

GUIDE SUR LA TRANSMISSION DES CONNAISSANCES



Communiquer les résultats de la recherche
sur la jeunesse en six étapes

Partenariat jeunesse

Partenariat entre la Commission européenne
et le Conseil de l'Europe dans le domaine de la jeunesse



UNION EUROPÉENNE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

GUIDE SUR LA TRANSMISSION DES CONNAISSANCES

Communiquer les résultats de la recherche
sur la jeunesse en six étapes

Auteurs :

Maria Paola de Salvo
et Dan Moxon

Coordination :

Lana Pašić
Lali Bouché

Édition anglaise :
*Guide to knowledge translation –
Communicating youth research in six steps*

*Les vues exprimées dans ce document,
élaboré à la demande du Partenariat entre
l'Union européenne et le Conseil de l'Europe
dans le domaine de la jeunesse, relèvent de
la responsabilité des auteurs et ne reflètent
pas nécessairement la ligne officielle des
institutions partenaires, de leurs États membres
ou des organisations qui coopèrent avec elles.*

Toute demande de reproduction ou de
traduction de tout ou partie de ce document
doit être adressée à la Direction de la
communication (F-67075 Strasbourg Cedex
ou publishing@coe.int).

Toute autre correspondance relative à ce
document doit être adressée au partenariat
entre la Commission européenne et le Conseil
de l'Europe dans le domaine de la jeunesse.

Conception de la couverture et mise en page :
Division de la production des documents et
des publications (DPDP), Conseil de l'Europe

Photo de couverture : Shutterstock

Illustrations: Mireille van Bremen

© Conseil de l'Europe et
Commission européenne, août 2022

Imprimé dans les ateliers du Conseil de l'Europe

Table des matières

INTRODUCTION	5
Qu'est-ce que la transmission des connaissances ?	5
Les origines de la transmission des connaissances	6
Éléments essentiels pour toucher les responsables des politiques et les praticiens	7
Les six étapes de la transmission des connaissances adaptée aux besoins de la recherche dans le domaine de la jeunesse	8
IDENTIFIER LES RÉSULTATS DE VOS RECHERCHES	11
1. Résultats scientifiques (universitaires, données brutes) – présentant principalement un intérêt pour le milieu universitaire	11
2. Résultats transférables (informations pouvant favoriser ou éclairer l'élaboration de politiques et la pratique)	12
3. Répercussions sociales directes/avancées générées par l'étude scientifique jusqu'à présent	12
4. Répercussions sociales à long terme	13
DÉFINIR LES RÉSULTATS QUE VOUS SOUHAITEZ OBTENIR À PARTIR DES RECHERCHES	15
IDENTIFIER LES UTILISATEURS DES CONNAISSANCES	17
Travailler avec des parties prenantes pour toucher votre ou vos public(s)	20
CONCEVOIR LE CONTENU ET LES ARGUMENTS (LES MESSAGES)	23
Un public, un message	24
Un message plaisant pour les utilisateurs des connaissances	24
Identifier les messages et informations clés	25
Formuler les meilleurs messages en quatre étapes	26
Annoncer de mauvaises nouvelles	27
TOUCHER LES PUBLICS (FORMAT ET DIFFUSION)	29
Un public, une stratégie	30
SUIVI ET ÉVALUATION	35
Indicateurs d'atteinte	36
Indicateurs de diffusion	36
Indicateurs d'utilisation	36
Autres indicateurs de résultats	36
RÉFÉRENCES	39
Autres ressources pertinentes sur la recherche dans le domaine de la jeunesse	40



Introduction

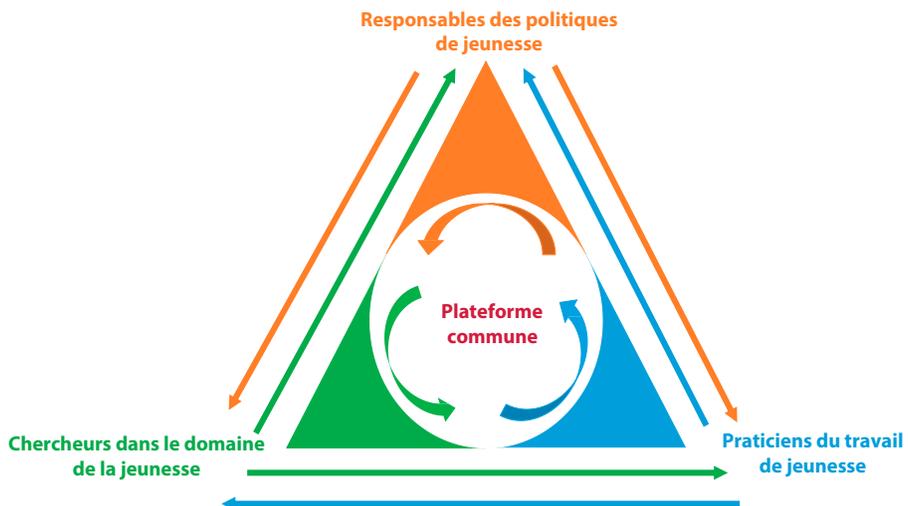
La recherche dans le domaine de la jeunesse fournit des connaissances sur les jeunes, le travail et les politiques de jeunesse. Ces connaissances favorisent l'élaboration et l'amélioration des politiques et des pratiques liées à la jeunesse, pour, à terme, améliorer la vie des jeunes. Une communication efficace des fruits de la recherche auprès des responsables des politiques, des professionnels de la jeunesse et d'autres publics est essentielle pour atteindre cet objectif.

Au cours des dernières décennies, un nombre croissant de chercheurs du monde entier se sont penchés sur la réduction du fossé entre la recherche/les données et les politiques et la pratique. L'une des approches les plus utilisées, les plus citées et les plus étudiées pour combler cet écart est la transmission des connaissances.

Qu'est-ce que la transmission des connaissances ?

La transmission des connaissances consiste en un ensemble d'outils et d'activités permettant de rapprocher la recherche des praticiens du travail de jeunesse et des décideurs politiques, qui peuvent alors utiliser les données pour concevoir des politiques, des activités et des interventions plus pertinentes et de meilleure qualité.

La transmission des connaissances a pour but d'apporter les bonnes informations aux bonnes personnes au bon moment, et de garantir que les politiques, les programmes et la pratique s'appuient sur les meilleures données disponibles. Elle constitue un moyen d'accroître la pertinence, l'applicabilité et les répercussions de la recherche dans tous les domaines.

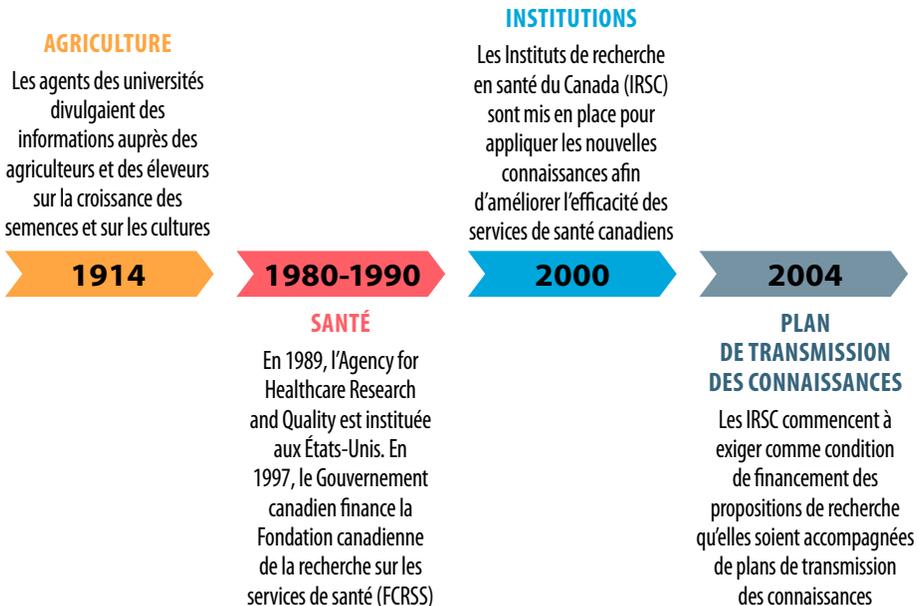


Les termes « transmission des connaissances » et « diffusion scientifique » ne sont pas synonymes, car la diffusion vise à communiquer des informations scientifiques à un seul type de (grand) public dans l'espoir que différents lecteurs – notamment les praticiens de ce domaine et les responsables des politiques, le cas échéant – lisent et comprennent ces informations, et qu'ils les appliquent dans leurs tâches courantes. La transmission des connaissances ne repose pas sur le principe qu'il s'agisse là d'un résultat naturel du processus de diffusion. Elle s'attache spécifiquement à transformer les données en informations utiles, compréhensibles et suscitant de l'intérêt, dans des formats propres à chaque utilisateur, pour produire les effets les plus importants. Cette approche tend en priorité à répondre aux besoins des destinataires du message, appelés « utilisateurs des connaissances » ou « public cible », et à affiner le contenu qu'ils pourraient juger le plus approprié ou le plus utile.

