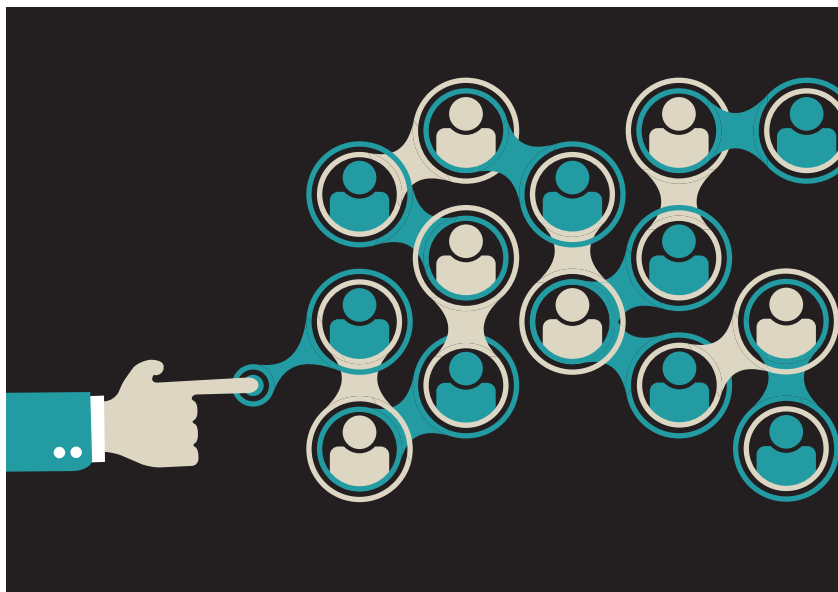


Le Guide des guides sur la diffusion

By: Anneliese Poetz, David Phipps, Stacie Ross

Présentation



En tant que chercheur ou étudiant/stagiaire diplômé, vous êtes déjà impliqué dans la diffusion grâce à la publication de vos recherches dans des revues évaluées par des pairs et à des présentations lors de conférences. Bien que des praticiens et des responsables des politiques assistent aux conférences, ces événements sont généralement destinés à un public universitaire (sauf s'ils sont spécialement élaborés autrement), et ils ne garantissent pas l'adoption et la mise en œuvre de vos recherches. Alors, comment prévoir une diffusion au-delà du public universitaire afin d'accroître les chances que vos recherches contribuent à changer la pratique et les politiques?

L'Unité de transfert des connaissances a recherché et examiné les ressources existantes de planification de la diffusion et les a classées dans ce recueil annoté de guides de planification de la diffusion. Que vous soyez néophyte en matière d'application des connaissances (AC) ou expérimenté avec la planification et la mise en œuvre des stratégies de diffusion, ces ressources peuvent vous fournir de l'information précieuse. Nous espérons que votre équipe de projet et vous trouverez ce guide de guides utile afin de mieux comprendre comment assurer une diffusion efficace. Un mélange d'approches intégrées d'AC (ACi) et d'approches de fin de subvention (diffusion) est commun à de nombreux guides; l'ACi est utilisée afin d'établir les relations nécessaires pour comprendre les besoins des intervenants et y répondre grâce à des messages et à des produits utiles, et pour établir une base de confiance de manière à assurer le succès de l'adoption et de la mise en application. Vous aimerez peut-être commencer avec le Guide des guides pour la planification du transfert des connaissances afin d'élaborer un plan d'AC complet comprenant des activités d'ACi et de diffusion, suivies de l'utilisation du présent Guide de guides sur la diffusion pour assurer une planification plus approfondie en vue de mener plus efficacement les activités de votre plan d'AC.

Certaines des ressources comprennent des listes de vérification et des feuilles de travail que vous pouvez imprimer et remplir à la main. À la fin de la présente ressource, l'Unité de transfert des connaissances a créé une feuille de travail pour la planification de la diffusion que vous pouvez remplir pour votre commodité (voir l'Annexe A). Cette feuille de travail représente une compilation des caractéristiques communes des plans de diffusion abordées et représentées dans le présent document.

