

LA BALADODIFFUSION : UN OUTIL DE COMMUNICATION OU DE TRANSFERT DES CONNAISSANCES?

Aurélié Hot^{1,2}

1. Centre de recherche et de partage des savoirs Interactions, CIUSSS du Nord-de-l'Île-de-Montréal 2. Partenariat de recherche ARIMA

InterActions
Centre de recherche et de partage des savoirs
CIUSSS du Nord-de-l'Île-de-Montréal



CONTEXTE

En 2019, dans le cadre d'un congrès scientifique, une série d'épisodes en baladodiffusion a été produite pour présenter les travaux de chercheuses et chercheurs qui oeuvrent dans le domaine général de **l'action collective en santé et services sociaux**.

OBJECTIFS INITIAUX

- Expérimenter la pertinence et la portée de cet outil
- Maximiser le rayonnement et l'impact des conférences prononcées lors du congrès scientifique
- Sensibiliser un réseau de partenaires à des sujets de recherche d'actualité

PUBLIC CIBLÉ

Un réseau de partenaires :

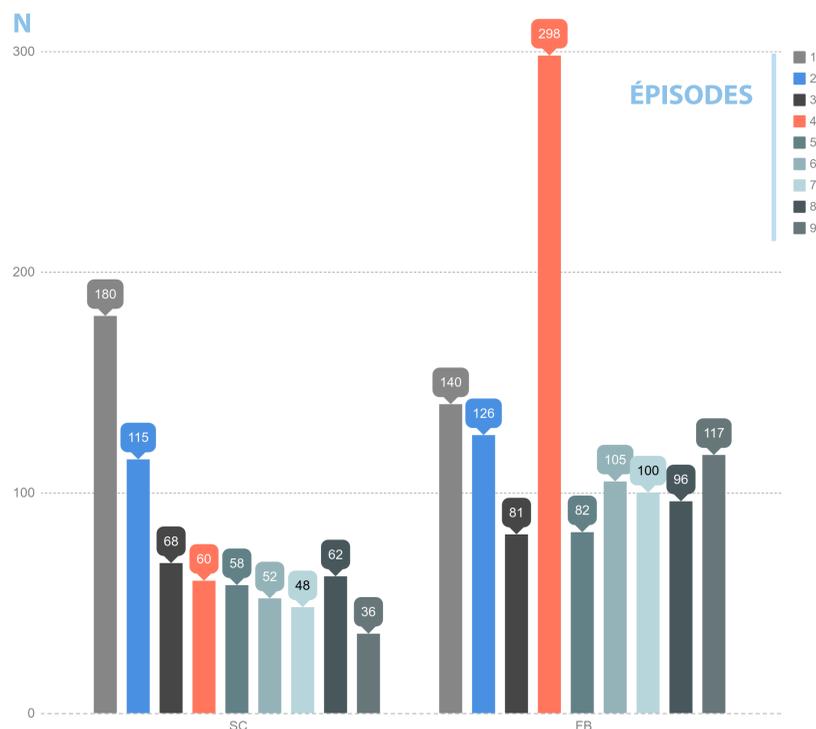
- chercheurs,
- étudiants,
- professionnels.



LES ÉPISODES RÉALISÉS

	THÈMES	INVITÉS	DURÉE	DISCIPLINE DES INVITÉS
1	Tribunaux en santé mentale	Pariseau-Legault (UQO), Khoury (U. Sherbrooke)	4:49	Sciences infirmières, travail social
2	Développement social et municipalités	St-Amour et Foisy (UQO)	4:30	Travail social
3	Souffrance et démocratie au travail	Ruelland (ARIMA)	4:31	Sociologie
4	Le travail du « care »	Courcy (CIUSSS NM)	4:12	Sociologie
5	Santé et communautés linguistiques minoritaires	Savard (U. Ottawa)	4:32	Sciences de la santé
6	Inclusion sociale en autisme	des Rivières-Pigeon (UQAM)	5:03	Sociologie
7	Perspective étudiante sur l'activisme	Salazar Gomez (UdeM)	4:15	Communication
8	Action intersectorielle	Bilodeau (UdeM)	5:10	Santé publique
9	Évaluation participative	Leclerc (CIUSSS NIM)	4:56	Évaluation

RÉSULTATS



Écoutes (Soundcloud)

De la mise en ligne des épisodes jusqu'au 12 novembre 2019 (3 à 6 mois).