Les origines de la transmission des connaissances

Bien que la transmission des connaissances ait été utilisée pour la première fois dans l'agriculture, c'est dans le secteur de la santé que le concept s'est imposé et a pris de l'importance. Les techniques de transmission des connaissances appliquées à la santé ont été mises au point dans les années 1970, mais ont été institutionnalisées et plus courantes au tournant du siècle aux États-Unis et au Canada, ce dernier étant le pays de référence en la matière. Si l'essentiel de la littérature sur la transmission des connaissances a trait à la santé, le concept gagne peu à peu d'autres domaines, comme celui du droit (aux États-Unis). Il a été étudié comme constituant un outil et un processus utiles pour guider les décideurs politiques et les praticiens, en particulier lorsqu'ils participent activement au processus de recherche, depuis la définition des lacunes et des besoins en matière de recherche à la mise en pratique des conclusions.

Transmission des connaissances – Chronologie



Éléments essentiels pour toucher les responsables des politiques et les praticiens

En 2014, dans le cadre d'une revue systématique exhaustive, des universités britanniques, dont l'université de Manchester, l'University College London et l'université de Londres, ont analysé 145 études et 13 revues systématiques dans différents domaines de connaissances ayant trait à l'influence de la recherche sur la prise de décisions (Oliver *et al.* 2014). L'étude a permis de mettre en évidence les principaux éléments qui facilitent l'utilisation des données par les décideurs et les responsables des politiques publiques, ainsi que les obstacles à celle-ci.

Facteurs qui facilitent l'utilisation des données :

- ▶ une collaboration constante entre les chercheurs et les utilisateurs des connaissances issues de l'étude;
- ▶ de bonnes relations et de bonnes capacités de communication entre les deux parties;
- ▶ un dialogue continu et instantané;
- ▶ l'adéquation entre les données et les besoins de l'utilisateur des connaissances;
- ▶ les compétences et la réactivité des utilisateurs des connaissances, et leur capacité à comprendre les études.

Principaux obstacles :

- ▶ un accès très limité à des recherches pertinentes et de qualité;
- ▶ la publication des résultats de la recherche à des moments différents de ceux prévus par les processus décisionnels.

(Oliver *et al.* 2014)

CINQ FACTEURS CLÉS QUI INFLUENCENT L'UTILISATION DE LA RECHERCHE



Les relations avec les chercheurs



Le dialogue en face-à-face



L'adéquation entre les idées/
données/propositions et les besoins
des responsables des politiques



L'accès aux études et
la compréhension de celles-ci



Les compétences des responsables
des politiques

Source : Fondation canadienne de la recherche sur les services de santé, 2005.

Il existe deux moments auxquels il est nécessaire de commencer à planifier la diffusion des données issues des études sur la jeunesse.

1. Au début d'un projet

Il s'agit d'identifier et de faire participer les utilisateurs des connaissances à toutes les étapes du projet de recherche, de la rédaction des questions de recherche à la diffusion des résultats. En plus de susciter un sentiment d'être partie prenante à l'étude au sein du public, cela facilite l'élaboration du plan de communication et le partage des résultats, étant donné que les utilisateurs des connaissances sont conscients de la manière dont les résultats peuvent les aider dans leurs travaux.

Avantages

- ▶ mise au point d'objectifs d'étude qui correspondent aux besoins de ceux qui utiliseront le plus les données
- ▶ partage des résultats facilité
- ▶ probabilité accrue que les connaissances produites soient utilisées car le public se sent partie prenante, voire propriétaire, du processus

Inconvénient

- ▶ risque accru que le public influence l'orientation et les résultats de l'étude

2. Au terme d'une étude

Il est également possible de ne communiquer les résultats qu'une fois qu'ils sont prêts à être partagés.

Avantage

- ▶ autonomie accrue des chercheurs et absence d'interférence

Inconvénients

- ▶ le manque de participation des utilisateurs des connaissances au début de l'étude peut entraîner un manque d'intérêt ainsi qu'un sentiment d'appartenance et un taux d'utilisation moindres
- ▶ difficulté à identifier les besoins réels du public et le meilleur moment pour communiquer les résultats

Les six étapes de la transmission des connaissances adaptée aux besoins de la recherche dans le domaine de la jeunesse

Plusieurs modèles et approches en matière de transmission des connaissances sont appliqués dans le monde entier. Parmi les plus utilisés figurent le modèle Knowledge to Action (« passage des connaissances à la pratique », Graham *et al.* 2006) et un modèle des Instituts de recherche en santé du Canada (IRSC 2012). Le présent guide s'appuie sur celui en six étapes et est personnalisé pour répondre aux besoins des chercheurs. Ces modèles s'inspirent de l'approche en 13 étapes (Barwick 2019) mise au point par l'Hôpital pour enfants malades canadien rattaché à l'université de Toronto – deux références mondiales dans le domaine.

En suivant ces six étapes, tout chercheur sera en mesure de communiquer de manière attrayante et efficace les résultats de ses recherches aux utilisateurs des connaissances qu'il cible, quelles que soient son expérience en communication et la complexité de son domaine de spécialité. Ces étapes aideront les chercheurs à choisir les résultats spécifiques à diffuser auprès des utilisateurs des connaissances en utilisant le format, les canaux et les stratégies de diffusion les plus appropriés, et en évaluant leur portée et leur efficacité à l'issue du processus. Voici les étapes en question :

Étape 1 : Identifier les résultats de vos recherches

Étape 2 : Définir les résultats que vous souhaitez obtenir à partir des résultats de la recherche

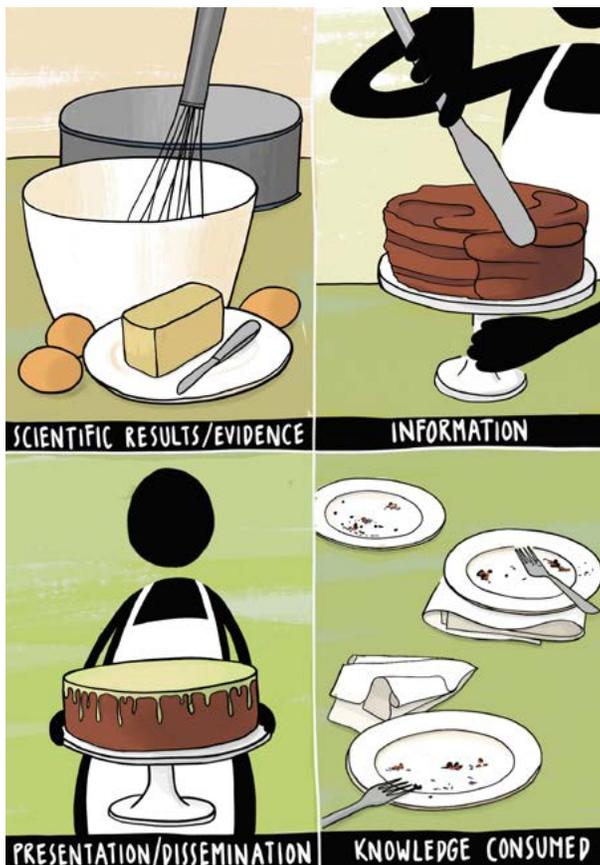
Étape 3 : Identifier les utilisateurs des connaissances

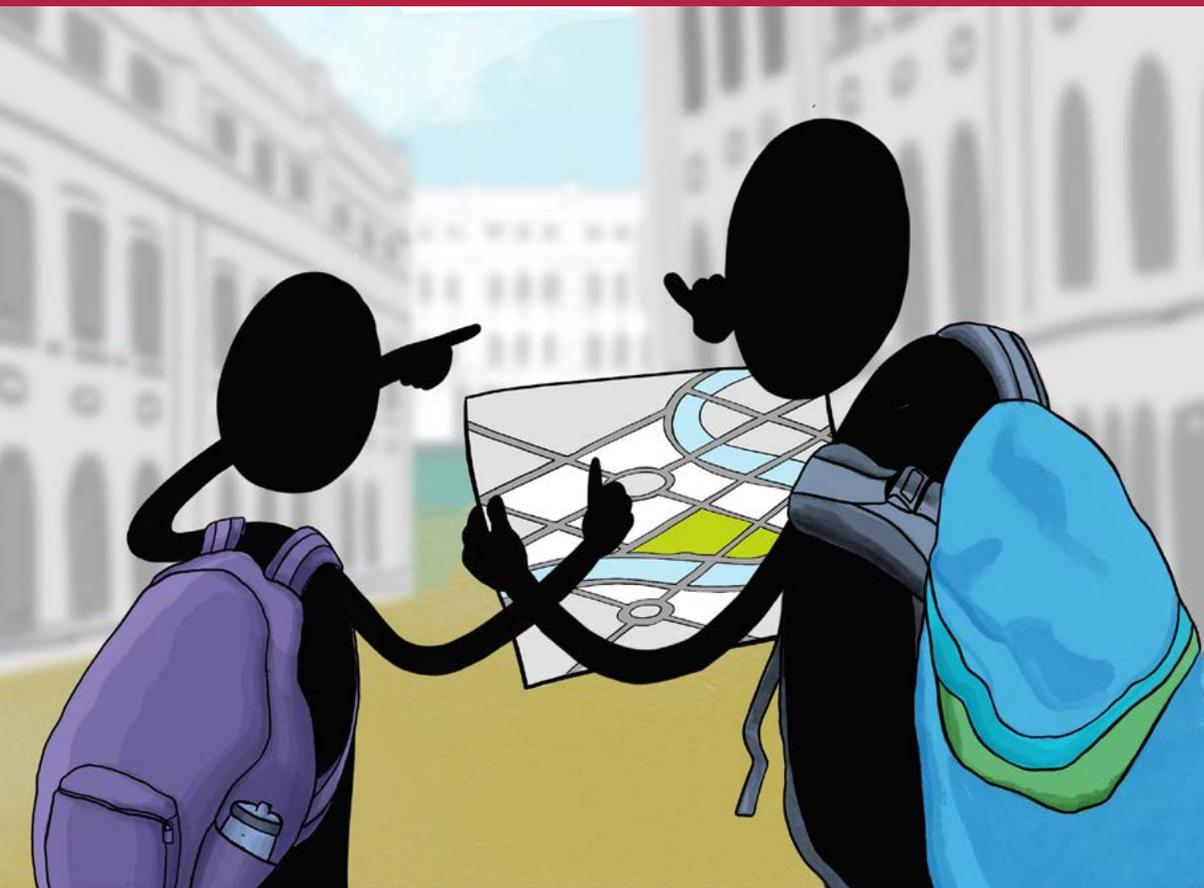
Étape 4 : Concevoir le contenu et les arguments (les messages)

Étape 5 : Toucher les publics (format et diffusion)

Étape 6 : Suivi et évaluation

L'analogie du gâteau ci-après permet d'illustrer les différences entre les résultats/données scientifiques, les informations, la présentation/diffusion et les connaissances consommées.





