

Příloha A: Seznam tabulek

Tabulka 1: Účel mobilizace vědění: Od výzkumu k akci

Potenciální zaměření transferu výzkumných poznatků podle fáze výzkumu Mobilizace vědění se objevuje při každé fázi výzkumu			Užívání a uživatelé výzkumu (příklady)
Projektování	Implementace	Výsledek	Uživatelé výzkumu
Steakholder Analýza Analýza publika Angažovanost komunity Angažovanost uživatele Zprostředkovávání Budování kontaktů a sítě	Vytváření (Spolu)vytváření Výměna Angažovanost komunity Angažovanost uživatele Zprostředkovávání Budování kontaktů a sítě	(Spolu)vytváření Transfer Šíření Publikace Obhajoba Analýza publika Zapojení komunity Zapojení uživatele Zprostředkovávání Budování kontaktů Budování sítě	Zákodníci Výzkumníci Tvůrci programů Média Praktikující Pacienti Široká veřejnost
			Využití výzkumu Citace, evidence, pravomocné rozhodování, programové návrhy, změny v praxi, chování a politice, informovaná veřejnost, sociální inkluze, sociální spravedlnost, sociální inovace
Evaluace a kontrola: dosah, relevance, vztahy, výsledky			

Zdroj: (Briggs, 2015, s. 2, zdůrazněno v originále)

Tabulka 2: Příklady transferu výzkumných poznatků dle typu média

Médium	Příklady
Osobní setkání (prezentace, plakát, konverzace, networking, prospekty, brožury)	Konference, symposia, summity, fóra, asociace, organizace, komunity.
Participační techniky	Konzultace, rozhovory, skupinové diskuze, mapování výsledku, procesní design a mnoho dalších.
Internet	Internetové stránky, blogy, webináře, přednášky TED, asociace, veřejné mínění, organizace
Sociální média	Facebook, Twitter, Linked In, YouTube, Instagram, Vineo, Slideshare, virální videa a jiné sociální platformy.
Tisk	Žurnály, magazíny, noviny, občasníky. Plakáty, knihy, politická sdělení, faktografické listy.
Televize a rádio	Zprávy Zpravodajské relace Populární pořady
Představení	Divadlo Tanec
Ke zvážení	Zjednodušený jazyk Nové technologie Digitální propast Guerilla marketing

Zdroj: (Briggs, 2015, s. 7, zdůrazněno v originále)