Si vous êtes chercheur ou stagiaire pour le Réseau pour la santé du cerveau des enfants et que vous aimeriez contribuer au plan et à la stratégie de diffusion, veuillez prendre contact avec l'Unité de transfert des connaissances (KT Core – apoetz@yorku.ca).

Notes de communication : Établir un plan de diffusion – 2 pages

<http://bit.ly/2tOCONd>

Auteur : Fondation canadienne de la recherche sur les services de santé (FCRSS)

Public cible : Chercheurs

Quel est l'objet de ce guide ?

Ce PDF téléchargeable est un document de référence rapide de deux pages pour savoir quoi aborder lors de la préparation d'un plan de diffusion. Il comprend des sections telles que les objectifs de diffusion; les publics cibles; les grands messages; les sources et les messagers; les activités, les outils, l'échéancier et les responsabilités de la diffusion; le budget et l'évaluation.

À quoi peut-il vous servir ?

- Il peut servir de point de départ pour apprendre les aspects importants d'un plan de diffusion efficace.
- Il peut servir de référence rapide et de liste de vérification pour élaborer votre propre plan de diffusion.

Des connaissances à la pratique : Recueil de cas d'application des connaissances de fin de subvention, 2010 – 42 pages

<http://bit.ly/2tKWWQx>

Auteur : Instituts de recherche en santé du Canada

Public cible : Praticiens de l'AC, fournisseurs de services, chercheurs, membres de la communauté, intervenants

Quel est l'objet de ce guide ?

Identifie et décrit les cinq composantes clés d'un plan d'AC solide selon l'approche de fin de subvention (diffusion) : objectifs, public cible, stratégies, expertise nécessaire au sein de l'équipe de projet et considérations budgétaires. Il contient neuf cas représentant divers exemples de projets de recherche accompagnés de leurs stratégies d'AC détaillées. Ces cas démontrent différentes façons d'aborder un plan d'AC comprenant chacune les cinq concepts clés, les leçons apprises et les étapes suivantes.

À quoi peut-il vous servir ?

- Lisez les études de cas et les exemples de stratégies d'AC de chaque cas pour vous inspirer.
- Découvrez à quoi peuvent ressembler les répercussions d'un plan de diffusion (au-delà des mesures de portée communes comme le nombre de présentations, de publications, de vues des pages d'un site Web et de vues d'une vidéo) en consultant les exemples d'adoption, de mise en application et d'incidence après la diffusion pour chaque étude de cas.
- Apprenez des expériences d'autres chercheurs.
- Il peut servir à informer la section d'AC que vous rédigez pour votre demande de subvention aux IRSC (ou autre).

Navigating the Translation and Dissemination of PHSSR Findings: A Decision Guide for Researchers, 2013 – 12 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/1JGv8Pb>

Auteur : Shoshanna Sofaer, Natalie Talis, Margo Edmunds, Kate Papa (Academy Health)

Public cible : Chercheurs de Public Health Systems & Services Research (PHSSR)

Quel est l'objet de ce guide ?

Il s'agit d'un PDF téléchargeable bien construit qui allie l'élaboration d'une stratégie de diffusion à l'aide d'une approche intégrée d'AC (renseignée par les intervenants) grâce à quatre étapes : définition du public cible, établissement des relations avec les intervenants, création d'un plan d'application, élaboration d'une stratégie de diffusion. Il fournit des renseignements pratiques et des questions à aborder à chaque étape. Il comprend des références vers des ressources pratiques, une liste de vérification pour écrire en langage clair, des exemples des différents publics cibles (chercheurs, praticiens, responsables des politiques) et des différents médias et des messages à adopter pour chacun d'eux, ainsi que des conseils sur l'utilisation efficace des médias sociaux.

À quoi peut-il vous servir ?