Étape 1

Identifier les résultats de vos recherches

Une étude peut produire de nombreux résultats utiles pour divers utilisateurs de connaissances. C'est pourquoi la première étape consiste à sélectionner, parmi tous les résultats issus de la recherche, les informations qui doivent être communiquées. Il est possible de commencer par les classer tel que démontré dans le schéma ci-dessous.

Différences entre résultats et répercussions



Le présent guide portera spécifiquement sur les résultats transférables et les répercussions sociales directes du projet de recherche (les cases 2 et 3). La section ci-dessous donne un aperçu des quatre types de résultats des recherches et fournit des exemples pour mieux les distinguer.

1. Résultats scientifiques (universitaires, données brutes) – présentant principalement un intérêt pour le milieu universitaire

Les résultats universitaires peuvent également inclure des détails méthodologiques et de publications universitaires, comme des articles, des chapitres et des ouvrages publiés, ainsi que des attestations de participation à des conférences et à des séminaires. Tout cela peut grandement intéresser les chercheurs, mais n'est pas toujours facile à comprendre pour les décideurs politiques, les praticiens et les responsables des politiques publiques et de jeunesse.

Il s'agit de produits essentiels de la recherche qui peuvent favoriser la réalisation d'autres études dans le domaine, mais qui ne vont pas immédiatement orienter la prise de décisions ni avoir d'influence directe sur les politiques publiques.

Exemple – Rees G., Williamson H. et Istance D. ont interrogé des adolescents de 16 et 17 ans du sud du pays de Galles qui sont sortis du système scolaire, mais n'ont pas commencé à travailler. Leurs recherches portaient sur la transition de l'éducation à l'emploi. Leurs publications comprenaient :

- ▶ Rees G., Williamson H. et Istance D. (1996), "[Status zero: A study of jobless school-leavers in South Wales](#)", Research Papers in Education, Taylor & Francis Group, Vol. 11 n° 2, pp. 219-235.

2. Résultats transférables (informations pouvant favoriser ou éclairer l'élaboration de politiques et la pratique)

Les informations relatives à ces résultats sont d'une importance cruciale pour les personnes qui conçoivent des programmes de jeunesse, car elles les aident à comprendre les types de difficultés sociales que peuvent rencontrer les jeunes. Ces recherches peuvent servir à élaborer des stratégies et des interventions visant à aider les jeunes fondées sur des données probantes.

Exemple – D'après les auteurs de l'étude sur le « statut zéro », la conception traditionnelle de l'emploi des jeunes ne permettait pas de décrire convenablement les expériences des jeunes de 16 et 17 ans interrogés, et de nouvelles réponses sur les plans politique et pratique étaient nécessaires pour aider ce groupe. Les auteurs ont avancé qu'il convenait de tenir compte de la transition de l'éducation à l'emploi et que les responsables des politiques devaient apporter davantage de soutien aux jeunes risquant de ne pas réussir cette transition. Les chercheurs/auteurs ont désigné ce groupe comme les « jeunes ayant le statut zéro », avant que l'expression « jeunes n'étant pas scolarisés, n'exerçant aucun emploi et ne suivant aucune formation », ou les NEET (*not in education, employment or training*), ne s'impose dans le domaine de la jeunesse et au-delà.

3. Répercussions sociales directes/avancées générées par l'étude scientifique jusqu'à présent

Les répercussions sociales directes désignent les effets que le processus de recherche a produits jusqu'à présent et qui doivent être communiqués, comme la création d'un nouveau programme de jeunesse fondé sur la recherche, d'une nouvelle loi ou politique.

Exemple – En Angleterre et au pays de Galles, des responsables des politiques se sont appuyés sur les conclusions d'une étude pour concevoir une politique de jeunesse nationale. Cette dernière portait surtout sur les moyens d'aider les NEET et incluait la mise en place d'un nouveau service d'orientation professionnelle pour les jeunes

appelé «Connexions». Les responsables ont aussi commencé à suivre le nombre de NEET et à utiliser le taux de NEET pour mesurer l'efficacité de la politique de jeunesse.

Les répercussions sociales de la recherche et les progrès en découlant sont importants pour divers publics, y compris ceux qui ont financé la recherche. Les progrès accomplis permettent d'identifier ou de rendre publics les éléments suivants :

- ▶ les enseignements tirés du processus : les informations ou recommandations pouvant améliorer le travail des utilisateurs des connaissances, telles que les expériences pertinentes réalisées dans le domaine – par exemple, si un programme de jeunesse a été mis en œuvre et testé, il est impératif d'indiquer les aspects/initiatives qui ont bien fonctionné pour atteindre les objectifs et de repérer les points pouvant être améliorés ;
- ▶ les études de cas qui intéressent les responsables des politiques et les praticiens : si ce même programme a déjà été exécuté auparavant dans des situations ou des lieux différents, il serait utile de mettre en évidence les principaux éléments pouvant être reproduits dans d'autres contextes. Des récits d'expérience pourraient être inclus pour mieux illustrer les conclusions. Si des personnes ont participé à la recherche, des citations et des témoignages pourraient être utilisés pour rapprocher l'étude du public.

4. Répercussions sociales à long terme

Les changements sociaux à long terme auxquels le projet pourrait contribuer peuvent comprendre une augmentation des revenus des jeunes, une participation accrue de la jeunesse en politique ou une réduction des inégalités sociales. Même s'il est difficile de mesurer ces éléments et de collecter des données statistiques à ce sujet, ces informations peuvent servir à promouvoir l'extension du programme/projet à d'autres contextes.

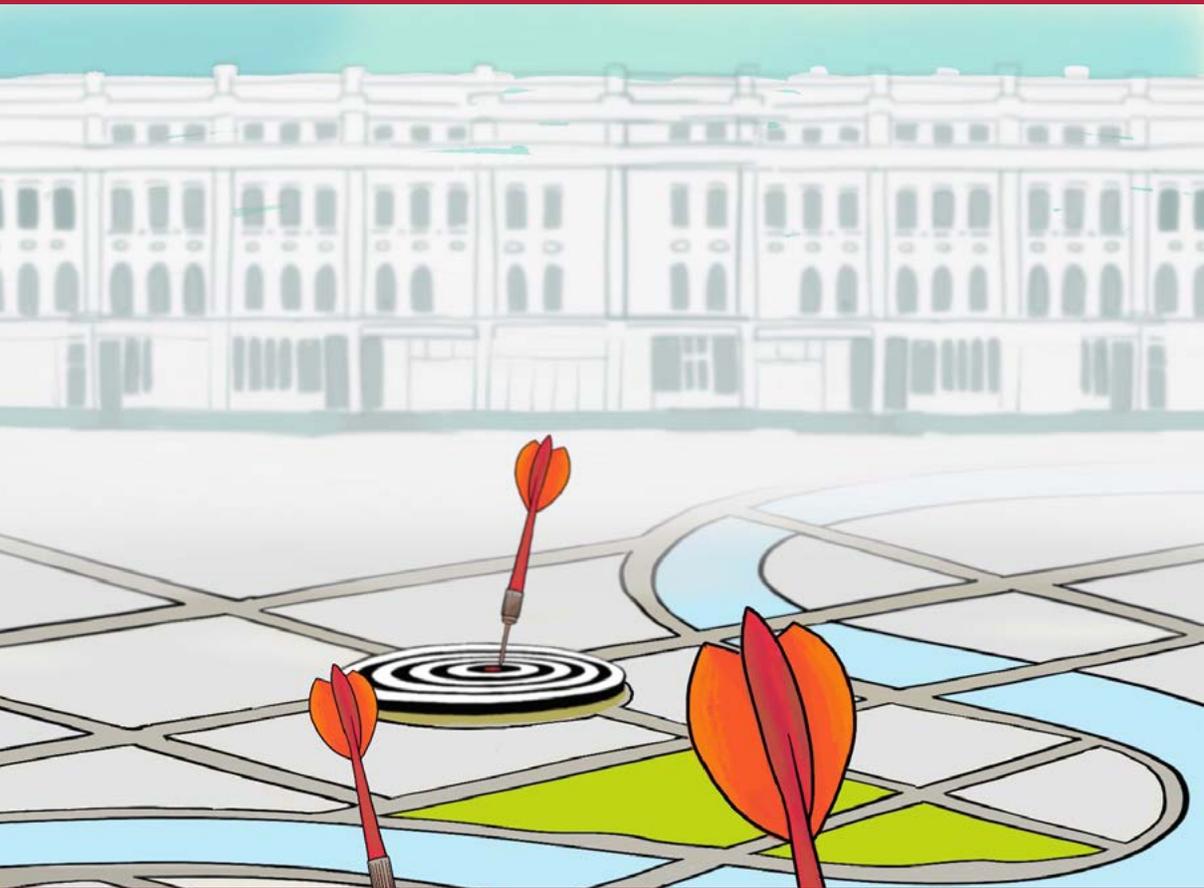
Exemple – Le concept des NEET a été adopté dans toute l'Union européenne et au-delà, et a commencé à façonner les politiques et les programmes de jeunesse à l'échelle nationale ainsi que la Garantie européenne pour la jeunesse.

