



REVUE FRANCOPHONE DE RECHERCHE SUR LE
TRANSFERT ET L'UTILISATION DES CONNAISSANCES

Volume 1, numéro 1, janvier-juin 2016
doi: 10.18166/tuc.2016.1.1.01

Comment évaluer des outils de mobilisation des connaissances web 2.0 ? Réflexions conceptuelles et méthodologiques

Judith Gaudet^{1*}, Élise Ducharme¹, Christine Thoër¹,
Lise Renaud¹, Caroline Vrignaud¹, Farah Jamal²,
Élisabeth Brisset De Nos¹, Sophie Boisvert-Beauregard¹

1. ComSanté, Centre de recherche sur la communication et la santé, Université du Québec à Montréal

2. Réseau de recherche en santé des populations du Québec

*Auteur correspondant: gaudet.judith@uqam.ca

Messages-clés concernant les retombées pour la pratique :

- Un cadre d'analyse lié aux formes d'utilisation des connaissances (conceptuelle, symbolique et instrumentale) représentant une avenue intéressante pour l'évaluation d'outils de mobilisation.
- La présence d'une diversité de stratégies de collecte de données impliquant des degrés variables d'engagement des usagers.
- Le questionnement et l'assurance de la fiabilité et de la signification des indicateurs de suivi générés par des outils tels que Google Analytics.
- Une meilleure interprétation des données d'achalandage des outils par l'utilisation des journaux de bord relatant les étapes d'implantation, les modifications, le calendrier des publications et les événements spéciaux liés au blogue.

Résumé :

Les outils web 2.0 (blogues, Facebook, Twitter) sont de plus en plus développés en milieu universitaire afin d'assurer une circulation plus fluide et rapide des connaissances théoriques, empiriques et pratiques entre les chercheurs, les décideurs, les intervenants et les citoyens (Boucher, 2015; Ducharme, Gaudet et Renaud, 2012; Lafleur, 2012). Ces outils visent généralement à accroître l'utilisation des connaissances émanant des milieux de recherche.

Quelques ouvrages méthodologiques sont adaptés à l'évaluation d'outils web 2.0 de mobilisation des connaissances en milieu universitaire (Lafleur, 2012). Considérant que la pratique évaluative en est encore relativement récente dans ce domaine, il semble pertinent de partager notre expérience d'évaluation. En prenant appui sur l'évaluation de deux outils de mobilisation des connaissances (le blogue C'est malade! : www.cestmalade.uqam.ca et le Portail Internet et santé : www.blogsgrms.com/internetsante), cet article propose quelques pistes de réflexion et des assises conceptuelles et méthodologiques. Deux objets d'évaluation seront discutés : l'implantation d'outils web 2.0 et l'appréciation des premiers effets émanant de ces outils, notamment en termes d'utilisation des connaissances. L'objectif n'est pas de présenter de manière détaillée les données d'évaluation, mais plutôt la démarche adoptée et les apprentissages associés. L'article permet aussi de partager les défis et les bénéfices entourant cette expérience évaluative.

Mots-clés : Mobilisation des connaissances, transfert des connaissances, outils web 2.0, milieu universitaire, évaluation.



Cette oeuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons
Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International.

Comment évaluer des outils de mobilisation des connaissances web 2.0 ? Réflexions conceptuelles et méthodologiques

De plus en plus d'outils web 2.0 (blogs, Facebook, Twitter) sont développés dans le milieu universitaire afin d'assurer une circulation plus fluide et rapide des connaissances théoriques, empiriques et pratiques entre les chercheurs, les décideurs, les intervenants et les citoyens (Boucher, 2015; Ducharme, Gaudet et Renaud, 2012; Lafleur, 2012). Ces outils visent généralement à faciliter le partage des connaissances, et à diffuser des informations dans un format attrayant, accessible et faisant souvent appel à l'audiovisuel. La mise en oeuvre et la gestion de ces outils exigent temps et ressources. Il n'est pas toujours aisé d'assurer leur pérennité et d'évaluer leurs retombées.

