

Transfert de connaissances

Partager pour mieux se comprendre



Joanie Bédard, MSc
joanie.bedard@cirris.ulaval.ca
MAP national meeting 2024

Sources

MOOC transfert de connaissances 1 & 2 (UdeM)

ComSciCon Québec 2022 et 2023

Livres Peer Recognized (1, 2 & 3)

« Ensemble des efforts consentis pour faire connaître et reconnaître les activités et les résultats de recherche [...] en vue de leur utilisation par les milieux de pratique, les décideurs et le grand public, que la démarche soit interactive ou non. »

- *Fonds québécois de recherche – société et culture (2014)*

Valorisation

Mobilisation

Partage

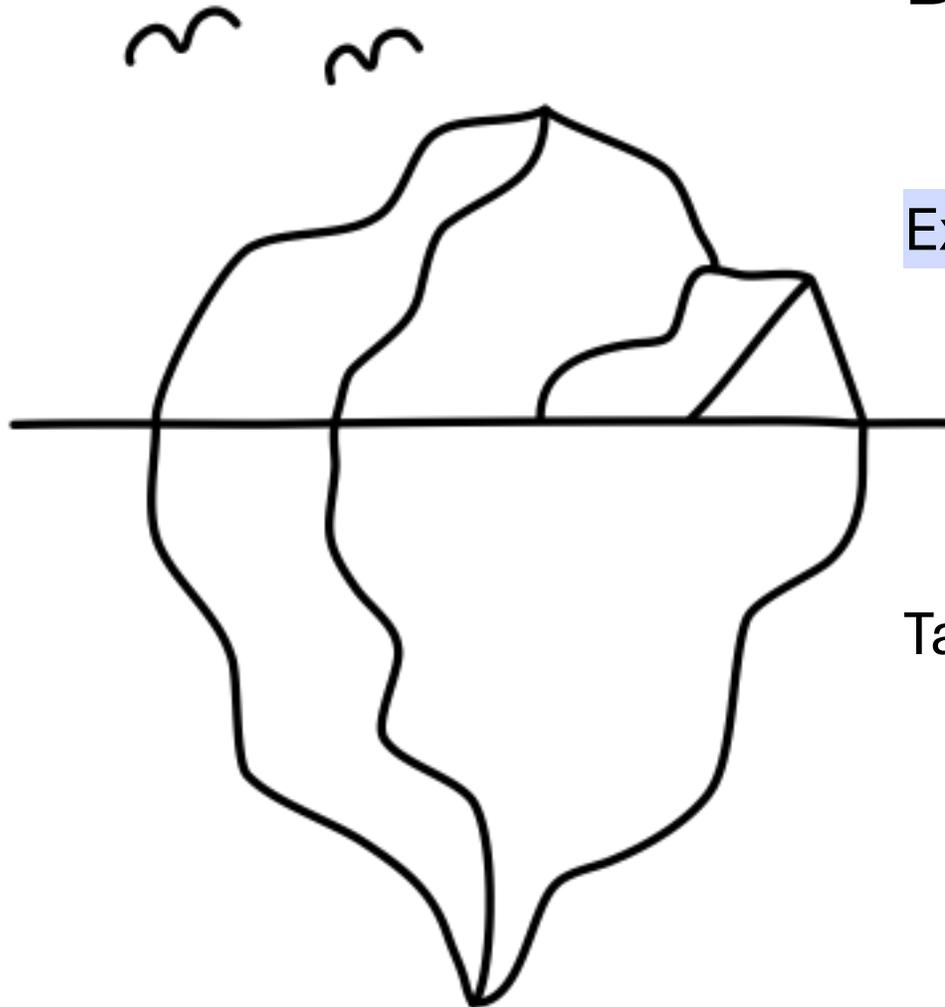
TRANSFERT

Échange

Vulgarisation

Application

Différents types de connaissances



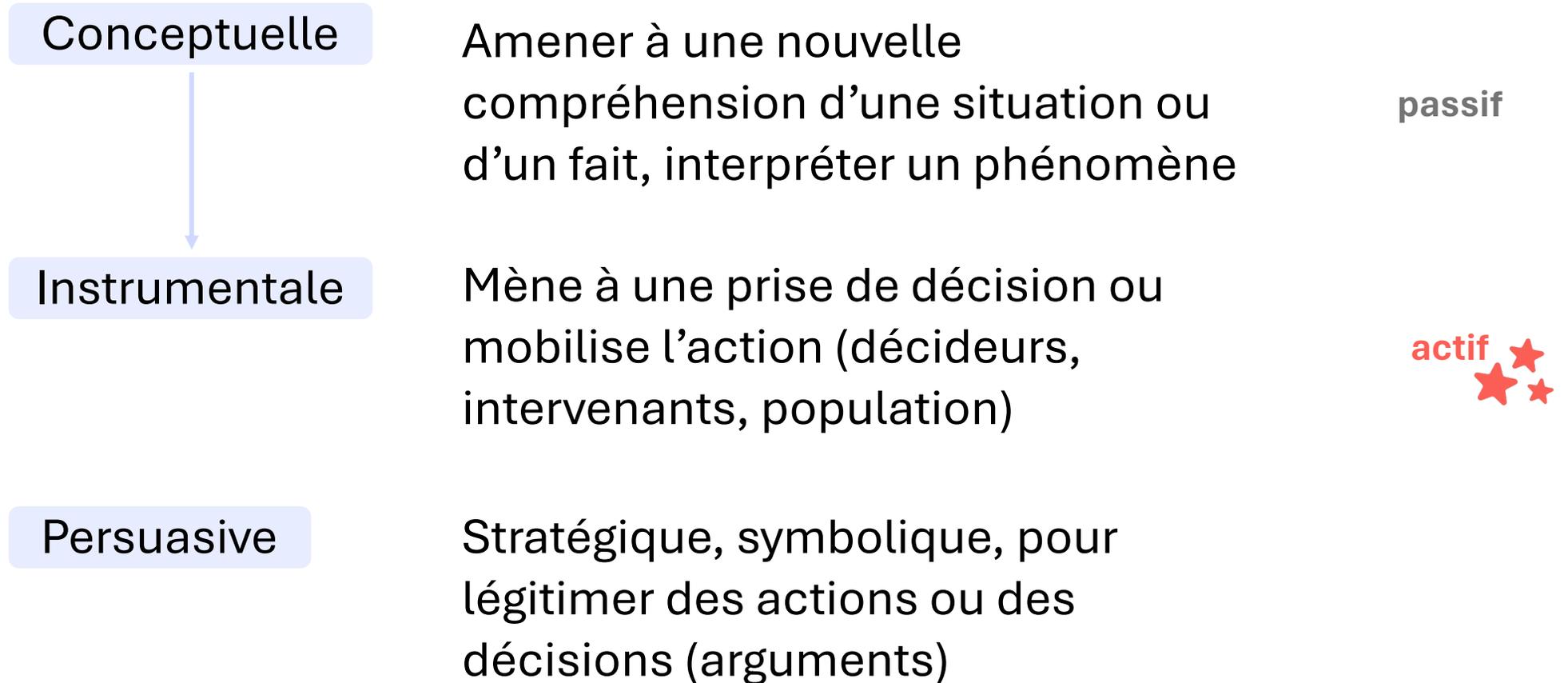
Explicites

Issues de la recherche
Processus d'analyse de données

Tacites

Issues du terrain
Pratiques / cliniques
Expériences vécues
Normes sociales

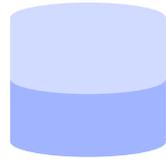
Différentes utilisations des connaissances



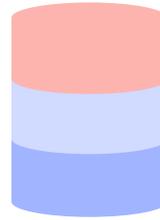
Différents niveaux d'implication et d'engagement



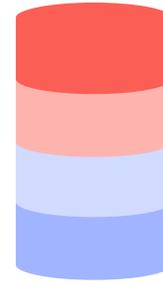
Informer



Sensibiliser



Mobiliser
l'action



Changer les
pratiques

3 approches possibles

Position d'experts

Producteurs

Utilisateurs



Disponibilité et accessibilité de connaissances de qualité mène à l'utilisation

Unidirectionnel; les utilisateurs sont passifs et peu impliqués

Peu d'influence sur les changements de pratiques

Utile dans certains domaines (ex. science fondamentale)

Résolution de problème

Producteurs

Utilisateurs



Formulation d'une demande de recherche par les utilisateurs potentiels basée sur leurs besoins et leurs intérêts