Tâche du chercheur

Maintenant que vous connaissez les différences entre les types de résultats, revenez un instant sur votre étude et notez les trois principaux éléments de chacune des catégories suivantes :

- ▶ résultats transférables ;
- ▶ répercussions sociales et avancées générées par la recherche jusqu'à présent ;
- ▶ enseignements tirés du processus ;
- ▶ études de cas pertinentes pour le public.

Si les chercheurs procèdent à la transmission des connaissances immédiatement après la fin de l'étude, certaines données, en particulier les répercussions sociales à long terme, ne seront pas connues. Il reste toutefois conseillé de suivre les changements engendrés par la recherche au fil des ans.



Étape 2

Définir les résultats que vous souhaitez obtenir à partir des recherches

Une fois que les résultats de l'étude devant être partagée ont été identifiés, il est temps de définir les changements que peut produire la recherche dans la société.

Trois grandes questions peuvent aider les chercheurs à les identifier.

1. Quel changement concret souhaitez-vous produire avec ces résultats ?

Exemple de réponse : améliorer l'accès des jeunes issus d'un milieu ethnique minoritaire aux programmes pour la jeunesse.

2. Quelles mesures sont nécessaires pour atteindre ce but ?

Exemple de réponse : faire connaître les raisons pour lesquelles les jeunes issus d'un milieu ethnique minoritaire risquent d'avoir moins accès aux programmes pour la jeunesse ou d'en être exclus, et les moyens par lesquels les obstacles à cet accès peuvent être éliminés.

À noter : cette réponse apporte des indices essentiels concernant les utilisateurs des connaissances (étape 3).

3. Qu'espérez-vous entraîner en publiant les résultats ?

Exemple de réponse : permettre aux travailleurs de jeunesse (le public) de mieux comprendre l'exclusion et les obstacles rencontrés par les jeunes issus d'un milieu ethnique minoritaire et d'accroître l'accès de ces jeunes aux programmes de jeunesse.

Tâche du chercheur

La ou les réponse(s) à la question 3 devraient constituer les objectifs du plan de communication. Notez-les ici. Essayez d'en définir au maximum deux par public. Il est essentiel de les fixer maintenant pour pouvoir évaluer leur réalisation à l'étape 6.

Autres exemples d'objectifs :

- ▶ éveiller l'intérêt ;
- ▶ sensibiliser ;
- ▶ partager des connaissances ;
- ▶ orienter ou susciter d'autres recherches ;
- ▶ éclairer la prise de décisions ;
- ▶ soutenir l'adoption de nouvelles lois ;
- ▶ faciliter les changements des pratiques et des comportements ;
- ▶ changer les politiques publiques



Étape 3

Identifier les utilisateurs des connaissances

Si le plan de communication était une maison, cette étape en serait incontestablement les fondations, sans lesquelles le bâtiment ne tiendrait pas debout. L'identification des personnes qui vont utiliser les informations – votre public – est la partie la plus importante de la diffusion des résultats, car elle aide à déterminer :

- ▶ les éléments des conclusions de la recherche les plus pertinents pour chaque public ;
- ▶ les besoins en matière d'information et, par conséquent, le message et les arguments les plus adaptés à chaque public ;
- ▶ les formats ;
- ▶ les stratégies de diffusion ;
- ▶ les canaux de communication.

Les utilisateurs des connaissances sont les personnes ou le groupe qui s'intéressent au sujet de la recherche et/ou ont le pouvoir ou l'opportunité de changer la situation à laquelle la recherche vise à remédier ou d'exercer une influence sur cette même situation (étape 2). La question suivante vous aidera à définir avec qui partager les résultats.

Quels utilisateurs des connaissances (publics) devraient recevoir les résultats pour que les objectifs fixés à l'étape 2 soient atteints ?

Différents groupes d'utilisateurs de connaissances, ou publics potentiels, pourraient vouloir utiliser les conclusions de la recherche.

Chaque public aura des besoins d'information différents, et pourrait préférer recevoir ces informations dans certains formats ou par certains canaux. Ainsi, les conclusions de la recherche présentant un intérêt pour les responsables des politiques peuvent différer de celles dont ont besoin les travailleurs de jeunesse.

Nous avons recensé cinq grands groupes d'utilisateurs des connaissances de la recherche dans le domaine de la jeunesse et déterminé leurs besoins en matière d'information, ce qui constitue un point de départ pour identifier les publics potentiels auxquels les résultats de la recherche peuvent être communiqués.

Les travaux de recherche peuvent être pertinents pour tous ces groupes, ou seulement certains d'entre eux, et il est possible de définir d'autres groupes d'utilisateurs des connaissances, des individus ou des institutions spécifiques au sein de ces groupes en fonction du sujet et des résultats de la recherche.

Responsables des politiques de jeunesse : définir des moyens d'améliorer et d'orienter les futurs programmes et décisions relatifs à la politique de jeunesse	
Type d'informations dont ils ont besoin	Quand présenter les recherches (moment de la communication)
<p>Les responsables des politiques doivent comprendre les principales incidences de la recherche dans certains domaines de la politique de jeunesse et les programmes de travail d'institutions de différents types (par exemple ministères de la Jeunesse ou associations européennes).</p> <p>Les produits de la recherche doivent tenir compte de l'élaboration de politiques à plusieurs niveaux (local, national et européen) et présenter des recommandations ou des suggestions pour améliorer les politiques de jeunesse à des niveaux spécifiques.</p>	<p>La présentation des résultats de la recherche aux responsables des politiques sera probablement la plus efficace au moment où ceux-ci conçoivent une nouvelle politique ou révisent un domaine d'action particulier. C'est pourquoi il est essentiel de suivre toutes les nouvelles discussions émergeant dans le domaine.</p> <p>Cela dit, il peut aussi être important de proposer de nouveaux domaines dans lesquels élaborer des politiques lorsque les responsables définissent leurs priorités à venir et/ou les budgets à consacrer aux initiatives.</p>

Responsables des politiques intersectorielles ou extérieures au secteur de la jeunesse : définir des moyens d'améliorer et d'orienter les futurs programmes et décisions pour les jeunes	
Type d'informations dont ils ont besoin	Quand présenter les recherches (moment de la communication)
<p>Les responsables des politiques extérieures au secteur de la jeunesse doivent comprendre les principales incidences et conclusions de la recherche qui sont pertinentes pour des domaines d'action ou des programmes de travail spécifiques, ainsi que leurs effets sur les jeunes.</p>	<p>La présentation des résultats de la recherche aux responsables des politiques sera probablement la plus efficace au moment où ceux-ci conçoivent une nouvelle politique ou révisent un domaine d'action particulier.</p>

Praticiens (travailleurs de jeunesse, animateurs de jeunesse, etc.) : mettre au point continuellement des contenus, des outils et des guides accessibles et attrayants dans des formats variés

Type d'informations dont ils ont besoin	Quand présenter les recherches (moment de la communication)
<p>Les praticiens ont besoin des recherches pour comprendre quels changements et améliorations ils peuvent apporter à leurs programmes et à leurs projets destinés aux jeunes.</p> <p>Les produits de la recherche pour les praticiens devraient porter sur des idées concrètes pouvant être mises en œuvre directement avec les jeunes. Ils devraient fournir des orientations claires sur la manière dont ces idées peuvent être appliquées, et doter les praticiens des outils et des compétences pour ce faire.</p>	<p>Il est important de présenter les résultats de la recherche en continu et régulièrement pour aider les praticiens dans leurs travaux.</p>

Organisations de jeunesse et défenseurs des droits des jeunes : fournir des informations et des données pouvant être utilisées pour éclairer leurs campagnes de sensibilisation et leurs prises de position

Type d'informations dont ils ont besoin	Quand présenter les recherches (moment de la communication)
<p>Les défenseurs des droits ont souvent des objectifs et des demandes en matière de politique bien établis, et valorisent les données pouvant étayer leurs arguments.</p> <p>Les produits de la recherche pour les défenseurs des droits devraient s'attacher à synthétiser les principales conclusions, dans des formats comme des titres d'actualité, des tableaux ou des statistiques clés.</p>	<p>Contactez les organisations de jeunesse au moment où elles élaborent, préparent et mènent des campagnes, afin de répertorier leurs besoins et de les tenir informées de vos conclusions. Maintenez des contacts réguliers pour bâtir une relation fondée sur un soutien mutuel.</p>

Jeunes ayant participé aux recherches : identifier ce qu'a permis leur participation aux travaux de recherche

Type d'informations dont ils ont besoin	Quand présenter les recherches (moment de la communication)
<p>Les jeunes qui ont pris part aux travaux de recherche devraient être informés des principales conclusions et des futurs projets et activités, y compris de la diffusion et des répercussions attendues.</p>	<p>Les résultats devraient être partagés avec les participants dès la fin des travaux de recherche.</p>

Il est important d'être précis lors de l'identification des utilisateurs des connaissances – au lieu de parler de « responsables de politiques », il convient de faire référence en particulier à un ministère ou à une personne de contact au sein d'une institution. Le fait d'avoir un public spécifique aide également à caractériser et à définir rigoureusement les éléments suivants :

- ▶ Comment les résultats de la recherche peuvent-ils aider un utilisateur des connaissances spécifique dans sa prise de décisions au quotidien ?
- ▶ Quels sont les arguments les plus parlants pour cet utilisateur ? Quels obstacles peuvent compromettre son accès aux conclusions de la recherche, sa lecture et sa compréhension de celles-ci, par exemple :
 - certaines croyances ;
 - un manque de compréhension et de sensibilité sur la question ;
 - un manque de temps ?
- ▶ Comment obtient-il les informations dont il a besoin et qui l'influencent le plus dans sa prise de décisions ? Dans quelle mesure un responsable des politiques est-il préparé à prendre des décisions fondées sur les résultats de la recherche ?

