیر می توان مخاطب طرح خود را شناخت:

۱- استفاده کننده از نتایج طرح چه گروهی است؟

۲- آگاهی از نتایج پیام برای چه کسانی مفید است؟

۳- کاربرد پیام طراحی شده در کدام گروه موثرتر است؟

۴- تاثیر پیام شما بر روی کدام گروه مخاطب موثرتر است؟

پیام شما با توجه به نوع مخاطب متغیر است. اگر مخاطب شما رسانه ها و عموم مردم باشند نتایج پیام باید از صحت و پشتوانه علمی کافی برخوردار بوده و تا حد امکان ساده، روان و قابل فهم باشد تا مردم عادی و افراد فاقد سواد دانشگاهی جامعه نیز بتوانند از آن بهره مند شوند. به عنوان مثال در طرح هایی که تاثیرات دارچین یا رازیانه به جای داروهای شیمیایی مورد ارزیابی قرار گرفته و به نتایجی اثبات شده رسیده است که قابلیت توصیه به مخاطبان را داشته باشد، میتوان رسانه ها و عموم مردم را انتخاب

کرد. بنابراین نتایج کاربردی شده و علاوه بر افزایش سطح آگاهی، میتوان از نتایج تحقیق بهره مند شد.

سومین گام: تهیه و استخراج پیام و خبر پژوهشی

خبر پژوهشی: در قالب یک جمله خبری بیان شده و ارائه نتیجه کار پژوهشی شماست. این خبر مجموعه ای از عنوان کار و نتیجه نهایی است که براساس نوع پیام طراحی شده متغیر است، در واقع معرفی کار خود در قالب جمله ای خبری است.

با توجه به سوال زیر در تهیه اخبار پژوهش به نکات زیر توجه فرمائید:

آیا این خبر می تواند از نظر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و یا قوانین سازمان غذا و دارو، تبعاتی داشته باشد؟

در تهیه خبر از ذکر قید قطعیت پرهیزید.

از قیدهای همانند: احتمال دارد، ممکن است، شواهد نشان می دهد، به نظر می رسد، استفاده کنید.

از قیدهای چون بررسی شد، مشخص شد، ارزیابی گردید استفاده نکنید.

برآیند و نتیجه تحقیق خود را بیان کنید. (عمر بیشتر، پیشگیری، درمان، کاهش هزینه و...)

جامعه مورد تحقیق مشخص شود (اقدام لازم در چه زمینه ای صورت گرفته است).

گروه مورد مطالعه مشخص شود. (جنس، سن، ساکنین منطقه...)

تهدید موجود سلامتی بیان مشود.

پیام پژوهشی: در پیام پژوهشی، هدف اصلی و یافته اصلی با صحت کامل قید شود.

در تهیه پیام به موارد ذیل توجه فرمائید:

- از کپی کردن چکیده طرح جدا خودداری شود.
 - مهم ترین یافته ها و نتایج پژوهش شما به زبانی ساده و قابل فهم باشد.
 - پیام به صورت صریح و ساده و در عین حال مفهومی باشد.
 - پیام به صورت یک پاراگراف و در قالب جملات گزاره ای باشد.
 - از نوشتن اعداد، ارقام و درصد بپرهیزید.
 - در صورت نیاز روش کار خود را ذکر فرمائید.
 - در نوشتن پیام به صحت مطالب دقت فرمائید.
 - پیام شما باید جامع و کامل باشد.
 - از توضیح به زبان انگلیسی بپرهیزید.
 - از ذکر اختصارات در پیام بپرهیزید.
 - پیام شما باید در قالب ۳۰۰ کلمه باشد.
 - اهمیت موضوع شامل ضرورت انجام طرح (۵۰ کلمه)
 - مهم ترین یافته ها به زبان غیر تخصصی و ساده (۱۵۰ کلمه)
- پیشنهاد برای کاربرد نتایج (۱۰۰ کلمه)، نتیجه کاربردی و کاربرد عملی از تحقیق حاضر را به زبان ساده توضیح دهید.
- براساس نتایج تحقیقات شما و قدرت شواهد، نوع پیام متفاوت است.

پیام نوع ۱

اطلاعات دقیق و قابل اعتماد و قابل دسترس

پیام نوع ۲

به دلیل محدودیت ها، قدرت مطالعه یا ذات شواهد، نمی توان تصمیم گیری ها را مستقیماً هدایت کرد، در واقع نمی توان نتایج پژوهش خود را با قاطعیت توصیه نمود.

پیام نوع ۳

نتیجه حاصل از «مجموعه شواهد» که می تواند به صورت یک ایده قابل اجرا (Actionable message) ارائه شود. مطالعاتی که برای آینده کاربردی است.

چهارمین گام: انتقال نتایج طرح

انتقال نتایج حاصل از پژوهش یکی دیگر از مراحل مهم ترجمان دانش می باشد. در واقع، یافتن کانال ارتباطی مناسب برای انتقال نتایج که بیشترین اثر و پوشش مخاطبین را داشته باشد بسیار کلیدی است. بنابر این، لازم است مجریان طرح های مبتنی بر ترجمان دانش، روش یا روش های موثر انتقال نتایج را شناسایی نموده و اقدام به برقراری ارتباط با ذینفعان نمایند. تشکیل جلسه با مخاطبان، چاپ مقاله، تهیه بروشور، خبر تلویزیونی و غیره از مهم ترین روش های انتقال نتایج طرح به مخاطبان می باشد.

روش های انتقال دانش به ارائه دهندگان خدمت

۱- آموزش و ارائه در محل خدمت

۲- جلسات آموزشی تعاملی

۳- باز بینی و بازخورد

۴- بکارگیری افراد تاثیر گذار

۵- مفاد آموزشی

۶- ارتباط تعاملی از طریق برنامه های کاربردی

۷- سخنرانی ها

۸- ارتباطات الکترونیکی

۹- رسانه ها

انتقال دانش به بیماران

- ابزارهای کمک تصمیم بیماران

- شکل های کاغذی، ویدیویی ، محصولات اینترنتی و سایر شکل ها

- رسانه های گروهی

پنجمین گام: نحوه ارسال فرم به واحد ترجمان دانش

این فرم توسط مجری طرح / استاد راهنما تکمیل شده و برای کارشناس مربوطه ارسال می شود. پیام دریافت شده، پس از اصلاحات توسط کارشناس واحد، در پایگاه نتایج پژوهش های سلامت کشور بارگزاری خواهد شد.