Personnes touchées (Facebook)

Personnes touchées après la diffusion d'une publication sur chaque épisode, sur le compte du Partenariat de recherche ARIMA (356 abonnés).

APPRENTISSAGES

La série réalisée a atteint les objectifs fixés en matière de rayonnement et a rejoint un public plus diversifié que prévu. Elle a cependant eu un impact modeste en matière de transfert des connaissances (limité à la diffusion d'information).

PUBLIC REJOINT

Caractéristiques :

- public regroupé et actif sur les médias sociaux (groupes, équipes)
- nouveaux partenaires et citoyens intéressés par les thématiques traitées

ÉVALUATION

À considérer :

- statistiques d'écoute ne sont pas proportionnelles aux statistiques de rayonnement

FORMAT CHOISI

Épisodes brefs (4 à 5 minutes) :

- avantage : facilement réutilisables dans des trousseaux pratiques, pour des formations...
- désavantage : ne vont pas au-delà d'un objectif d'information sur des sujets complexes

OBJECTIFS ATTEINTS

- Rayonnement
- Diffusion d'information

MESSAGES

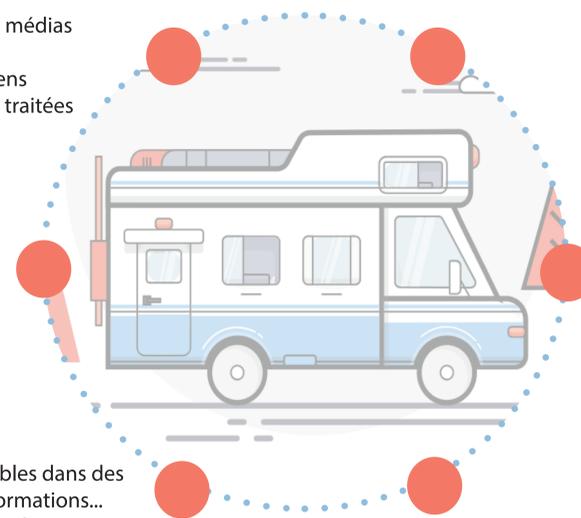
Caractéristiques :

- brièveté
- vulgarisation

RESSOURCES

Investissement minimal :

- Peu coûteux
- Rapidité de réalisation
- Épisodes « réutilisables »



ÉCOUTEZ LE BALADO

bit.ly/routebalado



RÉFÉRENCE

HOT, A. (2019, 11 juin). *Un balado sur la route de la recherche sociale!* Magazine Découvrir (Acfas). En ligne sur acfas.ca/publications/decouvrir

REMERCIEMENTS

Merci à Maryse Rivard et Fatima Gabriela Salazar Gomez, du partenariat de recherche ARIMA, pour les statistiques de suivi des épisodes du balado. La série « La recherche sociale sur la route » n'aurait pas pu voir le jour sans la généreuse participation des chercheuses et chercheurs invités.

LA BALADODIFFUSION EN CONFÉRENCE : MODE D'EMPLOI

1. Discutez au préalable des intérêts préliminaires de votre public cible pour orienter votre message
2. Planifiez à l'avance les conférences auxquelles vous allez assister (itinéraire) et prévoyez en conséquence votre série d'épisodes
3. Faites la maquette de vos épisodes (choisir la musique, l'intro et l'outro, le visuel) avant le départ en conférence
4. Planifiez avec votre spécialiste web et médias sociaux la mise en ligne et la promotion des épisodes
5. Contactez vos invités potentiels à l'avance
6. Préparez quelques questions pour chaque invité
7. Relayez les débats dynamiques des périodes de question
8. Laissez-vous surprendre! Ajustez votre message au besoin
9. Diversifiez les lieux de promotion : site Web, réseaux sociaux, plateformes spécialisées sur un thème, etc.
10. Faites le suivi de l'écoute de vos épisodes : ajustez la promotion au besoin
11. Réutilisez vos épisodes : pour des formations, dans des trousseaux pratiques, dans des événements
12. Partagez votre expérience pour inspirer d'autres initiatives!