Travailler avec des parties prenantes pour toucher votre ou vos public(s)

Un projet de recherche est susceptible d'inclure des parties prenantes qui peuvent soutenir, défendre ou partager les résultats avec vos publics. Il peut s'agir d'une institution qui commande ou finance la recherche, ou d'organisations partenaires avec lesquelles vous avez coopéré au cours du processus de recherche. Pendant la diffusion, de nouvelles parties prenantes peuvent être identifiées, comme des organismes de formation ou des organisations de jeunesse.

Les autres parties prenantes/alliés comprennent souvent :

- ▶ d'autres chercheurs ;
- ▶ des jeunes qui ont précédemment participé à des recherches ou en ont bénéficié ;
- ▶ des institutions qui commandent ou financent la recherche ;
- ▶ des organisations non gouvernementales (ONG) dans le domaine de la jeunesse, des organisations de la société civile ou des organismes d'autres domaines connexes ;
- ▶ des organisations qui mettent en place des services/programmes/initiatives.

Il est important de faire la distinction entre les différents acteurs.

Les utilisateurs des connaissances = le public = les personnes qui utiliseront les résultats dans la pratique, par exemple un responsable des politiques de jeunesse originaire d'un pays ou d'une région spécifique, ou un responsable d'un programme de jeunesse.

Les parties prenantes = les personnes ou organisations qui ont également un intérêt à ce que les résultats atteignent le public et les décideurs politiques, et qui peuvent favoriser la diffusion des conclusions (par exemple le Forum européen de la jeunesse ou les centres de ressources SALTO).

Les parties prenantes entretiennent souvent des liens avec le domaine de la jeunesse et les utilisateurs des connaissances potentiels. Elles peuvent être en mesure de décider de la diffusion des conclusions de la recherche et/ou de la favoriser, peuvent disposer du temps, de l'intérêt et des ressources permettant la diffusion, ou y apporter les compétences et l'expérience supplémentaires nécessaires.

Elles peuvent avoir davantage conscience des besoins du public et pourraient fournir des conseils sur les conclusions les plus utiles et les plus pertinentes, ainsi que sur la manière de les présenter à différents utilisateurs des connaissances.

Coopérer avec les parties prenantes pendant la transmission des connaissances peut aider les chercheurs :

- ▶ à identifier clairement les besoins des utilisateurs de connaissances/des public(s) ;
- ▶ à obtenir le soutien de parties prenantes dans la diffusion des conclusions de la recherche ;
- ▶ à toucher divers utilisateurs des connaissances au-delà de l'environnement immédiat.

Au moment d'identifier les parties prenantes avec lesquelles mettre en place une collaboration, il peut s'avérer utile de réfléchir à la manière dont les résultats de la recherche pourraient compléter ou remettre en question leurs travaux existants.



Étape 4

Concevoir le contenu et les arguments (les messages)

Nous avons vu précédemment qu'il ne suffit pas de simplement communiquer les résultats de la recherche, il est aussi nécessaire de créer un ensemble de phrases ou d'idées correspondant aux préférences, à la situation et aux besoins de chaque utilisateur des connaissances ou de chaque public.

Chaque groupe d'utilisateurs des connaissances est plus réceptif à un type d'argument, de format et de diffusion spécifique, comme indiqué à l'étape 3.

En général, pour formuler un message convaincant, les trois questions suivantes devraient être prises en considération :

- ▶ Qu'apportent les résultats de la recherche à ce contexte spécifique ?
- ▶ Pourquoi les conclusions de la recherche sont-elles importantes ?
- ▶ Que devraient faire ou recommander les utilisateurs des connaissances sur la base des résultats de la recherche ?

Un public, un message

Différents types de messages peuvent être formulés à partir d'un même résultat de recherche en fonction des divers utilisateurs des connaissances, tel qu'illustré dans l'exemple fictif ci-dessous.

Contexte

Les « *career academies* » font partie d'une initiative pour la jeunesse mise en œuvre aux États-Unis afin de préparer les élèves tant pour les études supérieures que pour le monde professionnel. Il s'agit d'écoles au sein d'établissements scolaires qui mettent les élèves en relation avec des pairs, des enseignants et des partenaires communautaires dans un environnement structuré qui favorise la réussite scolaire. En 2008, une équipe de chercheurs a utilisé des essais aléatoires contrôlés pour évaluer l'efficacité des « *career academies* » dans des districts scolaires urbains des États-Unis, avec un processus de suivi quelque 11 ou 12 ans après la répartition aléatoire. Les résultats étaient présentés comme suit.

Résultat de la recherche

La participation au programme des « *career academies* » augmente les futurs revenus des élèves. D'après l'étude, les élèves participants gagnent 11 % (plus de 2 000 €) de plus par an que les non-participants au programme.

Voici des exemples des différentes manières de présenter cette conclusion en fonction des utilisateurs des connaissances.

Pour les responsables des politiques de jeunesse : une augmentation de 11 % des revenus annuels par élève (plus de 2 000 €) a été constatée au cours des huit années au cours desquelles s'étendait le programme. La hausse totale des revenus correspondait à 20 452 € par élève sur huit ans.

Pour les parlementaires : le coût par élève a été en partie compensé par la hausse des recettes fiscales découlant de l'augmentation des revenus due au programme.

Pour les employeurs qui soutiendront les élèves : le programme coûte entre 3 800 € et 7 600 € environ par élève, pour ses trois ou quatre années d'études.

Un message plaisant pour les utilisateurs des connaissances

Le meilleur message est celui qui résonne chez ses destinataires.

Par conséquent, il est nécessaire de sélectionner les principales conclusions de la recherche présentant un intérêt soit pour les praticiens, soit pour les responsables politiques, et de les formuler et les présenter de manière pertinente et attrayante, en tenant compte de la façon dont ces parties prenantes pourraient s'en servir et dans quel but (par exemple pour modifier ou adapter des programmes, des stratégies, des politiques, ou en proposer de nouveaux).

Réfléchir à la manière dont le public utiliserait les résultats peut aider à faire émerger les meilleurs arguments. Il est intéressant de mettre en évidence la manière dont les publics pourraient se servir des données au quotidien et ce que ces dernières

pourraient leur apporter sur les plans économique et politique. Ce point est particulièrement important pour les responsables des politiques, qui sont sensibles aux arguments liés aux coûts et aux effets positifs, comme illustré dans l'exemple ci-après.

Exemple:

- ▶ Des études montrent que les jeunes migrants sont deux fois plus susceptibles d'être au chômage que les autres jeunes, malgré le nombre d'emplois disponibles. Cette perte de productivité représente une perte d'un million d'euros par an pour l'économie régionale. Des projets pilotes ont démontré que le fait de proposer des cours de langues et des programmes d'orientation aux migrants récemment arrivés augmente de 75 % leur chance de trouver un emploi.
- ▶ Ces programmes peuvent être financés dans notre région pour un coût s'élevant à seulement 200 000 €, soit moins d'un quart du montant des pertes.

Outre les conclusions de la recherche relatives aux coûts et aux effets positifs de certaines interventions de politique, les messages devraient inclure :

- ▶ une description de l'ampleur du problème étudié (comme le nombre de jeunes sans-abri, l'exclusion sociale ou les désavantages sur le plan éducatif des jeunes issus de certains groupes);
- ▶ le contexte dans lequel la recherche a été réalisée;
- ▶ des exemples de la manière dont des interventions similaires ont produit des résultats positifs sur la vie des jeunes ou sur la société en général;
- ▶ les effets positifs de ces interventions (politiques, sociaux, économiques);
- ▶ un appel à l'action : quelles sont les mesures concrètes que les différents participants devraient mettre en œuvre (nouvelles politiques, stratégies, formations) ?

La méthodologie utilisée pour la recherche, l'analyse, l'examen de la littérature disponible et les données spécifiques et scientifiques ne devraient pas être abordés pour que le message soit clair et concis.

