چگونه موضوع پژوهشی پیدا کنیم؟ برای پایان نامه، مقاله و....

آغاز یک پژوهش با احساس نیاز و در راستای رفع یک مشکل اتفاق می‌افتد. در مرحلهٔ بعد، احساس نیاز باید به صورت پرسش در آید. برای افراد متخصص، معمولاً انتخاب موضوع با مشکل کمتری نسبت به سایرین انجام می‌گیرد. استفاده از تجارب، متون تخصصی و مجلات، سبب می‌شود شناسایی موضوع برای متخصصان راحت‌تر انجام گیرد. بررسی پیشینهٔ پژوهش‌های انجام شده، راهی مناسب جهت شناسایی گپ‌های موجود و راهنمای خوبی برای انتخاب موضوع خواهد بود.

این روش های میتواند برای انتخاب موضوع پایان نامه،موضوع مقاله، موضوع پژوهشی، راه اندازی کسب و کار دانش بنیان و ... مورد استفاده قرار گیرد.

در اینجا با چند راه حل برای موضوع‌یابی آشنا شوید

۱/مطالعه ی مقالات یک سال و یا دو سال اخیر پیرامون حوزه های علاقه مندی تان:

این کار بیشتر با استفاده از پایگاه های اطلاعاتی چکیده نامه ای مانند اسکوپوس، وب آو ساینس، دایمنشن، گوگل اسکالر و ... اتفاق می آفتد. و با جستجوی یک سری کلمات کلیدی و خروجی گرفتن اکسل می توانید با دسته بندی کردن مقالات، به کشف روندهای جاری در آن حوزه ی پژوهشی بپردازید و با الگو برداری به ایده های جدید برسید.

۲/پیشنهاد برای پژوهش:

در بعضی مقالات در انتهای مقاله نویسنده اقدام به پیشنهاداتی برای پژوهش های بیشتر می کند. و یا در پایان نامه ها این امری مرسوم است که شما می توانید از این نوع پیشنهادات کمک بگیرید. ما درسای اکسپلوربرای هر مدرک پژوهشی، بخشی را قرار داده ایم تا پژوهشگران با پر کردن آن به دیگران کمک کنند تا ایده های مفید تری برای تحقیق بیابند.

۳/صفحات وب پژوهشگران و اساتید:

معمولا اساتید دانشگاهی در صفحات وب خود فهرستی از پژوهش های در حال انجامشان را ارائه می دهند (منظور اساتید دانشگاه های معتبر دنیاست) با مراجعه به این صفحات احتمال اینکه بتوانید الگو برداری کنید از ایده های در حال انجام زیاد است مخصوصا با بومی کردن آن ها یا تغییر حوزه ی موضوعی .

۴/ صفحات گروه های پژوهشی:

بعضی از دانشگاه ها گروه های پژوهشی صفحات خاص مربوط به خود دارند و گزارش های مرتبط ارائه میدهند، این صفحات می تواند توجه شما را بخود جلب کند و با بازدید از آن ها ایده های جدیدی به ذهن شما خطور کند. (مثلا سالیان قبل که راجع به بوک اسکنرها جستجو می کردم، اینnمونه را دیده بودم که در دانشگاه توکیو فعال بودند)

۵/ طوفان فکری:

از روش های خلاقانه ی حل مسئله است که ما در اینجا به عنوان راه حلی برای یافتن مسئله مطرح کرده ایم . افرادی با زمینه های مختلف دور هم می نشینند و برای پیدا کردن یک مسئله (نه یک راه حل) که ارزش حل کردن و تحقیق کردن را داشته باشد brainstorming می کنند.

۶/ مسایل بازار/محل کار:

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

معمولا ارتباط خیلی نزدیکی بین دانشگاه و بازار (صنعت، کسب و کار، سازمان ها و...) برقرار نیست. اگر چه دفاتر ارتباط با جامعه ی دانشگاه معمولا در حال انجام این راه حل هستند، ولی شما مستقلا می توانید با ارتباط با بازار نسبت به مسایل موجود آگاهی یابید و مسئله ی را برای پژوهش کردن بیابید. کافیست به کارخانجات سر بزنید، با واحد های تحقیق و توسعه گفتگو کنید و...

اگر شما کارمند جایی هستید یا صاحب شغلی ممکن است ایده ی پژوهشی شما از همان فعالیت جاری شما نشأت بگیرد و یک مسئله ی واقعی حل کنید.

۷/ وب سایت های آنلاین سازمان ها:

رجوع به وب سایت سازمان های دولتی و یا پژوهشگاه ها، که هر ساله تحت عنوان "اولویت های پژوهشی" منتشر می شوند، می تواند برای شما مناسب باشد. نمونه ی یک، نمونه ی دو، نمونه ی سه

۸/ مشکلات بزرگ جامعه :

معمولا مسایلی همچون محیط زیست، انرژی و ... همیشه جزو مسایل جاری و کلان جامعه هستند. می توانید با تمرکز روی این مسایل تحقیقاتی خاص را رهبری کنید.

۹/ وب سایت های نوآوری باز:

اکنون پلت فرم های آنلاین وجود دارند که چالش های صنعتی و فناوری را با راه حل دهندگان، باشتراک می گذارند.
برای مثال پلت فرم دانشگاه ام آی تی، آیدیاکانکشن، اینوسنتیو، نواین سیگما، بیت۲، آی چلنج (ایرانی)، معمولا حل اینگونه مسایل همراه با پرداخت جوایز مالی خوبی همراه است.

۱۰/ سوال از دیگر متخصصان در شبکه های اجتماعی پژوهشگران :

شبکه های اجتماعی چون کوئرا، ریسرچ گیت برای پرسیدن سوال و جواب دهی دیگران طراحی شده اند و یا این امکان را دارند. در این جاها شما می توانید بپرسید که چه مسایلی در محدوده ی موضوعی شما می تواند برای پژوهش و تحقیق مفید باشد و دیگران نظر بدهند. ضمنا ما در سای اکسپلور نیز چنین امکانی را فراهم کرده ایم. تا با سوال کردن از جامعه ی پژوهشی-تخصصی ایرانی براحتی ارتباط مفیدتری برقرار کنید.

۱۱/ مجلات تجاری – علمی (Magazine) مرتبط با خودتان را مطالعه کنید:

مجلات تجاری-علمی، معمولا ارتباط بین جامعه پژوهشگران با فناوری و بازار را فراهم می کنند. حتی دیدن تبلیغات محصولات جدید مرتبط با حوزه های تخصصی شما ممکن است که ایده های فراوانی برای شما به ارمغان آورد. به عنوان مثال مجله ی Mechanical Engineering Magazine در حوزه ی مکانیک، مجله ی Civil Engineering Magazine در حوزهی مهندسی عمران. (فهرستی از این نوع مجلات را میتوانید اینجا ببینید)

۱۲/ علم داده ها:

علم داده ها، از روندهای داغ و روز جهان محسوب می شود. ابزارهای فراوانی برای تحلیل داده ها مورد استفاده قرار می گیرد، آموزش های فراوانی ارائه می شود. بخشی از علم سنجی، کار با داده ها و استخراج آمارهای پژوهشی و تحلیل آن است. شما هم می توانید با استفاده از پایگاه های استنادی همچون اسکوپوس، وب آو ساینس، گوگل اسکالر، دایمنشن -و.... اقدام به تحقیقات مرتبط با داده های پژوهشی حوزه ی تخصصی خود کنید. برای آشنایی با این دسته از مقالات می توانید از کلمات کلیدی مانند trend research و Scientometrics استفاده کنید.
(برای استخراج داده ها و آمار پژوهشی می توانید روی خدمات نگاشت حساب کنید)

۱۳. بومی سازی پژوهش ها:

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

بسیاری از مقالات پژوهشی راجع به یک جغرافیای خاص و یا جامعه ی آماری خاصی می شود. شما می توانید با تغییر این جغرافیا به کشور، یا شهر دیگری و یا تغییر جامعه ی آماری موضوع پژوهشی برای خود خلق کنید.

مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	حسین حیدری
عنوان مقاله:	چگونه موضوع پژوهشی پیدا کنیم؟ برای پایان نامه، مقاله و....
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ –(عنوان لاتین: i-Kitابdار 2.0)
دوره مجله(Vol):	۶
شماره مجله(Issue):	۳
سال(Year):	۱۳۹۹
شناسه دیجیتال(DOI):	
لینک کوتاه:	http://lib2mag.ir/11733

lib2mag.ir

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.