



دانشگاه علوم پزشکی و خدمات
بهداشتی درمانی زنجان

راهنمای تدوین رسانه الکترونیک

گردآوری: سمیرا برجی

کارشناس واحد ترجمان دانش و کتابخانه مرکزی دانشگاه

سال ۱۴۰۱

ترجمان دانش

تعریف ترجمان دانش

ترجمان دانش عبارت از "فرآیند تولید، تبادل و به کارگیری صحیح دانش از نظر اخلاقی است که با ایجاد ارتباط میان پژوهشگران و مصرف کنندگان پژوهش ها، به ارائه محصولات، خدمات موثرتر و تقویت نظام های پژوهشی منجر می شود. در واقع ترجمان دانش انتقال نتایج پژوهش ها به محل واقعی آنها است".

محصولات بدست آمده از ترجمان دانش حلقه مفقوده میان پژوهش و بکارگیری آن در زمینه های مختلف جامعه است.

رسالت ترجمان دانش

ارزیابی، ترجمه و انتشار دانش حاصل از پژوهش های انجام گرفته در جهت ارتقای آگاهی، مهارت ها و تغییر رفتار در مخاطبین سطوح مختلف در راستای هدف نهایی بهبود و ارتقای سلامت جامعه رسالت واحد ترجمان دانش در دانشگاه علوم پزشکی زنجان است. به عبارت دیگر گروه ترجمان دانش دانشگاه علوم پزشکی زنجان، به دنبال تبدیل نتایج پژوهش ها به جنبه های کاربردی برای ذینفعان مختلف جامعه است.

اهداف گروه ترجمان دانش

از اهداف اصلی این بخش، پایه ریزی و توسعه دانش مذکور در دانشگاه علوم پزشکی زنجان و کمک به انتقال تولیدات علمی به استفاده کنندگان واقعی آن در جامعه است. مدیریت ترجمان دانش در نظر دارد اطلاعات مربوط به طرح های تحقیقاتی پایان یافته دانشگاه را بررسی و با استفاده از فرآیند ترجمان و تبادل دانش، روند در اختیار قرار دادن دانش تولید شده را به مخاطبین و ذینفعان تسهیل و تسریع نمایند.

اساسا ترجمان دانش یک فرآیند تعاملی و تبادلی موثر بین محققان به عنوان تولیدکنندگان دانش جدید و افرادی که از آن بهره می گیرند است. به همین دلیل در کنار هم بودن مصرف کنندگان و تولیدکنندگان دانش در تمام مراحل چرخه پژوهش نکته اساسی برای موفقیت ترجمان دانش به شمار می رود. بنابراین انتقال صحیح پیام ها به مخاطبین آنها باعث اشاعه بیشتر و کاربردی تر نتایج پژوهش ها می شود.

مخاطبین

نحوه انتقال پیام ترجمان دانش براساس گروه مخاطبین می تواند متغیر باشد، مخاطبین رسانه ها و عموم مردم، سیاستگذاران درمانی و پژوهشی، متخصصین حوزه سلامت و صنعت هستند که با ایجاد فرهنگ ترجمان دانش پل ارتباطی بین پژوهشگران و جامعه استفاده کننده برقرار می شود برخی پژوهش ها در پی پاسخ به سوال سازمانی خاص هستند و کاربران ویژه ی خود را دارند، در مقابل بسیاری از پژوهش ها در حوزه علوم پزشکی می توانند پیام های مرتبط با نیاز عموم مردم را تولید کنند که لازم است این پیام ها در اختیار کاربران قرار گیرد، لذا سبب تبادل بهتر و کاربردی دانش بین آنها می شود و همچنین جامعه عمومی می تواند از این پیام ها بهره ببرد و نیاز اطلاعاتی خود را در زمان کمتری برطرف کنند.

رسانه های انتقال پیام



۱. بروشور

۲. پادکست

۳. پوستر

۴. فیلم کوتاه

۱. بروشور

برگه هایی است که حاوی اطلاعات کلی و جزئی در خصوص فعالیت تجاری یا علمی می باشد. معمولاً با یک یا چند خط تا از هم جدا می شوند. بروشورها می توانند دو لت، سه لت یا چند لت باشند. سایزهای مختلفی می توانند داشته باشند. ویژگی بروشور یا همون لیفلت این است که می تواند اطلاعات زیادی رو در فضای کمی جای دهد و به همین دلیل می تواند ابزاری برای انتقال اطلاعات علمی به عموم مردم و رسانه ها باشد.