Identifier les messages et informations clés

Lors de la formulation du message le plus parlant pour chacun des utilisateurs des connaissances, pensez à définir ou à inclure :

- ▶ les conclusions qui étayent votre message;
- ▶ les principaux arguments pour la sensibilisation;
- ▶ le meilleur moment pour les diffuser (c'est-à-dire la meilleure occasion, par exemple lorsque les responsables des politiques et les organisations finalisent les budgets et les politiques pour l'année à venir);
- ▶ des récits d'expérience, des études de cas, des témoignages et des exemples d'anecdotes pour démontrer les conséquences de la situation, du problème ou des politiques sur la vie des jeunes.

L'exemple ci-après illustre les types d'information que le message devrait inclure.

Formuler les meilleurs messages en quatre étapes

Une fois que vous avez trouvé les principaux messages, arguments, récits d'expérience et témoignages, il est temps de les rassembler dans un exposé logique et progressif, en suivant les quatre étapes ci-contre.

1. Décrire les lacunes en matière de connaissances que la recherche permet de combler.
Exemple: une mauvaise compréhension des facteurs qui ont une incidence sur le passage des jeunes des études à l'emploi.
2. Décrire les principaux (macro)problèmes ou contextes à l'origine de cette situation et la manière dont les recherches peuvent y remédier.
Exemple: un taux élevé de décrochage scolaire et de faibles perspectives d'emploi ont une influence sur le passage des jeunes des études à l'emploi. Les conclusions de cette étude peuvent orienter l'élaboration de politiques nationales dans ce domaine.
3. Présenter les principaux résultats (déjà sélectionnés) et les conclusions, et décrire brièvement la méthode de recherche utilisée.
Exemple: le passage des études à l'emploi concerne un grand nombre de jeunes. Les jeunes de ce groupe, d'abord désignés comme « jeunes ayant le statut zéro », ont plus tard été appelés « jeunes n'étant pas scolarisés, n'exerçant aucun emploi et ne suivant aucune formation », ou les NEET. Les chercheurs ont fondé leurs conclusions sur leurs entretiens avec des jeunes âgés de 16 à 18 ans qui sortaient du système scolaire.
4. Indiquer les incidences des résultats de la recherche pour les utilisateurs des connaissances.
Exemple: les décideurs politiques devraient élaborer et mettre en œuvre des politiques, des interventions et des stratégies axées sur le passage des jeunes des études à l'emploi afin de réduire le chômage dont ils sont victimes.

Évitez le jargon

Simplifier le langage utilisé ne veut pas dire atténuer l'effet et la complexité de la recherche et des données, mais plutôt les présenter sous une forme compréhensible. Le physicien théoricien et cosmologiste britannique Stephen Hawking a même réussi à expliquer la physique quantique de façon humoristique dans son livre intitulé *Y a-t-il un grand architecte dans l'univers ?*

Après avoir rédigé vos messages, relisez-les pour repérer, remplacer ou expliquer le jargon scientifique qui pourrait être trop académique, ainsi que les formulations abstraites ou excessivement théoriques.

Exemple de message clair et accessible dans le domaine de la jeunesse

La vidéo citée ci-dessous, destinée aux praticiens et aux jeunes militants, est consacrée à une seule partie des conclusions de la recherche et a pour but d'aider le public, de manière simple et accessible, à mieux comprendre les différentes formes de participation.

Exemple de pratique

Cette vidéo conçue par le partenariat entre l'Union européenne et le Conseil de l'Europe pour la jeunesse à l'occasion d'un séminaire sur la participation politique des jeunes présente les conclusions de l'étude suivante :

Crowley A. et Moxon D. (2017), *New and innovative forms of youth participation in decision making*, Conseil de l'Europe, Strasbourg.

Annoncer de mauvaises nouvelles

Les recherches sont essentielles pour répondre à des questions et tester des hypothèses, par exemple vérifier si un programme spécifique pour la jeunesse est efficace ou s'il a des conséquences sur la vie des jeunes. Parfois, la réponse est « non », ce qui est souvent difficile à communiquer. D'après les données provenant d'une étude de 2012 portant sur plus de 4000 publications de recherche, l'ensemble de la littérature scientifique affiche une tendance plus positive. L'auteure, Daniele Fanelli, a constaté que la fréquence à laquelle les études testant une hypothèse parvenaient à une conclusion positive a augmenté de plus de 22 % entre 1990 et 2007. En 2007, les chercheurs affirmaient avoir obtenu des résultats positifs dans plus de 85 % des publications, ce qui amène D. Fanelli à conclure que l'objectivité scientifique des publications de recherche décline.

Cependant, l'absence de publication ou de communication des conclusions qui pourraient indiquer que des politiques, des interventions ou des stratégies n'ont pas produit les résultats escomptés a des conséquences négatives à long terme sur les interventions publiques et la recherche. Par ailleurs, c'est en mettant en évidence ce qui n'a pas fonctionné dans un programme de jeunesse spécifique qu'il est possible d'apporter les améliorations nécessaires. Toutefois, il peut être délicat et sensible de devoir annoncer à un gouvernement ou à des responsables de politiques spécifiques qu'un programme qu'ils ont conçu n'a pas eu les effets positifs attendus. Si un chercheur est confronté à cette tâche, il est essentiel, dans la mesure du possible :

- ▶ de reconnaître les efforts déployés par le programme ou l'initiative pour résoudre un problème dans le domaine de la jeunesse ;
- ▶ d'indiquer si la recherche a révélé des effets positifs résultant de l'intervention, et de les mettre d'emblée en évidence ;
- ▶ de signaler précisément ce qui n'a pas fonctionné, en expliquant la méthodologie utilisée pour parvenir à ces conclusions et, surtout, les causes de ces résultats ;
- ▶ de dresser une liste de recommandations pour améliorer le programme, l'intervention ou la politique, en proposant, si possible, des alternatives et des solutions.



Étape 5

Toucher les publics (format et diffusion)

Une fois que vous avez élaboré vos principaux messages, il vous faut déterminer les formats les plus adaptés et les plus attrayants pour les transmettre.

Deux questions peuvent vous guider :

- ▶ quels supports devraient être conçus pour transmettre vos messages clés ?
- ▶ comment ces messages seront-ils transmis aux utilisateurs des connaissances ?

La stratégie est souvent une combinaison de vos objectifs (étape 2), des utilisateurs des connaissances (étape 3) et du message (étape 4), comme dans l'exemple ci-dessous.

Étape 2: objectifs/résultats

Exemple : faire connaître aux praticiens une intervention que la recherche a trouvée efficace pour préparer les jeunes à leur premier entretien d'embauche

+

Étape 3: utilisateurs des connaissances

Exemple : conseillers d'orientation et/ou travailleurs de jeunesse dans cinq pays européens

+

Étape 4: type de message

Exemple : études de cas, enseignements tirés sur ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné, recommandations quant à la manière de mettre en œuvre le programme

=

Étape 5: stratégies les plus adaptées

Cartes d'une page

Guides pratiques

Vidéos

Sessions de formation

Un public, une stratégie

Voici un aperçu des stratégies de diffusion les plus adaptées en fonction des objectifs et des utilisateurs des connaissances définis à l'étape 2.

Responsables des politiques: concevoir du contenu concis, mais approfondi qui met l'accent sur les moyens d'améliorer les politiques.

Objectif	Format	Stratégies et canaux de diffusion
Guider les processus décisionnels, partager des recommandations, influencer les règlements, modifier les pratiques/politiques publiques.	<p>Documentation écrite, claire et concise, consacrée aux incidences de la recherche sur la politique. Par exemple: notes de synthèse pour les décideurs et cartes de deux pages au maximum.</p> <p>Celles-ci devraient être suffisamment détaillées pour montrer les conclusions de la recherche sur lesquelles les recommandations s'appuient.</p> <p>Elles devraient renvoyer à d'autres travaux de recherche et documents qui étayaient vos résultats.</p> <p>Écrivez dans un langage clair en évitant le jargon, en particulier lorsque vous vous adressez à des responsables des politiques extérieures au domaine de la jeunesse.</p>	<p>Correspondance directe avec des individus ou des institutions spécifiques.</p> <p>Tables rondes à l'occasion d'événements et de discussions.</p> <p>Présentations lors d'événements stratégiques.</p> <p>Diffusion par l'intermédiaire des défenseurs des droits (personnes ou organisations).</p> <p>Pour les travaux intersectoriels, il peut s'avérer particulièrement important de s'allier et de collaborer avec des responsables des politiques de jeunesse afin d'établir des contacts en dehors du domaine de la jeunesse.</p>

Praticiens (travailleurs de jeunesse, responsables des jeunes, etc.) : concevoir du contenu accessible, attrayant, dans des formats variés, qui fournit des outils et des guides pratiques et est disponible en continu.

Objectif	Format	Stratégies et canaux de diffusion
<p>Développer les compétences des praticiens et améliorer les projets/programmes de jeunesse.</p>	<p>Ressources pratiques : guides pratiques, supports de formation et outils d'autoévaluation.</p> <p>Les formats multimédias comprenant par exemple des vidéos et des infographies peuvent être bénéfiques.</p>	<p>Rendre les produits de communication disponibles à travers les plateformes et organisations existantes conçues pour aider les praticiens (par exemple le site internet du partenariat entre l'Union européenne et le Conseil de l'Europe pour la jeunesse, les centres de ressources Salto, les organismes locaux et nationaux de formation).</p>

Organisations de jeunesse et défenseurs des droits des jeunes : concevoir du contenu accessible qui peut être réutilisé pour appuyer des campagnes de sensibilisation et sert de données de recherche pour la sensibilisation.