Recherche au service des utilisateurs

3 approches possibles

Producteurs



Utilisateurs



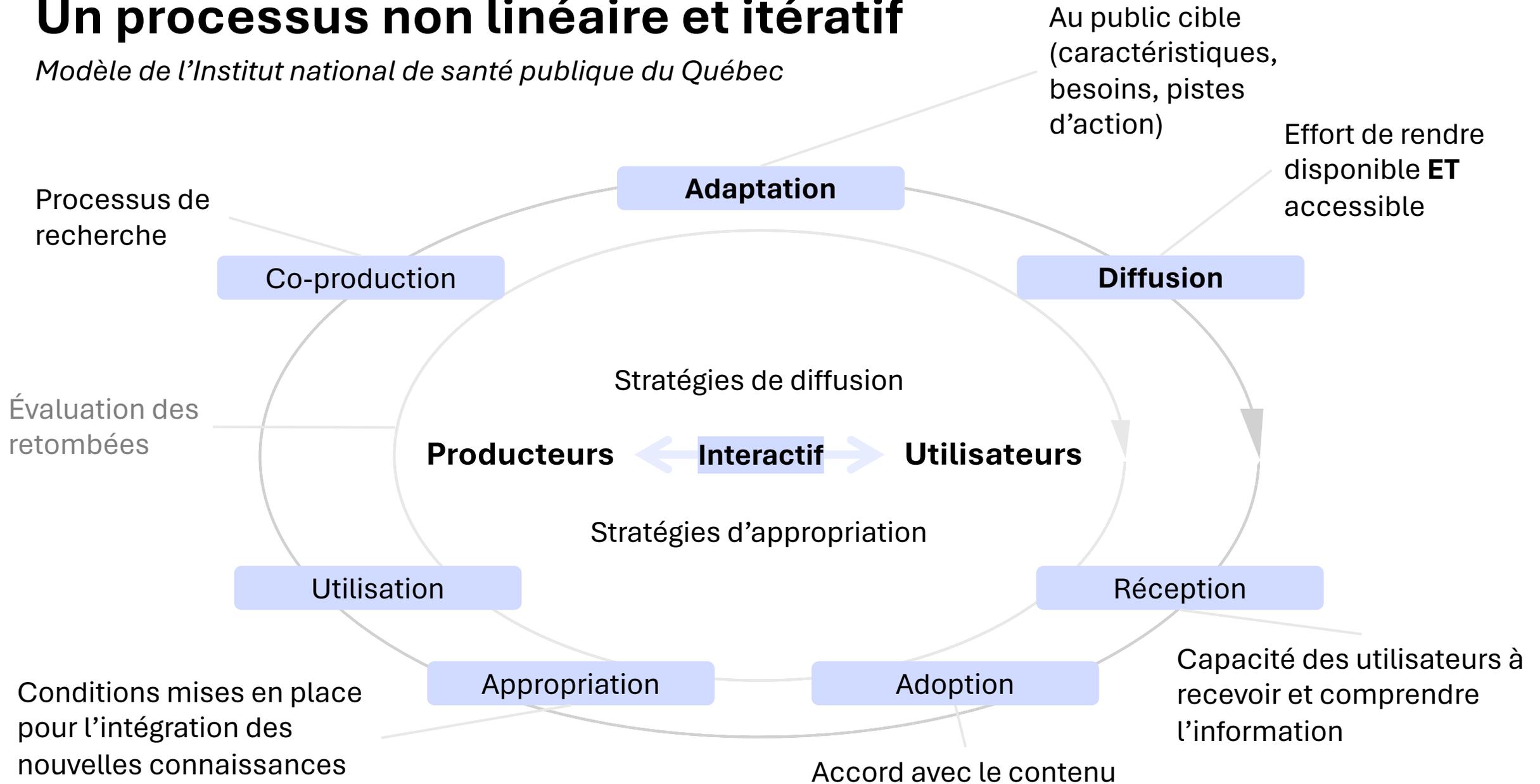
Collaboration entre les chercheurs, des décideurs, les intervenants, etc.

Processus **itératif et bidirectionnel** impliquant partage et échange

Vise l'appropriation du **processus** de recherche par les milieux (pas juste les résultats)

Un processus non linéaire et itératif

Modèle de l'Institut national de santé publique du Québec



Entre la production et l'utilisation, plusieurs enjeux !

Connaissances

Sont-elles faciles d'accès ? Compatibles avec les valeurs et les besoins ? Avec l'agenda politique ? Produites en temps voulu ?

Utilisateurs (partenaires et population)

Sont-ils intéressés par la recherche ? Voient-ils une utilité ? Sont-ils ouverts au changement ? Est-ce que ça leur demandera trop de travail ?

Producteurs (chercheurs et partenaires)

Quelle est leur attitude et leur définition de la collaboration ? Quelles sont leurs habiletés à adapter leur approche ? Ont-ils du financement ?

Contexte organisationnel

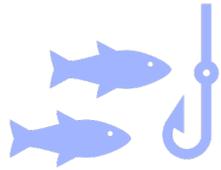
Présence de politiques internes ou culture favorable ? Leadership positif ? Ouverture et incitatif au changement ? Disponibilité des ressources ?

Contexte social et politique

Quelle est la politisation de l'enjeu ? Quel est le degré d'adéquation avec les politiques actuelles et les besoins de la société ? Quel est l'influence du processus décisionnel hiérarchique ?

Et les stratégies dans tout ça ?!

Et les stratégies dans tout ça ?!



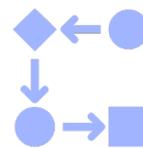
Doivent être adaptées au
contexte d'implantation
(facteurs d'influence)



Gagnent à être multiples
pour atteindre plusieurs
cibles / objectifs



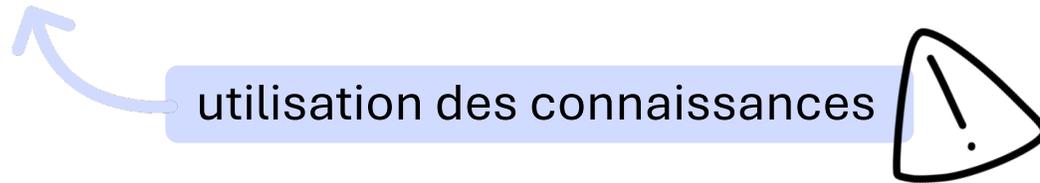
Doivent être interactives et
itératives plutôt que
passives et linéaires



Doivent assurer un suivi et
un accompagnement pour
l'appropriation

Pourquoi avoir des stratégies de transfert ?

Changement = capacité + motivation + opportunité



Quelles sont les mécanismes possibles ?



Sensibiliser les utilisateurs à l'importance de la recherche



Travailler vers une compréhension commune des questions d'intérêt



Faciliter les communications et l'accès à la dissémination



Multiplier les interactions



Développer les compétences des utilisateurs



Réduire les structures et les procédures



Mécanismes ayant des preuves d'efficacité

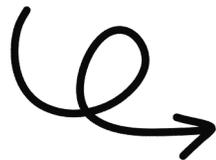
Tout ça en favorisant une approche d'accompagnement !

Éviter l'approche directive ou
d'expertise, sauf en cas d'urgence



Se positionner en **facilitateur** auprès
des utilisateurs de connaissances

Adopter une posture d'**humilité** en laissant
la place à l'expertise des utilisateurs



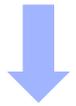
Mobiliser leurs forces, leur expertise,
leurs savoirs et leur autonomie

**Ok, c'est beau toute cette théorie.
On fait ça comment, maintenant ?**

On fait une stratégie !

Une bonne stratégie doit pouvoir entraîner
des changements concrets et être en mesure
de le démontrer

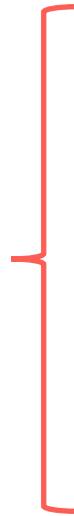
Objectifs



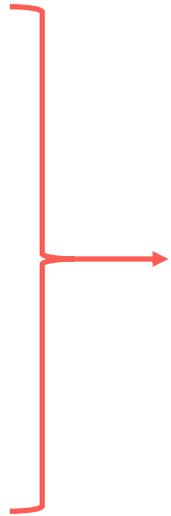
Plan /
stratégies



Facteurs
d'influence



Activité
Activité
Activité
Activité



Mécanismes



Retombées



Mesures de
résultat

Une stratégie en 8 questions clés

1

Quoi ?

2

À qui ?

