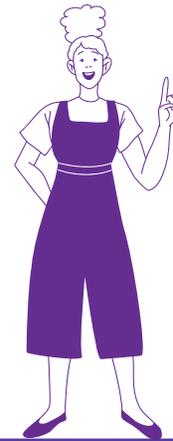


## TOUT SUR LA mobilisation des connaissances

«La mobilisation des connaissances renvoie à l'idée que les connaissances issues de la recherche ou les résultats de recherches mènent, à moyen et à long termes, à l'action [...] et à un changement qui répond à des préoccupations, besoins ou problèmes des milieux en lien avec l'objet de la recherche. » • Fonds de recherche du Québec

### C'est quoi, la mobilisation des connaissances ?

- La vulgarisation scientifique
- Le transfert
- Le développement de compétences en communication
- La prise de recul par rapport à notre savoir
- L'appropriation du matériel
- La justice épistémique
- Une démarche favorisant le changement social
- Des retombées concrètes
- L'apport des connaissances aux personnes concernées
- La créativité



Ça inclut des idées comme la traduction, la dissémination, la valorisation, l'application, l'échange et le transfert.

### Comment pouvons-nous mobiliser ces connaissances ?

- Symposium et conférences
- Communautés de pratique
- Podcasts, vidéos ou distribution de productions médiatiques
- Fiches-synthèses

Le transfert des connaissances nécessite aussi de la co-construction, et il s'opère tout au long du projet ! Il peut être bénéfique de s'engager avec les groupes et de partager des moments informels avec eux afin de mieux cerner leurs besoins et leurs perspectives.

Certaines questions sont importantes dans ce processus, par exemple :

- Qui est la meilleure personne pour communiquer et présenter ces résultats ?
- Comment pouvons-nous les présenter afin que cela soit accessible à toutes ?
- Comment pouvons-nous documenter le processus de recherche et de cocréation ?

### D'autres éléments à considérer

La mobilisation des connaissances implique plusieurs défis et barrières possibles, selon les participant.es : barrières financières et limites de temps, ainsi que la facilitation de la créativité, d'agentivité et de souplesse.

Il est aussi important de considérer comment les retombées seront évaluées (si applicable), et vérifier au préalable les ressources et structures déjà disponibles. Ainsi, on évite de produire des outils qui ne sont pas pertinents, ou de passer par des médiums de communication qui rejoignent peu ou pas les personnes visées.