Objectif	Format	Stratégies et canaux de diffusion
<p>Permettre aux jeunes et aux organisations de jeunesse d'utiliser les conclusions de la recherche dans leurs activités de sensibilisation.</p>	<p>Résumés concis, infographies, diapositives, fiches d'information, schémas et autres outils que les défenseurs des droits des jeunes peuvent réutiliser pour mieux présenter les conclusions de la recherche dans le cadre de leurs activités de sensibilisation.</p> <p>Produits et graphiques réutilisables qui peuvent être personnalisés et redistribués en vue d'une nouvelle utilisation dans les campagnes et les activités sur les politiques.</p> <p>Récits de la taille d'un tweet (280 caractères) et posts sur Tik Tok et sur Instagram.</p> <p>Cartes d'une page à partager sur WhatsApp.</p>	<p>Correspondance ciblée envoyée à des organisations de jeunesse clés.</p> <p>Coopération avec des organisations fédératrices/gestionnaires d'infrastructures pour redistribuer les produits de communication à leurs membres.</p> <p>Des campagnes sur les réseaux sociaux peuvent être utiles, en particulier lorsque les produits sont distribués par l'intermédiaire d'organisations et d'institutions qui disposent déjà d'un réseau de défense des droits des jeunes.</p>

Jeunes ayant participé aux recherches : concevoir du contenu attrayant qui montre les répercussions potentielles de la recherche et peut rapidement être partagé avec les participants à l'issue des travaux de recherche.

Objectif	Format	Stratégies et canaux de diffusion
<p>Fournir des retours aux participants concernant les résultats de la recherche, leur utilisation et leurs répercussions potentielles sur la vie des jeunes.</p>	<p>Les formats multimédias comme les vidéos et les infographies présentent des avantages.</p> <p>Récits de la taille d'un tweet (280 caractères) et posts sur Tik Tok et sur Instagram.</p> <p>Cartes d'une page à partager sur WhatsApp.</p> <p>Les informations devraient être communiquées d'une manière simple, facile à comprendre et qui ne s'attache pas excessivement aux concepts universitaires, à la méthodologie ou à la terminologie.</p> <p>Il est particulièrement important d'éviter d'employer le jargon du secteur de la jeunesse.</p>	<p>Partager directement les conclusions de la recherche avec les participants.</p> <p>Groupes WhatsApp.</p> <p>Campagnes sur les réseaux sociaux.</p>

Exemples de pratiques

Les encadrés ci-dessous donnent deux exemples de présentation de la recherche dans différents formats, à savoir une infographie d'une page sur les valeurs sociales, bien illustrée, attrayante et simple, destinée aux jeunes, et une étude simple partagée à l'aide d'au moins cinq stratégies/formats différents :

- ▶ des rapports thématiques pour la communauté universitaire ;
- ▶ un accès libre à des formations pour les travailleurs de jeunesse ;
- ▶ une conférence ciblant les responsables des politiques et les praticiens ;
- ▶ des notes de synthèse pour les décideurs politiques ;
- ▶ un film documentaire produit à partir de différentes vidéos réalisées par les jeunes eux-mêmes ou bénéficiant de l'appui de chercheurs et de praticiens.

Exemple de pratique : la collection « Points de vue sur la jeunesse »

Cette [infographie](#) sur les valeurs sociales des jeunes a été élaborée pour favoriser la diffusion d'un article à ce sujet :

- ▶ Nico M. (2019), [What do I care for? Social Values of Young People Compared](#), Partenariat entre l'Union européenne et le Conseil de l'Europe pour la jeunesse, Strasbourg.

La diffusion a également été renforcée par la création d'une [page internet](#), qui fournit un aperçu simple de l'article et d'un webinar ciblant les responsables des politiques. La page internet et l'infographie, qui font partie de la collection « Points de vue sur la jeunesse » du partenariat entre l'Union européenne et le Conseil de l'Europe pour la jeunesse, ont été largement partagées sur les réseaux sociaux pour inciter les parties intéressées à lire l'article et à participer au webinar.

Exemple de pratique : PARTISPACE

Dans le cadre du projet Espaces et styles de participation (*PARTISPACE*), différents moyens permettant aux jeunes de participer aux décisions « qui les concernent et, en général, qui concernent la vie de leurs communautés » ont été étudiés, dans huit villes européennes. Financé à travers l'initiative « Horizon 2020 » de la Commission européenne, le projet a été présenté de diverses manières, en mettant l'accent sur différents aspects des conclusions et différents publics. www.partispace.eu

La communication de la recherche s'est notamment faite par :

- ▶ un accès libre à des rapports thématiques destinés à la communauté universitaire, comme : Cuconato M. *et al.* (2018), « PARTISPACE thematic report biographies and participation : Biographies of young people's participation in eight European cities », Zenodo : <http://doi.org/10.5281/zenodo.1240170> ;
- ▶ un accès libre à un module de formation pour les travailleurs de jeunesse : Percy-Smith B. *et al.* (2018), « PARTISPACE deliverable 7.2 : Youth participation training module », Zenodo : <http://doi.org/10.5281/zenodo.1240342> ;
- ▶ une conférence s'adressant aux responsables des politiques et aux praticiens : Mainfray A. et Martin C. (2018), « Deliverable 7.4 : European policy and research conference », Zenodo : <http://doi.org/10.5281/zenodo.1240316> ;
- ▶ un certain nombre de notes de synthèse pour les décideurs politiques, telles que : « PARTISPACE policy brief No. 1 (2018) : [Spaces and styles of youth participation key findings and recommendations for policy and practice](#) » ;
- ▶ une [vidéo](#) fournissant une vue d'ensemble du projet.



Étape 6

Suivi et évaluation

Lorsqu'on parle d'évaluation, il ne s'agit pas de mesurer les répercussions sociales à court, moyen et long terme de votre étude dans le domaine de la jeunesse. En plus de temps, cela demanderait des méthodologies et des évaluations plus rigoureuses. Nous mettons ici en évidence les moyens permettant d'évaluer l'efficacité du processus de transmission des connaissances pour partager les résultats avec des utilisateurs de connaissances déterminés. Cela suppose d'évaluer en quelle mesure différents utilisateurs des connaissances ont accédé aux résultats de la recherche et les ont utilisés, repris et compris, en analysant le nombre de téléchargements d'une note de synthèse donnée, les changements apportés à la réglementation sur la jeunesse dans un lieu particulier, etc.

Les trois questions ci-après peuvent guider les chercheurs dans le processus de sélection de la meilleure méthode d'évaluation de leurs réalisations.

1. Quelle était la portée du message et qui a-t-il atteint ?

Indicateurs :

- ▶ nombre de responsables des politiques de jeunesse ayant reçu des notes de synthèse (par exemple 27) ;
- ▶ nombre de téléchargements d'une conclusion d'une étude spécifique (par exemple 2000).

2. Dans quelle mesure les utilisateurs des connaissances définis ont-ils compris/absorbé les informations partagées avec eux ?

Indicateur :

- ▶ pourcentage des responsables des politiques de jeunesse ayant compris le contenu de la note de synthèse = 20 %.

3. Dans quelle mesure et comment le public déterminé a-t-il utilisé les informations partagées ? Qu'en a-t-il fait ?

Indicateur :

- ▶ sur l'ensemble des responsables des politiques de jeunesse ayant eu accès à la documentation de la recherche, combien s'en sont réellement servis pour prendre une décision, mettre en œuvre un programme ou modifier un règlement ?

Indicateurs d'atteinte

Nombre/quantité de matériels :

- ▶ distribués ;
- ▶ demandés ;
- ▶ téléchargés ;
- ▶ dont les données ont été citées dans des articles/publications sur d'autres sites ;
- ▶ republiés ou ayant fait l'objet d'articles de presse ;
- ▶ ayant fait l'objet d'articles d'opinion.

Indicateurs de diffusion

Nombre (ou pourcentage) d'utilisateurs qui :

- ▶ ont accédé aux matériels ;
- ▶ les ont lus ;
- ▶ les ont compris ;
- ▶ en sont satisfaits ;
- ▶ ont changé d'opinion sur un thème particulier grâce aux éléments partagés.

Indicateurs d'utilisation

Nombre (ou pourcentage) d'utilisateurs qui :

- ▶ ont l'intention d'utiliser les résultats de l'étude et de quelle manière ;
- ▶ ont adapté les résultats pour résoudre un problème ou prendre une décision ;
- ▶ ont utilisé les informations à l'appui d'un programme ou d'une politique ;
- ▶ ont utilisé les résultats à des fins de formation.

Autres indicateurs de résultats

Changements au niveau de la politique, de la législation, de la culture/des croyances

- ▶ analyse de la situation avant et après, accompagnée de recherches qualitatives incluant des témoignages de décideurs politiques attribuant les changements aux données partagées.

Intérêt

- ▶ nombre de demandes d'information de la part du public en question ;
- ▶ présentations destinées aux décideurs politiques, aux praticiens et aux jeunes.

Synthèse des indicateurs en fonction de la méthode

MÉTHODES QUANTITATIVES

INDICATEURS D'ATTEINTE

(distributions, demandes, téléchargements/visites, couverture médiatique)

INDICATEURS D'UTILITÉ

(lectures/visites en ligne, satisfaction, utilité, acquisition de connaissances, changements d'opinion)

INDICATEURS DE POLITIQUE

(nouveaux projets de lois, nouvelles mesures, nouvelles lois et nouveaux règlements)

MÉTHODES QUALITATIVES

INDICATEURS DE CHANGEMENTS DANS LA PRATIQUE

(intention ou engagement à apporter un changement, changements observés, changements signalés)

INDICATEURS D'UTILISATION

(intention d'utiliser les résultats, adaptation des informations, utilisation pour orienter des activités de politique/de sensibilisation/de renforcement des programmes, de la formation, de l'éducation ou de la recherche, utilisation pour améliorer la pratique ou la performance)

CHANGEMENTS AU NIVEAU DES CONNAISSANCES, DES COMPORTEMENTS ET DU SYSTÈME

Sources : 2008, 2013 Hôpital pour enfants malades.