3

Pourquoi ?

4

Qui ?

5

Comment ?

6

Efficacité ?

7

Quand ?

8

Combien ?

Une stratégie en 8 questions clés

1 Quoi ?

Quels sont les messages clés ?

Attention de ne pas noyer le message dans une mer d'information

2 À qui ?

Public cible, futurs utilisateurs ?

Adapter les messages en conséquence et en tenant compte des facteurs d'influence

Une stratégie en 8 questions clés

3 Pourquoi ?

Quel est l'objectif du processus ?

Informé ?

Sensibiliser ?

Mobiliser l'action ?

Changer les pratiques ?

4 Qui ?

Bien choisir son messenger selon les activités à mettre en œuvre

Un messenger crédible augmentera les chances de réussite du transfert

Une stratégie en 8 questions clés

5 **Comment ?**

Quelles activités sont à privilégier pour atteindre les objectifs visés ?

Ce choix est crucial !

6 **Efficacité ?**

Quels seront les indicateurs de réussite de l'activité ?

Comment ceux-ci seront-ils mesurés pendant et après ?

Une stratégie en 8 questions clés

7 Quand ?

Assurer que les activités de transfert sont réalisées au moment opportun

Ne pas attendre la toute fin du projet de recherche pour tenir les utilisateurs au courant de ce qui se passe ! (ex. comité de suivi)

8 Combien ?

Quelles ressources financières, humaines, matérielles et autres seront nécessaires à la bonne réalisation des activités ?

Doit être budgété dès l'idéation du projet !

**Certaines de ces étapes méritent
d'être approfondies ...**

Trucs et astuces

1

L'importance d'un bon message clé

Pour bien faire passer un message

- Choisir 2-3 résultats de qualité
- Bien raconter son histoire
- Choisir le bon format
- Rendre l'information accessible (pas juste disponible)

1

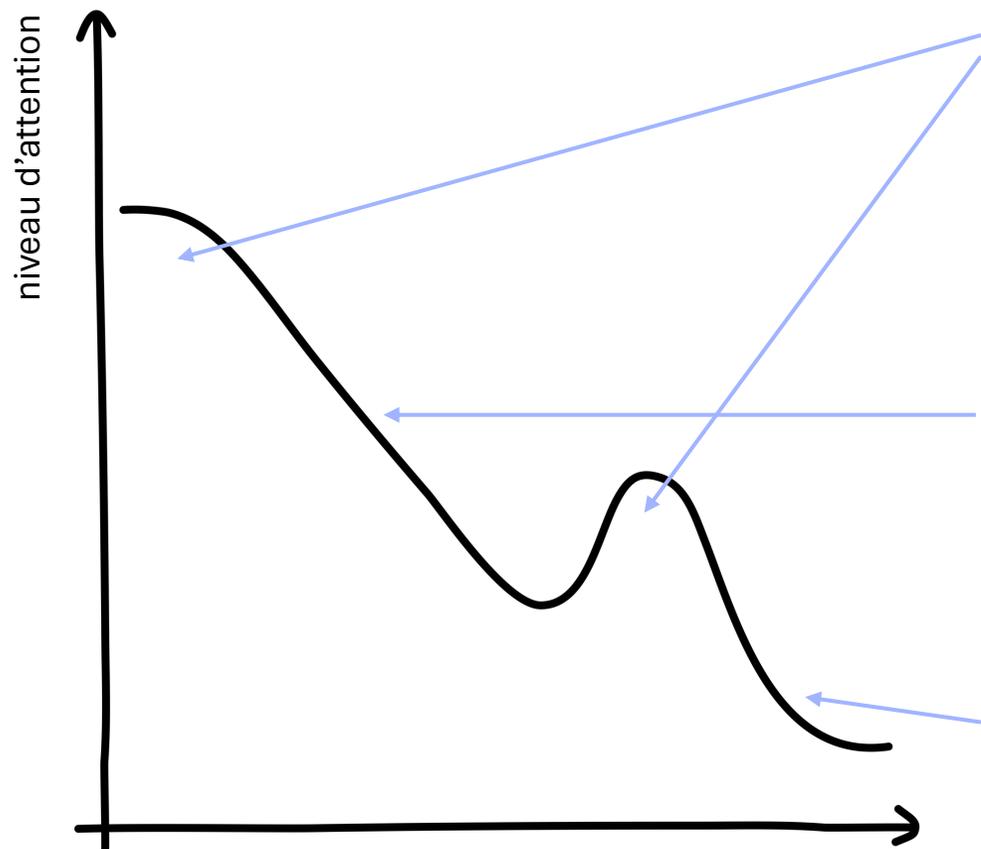
L'importance d'un bon message clé

Alerte à la controverse !

La structure scientifique habituelle n'est pas le meilleur moyen de partager les connaissances, si on veut **attirer et conserver l'attention d'un auditoire** et ce, peu importe le format de la présentation.

1

L'importance d'un bon message clé



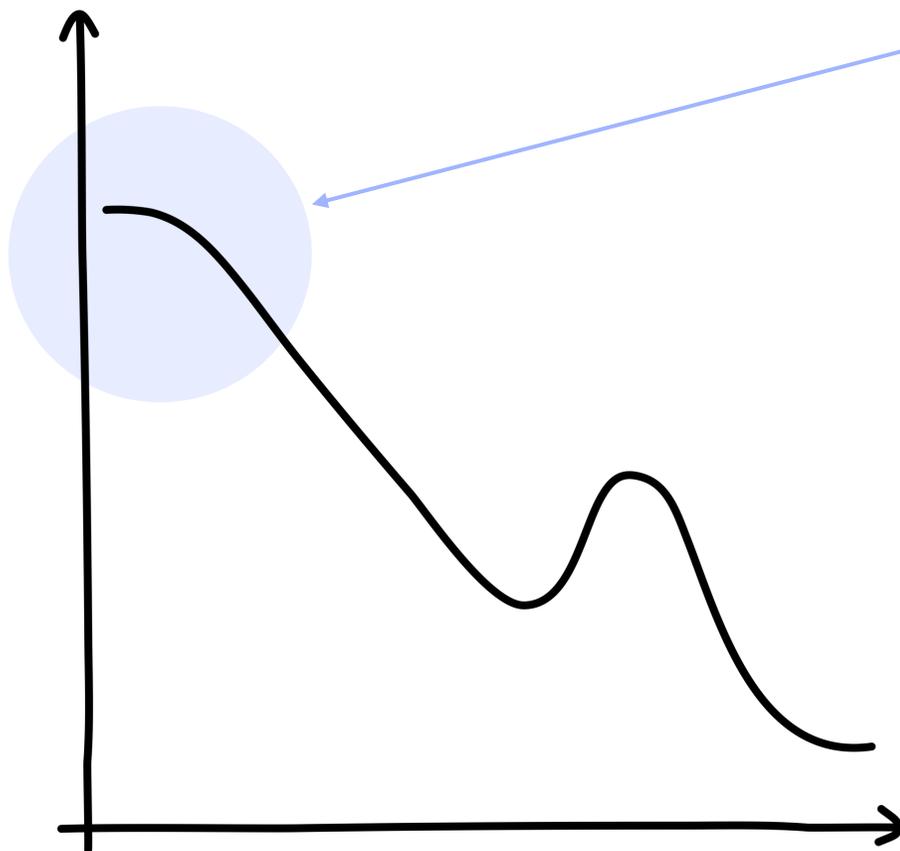
Le public s'intéresse à la problématique de façon succincte, et aux **résultats**.

Malheureusement on s'enfarge souvent dans une longue problématique et des détails méthodologiques

Et on finit par manquer de temps pour l'essentiel : les **messages-clés** !

1

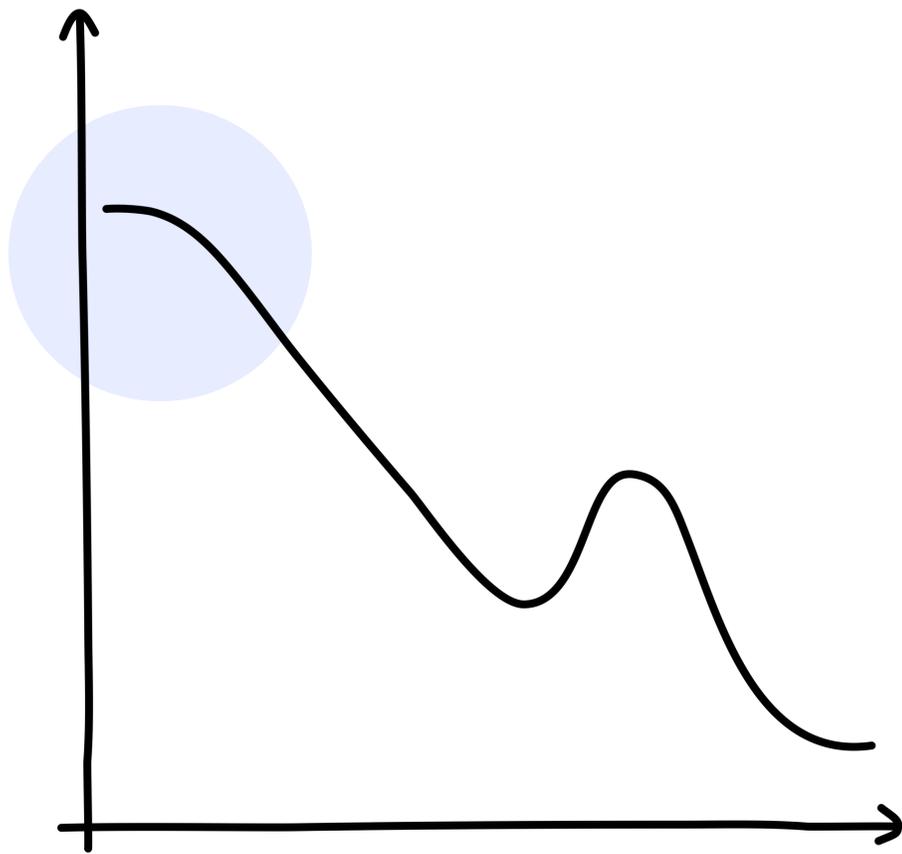
L'importance d'un bon message clé



L'angle donné à la présentation de la problématique est aussi très important pour accrocher le public dès le début.

1

L'importance d'un bon message clé

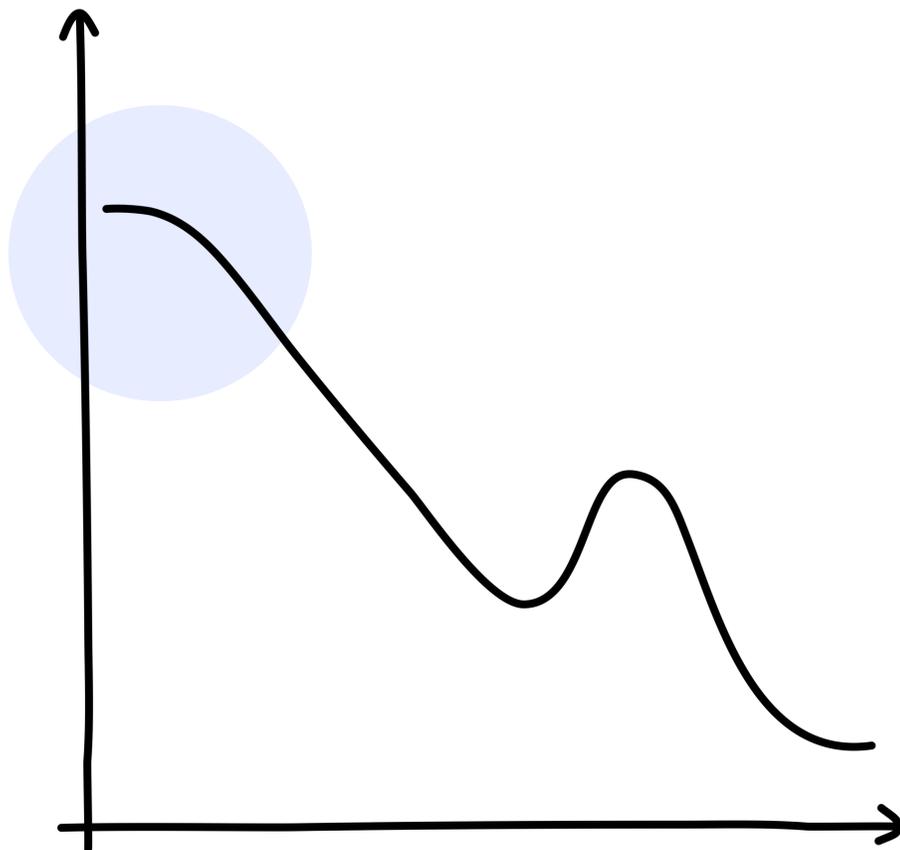


« Start with why » (*Simon Sinek*)

La quantité de dioxyde de carbone dans l'atmosphère est actuellement 33% plus élevée qu'à n'importe quel autre moment dans le dernier millénaire. Ces changements sont liés en grande partie à l'activité humaine et contribuent aux changements climatiques, ce qui entraîne des catastrophes naturelles plus fréquentes.

1

L'importance d'un bon message clé

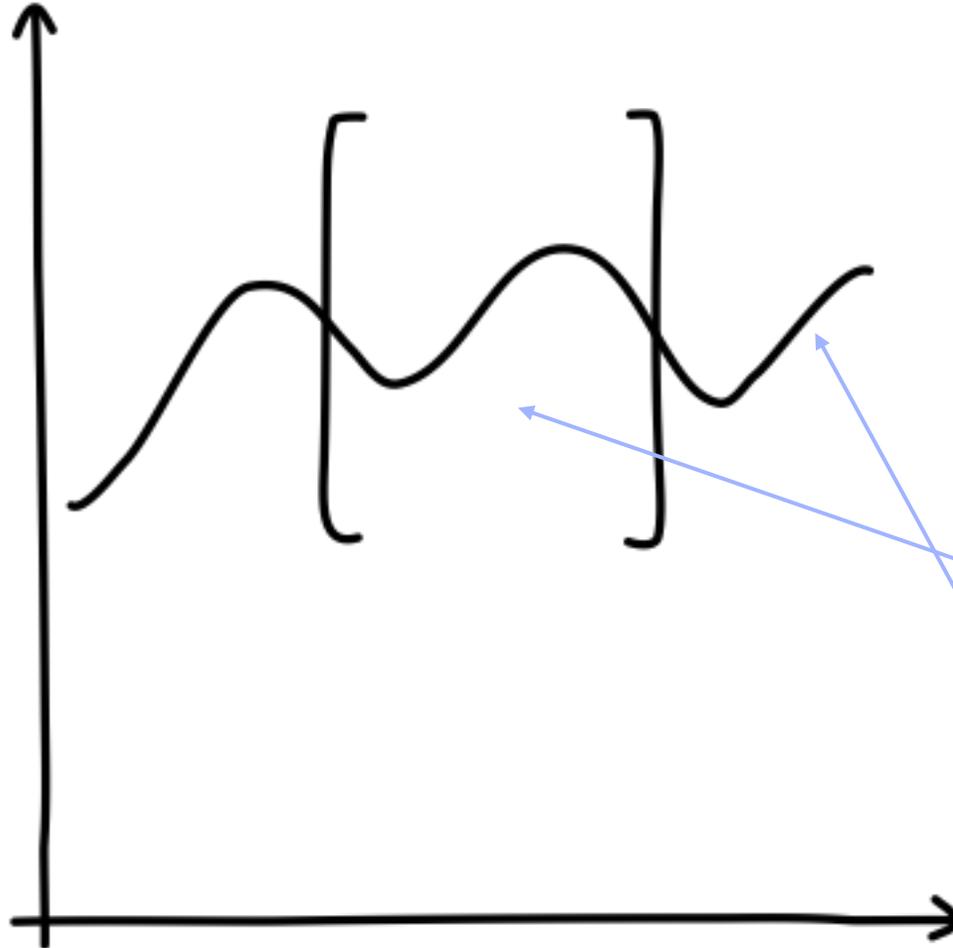


« Start with why » (*Simon Sinek*)

Saviez-vous qu'il y a une famille de l'île d'Orléans qui cultive les fraises depuis 8 générations ? L'été passé, leur production avait diminué de 45% par rapport à 2019 à cause des changements climatiques. Si on ne fait rien, les fraises de l'île risquent de coûter pas mal plus cher à l'épicerie...