به دلیل محدودیت زمانی مردم برای دسترسی به اطلاعات علمی بیشتر به سراغ شبکه های اجتماعی می روند اما بروشور یکی از روش های است که در کوتاهترین زمان، می تواند بیننده را با جزئیات کار شما آشنا کند. اگر می خواهید مختصر و مفید خدمات و نتایج تحقیقات خود را در عین سادگی در زیباترین شکل ممکن به مخاطبین معرفی کنید بروشور یکی از راه های اصلی می تواند باشد.

نحوه تدوین بروشور

۱. آرم دانشگاه در صفحه اول بروشور باشد.
۲. عنوان کار و نام همکاران پژوهش ذکر گردد.
۳. مخاطبین طرح مشخص شود و گروه هدف چه کسانی هستند.
۴. خبر پژوهش مطابق آیین نامه مندرج در وب سایت تهیه گردد.
۵. پیام پژوهش مطابق پیام بارگذاری شده در سامانه سمات بوده و در خصوص نتایج توضیح بیشتر باشد.
۶. از تصاویر با کیفیت بالا استفاده کنید.
۷. برای ارتباط بیشتر ایمیل همکاران یا مجری اصلی در صفحه انتهایی بروشور آورده شود.
۸. ساده فکر کنید.
۹. خلاق باشید.
۱۰. در حفظ اصل محتوا کوشا باشید.
۱۱. تا حد امکان از کلماتی که توصیه شونده هستند استفاده نکنید.
۱۲. در طراحی بروشور نوآوری به خرج دهید.
۱۳. بروشورهای کوچک طراحی کنید.

نکته : در تدوین بروشور مخاطب را در نظر بگیرید، لازم به ذکر است تمام محتوای تولید شده توسط شما به وزارت متبوع ارسال خواهد شد.

نرم افزارهای تدوین بروشور

- نرم افزار ادوب ایندیزاین سی سی (Adobe In Design CC)
- مایکروسافت پابلیشر (Microsoft Publisher)
- فتوشاپ
- از طریق word

نرم افزارهای دیگری نیز وجود دارد که به راحتی می توانید محتوا تولید نمایید.

۲. پادکست

پادکست به عنوان یکی از روش های انتقال پیام انتخاب شده است.

با توجه به سهولت تهیه محتوا و دسترسی به آن و همچنین به عنوان یک رسانه شنیداری دارای قدرت نفوذ بالایی می باشد. معمولاً دستگاههایی که می توان پادپخش ها را روی آنها شنید، همان دستگاههای پخش موسیقی دیجیتال هستند که عموماً بسیار کوچک و قابل حمل هستند. در نتیجه کاربر در هر زمان و مکانی قادر به استفاده از محتوای صوتی خواهد بود، در این روش، امکان شنیدن هر بخش از محتوا، جلو و عقب بردن آن، شنیدن محدوده خاص از محتوا و سایر کنترل ها از طرف کاربر ممکن است. کاربر به هر تعداد بار که بخواهد می تواند محتوا را گوش دهد در حالی که در رادیو اینترنتی، چنین امکانی به خودی خود وجود ندارد.

تهیه پادکست

۱. ابتدا خود را معرفی کرده و بگویید از کدام دانشگاه هستید.
۲. عنوان طرح/ پایان نامه را بیان کنید.
۳. نام همکاران طرح را بیان کنید.

۴. گروه مخاطب را مشخص کنید.
 ۵. خبر پژوهش را اعلام نمائید.
 ۶. پیام پژوهش را با توجه به گروه مخاطب بیان کنید.
 ۷. از ارائه روش کار پرهیز کنید.
 ۸. نتایج تحقیق را بیشتر شرح داده و پیشنهاد برای کاربرد نتایج را اعلام بفرمائید.
- شما می‌توانید برای ضبط صدا از استودیو و یا دستگاه های ضبط صدا استفاده کنید.

۳. پوستر

پوستر (Poster) واژه‌ای انگلیسی می‌باشد و در فارسی اعلان نام‌گذاری شده‌است. پوستر را معمولاً برای دادن اطلاعات در مورد موضوعات مختلفی استفاده می‌کنند که این اطلاعات باید جامع و محدود باشد. به طوری که در یک صفحه با ابعادی که از پیش مشخص شده است بتوانند این اطلاعات را به خوبی جمع‌آوری و به مخاطب منتقل کنند.