- Utilisez le guide avec votre processus de recherche (selon les recommandations d'utilisation des chercheurs du PHSSR) afin de créer une stratégie de diffusion.
- Utilisez le tableau pour vous aider à prendre une décision relative au média de diffusion à utiliser en fonction des avantages et des désavantages, des exemples et des ressources supplémentaires fournis pour chacun d'eux.
- Recueillez l'information contenue dans la liste de références (autres lectures, webinaires, etc.) pour en apprendre davantage sur la création d'une stratégie de diffusion efficace.



Creating an Effective Dissemination Strategy: An Expanded Interactive Workbook for Educational Development Projects, 2000 – 33 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/1OZcKhk>

Auteur(s) : Sally Harmsworth, Sarah Turpin et la TQEF National Co-ordination Team

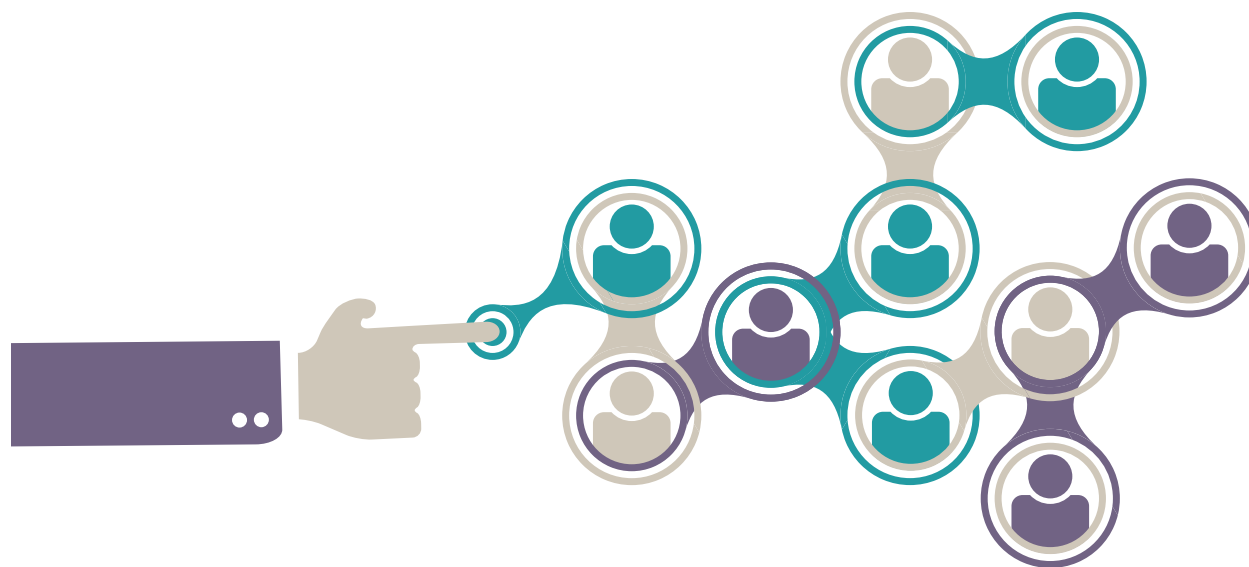
Public cible : Projets de développement des programmes d'éducation

Quel est l'objet de ce guide ?

Donne un aperçu de ce qu'est la diffusion et pourquoi elle est importante, et décrit pour qui nous diffusons, quand, quels sont les moyens de diffusion les plus efficaces et comment préparer une stratégie de diffusion. Il comporte les sections suivantes : ce qui rend un plan de diffusion efficace, qui peut vous aider avec la diffusion, comment préparer votre stratégie, comment transformer votre stratégie en plan d'action, les considérations budgétaires et l'évaluation. Une liste des types de médias de diffusion que vous pourriez envisager est fournie avec une brève description de chacun d'eux. Des sections supplémentaires abordent l'évaluation des coûts de la diffusion et comment évaluer vos objectifs par rapport aux cinq buts : sensibilisation, soutien, compréhension, implication et engagement. Contient de nombreuses feuilles de travail, notamment une pour schématiser les intervenants afin de savoir avec qui et comment diffuser les résultats de votre projet pour ce qui est de l'atteinte de ces objectifs. Une autre feuille de travail est fournie pour créer une ébauche de vos cibles, de vos échéances et de vos critères afin d'assurer votre succès. Un exemple complet d'un cadre de travail relatif à la diffusion est fourni, qui décrit l'objectif, le public cible, les activités et les médias de diffusion, l'échéancier et les responsabilités.

À quoi peut-il vous servir ?

- Apprenez les trois buts de la diffusion (pour la sensibilisation, la compréhension et l'action).
- Prévoyez quoi diffuser, à qui, quand et à quelle fin (avec une justification), et l'évaluation.
- Utilisez les exercices avec votre équipe de projet pour passer à travers les sections qui abordent une stratégie de diffusion complète.
- Imprimez et remplissez les feuilles de travail (elles ne peuvent pas être remplies directement) afin de bien élaborer votre plan de diffusion pour votre recherche, notamment la schématisation de vos intervenants, les produits et résultats attendus, ainsi que le positionnement de vos produits et résultats comme avantages ou solutions aux besoins des intervenants.



Exchanging Knowledge: A Research Dissemination Toolkit, 2011 – 12 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/1KGoYJV>

Auteur : Université de Regina

Public cible : Chercheurs

Quel est l'objet de ce guide ?

Ce PDF téléchargeable est axé sur la recherche communautaire, mais les feuilles de travail pratiques qu'il contient pourraient être utiles pour tout projet de recherche. Le guide fournit la base pour préparer un plan de diffusion détaillé avec des sections comme l'objectif, le public cible et les besoins des utilisateurs, les méthodes de diffusion, les considérations budgétaires, l'échéancier et la responsabilité pour ce qui est des tâches. Cette ressource contient également de l'information sur les obstacles possibles et sur ce qui rend la diffusion efficace (p. ex., stratégie axée sur le public cible, axée sur les objectifs, choix sélectif et combiné, accessible, utilisation optimale des ressources disponibles, permet une communication bidirectionnelle, claire et ciblée). Aperçu des types de produits de la diffusion, comme les communiqués de presse, les rapports et résumés de recherche, les affiches, les brochures, les lettres à la communauté, les communications en personne et la distribution en ligne. D'autres ressources pour produire votre plan de diffusion se retrouvent dans une bibliographie annotée contenant des liens.

À quoi peut-il vous servir ?

- Utilisez la feuille de travail pour produire une ébauche de plan de diffusion pour un projet déjà en cours ou pour l'inclure dans la section de l'AC d'une nouvelle demande de subvention.
- Imprimez et remplissez les feuilles de travail (elles ne peuvent pas être remplies directement).
- Découvrez ce que doit contenir chaque section de la feuille de travail pendant l'élaboration du plan.
- Ignorez la liste (de vérification) de la diffusion de la recherche de la CRU puisqu'elle est spécifique aux partenaires de recherche de la Community Research Unit.

Beyond Scientific Publication: Strategies for Disseminating Research Findings – 22 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/1PkbSYj>

Auteur : Yale Center for Clinical Investigation

Public cible : Chercheurs

Quel est l'objet de ce guide ?

Même s'il est spécifique à Yale, ce guide contient de l'information que tous les chercheurs peuvent utiliser. En plus des lignes directrices claires en matière d'écriture, il contient une explication de ce qui est considéré comme des « stratégies », mais aussi ce que sont réellement les « activités » ou les « produits » de la diffusion, comme la couverture médiatique, le communiqué de presse, le document du sommaire de recherche, les dépliants, les affiches, les brochures, les résumés de recherche, les résumés de politiques, les bulletins d'information sur l'étude, les publications, les sites Web et les listes de diffusion d'organismes communautaires, les événements locaux, les séminaires, les conférences, les réunions communautaires et les lettres de remerciement aux participants de l'étude. Il contient une liste de vérification pour la diffusion et des modèles : un modèle de formulaire pour la planification de la diffusion, un formulaire d'exposé de l'auteur pour rédiger un communiqué de presse, un modèle de communiqué de presse et des exemples de résumé de recherche, de bulletin d'information et de lettre de remerciement.