1

L'importance d'un bon message clé



« Start with why »

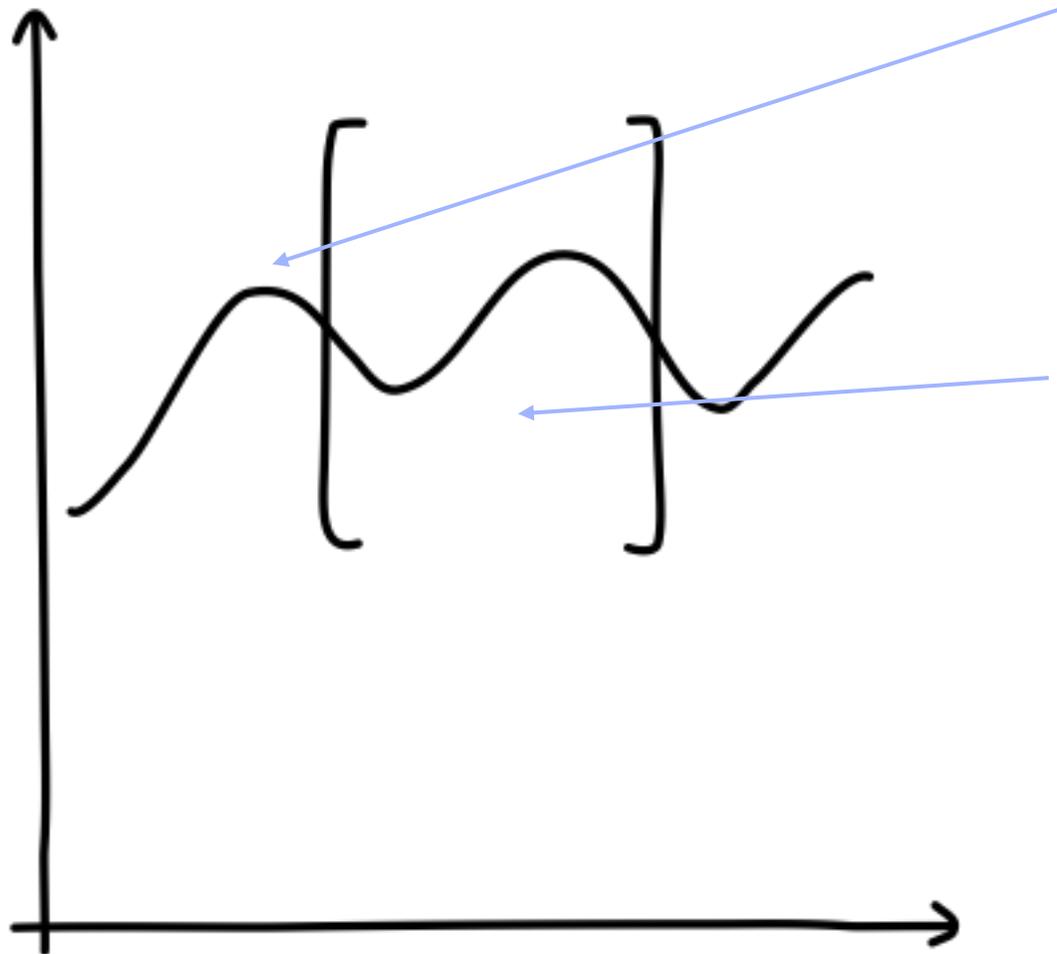
Énoncer brièvement l'objectif dans des termes clairs et sans jargon

[résultats + métho] x 2-3

Messages-clés !!

1

L'importance d'un bon message clé



Objectif « En tant qu'amatrice de fraises de l'île, je voulais contribuer. Je me suis donc demandé ce que les Québécois faisaient pour diminuer leur empreinte sur le climat.

Résultat #1 Ce que j'ai trouvé, c'est que 87% d'entre eux posent au quotidien des gestes concrets et prouvés efficaces pour combattre le réchauffement climatique, majoritairement : ...

Métho #1 Pour arriver à ces résultats, on a sondé... parce qu'on trouvait que c'était un bon moyen d'avoir un portrait représentatif de... »

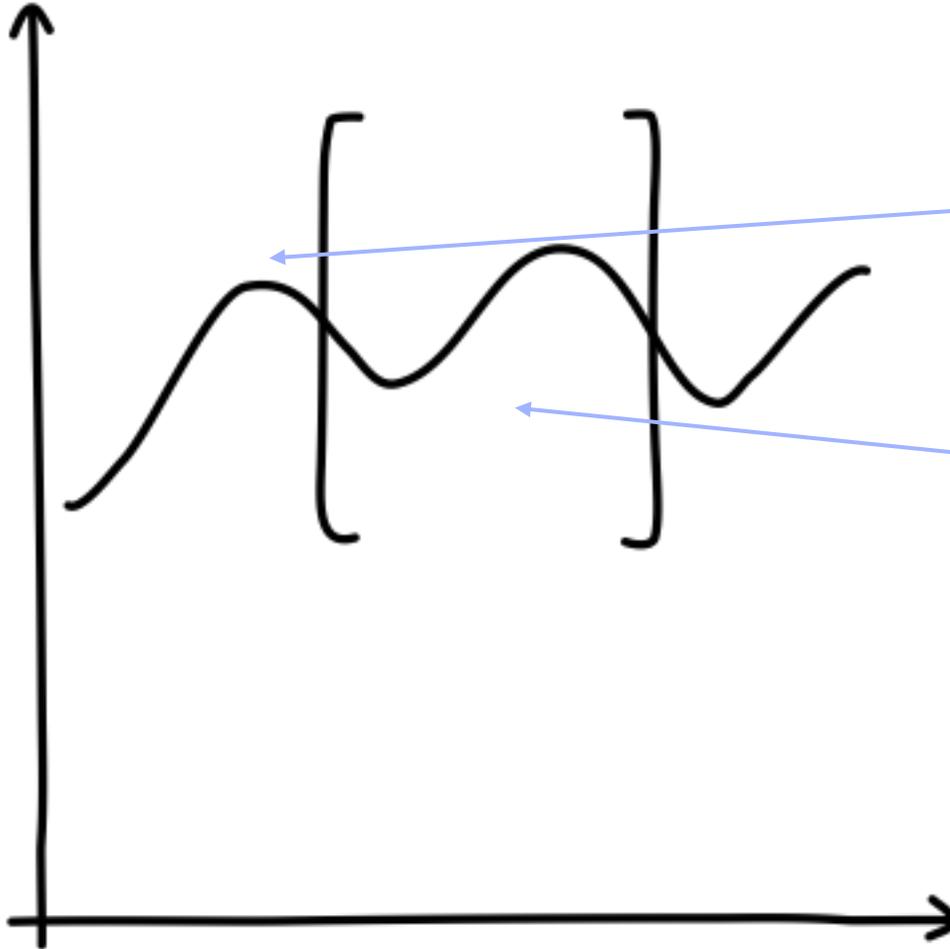
1

L'importance d'un bon message clé

Mais si je n'ai **pas de résultats** encore ?

1

L'importance d'un bon message clé



Le WHY doit être encore plus convainquant !!

Justifier le choix du protocole du projet de façon compréhensible

Indiquer les **retombées attendues** qui seront **concrètes** pour votre auditoire

1

L'importance d'un bon message clé

« Le protocole implique un devis de recherche qualitatif et les données seront analysées itérativement durant la collecte et de façon inductive selon leur contenu thématique. »

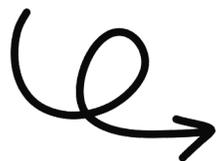


« Pour avoir des résultats représentatifs, on trouve ça important d'aller recueillir les perceptions des gens qui vivent chaque jour dans ce contexte. La mise en commun de toutes les entrevues pourrait permettre de faire ressortir des enjeux auxquels on n'aurait pas pensé en tant que chercheurs. »

1

L'importance d'un bon message clé

« L'intention de se mobiliser face aux changements climatiques : perception et pistes d'actions des Québécois au cours des 5 dernières années stratifiées selon la région administrative – résultats d'une enquête provinciale. »



Titre

Viser 1 respiration
+ accroche de résultat



« 87% des Québécois veulent se mobiliser pour sauver le climat (et les fraises de l'île d'Orléans). »

Simplifie ton langage.