Références

Barwick, M. A. (2019), «Knowledge translation planning template». Ontario: Hôpital pour enfants malades, disponible à l'adresse : [Knowledge translation planning template form \(sickkids.ca\)](https://www.sickkids.ca/knowledge-translation-planning-template), consulté le 28 octobre 2020.

Chalmers I. et Glasziou P. (2009), « Avoidable waste in the production and reporting of research evidence », *The Lancet* 374 (9683), pp. 86-89.

Dobbins M. *et al.* (2009), « A randomized controlled trial evaluating the impact of knowledge translation and exchange strategies », *Implementation Science* 4 (1), p. 61.

Garinger C. A. *et al.* (2016), « Mobilizing minds : Integrated knowledge translation and youth engagement in the development of mental health information resources », *Gateways: International Journal of Community Research and Engagement* 9 (1), pp. 172-185.

Graham I. D., *et al.* (2006), « Lost in knowledge translation : Time for a map? », *J. Contin. Educ. Health Prof.* 26, pp. 13-24, disponible à l'adresse : <https://doi.org/doi:10.1002/chp.47>.

Grimshaw, J. M. *et al.* (2012), « Knowledge translation of research findings », *Implementation Science* 7 (1), p. 50.

IRSC (2012), *Guide de planification de l'application des connaissances aux IRSC : approches intégrées et de fin de subvention*, Instituts de recherche en santé du Canada, Canada, disponible à l'adresse : https://cihr-irsc.gc.ca/f/documents/kt_lm_ktplan-fr.pdf, consulté le 28 octobre 2020.

Lavis J. *et al.* (2005), « A systematic review of the factors that influence the use of research evidence by public policymakers: Report submitted to the Canadian Population Health Initiative », Hamilton, Canada.

Macleod M. R. *et al.* (2014), « Biomedical research : Increasing value, reducing waste », *The Lancet* 383 (9912), pp. 101-104.

Oliver K. *et al.* (2014), « A systematic review of barriers to and facilitators of the use of evidence by policymakers », *BMC Health Services Research* 14, 2, disponible à l'adresse : <https://doi.org/10.1186/1472-6963-14-2>.

Perrier L. *et al.* (2011), « Interventions encouraging the use of systematic reviews by health policymakers and managers : A systematic review », *Implement Science* 6 (1).

Autres ressources pertinentes sur la recherche dans le domaine de la jeunesse

Le partenariat entre l'Union européenne et le Conseil de l'Europe pour la jeunesse a produit de nombreuses publications sur la recherche dans le domaine de la jeunesse afin de promouvoir la qualité des recherches, leur utilisation et leur diffusion dans le domaine, ainsi que l'élaboration de politiques fondées sur des données probantes. Vous trouverez ci-dessous une sélection de ressources destinées aux praticiens, aux responsables des politiques, aux chercheurs et aux jeunes.

Barta O. et Moxon D. (2020), «Being “The researchers” in a political participatory environment. Learning from undertaking the researcher role in the EU youth dialogue», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/61020757/EU%2520Youth%2520Dialogue%2520-%2520Role%2520of%2520researchers%252002-06.pdf/b89120e3-38c1-d7b6-6e66-6c0888e4f23b>.

Bergan Ø. (2018), «Youth research in the Nordic region», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262553/Youth+Research+in+the+Nordic+Region.pptx/c2c46ef9-b9b9-0ac7-2680-8ef686055179>.

De Salvo M. P. (2019), «Knowledge translation: Bridging gaps between researchers and policy Makers», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/50359101/EasyTelling+--+Knowledge+Translation+Concept+Note.pdf/13f47e91-b951-2680-ea42-12fb7497593b>.

Ignatovitch A. et Petkovic S. (2020), «Mapping of youth research structures, key stakeholders and data collections across Europe», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/61020757/Mapping-report-final.pdf/4da5014f-ad2a-d3de-461d-83b9ac530d22>.

Iqbal H., Twamley K. et Faircloth C. (2020), «Researching youth: New methods in changing times», disponible à l'adresse: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/61020757/Researching+Youth+--+New+Methods+in+Changing+Times_+YKF+Paper_Humera+Iqbal_Nov+2020.pdf/d2b61504-0326-18f7-a910-0baa7ba17f18.

Kovacic M. (2018), «Youth research in SEE», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262553/Research+in+SEE+copy.pptx/f74c4bd1-671a-d286-623d-2150c6042923>.

Mihajlovic D. (2019), «Mapping the reality of research on youth in South-East European countries», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/50359101/Mapping+the+reality+of+research+on+youth+in+South-East+Europe+--+Dragan+Mihajlovic+20190612.pdf/de60e79e-69b7-d938-32af-f9bc42939ae1>.

Ostrikova A. et Borenko Y. (2018), «Background paper on youth research in eastern Europe and Caucasus countries», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262553/Background+paper.pptx/a13e08ba-30f1-f9bc-38e3-2950ba685ebb>.

Penn J. (2020), «AI and Youth 2020: Win the battle, lose the war?», disponible à l'adresse: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/63918992/AI-Youth-2020-WIN-BATTLE-LOSE-WAR.pdf/488287b6-9def-c460-d199-c2d3e43915e4>.

Petkovic S., Ignatovich A. et Galstyan M. (2019), « Youth research : The essentials », disponible à l'adresse : <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261953/Youth+Research+Essentials-web.pdf/aa98768c-8868-50bd-e287-af4f4b994537>.

Roe S. et Stanojevic D. (2020), « Good practice examples on cooperation between youth policy, practice, research and young people », disponible à l'adresse : <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/61020757/YKF-20-Good-practice-cooperation-youth-policy-practice-research-young-people.pdf/03bb3a7a-860c-1999-e3f8-e7a1963834f7>.

Șerban A., Lonean I. et Moxon D. (2020), « Engaging youth researchers: A guide for policy makers and practitioners », disponible à l'adresse : <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/61020757/YKF-20-Engaging+researchers.pdf/54fcd607-ab8d-2338-e4a3-92aff31e3ddc>.

Voici également une sélection de vidéos sur la recherche dans le domaine de la jeunesse :

- ▶ *Youth knowledge break #1: Webinar – The purpose of knowledge within the youth sector triangle*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/IJ0fu9Nj7w4?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #2: Inspiration – Youth research: the essentials*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/epFhvrkj5eU?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #3: Inspiration – The role of knowledge in the youth sector*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/BKpuY8x-kOE?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #4: Inspiration – Youth policy evaluation*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/0XgGeqRXCaU?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #5: Inspiration – The role of research in policy making*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/fdQsL5c8qA0?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #6: Webinar – Exploring national youth knowledge networks*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/qolhv_-UJr0?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.
- ▶ *Youth knowledge break #7: Inspiration – Youth research and young people*, disponible à l'adresse : https://youtu.be/eaCdqs7tbv8?list=PLKNmrID6g-JvYn_wP3aTQpnV_S4Gz40el.

Les chercheurs dans le domaine de la jeunesse rassemblent des connaissances et des données sur la vie des jeunes, et peuvent ainsi fournir des éléments d'information indispensables à l'élaboration de politiques et d'initiatives de jeunesse plus pertinentes et de meilleure qualité. Comment expliquent-ils aux différents publics l'aboutissement de leur travail ? Pour que les connaissances acquises viennent étayer les politiques et soutenir la pratique, il est essentiel que les résultats des recherches soient efficacement communiqués aux responsables politiques, aux praticiens du travail de jeunesse, aux organisations de jeunesse et aux jeunes. La transmission des connaissances constitue un ensemble d'outils et d'activités sur lesquels les chercheurs peuvent s'appuyer dans ce processus.

Le présent guide sur la transmission des connaissances aide les chercheurs à identifier les résultats et les messages pertinents à partager avec différents acteurs, en déterminant les besoins en matière de connaissances, en élaborant des supports de communication et des stratégies de diffusion, ainsi qu'en évaluant l'efficacité de cette communication.

<http://youth-partnership-eu.coe.int>
youth-partnership@partnership-eu.coe.int

Les États membres de l'Union européenne ont décidé de mettre en commun leur savoir-faire, leurs ressources et leur destin. Ensemble, ils ont construit une zone de stabilité, de démocratie et de développement durable tout en maintenant leur diversité culturelle, la tolérance et les libertés individuelles. L'Union européenne s'engage à partager ses réalisations et ses valeurs avec les pays et les peuples au-delà de ses frontières.

<http://europa.eu>

Le Conseil de l'Europe est la principale organisation de défense des droits de l'homme du continent. Il comprend 46 États membres, dont l'ensemble des membres de l'Union européenne. Tous les États membres du Conseil de l'Europe ont signé la Convention européenne des droits de l'homme, un traité visant à protéger les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit. La Cour européenne des droits de l'homme contrôle la mise en œuvre de la Convention dans les États membres.

www.coe.int



UNION EUROPÉENNE

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE