



Rédiger un résumé en langage simple

La procédure qui suit a été élaborée à partir de recommandations tirées de publications portant sur la rédaction de **résumés en langage simple** et des perspectives d'un groupe de 11 patients partenaires et membres du public. Il en résulte une marche à suivre basée sur les données probantes qui tient compte du point de vue des patients partenaires et des membres du public.

Citation de l'article : Zarshenas S, Mosel J, Chui A, Seaton S, Singh H, Moroz S, Khan T, Logan S, Colquhoun H. « [Recommended characteristics and processes for writing lay summaries of healthcare evidence: a co-created scoping review and consultation exercise](#) », *Res Involv Engagem*, vol. 9, article 121, 2023.

Pour rédiger un résumé en langage simple :

| Étapes | Lignes directrices | Tâches principales |
|--|---|--|
|  <p>1 Préparation</p> | <ul style="list-style-type: none">• Idéalement, solliciter la participation d'au moins deux patients partenaires ou membres du public.• Les chercheurs devraient échanger avec les patients partenaires et les membres du public sur les compétences voulues en matière de rédaction en langage simple et prévoir les ressources nécessaires au perfectionnement des compétences.• Favoriser un partenariat sécuritaire et agréable pour tous les membres de l'équipe. | <ul style="list-style-type: none">• Choisir l'équipe de rédaction.• Déterminer le public cible.• Établir l'objectif et les messages clés du résumé en langage simple.• Prévoir les ressources nécessaires (budget, personnel).• Fournir un modèle de résumé aux patients partenaires et aux membres du public pour qu'ils puissent se faire une idée de la structure de rédaction.• Choisir le ou les auteurs ainsi que la stratégie de dissémination |
|  <p>2 Rédaction</p> | <ul style="list-style-type: none">• Exécuter le plan proposé à l'étape n° 1 en l'adaptant au besoin.• Demander aux patients partenaires et aux membres du public quels renseignements de l'étude il faudrait absolument transmettre.• Utiliser des questions guides telles que : « Qu'avez-vous fait? », « Qu'avez-vous découvert? » et « Pourquoi est-ce important? ».• Fournir un modèle de résumé aux patients partenaires et aux membres du public pour orienter la rédaction. | <ul style="list-style-type: none">• Confirmer le format du contenu.• Désigner la personne qui rédigera le résumé.• Rédiger le résumé. |

Étapes

Lignes directrices

Tâches principales



- Veiller à obtenir une rétroaction de non-spécialistes.
- S'attendre à plusieurs rondes de rédaction et révision.

- Offrir l'occasion à tous les patients partenaires et membres du public de passer en revue la version préliminaire du résumé.
- Obtenir une rétroaction de la part de trois à cinq membres du public cible qui ne connaissent pas bien le sujet.



- Faire lire le résumé par des utilisateurs additionnels, au besoin.
- Prioriser l'accessibilité dans la conception (p. ex. compatibilité avec les lecteurs d'écrans, texte de remplacement).
- Soumettre le résumé à un public de non-spécialistes afin de vérifier leur compréhension. Ne pas se fier uniquement aux tests de lisibilité.

- Réaliser une révision finale afin de garantir l'exactitude du contenu.
- Peaufiner le contenu avec l'ensemble de l'équipe de rédaction; faire appel à une équipe de production si possible.



- Adapter la dissémination au public cible.
- Considérer la mise sur pied d'une équipe de dissémination responsable de la planification et de l'accessibilité (p. ex. campagne sur les médias sociaux).

- Assurer la dissémination au public cible.



- Recueillir des données pour aider à l'évaluation (p. ex. le nombre de téléchargements et de visites du site Web).
- Inviter des patients partenaires, des membres du public et des chercheurs expérimentés à servir de mentors à l'avenir.

- Évaluer le processus de rédaction :
 - Le processus a-t-il été efficace?
 - Pourrait-on l'améliorer?
 - Qu'ont appris les membres de l'équipe de leur expérience?

Qualités d'un résumé en langage simple :

Voici quelques caractéristiques importantes d'après les publications, les patients partenaires et les membres du public :

Absence de jargon ✓

Voix active ✓

Informations objectives ✓

Absence de phrases longues ou complexes ✓

Définition des termes ✓

Supports visuels informatifs ✓

Caractéristiques du contenu

Plus de **50 %** des publications recommandent d'inclure les éléments suivants :



Comment : **Méthodes**
51 % (n = 27)



Pourquoi : **Importance de l'étude**
57 % (n = 30)



Quoi : **Résultats de l'étude**
79 % (n = 42)

Nombre de mots

Les études ne s'entendent pas sur la longueur idéale d'un résumé en langage simple, mais **83 %** des sources préconisent une longueur de 150 à 500 mots.

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec Heather Colquhoun (heather.colquhoun@utoronto.ca)