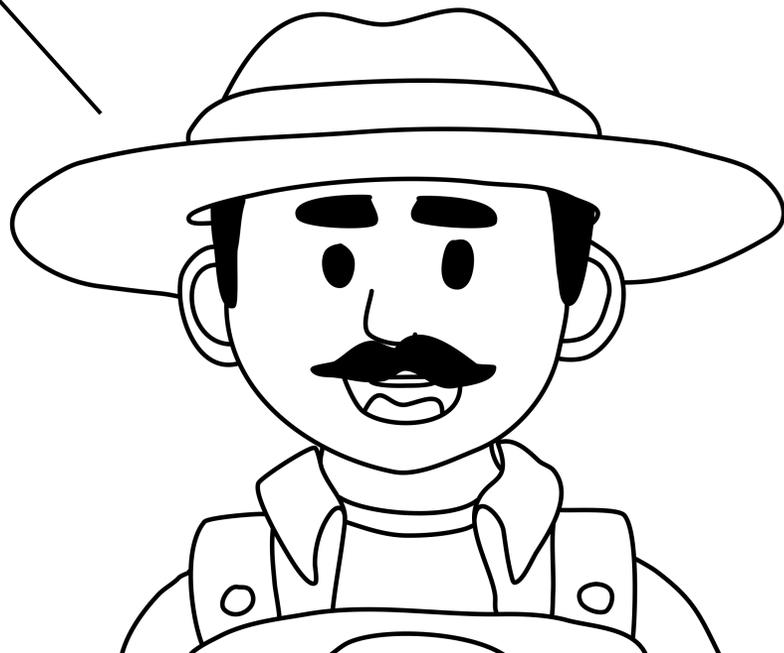
Promis, tu vas avoir l'air intelligent(e) quand même.



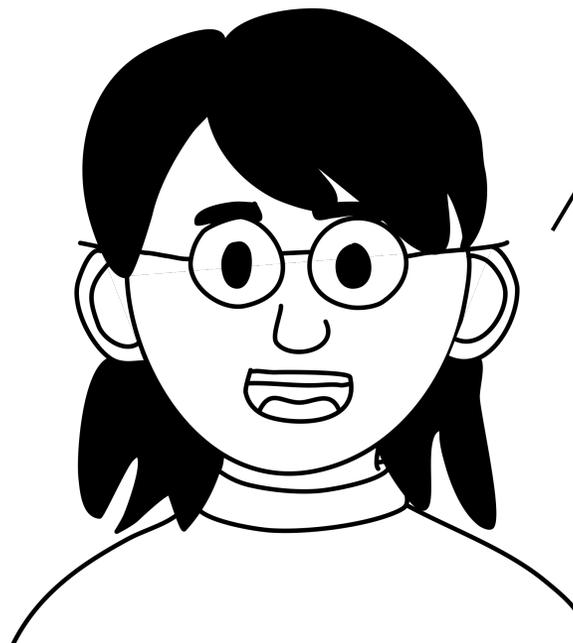
2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

« Comment ça va
changer le monde ?
Mon monde ? »



« Comment je peux
aider ? Et comment
ça peut m'aider ? »



2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

« Qu'est-ce que je dois absolument retenir ? »

« Pourquoi il faut absolument que je sache ça ? »

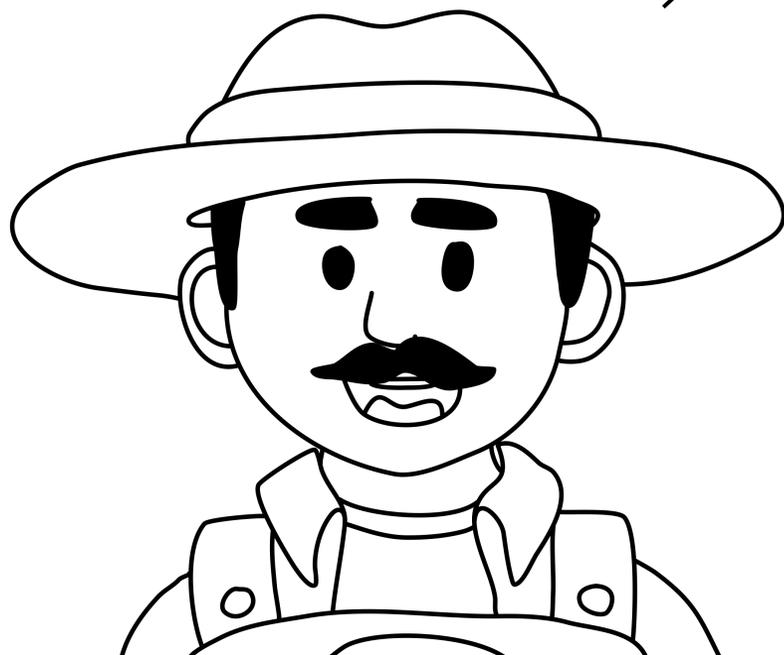
« Qu'est-ce que je peux faire avec ces informations ? »



2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

« Toutes ces informations me génèrent un sentiment d'impuissance... Je n'ai aucun pouvoir d'action sur la situation. »



2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

« Ces résultats sont super intéressants. J'ai vraiment envie d'utiliser mon influence pour aider à cette problématique, mais je ne sais pas par où commencer ! »



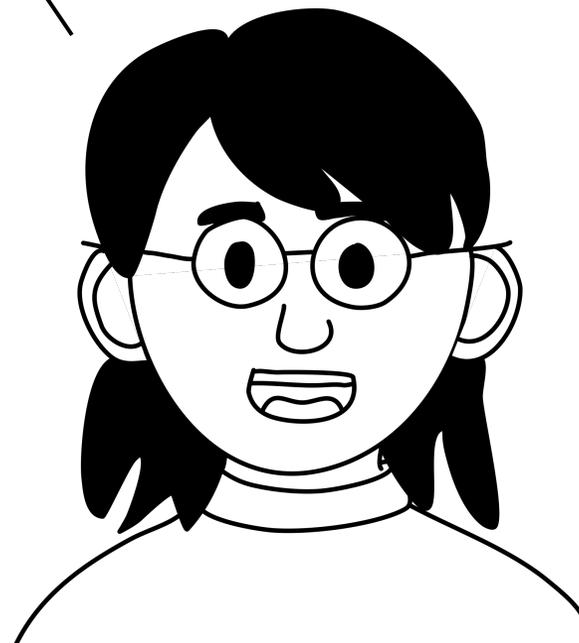
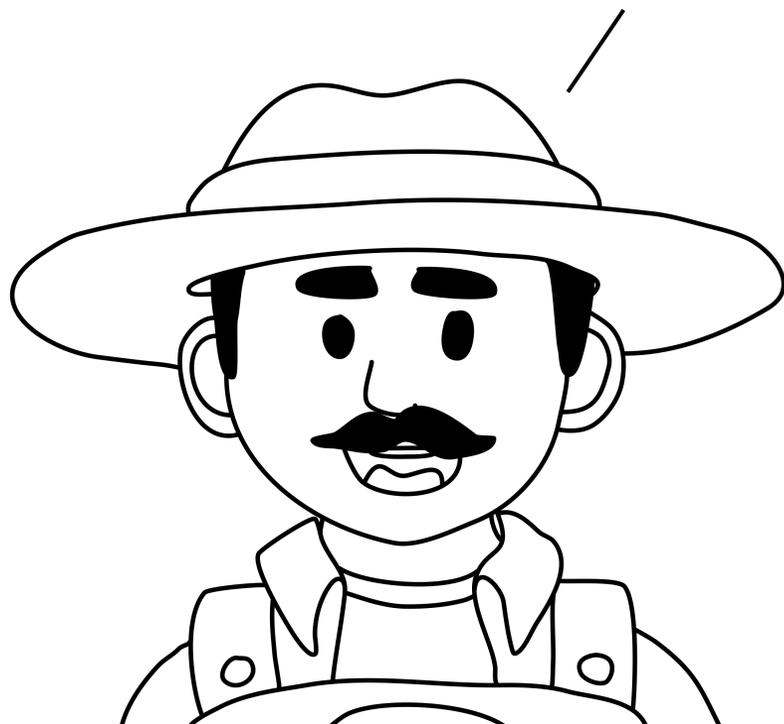
2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

« Ouain pis ? »

« Et alors ? »

« So what ? »



2

Qu'est-ce que mon public cible veut savoir ?

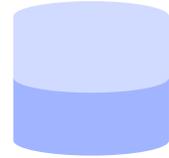
« Merci de porter attention à ce que le transfert de connaissance soit approprié à notre expertise, notre niveau de littératie, notre capacité d'action et nos intérêts »



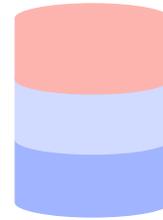
Si on reprenait l'exemple des fraises de l'île ? 🍓🍓🍓



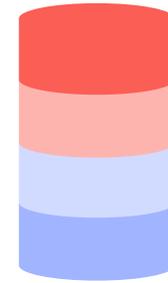
Inform



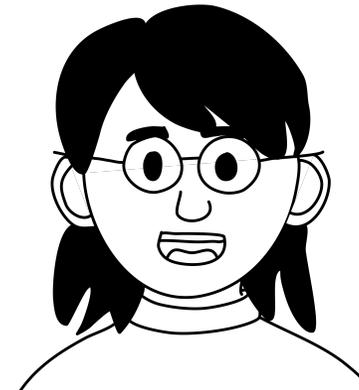
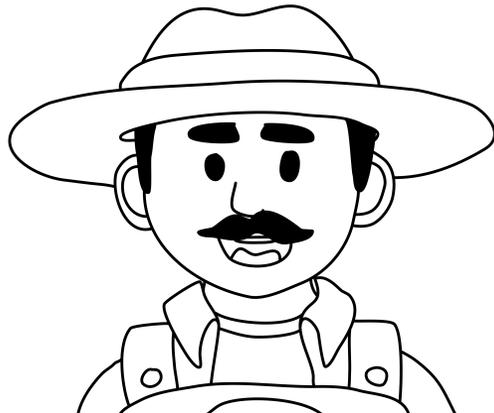
Sensibiliser



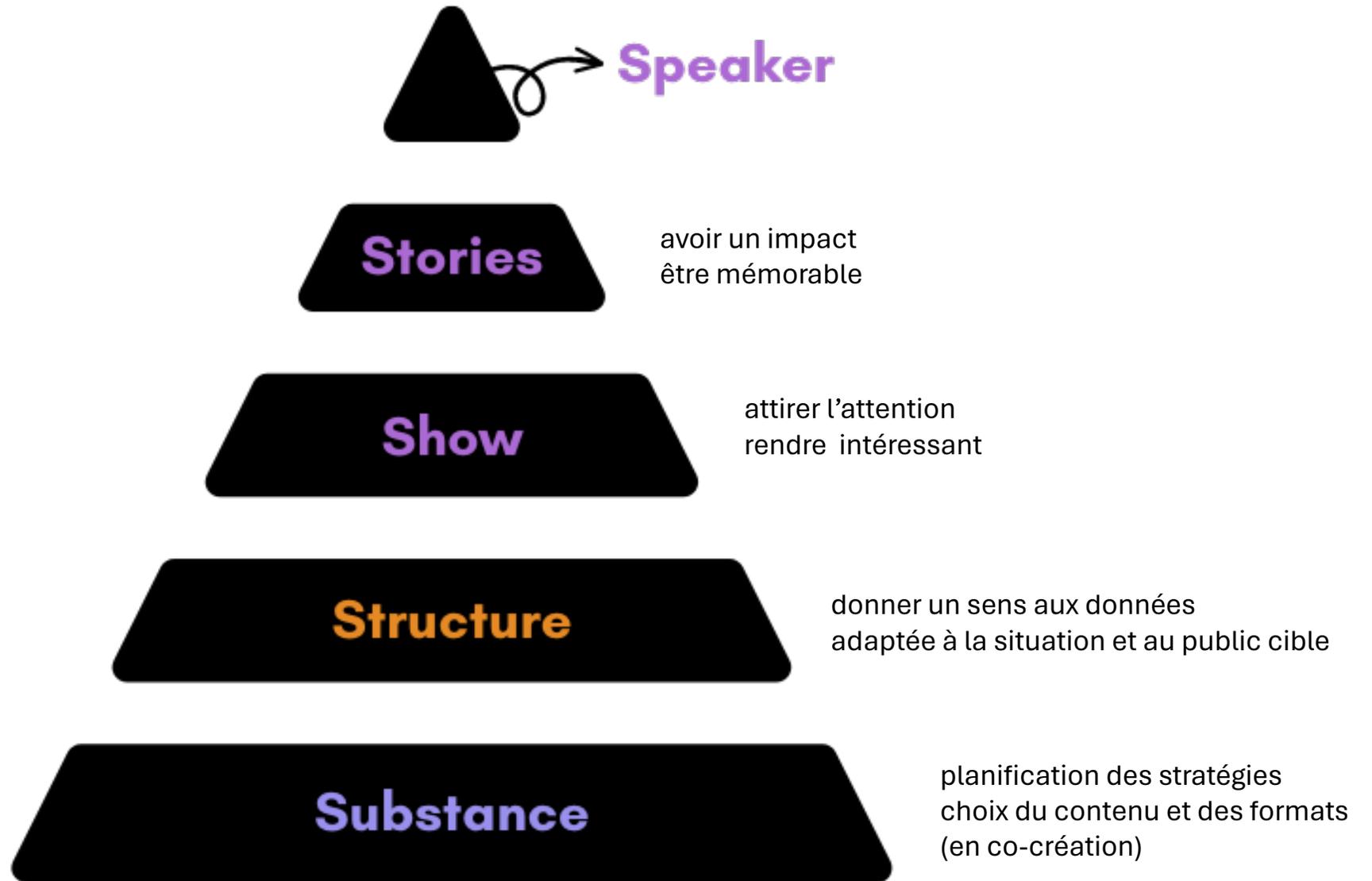
Mobiliser
l'action



Changer les
pratiques



Les 5S



4

Quelles sont les caractéristiques d'un(e) bon(ne) transféreur(-euse) de connaissances ?

- Comprend son contenu, le processus de recherche et le contexte dans lequel s'inscrit la démarche
- Aptitudes de communication, de prise de décision
- Compréhension de base de la pédagogie (comment on apprend)
- Habiletés interpersonnelles pour les partenariats
- Curiosité et capacité d'écoute
- Leadership, médiation, résolution de problème
- Enthousiasme, créativité, initiative, flexibilité
- Planification, gestion du temps et priorisation

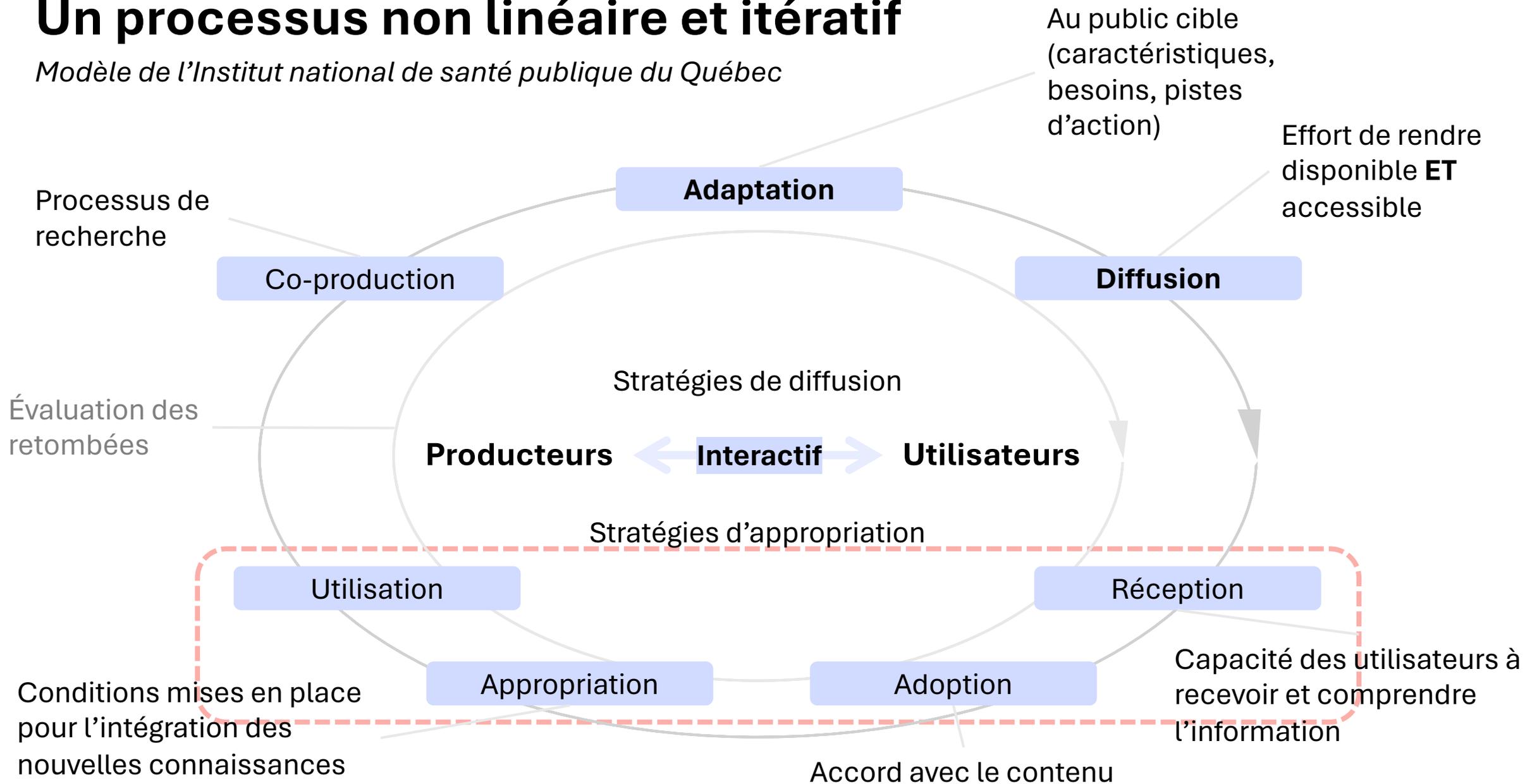
4

Quels sont les objectifs d'un(e) bon(ne) transféreur(-euse) de connaissances ?