À quoi peut-il vous servir ?

- Découvrez les concepts liés à l'écriture en langage clair.
- Apprenez-en davantage sur les divers types de produits et de pistes de diffusion.
- Adaptez la liste de vérification (spécifique à Yale) pour orienter vos propres activités de diffusion.
- Imprimez et remplissez le modèle de planification de la diffusion pour esquisser votre propre plan.
- Utilisez les autres modèles et exemples pour créer divers produits de diffusion pour votre propre projet.

Planning Tool to Guide Research – 10 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/2rVptkp>

Auteur(s) : Deborah Carpenter, Veronica Nieva, Tarek Albaghal, Joann Sorra (Agency for Healthcare Research and Quality – AHRQ)
Public cible : Chercheurs

Quel est l'objet de ce guide ?

Ce guide a été créé pour aider les chercheurs (de l'AHRQ) à élaborer des plans de diffusion afin de leur permettre d'avoir « un effet réel sur le monde ». Les concepts peuvent être appliqués à n'importe quelle recherche et comprennent de l'information sur les six composantes d'un plan de diffusion : les conclusions et les produits de la recherche, les utilisateurs finaux, les partenaires de diffusion, la communication, l'évaluation et le plan de travail relatif à la diffusion. Ce document contient des directives et des conseils pour que vous puissiez traiter chacune des composantes, ainsi que les diverses feuilles de travail. Les feuilles de travail aident le chercheur à cibler les utilisateurs finaux (individus et organisations), à créer un sommaire du plan de diffusion, à attribuer aux activités un échéancier et des personnes responsables pour mettre en œuvre les mesures à court et à long terme, et à identifier les ressources nécessaires. Voici le lien vers le rapport de recherche qui explique l'élaboration de l'outil : <http://bit.ly/2r0Cx72>

À quoi peut-il vous servir ?

- Découvrez les composantes de base d'un plan de diffusion.
- Imprimez et remplissez les feuilles de travail pour créer une ébauche de votre plan de diffusion.

Disseminating the Research Findings, 2014 – 25 pages (en anglais seulement)

<http://bit.ly/1KGojrT>

Auteurs : Organisation mondiale de la santé
Public cible : Chercheurs

Quel est l'objet de ce guide ?

Il s'agit d'un guide bien construit et fondé sur des données probantes qui couvre les approches de fin de subvention (diffusion) et intégrées de l'application des connaissances (implication des intervenants) afin de maximiser l'efficacité de votre stratégie de diffusion. Contient une approche en neuf étapes pour créer une stratégie de diffusion. D'autres sujets sont aussi abordés, comme les obstacles et les facilitateurs de l'adoption des données de recherche, les divers outils d'AC comme les rapports de recherche et les résumés de politiques, ainsi qu'un diagramme qui présente les objectifs de la diffusion, le contenu, les canaux, les outils et les publics cibles. Contient énormément d'information et d'exemples (adoption des données probantes et utilisation pour la création de politiques, application des recherches pour informer les politiques nationales en matière de santé et pratique). Comprend une liste de références pour des lectures supplémentaires.

À quoi peut-il vous servir ?

- Apprenez les concepts clés de l'application des connaissances.
- Découvrez des exemples d'adoption réussie des données probantes et de leur utilisation pour la création de politiques et la pratique.
- Explorez les facilitateurs et les obstacles de l'AC afin d'orienter votre stratégie d'atténuation (pour maximiser les facilitateurs et minimiser ou éliminer les obstacles) dans le cadre de votre plan de diffusion.
- Découvrez et lisez les ressources indiquées dans la section des lectures supplémentaires pour en apprendre davantage.

Developing an Effective Dissemination Plan, 2001 – 13 pages [en anglais seulement]

<http://bit.ly/1nQ1qgN>

Auteur : National Center for the Dissemination of Disability Research (NCDDR)

Public cible : Communauté de subventions du National Institute on Disability and Rehabilitation Research (NIDRR)

Quel est l'objet de ce guide ?

Ce PDF téléchargeable commence avec les points importants d'une diffusion efficace, comme la notion de « satisfaction du client », qui est au cœur d'une diffusion efficace. Contient de l'information qui explique pourquoi, à titre de chercheur, vous devriez assurer une diffusion efficace (comme objectif de votre plan de diffusion) et adopter un cadre de travail philosophique selon le NIDRR, notamment les exigences pour une diffusion efficace, dix éléments pour un plan de diffusion efficace et les questions fréquentes auxquelles répondre, par exemple quel est le meilleur moment pour planifier la diffusion. Propose une section sur l'élaboration d'une stratégie de diffusion, comme les problèmes possibles liés à la stratégie, l'échéancier, les événements de formation et la création des produits.

À quoi peut-il vous servir ?

- Ignorez la section sur la création d'une politique de diffusion pour votre organisation, puisqu'elle est destinée aux organisations bénéficiaires du NIDRR.
- Découvrez les dix éléments d'un plan de diffusion efficace, comme les buts, les objectifs, les utilisateurs, le contenu, les sources, les médias, le succès, l'accès, la disponibilité et les obstacles.
- Utilisez les questions usuelles pour chacun des dix éléments afin de créer votre propre plan de diffusion efficace.
- Élaborez une stratégie de diffusion pour mettre en œuvre les dix éléments de votre plan.
- Songez de quelle façon vous pouvez aller plus loin que la liste d'événements (conférences) et de produits (rapports) dans le cadre de votre stratégie de diffusion.

Media Handbook for Development Researchers, 2008 – 49 pages [en anglais seulement]

<http://bit.ly/2qnqXPs>

Auteur(s) : Peter G. Mwesigye, George W. Lugalambi, Joel Okao (Panos Eastern Africa)

Public cible : Chercheurs sur le développement (en Afrique de l'Est)

Quel est l'objet de ce guide ?

Bien que cette ressource (PDF téléchargeable) ait été écrite par rapport aux interactions avec les médias en Afrique de l'Est, elle contient des renseignements intéressants qui peuvent être utilisés par n'importe quel chercheur afin de faciliter ses interactions avec les médias relativement à ses conclusions de recherche. Contient des conseils pratiques pour les chercheurs sur les communiqués et les conférences de presse, les entrevues avec les médias, les émissions-débats et les articles d'opinion, comme les lettres à l'éditeur. Un exemple à suivre présenté dans ce document peut être utilisé à des fins d'apprentissage. Divers types de formats sont présentés, comme la notice bibliographique, la fiche de renseignements, les résumés de politiques, les points de discussion, le communiqué de presse et la trousse d'information de l'exemple à suivre.

À quoi peut-il vous servir ?

- Découvrez les avantages d'avoir recours aux médias dans le cadre de votre stratégie de diffusion.
- Voyez pourquoi certains chercheurs ne tiennent pas compte des médias et découvrez ce qui a fonctionné pour d'autres.
- Découvrez la stratégie des médias et ce qui est « susceptible d'intéresser les médias ».
- Apprenez les lignes directrices de base pour traiter avec les médias.
- Appliquez les conseils pratiques dans la section des outils multimédias pour les chercheurs : pour écrire et soumettre un communiqué de presse, organiser une conférence de presse, préparer un dossier de presse, décider si vous voulez accorder une entrevue avec les médias et vous y préparer, vous préparer pour participer à une émission-débat, écrire et soumettre un article d'opinion ou une lettre à l'éditeur.

Pour consulter les autres documents de cette série :**a) Le Guide des guides sur la planification de l'application des connaissances :**

<https://www.slideshare.net/NeuroDevNet/guide-des-guides-pour-la-planification-du-transfert-des-connaissances>

b) Le Guide des guides sur le résumé graphique :

<https://www.slideshare.net/NeuroDevNet/le-guide-des-guides-sur-le-rsum-graphique>

c) Le Guide des guides sur la participation des intervenants :

<https://www.slideshare.net/NeuroDevNet/le-guide-des-guides-sur-la-participation-des-intervenants>

d) Qu'est-ce que les médias sociaux, et par où commencer?

<https://www.slideshare.net/NeuroDevNet/questce-que-les-mdias-sociaux-et-par-o-commencer>

L'Unité d'application des connaissances du Kids Brain Health Network (KT Core)

L'application des connaissances (AC) a pour but de maximiser l'impact de la recherche et de la formation sur les troubles neurologiques du développement.

Pour contacter l'Unité d'AC : <http://neurodevnet.ca/kt-coreteam>, ou sur LinkedIn : <https://ca.linkedin.com/in/neurodevnet>.

NeuroDevNet a renouvelé la marque du Kids Brain Health Network.



Annexe A : Feuille de travail sur la planification de la diffusion pour les chercheurs

Objectifs de la diffusion

Court terme (dans les 12 prochains mois)	Long terme (de 12 mois à 5 ans)
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Qui et où sont vos intervenants? (Vous pouvez utiliser un fichier Excel séparé au besoin.)

Praticien/responsable des politiques (titres de postes) p. ex., médecins hygiénistes en chef dans l'ensemble des provinces et territoires	Organisations p. ex., hôpital Sick Kids	Réseaux existants où vous pouvez les trouver (p. ex., groupes sur les médias sociaux), partenaires, collaborateurs, associations de professionnels, etc

Comment établirez-vous des relations avec vos intervenants et cernerez-vous leurs besoins en matière d'information (et comment leur permettrez-vous de mieux vous connaître et découvrir votre projet de recherche) ?

Activités et événements pour les intervenants ou impliquant les intervenants (ACi) pour orienter la diffusion	Médias sociaux pour suivre et impliquer les intervenants	Comment cernerez-vous leurs besoins en matière d'information? Comment établirez-vous l'ordre de priorité de ces besoins?
<p>(p. ex., nous organiserons une réunion avec les intervenants dans le cadre de notre approche intégrée de l'application des connaissances)</p>		<p>(p. ex., posez des questions sur vos médias sociaux (médias personnels ou du projet), organisez des ateliers lors de la réunion avec les intervenants, faites un sondage, etc.)</p>

Que seront vos messages clés ?

Besoins en matière d'information du public cible	Information qu'ils n'ont pas mentionnée, mais dont ils devraient disposer, selon vous (obtenue grâce à votre projet de recherche)

Quel est le meilleur moment (ainsi que le produit ou la méthode de diffusion) pour transmettre ces messages ?

Public cible	Meilleur moment (et produit/méthode) pour la transmission

Quels sont l'expertise, le budget et les autres ressources (financières, humaines, etc.) dont vous avez besoin pour mettre en application votre plan de diffusion ?

Activités, produits et événements en vue de l'atteinte des objectifs de diffusion	Expertise ou personnel nécessaire	Budget alloué
Budget total nécessaire :		

Qui sera responsable et quand auront lieu les activités ?

Activités et produits de l'AC en vue de l'atteinte des objectifs de diffusion	Membre de l'équipe de projet responsable	Date d'achèvement

Identifiez les circonstances, les personnes, etc. qui pourraient vous aider à atteindre vos objectifs de diffusion (facilitateurs) ou qui pourraient retarder ou empêcher votre succès (obstacles).

Facilitateurs	Stratégie d'atténuation pour maximiser les avantages des facilitateurs
1.	
2.	
3.	
4.	

Obstacles	Stratégie d'atténuation pour minimiser ou éliminer les obstacles
1.	
2.	
3.	
4.	

Comment évaluez-vous le succès de votre plan de diffusion ?

Objectifs à court terme (dans Tableau 1)	Comment les évaluez-vous? (p. ex., Sondage ? Entrevue ? Groupes de discussion ?)
1.	
2.	
3.	
4.	

Objectifs à long terme (dans Tableau 1)	Comment les évaluez-vous? (p. ex., Sondage ? Entrevue ? Groupes de discussion ?)
1.	
2.	
3.	
4.	