ابعاد پوستر باید به صورتی باشد که از فاصله دور هم دیده شود و برای مخاطب قابل تشخیص باشد. معمولاً پوسترها به منظور استفاده روی دیوارها تهیه می‌گردند و دقیقاً به همین دلیل در سایزهای بزرگ و معمولاً به صورت عمودی طراحی می‌شوند تا باعث جلب توجه بیشتر باشند و بتوانند اطلاعات لازم را منتقل کنند. معمولاً پوسترها کاربرد مشابهی در زمینه‌های متفاوت دارند ولی به طور کلی جلب توجه افرادی که در حال گذر از یک خیابان یا مکان عمومی هستند از اولویت‌های کاربردی پوستر است. پوستر در غالب رنگ‌ها و واژه‌های کوتاه می‌تواند پیام خود را به عنوان یک واقعیت با تبلیغ به مخاطب برساند.

پوستر آموزشی

پوسترهای آموزشی برای بیشتر دیده شدن عملیات تحقیقاتی در مورد یک موضوع خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند. این نوع پوسترها بیشتر در محیط‌های آموزشی کاربرد دارند. مثل دانشگاه‌ها یا پژوهشکده‌ها. تفاوت اصلی پوسترهای آموزشی با پوسترهای دیگر این است که در تمام انواع دیگر پوستر اصول زیبایی‌شناسی و رنگ‌ها و فونت‌ها بسیار مورد توجه و در واقع سرنوشت ساز هستند. اما در پوسترهای آموزشی تنها یک نسخه خلاصه شده از تحقیقات می‌باشد که تمام فرایند علمی تحقیقات را نشان می‌دهد.

نرم افزارهای تدوین پوستر

- فتوشاپ
- از طریق word

برای تهیه پوستر نیز می‌توانید از تصاویری استفاده کنید که گویای محتوای طرح تحقیقاتی شما می‌باشد. لذا می‌توانید از کسانی که با نرم افزارهای تدوین پوستر آشنایی دارند کمک بگیرید.

۴. فیلم کوتاه

به گروهی از فیلم‌ها آثار هنری گفته می‌شود که نسبت به فیلم بلند، هم‌زمان بسیار کمتری دارد و هم با بودجه بسیار پایین و تجهیزات کم ساخته می‌شود.

در تهیه فیلم شما می‌توانید اسلاید تهیه نمائید و روی اسلاید صداگذاری کنید و طرح خود را با توجه به گروه مخاطب شرح دهید.

یا می‌توانید از خودتان فیلم بگیرید یا از کسی بخواهید به شما در تهیه فیلم کمک کند و خودتان صحنه را مدیریت کنید.

ابزارهای تدوین فیلم کوتاه

کامتازیا (Camtasia)

استوری لاین (Storyline)

افتر افکت (Adobe After Effects)

آدوب فلش (Adobe Flash Professional)

نکاتی که در تدوین کلیه رسانه ها باید مد نظر قرار گیرد:

۱. حجم فایل شما کمتر از ۱۵ مگ باشد.
۲. زمان تدوین پادکست و فیلم کوتاه حداکثر ۵ تا ۷ دقیقه باشد.
۳. رعایت اصول انتقال پیام به گروه مخاطب ضروری است.
۴. با لحن مناسب و رسمی صحبت نمائید.
۵. فایل خود را مجدد بازبینی نمائید و سپس برای واحد ترجمان دانش ارسال نمائید.
۶. ابتدا خود را معرفی نموده و عنوان طرح را بازگو نمائید.
۷. در تمامی رسانه ها گروه مخاطب باید عنوان گردد.
۷. عنوان خبر مطابق با آیین نامه مندرج در وب سایت اداره ترجمان بوده و از ذکر مجدد عنوان طرح به عنوان خبر جدا خودداری نمائید.
۸. در ارائه پیام پژوهش خود ضرورت و اهمیت طرح را بیان نمائید و نتایج کار خود را بیشتر توضیح شرح دهید.
۹. از ذکر روش کار خودداری کنید (در صورتی روش کار را بیان کنید که حس می کنید ذکر نکردن روش کار باعث می شود پیام پژوهش ناقص باشد).
۹. لازم به ذکر است پیام پژوهش و همچنین رسانه تولید شده زیر نظر استاد راهنما و یا داور بایستی تدوین گردد.
۱۰. نحوه تدوین خبر و آیین نامه تدوین پیام پژوهش در وب سایت واحد ترجمان دانش می باشد و قبل از تدوین رسانه لطفا آن را مطالعه نمائید.
۱۱. بعد از تدوین رسانه فایل خود را به آدرس ایمیل ذیل ارسال نمائید.

knowledge@zums.ac.ir و sborji@zums.ac.ir

سپس با شماره تماس ۰۲۴-۳۳۰۱۴۱۰۸ کارشناس واحد ترجمان دانش، تماس برقرار نمائید تا پس از بررسی، فرآیند ترجمان دانش تکمیل گردد.