- Mettre en lien et créer des collaborations pertinentes
- Échanger un large éventail de connaissances en restant ouvert(e) au savoir expérientiel (échange multidirectionnel)
- Adapter et transformer les connaissances
- Être un agent de changement, mais aussi un accompagnant dans le processus

Un processus non linéaire et itératif

Modèle de l'Institut national de santé publique du Québec



6

Comment mesurer les retombées des activités ?

En pratique, les processus d'évaluation du KT reposent souvent sur des procédés spontanés, intuitifs et peu systématisés
(p.ex. indicateurs de participation ou de satisfaction)

L'élaboration systématique et rigoureuse est perçue comme difficile à entreprendre. On manque d'outils et de documentation vulgarisée.

6

Comment mesurer les retombées des activités ?

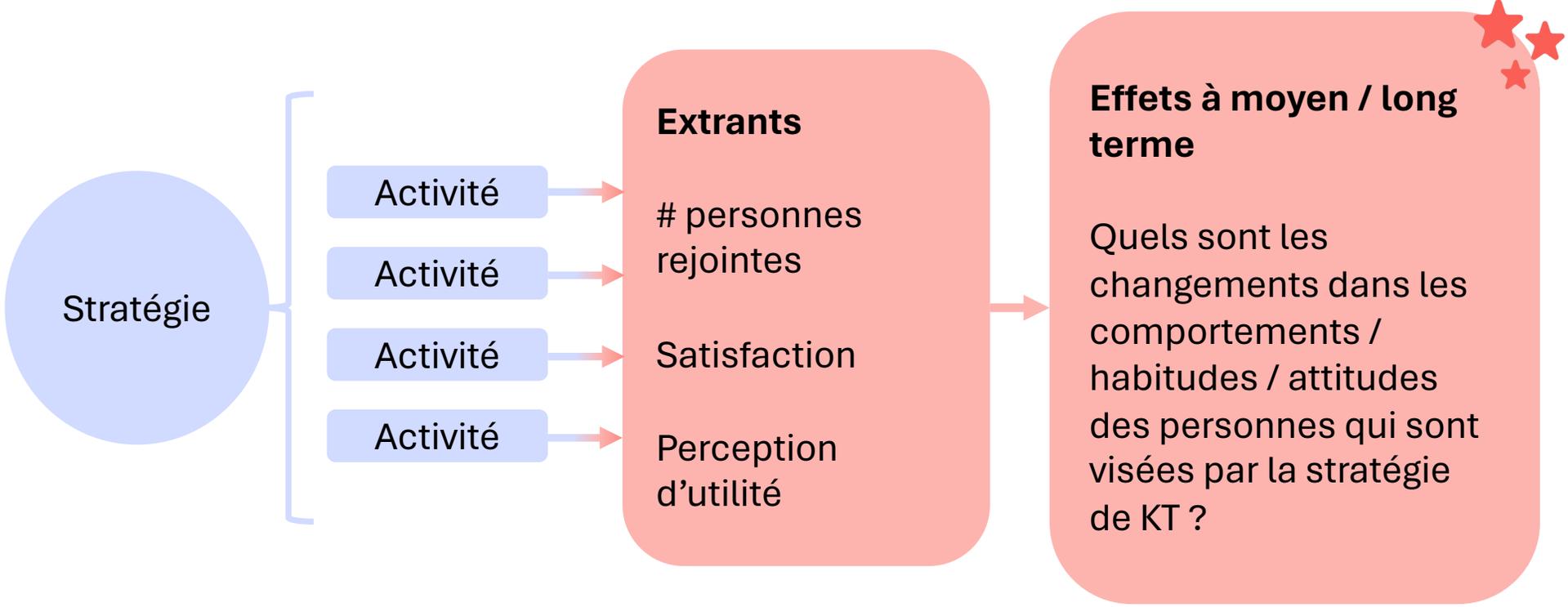
Pour faciliter le processus, il faut **planifier l'évaluation des retombées** dès l'élaboration des stratégies et des activités de KT selon l'objectif visé par le KT

Informier | Sensibiliser | Mobiliser l'action | Changer les pratiques

6

Comment mesurer les retombées des activités ?

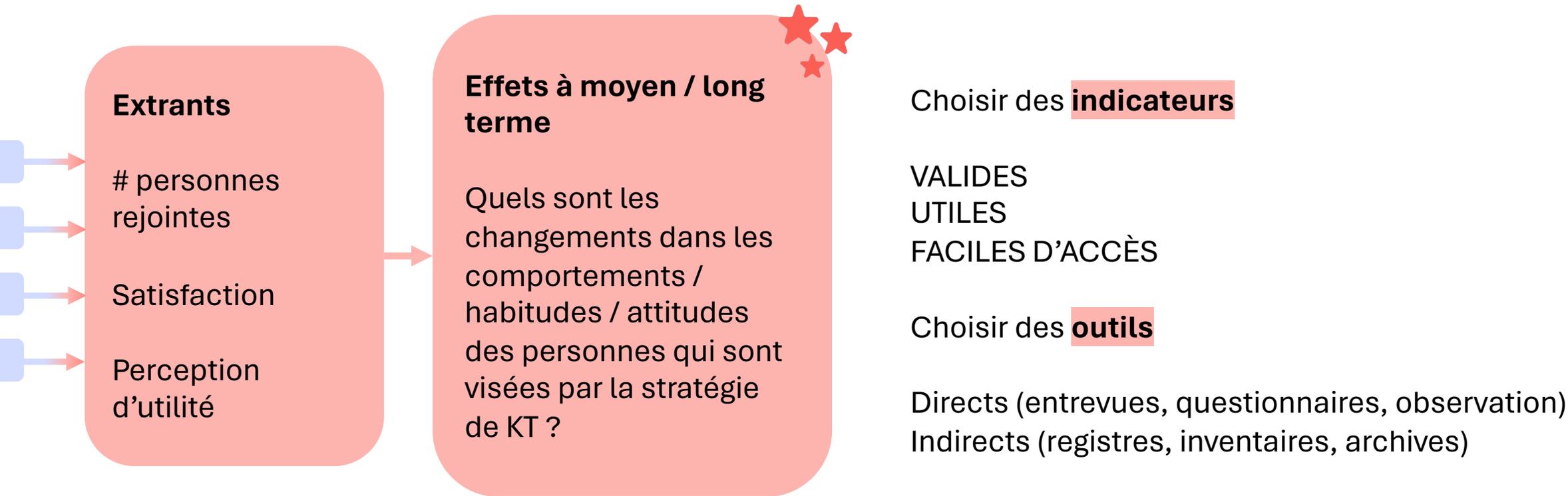
Faire un modèle logique pour le changement théorique attendu



6

Comment mesurer les retombées des activités ?

Faire un modèle logique pour le changement théorique attendu



En résumé,

Faites un plan
Rendez le contenu accessible
Assurez-vous que ce soit beau
Et validez que ça fonctionne.

Et si ça ne fonctionne pas ?

On essaie autrement ! *#itératif*

- 1 Quoi ?
- 2 À qui ?
- 3 Pourquoi ?
- 4 Qui ?
- 5 Comment ?
- 6 Efficacité ?
- 7 Quand ?
- 8 Combien ?