La littérature dans le domaine de l'évaluation du transfert et de la diffusion des connaissances s'est beaucoup développée au cours des vingt-cinq dernières années, notamment dans les secteurs organisationnels et socio-sanitaires (Belkhodja, Amara, Landry et Ouimet, 2007; Estabrooks, 1999; Ohkubo, Sullivan, Harlan, Timmons et Strachan, 2013; Pluye et al., 2014; Sudsawad, 2007). Plusieurs questions restent toutefois en suspens : comment mesurer de manière valide le transfert de connaissances ? Est-ce vraiment possible de le faire (Contandriopoulos, Brousselle et Kêdoté, 2008) ? Est-ce un processus ou un résultat ? Quels sont les principaux déterminants de l'utilisation des connaissances (Belkhodja et al., 2007) ?

Quant à la littérature méthodologique en évaluation d'outils web 2.0, elle a notamment été développée dans le domaine du marketing et de la santé (O'Grady et al., 2009; Neiger et al., 2012; Sterne, 2010). En marketing, la littérature concerne surtout l'évaluation d'implantation et de la performance : comment mesurer le degré d'exposition et d'engagement des publics ciblés et la notoriété des outils ? En promotion de la santé, un nombre grandissant de recherches portent sur l'efficacité d'interventions 2.0 sur différentes dimensions (connaissances, attitudes, comportements) auprès de populations ciblées. Bien que cette littérature soit de plus en plus abondante, les défis et les limites méthodologiques sont soulignés par plusieurs auteurs (Chou, Prestin, Lyons et Wen, 2013).

Considérant que peu d'ouvrages méthodologiques sont adaptés à des outils web de mobilisation des connaissances développés en milieu universitaire (Lafleur, 2012), il semble pertinent de partager notre expérience d'évaluation. En prenant appui sur l'évaluation de deux outils de mobilisation des connaissances (le blogue *C'est malade!* www.cestmalade.uqam.ca et le Portail Internet et santé : www.blogsgrms.com/internetsante), cet article propose quelques pistes de réflexion et des assises conceptuelles et méthodologiques. Deux objets d'évaluation seront discutés : l'implantation d'outils web 2.0 et l'appréciation des premiers effets auprès des publics ciblés. L'objectif n'est pas de présenter de manière détaillée les données d'évaluation, mais plutôt la démarche adoptée et les apprentissages associés.

1. Présentation des blogues évalués

Depuis 2010, le groupe de recherche ComSanté a mis en ligne deux outils de mobilisation des connaissances qui s'ajoutent à ceux déjà en place : le blogue C'est malade! et le Portail Internet et santé.

Le blogue C'est malade! vise notamment à diffuser de l'information pertinente et des ressources de qualité sur les médias, les jeunes, leur développement global et leur santé. Cet outil cible les professionnels jeunesse d'horizons variés (télévision jeunesse, santé publique, éducation, nutrition, milieux communautaires, etc.). Le Portail Internet et santé vise les acteurs de la santé publique, du milieu universitaire et des médias qui s'intéressent à la manière dont Internet transforme les pratiques de communication et réorganise les pratiques de soins.

Ces deux outils visent le partage, l'échange, la mise en réseau, et surtout la diffusion de différentes formes de connaissances auprès de publics variés (professionnels, chercheurs, étudiants d'horizons disciplinaires multiples). Bien que poursuivant des objectifs spécifiques distincts, leur objectif général est d'augmenter l'accès à différentes connaissances et, ultimement, de favoriser leur utilisation et leur appropriation.

2. Présentation de la démarche évaluative

Depuis la conception des blogues en 2010, des outils ont été mis en place afin de témoigner de l'évolution de leur implantation et de leurs premières retombées. Les réflexions présentées dans cet article concernent des activités qui se sont déroulées entre 2010 et 2013. Durant cette période, la dimension interactive des outils se manifestait surtout par des commentaires des usagers sur les billets publiés ou sur les pages Facebook associées. Des comptes Twitter ont été intégrés à partir de 2014, et n'ont pas encore fait l'objet d'une évaluation approfondie.

La démarche évaluative adoptée s'inscrit dans une approche centrée sur les utilisateurs et sur l'amélioration continue des interventions (Patton, 2008). Les concepteurs des blogues ont été très impliqués dans les activités d'évaluation en collaboration avec des agents de recherche. Des rencontres centrées sur le suivi et l'évaluation des blogues ont permis de discuter des données colligées et d'apporter des améliorations en cours de route.

2.1. Cadres conceptuels et méthodologiques adoptés

Différents cadres conceptuels et méthodologiques ont servi d'ancrage à cette démarche, que ce soit pour le volet centré sur l'évaluation d'implantation ou celui centré sur l'évaluation des premiers effets.

Évaluation d'implantation des blogues

L'un des volets de cette évaluation consistait à documenter différentes dimensions liées à la mise en oeuvre des blogues, notamment concernant l'évolution de leur fréquentation. L'identification des indicateurs de suivi s'est réalisée à partir des préoccupations des acteurs impliqués, en prenant appui sur le modèle d'évaluation des interventions web 2.0 de Neiger et al. (2012) qui implique d'assurer un monitoring continu :

1. de la rétroaction (l'appréciation des usagers);
2. de l'exposition (la fréquence des contenus visionnés);
3. de la portée (le nombre des personnes rejointes);
4. du degré d'engagement des usagers (sur un continuum allant de la simple consultation en ligne, à une mention « j'aime », au nombre de tweets et de retweets et à la fréquentation hors ligne d'événements).

En outre, une approche traditionnelle d'évaluation de programmes a également été adoptée (Joly, Touchette et Pauzé, 2009; Rossi, Lipsey et Freeman, 2004). Différentes dimensions de mise en oeuvre ont été documentées et analysées à des degrés divers :

1. le contexte de mise en oeuvre des équipes de pilotage des blogues;
2. la nature des interventions réalisées et des modifications apportées;
3. le profil sociodémographique des usagers rejoints;
4. leurs modes et contextes d'utilisation des blogues.

Évaluation des premiers effets des blogues

En ce qui concerne l'évaluation des premiers effets des blogues, les indicateurs adoptés sont liés à certaines composantes du modèle de circulation des connaissances de Elissalde, Gaudet et Renaud (2010) et de la littérature scientifique en évaluation du transfert des connaissances.

Dans ce modèle (voir figure 1), la circulation des connaissances est conçue comme une mise en relation entre les connaissances, les acteurs et leurs types d'utilisation. Ceci se réalise par l'intermédiaire de deux processus : la mobilisation et l'utilisation des connaissances. La mobilisation des connaissances implique qu'il y ait, d'une part, une mise en réseau et des échanges bidirectionnels entre les chercheurs et les milieux de pratique et, d'autre part, une valorisation des connaissances. Cette dernière se réalise par l'entremise d'outils ou d'activités de transfert et de diffusion des connaissances.

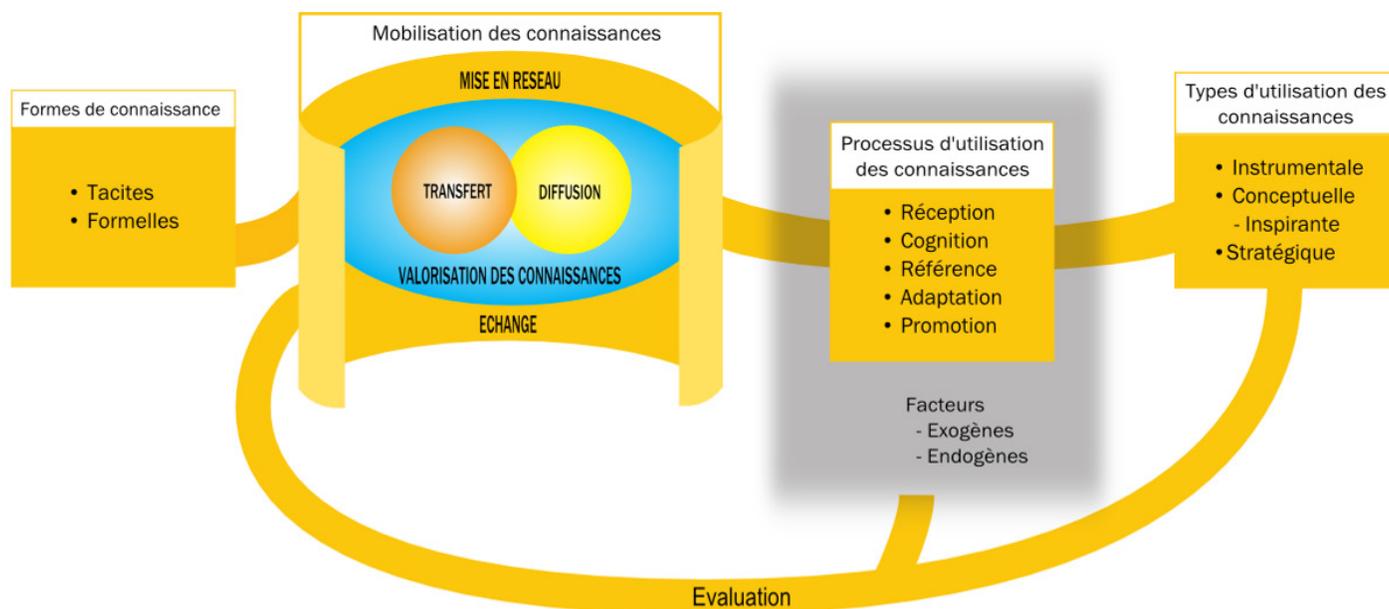


Figure 1: Modèle de circulation des connaissances (Elissalde, Gaudet et Renaud, 2010)

Les méthodes et outils adoptés pour mesurer l'utilisation des connaissances sont multiples et la plupart d'entre eux ne reposent pas sur des cadres conceptuels clairs ou n'ont pas fait l'objet de validation psychométrique (Squires et al., 2011). Plusieurs des outils recensés dans la littérature scientifique visent à mesurer plus spécifiquement l'utilisation et l'impact du transfert des connaissances dans le domaine de la santé ou en contexte organisationnel (Hakkennes et Green, 2006). Ce sont eux que nous avons privilégiés, considérant les publics visés par les outils qui ont fait l'objet de la présente évaluation.

Les outils développés pour mesurer l'utilisation des connaissances scientifiques reposent sur différents types d'indicateurs. La plupart d'entre eux visent à mesurer l'utilisation conceptuelle ou instrumentale des connaissances. L'utilisation conceptuelle renvoie au fait de changer sa façon de comprendre ou de concevoir une problématique après avoir pris connaissance de résultats de recherche. L'utilisation instrumentale réfère à l'application concrète d'une connaissance scientifique, ce qui peut prendre la forme d'un protocole ou d'un outil d'intervention. Enfin, l'utilisation symbolique ou stratégique renvoie à l'utilisation des connaissances scientifiques comme outil politique ou de persuasion pour légitimer un choix ou une décision (Estabrooks, 1999). Elissalde, Gaudet et Renaud (2010) ajoutent une sous-catégorie à l'utilisation conceptuelle des connaissances : la forme inspirante. Cette dernière renvoie à la transposition de pratiques de recherches ou de transfert de connaissances entre disciplines ou domaines d'horizons variés.

Les façons de mesurer ces différentes formes d'utilisation de connaissances sont variables : les questionnaires avec questions fermées et les entrevues semi-dirigées sont les plus fréquemment utilisés.

Certains outils reposent sur des échelles de mesure qui visent à apprécier la fréquence et l'intensité des comportements d'utilisation directe ou indirecte des connaissances (ex. : combien de fois dans la dernière année avez-vous lu des résultats de recherche ? Avez-vous changé votre pratique en vous basant sur des résultats de recherche ?).

D'autres outils reposent sur une conception séquentielle du processus de l'utilisation des connaissances. Ils visent à apprécier le degré d'engagement des usagers par rapport aux connaissances scientifiques auxquelles ils sont exposés (Sudsawad, 2007). L'outil développé par Belkohdja et al. (2007), se situe dans cette perspective. Ces auteurs proposent un continuum d'utilisation des différentes formes de connaissances en contexte d'organisations de santé, s'échelonnant en sept étapes, allant de la réception à l'appropriation des connaissances (tel que présenté dans le modèle de circulation des connaissances).

L'équipe s'est inspirée de ces différents outils et cadres conceptuels pour mesurer de manière préliminaire certaines retombées du blogue et du portail, notamment en termes d'utilisation des connaissances. Les résultantes des étapes d'utilisation des connaissances ont été conçues dans cette évaluation comme étant de nature cognitive et comportementale.

Les extrants cognitifs réfèrent aux résultantes des étapes de réception (ex. : avoir reçu un billet d'un blogue dans sa boîte courriel) et de cognition (ex. : lire un billet scientifique sur le Portail Internet et santé et avoir compris les principales conclusions).

La prise en compte des connaissances diffusées dans les blogues pourrait avoir modifié chez les usagers à des degrés variables leurs connaissances ou leur compréhension d'un phénomène ou d'un concept. Par la suite, certains interprètent alors différemment leurs enjeux et leur réalité. D'autres en font même un usage conceptuel très différent en raison de leur contexte particulier de pratique professionnelle, ce qui renvoie à la forme inspirante. Par exemple, en naviguant sur le blogue *C'est malade!*, une campagne amusante de promotion de la santé faisant usage d'une mascotte fruitée a donné l'idée à un producteur d'introduire dans le cadre de sa série télévisuelle un personnage similaire sans poursuivre nécessairement l'objectif de promotion de la santé.

Les extrants comportementaux réfèrent aux résultantes des autres étapes du processus d'utilisation des connaissances. Nous les avons regroupées en trois catégories principales : a) les comportements de partage, b) les comportements d'influence et c) les comportements d'application.

Les comportements de partage renvoient aux étapes de référence (ex. : parler à son collègue d'un billet du Portail Internet et santé ou y référer dans le cadre d'un article traitant du même sujet), d'adaptation (ex. : un journaliste rédige un article en s'inspirant d'un billet) et de promotion (ex. : dans le cadre d'une conférence, avoir fait la promotion de plusieurs des publications du Portail Internet et santé liées aux méthodes de recherche en ligne).

Les comportements d'influence renvoient à l'utilisation des connaissances comme argument d'autorité pour légitimer et justifier des positions. Ici, la forme symbolique stratégique légitime des actions ou des prises de position. Par exemple, les recommandations favorables à une intervention médiatique diffusées dans l'un des blogues permettent d'appuyer une demande de financement pour la poursuivre.

Enfin, les comportements d'application s'observent lorsque les connaissances diffusées dans les blogues ont mené à des changements de pratique et/ou au développement d'outils ou de méthodes de travail chez les professionnels. Par exemple, les usagers du Portail Internet et santé pourraient avoir développé davantage d'interventions en ligne ciblant des professionnels de la santé ou des patients suivant leur fréquentation du blogue.

2.2 Présentation des méthodes adoptées et de leurs principales retombées

Cette section vise à présenter la démarche méthodologique adoptée, les étapes de travail réalisées et ce qu'elles ont généré en termes d'apprentissages. L'objectif n'étant pas de présenter de manière détaillée les données d'évaluation.

Dans cette évaluation, une méthodologie mixte a été adoptée, laquelle implique des outils variés de collectes de données quantitatives et qualitatives. Le tableau 1 résume les objectifs d'évaluation poursuivis, les méthodes de collecte et d'analyse de données et les indicateurs adoptés.

Description du volet évaluation de la mise en oeuvre

Tel que l'indique le tableau 1, plusieurs outils de collecte ont été adoptés afin de documenter et d'analyser différentes dimensions liées à la mise en oeuvre des blogues. Une part importante de ces données concernait l'évolution de la fréquentation des blogues. Elles étaient notamment générées par l'outil Google Analytics. S'il est assez facile de produire un rapport d'analyse d'achalandage par l'entremise de cet outil, il est toutefois moins facile d'interpréter adéquatement le sens de ces données, et ce pour différentes raisons. D'une part, il est apparu, après de multiples recherches et des consultations auprès d'experts, que les définitions entourant certains indicateurs n'étaient pas toujours limpides et pouvaient varier selon les sources consultées. Il a donc fallu sélectionner ceux dont les définitions faisaient davantage l'objet de consensus. Le tableau 2 les présente.

Une fois ces indicateurs de suivi bien maîtrisés, une question importante s'est présentée à nous : comment apprécier ces chiffres en l'absence de comparatifs ? Quelles sont nos cibles ? Considérant le caractère novateur des outils évalués, il était difficile d'identifier des critères de performance très précis. Pour l'un des blogues, qui visait au départ un public très ciblé et jusqu'alors peu rejoint par des groupes de recherche, le fait de compter 250 visiteurs uniques représentait à l'époque un grand succès. D'autant que certains d'entre eux sont des relayeurs importants d'information, comme ils sont scénaristes, producteurs web et télévisuels ou journalistes.

Tableau 1 : Synthèse des objectifs, méthodes et indicateurs adoptés durant la période d'évaluation (2010-2013)

Objectif d'évaluation	Méthodes d'analyses et de collectes	Indicateurs
Assurer un monitoring continu de différentes dimensions liées à la fréquentation des blogues	<p>Analyse descriptive et croisée des données qualitatives et quantitatives en provenance de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outil Google Analytics des blogues - Outil de suivi de Vimeo - Liste d'abonnés aux blogues et amis Facebook (FB) - Calendrier de publication/suivi des billets, classés par date, types et formats (fichier Excel) - Outil de suivi de FeedBurner et de Your Mailing List Provider 	<p>Rétroactions/engagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nb de mentions « J'aime » sur Facebook et de commentaires diffusés <p>Exposition/engagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nb de pages vues et de pages par visite - Temps de chargement des pages consultées - Nb de clics sur le lien d'une vidéo (par Vimeo) - Les pages les plus souvent consultées - Les billets les plus souvent consultés - Temps passé sur chaque page <p>Portée/engagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nb d'inscriptions aux listes d'envoi et fils RSS, nb de visiteurs uniques, nb de nouvelles visites, nb d'amis Facebook, nb de participants aux événements hors ligne <p>Sources, modes et contextes d'accès :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de clics dans FeedBurner - Analyse de la provenance du trafic (ex : accès direct via URL, sites référents, moteurs de recherche, plate-forme utilisée, moments de la journée, adresse IP et type de serveur utilisé (ex : serveur institutionnel ou privé)) - Les mots-clés les plus souvent utilisés et moments de la journée où les blogues sont les plus fréquentés
Analyser de manière périodique certaines dimensions liées à la fréquentation des blogues	<p>Analyse descriptive des données quantitatives et analyse de contenu thématique des questions ouvertes lors de périodes précises d'observation :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Données sociodémographiques disponibles sur les pages FB des abonnés - Sondages courts de type « pop-up » conçus avec le logiciel PollDaddy (5 questions fermées) insérés dans les blogues pendant une période limitée (2 semaines/sondage) - Questionnaire en ligne semi-dirigé (administré deux ans après l'implantation) aux abonnés des listes d'envoi, des pages FB, et usagers du blogue 	<p>Profil sociodémographique et contexte des usagers (ex : niveau de scolarité, âge, sexe, domaine professionnel, provenance géographique, fréquence et outils adoptés pour la recherche d'information sur Internet, etc.)</p> <p>Historique de fréquentation rapportée par les usagers : fréquence d'utilisation du blogue, comment ils en ont entendu parler et modes d'accès au blogue (par moteur de recherche, infolettre, etc.)</p> <p>Satisfaction face aux blogues (ex : format des billets et contenu des billets)</p> <p>Barrières/facilitants à l'usage des blogues : pertinence du contenu diffusé, facilité de trouver l'information, etc.</p>
Documenter l'évolution des blogues (contenus et formats) et leur contexte d'implantation	<p>Analyse de contenu du journal de bord de chaque blogue; du calendrier de publication/suivi des billets, classés par date, types et formats (fichier Excel) et des comptes rendus des rencontres de suivi des blogues</p>	<p>Fréquence et nature des interventions réalisées (ex : fréquence et type de thèmes abordés (ex : développement de l'enfant 5-0 ans), formats des billets publiés (billet écrit, billet avec contenu audiovisuel) et types de billets publiés : (ex : résumé d'une étude, d'une intervention, etc.))</p> <p>Étapes charnières de développement des blogues : événements spéciaux hors ligne, principales modifications apportées au fil du temps</p> <p>Principaux défis et facilitants liés à leur développement (ex : disponibilité des ressources humaines et matérielles, promotion des blogues)</p>
Documenter les premiers effets	<p>Analyse descriptive des données quantitatives et analyse de contenu thématique des questions ouvertes:</p> <p>questionnaire en ligne semi-dirigé (administré deux ans après l'implantation) aux abonnés des listes d'envoi, des pages FB, et aux usagers du blogue</p>	<p>Types et degré d'utilisation des connaissances :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formes et intensité des extrants cognitifs (ex : compréhension nouvelle) et des extrants comportementaux (partage, influence et application) <p>Degré d'atteinte des objectifs des blogues; effets perçus des blogues par les usagers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de consultation d'études scientifiques dans le cadre de son travail - Soutien au réseautage avec des professionnels du domaine - Meilleure connaissance des interventions et ressources liées aux blogues

Tableau 2 : Définition des indicateurs générés par l'outil Google Analytics

Sessions (Visites) : Le nombre de sessions représente le nombre de fois que votre site Internet a été consulté. Une nouvelle visite est comptabilisée au moment de la fermeture du navigateur par l'internaute ou après 30 minutes passées sur le site.

Utilisateurs (Visiteurs uniques) : Les visiteurs uniques représentent le nombre de visiteurs non dupliqués (comptabilisés une seule fois) sur une période de temps donnée. Un visiteur unique est déterminé à l'aide des cookies.

Nouveaux visiteurs : Un visiteur est considéré comme nouveau lorsqu'il accède au site pour la première fois à partir d'un navigateur. Si le cookie _utma du domaine du site en question n'est pas enregistré dans le navigateur, la visite est comptabilisée comme une première visite.

Pages vues : Correspond au nombre de fois que les pages du site ont été consultées par les internautes (Chardonneau, 2011).

Pages par session (pages par visite) : Cet indicateur informe à propos du nombre moyen de pages consultées pendant une visite sur le site. Le calcul tient compte des visites répétées d'un internaute sur une même page. Cette statistique est utile à la fois en tant que total agrégé qu'en combinaison avec d'autres critères, comme le pays, le type de visiteur ou le système d'exploitation pour mobile.

L'indicateur « sources de trafic » recense le type d'accès au site qu'il soit organique (par un moteur de recherche tel que Google, Bing, Yahoo, etc.), direct (à partir de l'URL du site ou l'utilisation de « favoris »), par des sites référents ou de campagne (généralisé par des envois de courriels ou par des feeds). Un pourcentage élevé d'une source de trafic organique signifie que les outils ont un bon référencement; qu'elles figurent en tête de liste à la suite d'une recherche.

Les définitions présentées (qui n'ont pas de références) ont été rédigées en nous basant sur les définitions fournies par Google Analytics sur des pages en ligne. Ces pages ont toutefois été modifiées depuis la rédaction de cet article et les liens utilisés ne sont plus actifs.

Nous suggérons de vous référer aux nouvelles pages du Centre d'aide de Google Analytics à l'adresse suivante : <https://support.google.com/analytics/?hl=fr#topic=3544906>. Les noms des indicateurs et les définitions ont connu un certain nombre de modifications, mais ils semblent dans l'ensemble faire référence aux mêmes calculs.

D'autres sources de données associées aux plates-formes utilisées nous ont permis d'établir un portrait plus complet de la fréquentation de nos blogues : FeedBurner, Your Mailing List Provider, Vimeo et Facebook.

L'outil FeedBurner offre un service de gestion des abonnements. Les internautes souhaitant connaître les nouveautés publiées sur les blogues s'y inscrivent afin d'être informés par courriel. Le nombre d'inscrits est une donnée importante, puisque ceux-ci constituent souvent de fidèles lecteurs.

L'outil Your Mailing List provider (YMLP) a été utilisé pour faciliter la promotion des nouvelles publications par l'envoi massif de courriels auprès des abonnés. Il fournit des statistiques sur l'ouverture du courriel et la lecture de celui-ci, un des indicateurs associés à la portée des blogues.

L'outil de suivi offert par Vimeo, le site où sont hébergées nos vidéos, permet également de connaître le nombre de clics sur une vidéo ou sur un segment de vidéo. Il faut toutefois garder en tête qu'une personne peut avoir cliqué plus d'une fois sur la vidéo.

Sur Facebook, il est possible de connaître le nombre de personnes qui suivent notre page (personnes qui aiment notre page) et de connaître le nombre de mentions « J'aime » à propos de publications de la page. Une liste des personnes qui aiment nos pages a été générée, et nous avons classé chacune d'entre elles, lorsque cela était possible, selon leur milieu professionnel d'appartenance (milieu universitaire, milieu de la santé, professionnels des médias, éducation, etc.).

Par ailleurs, quatre courts sondages composés de cinq à six questions ont été insérés sur les blogues de manière périodique pendant la période d'évaluation afin de colliger des données complémentaires. Une invitation à compléter un sondage s'affichait automatiquement dès qu'un usager naviguait sur le blogue. Cela nous a permis de mieux comprendre le profil sociodémographique des usagers, les formes et leurs contextes d'usage des blogues, leur satisfaction, les incitatifs et les barrières à leur fréquentation. En outre, les rencontres conjointes des équipes des deux blogues ont favorisé l'appropriation de ces données et l'identification de pistes concrètes pour les améliorer. Elles ont également participé au développement de l'expertise en matière de rédaction de courts billets vulgarisés. À la suite de ces rencontres, il est arrivé à quelques reprises que les équipes de rédaction apportent des modifications aux blogues. Elles concernent notamment la fréquence et les moments de publication des billets, leur forme (longueur et format priorisé), les sujets abordés (priorisés en fonction des billets les plus consultés) ou le ton éditorial adopté. Ces modifications ont été notées dans les journaux de bord complétés par les équipes de rédaction. Ces outils visaient à recenser tous les événements marquants liés à l'évolution des blogues : nouveau financement, événement spécial hors ligne, modifications apportées, etc.

Enfin, les comptes rendus des rencontres conjointes entourant l'évaluation, les journaux de bord ainsi que les calendriers de publication représentent des sources de données complémentaires qui nous ont permis de mieux interpréter les fluctuations d'achalandage observées sur les blogues.

Bien que comportant des limites, l'analyse descriptive et croisée de l'ensemble des données de mise en oeuvre a généré plusieurs apprentissages, lesquels pourraient être transférables à différentes activités de mobilisation des connaissances déployées en milieu universitaire :

- La promotion des billets par un envoi par courriel à la liste d'abonnés contribue à l'achalandage des blogues (gènère environ 10 % du trafic).
- Le moment de publication des billets a un effet sur l'achalandage : les publications tôt le matin et en début de semaine (le mardi) sont généralement davantage consultées dans les heures qui suivent.
- Les sujets abordés ont beaucoup d'influence sur l'achalandage, par exemple les billets liés aux médias sociaux (ex : « la génération Facebook » et la « dépression Facebook ») ou à des outils concrets de recherche ou d'intervention sont très consultés et relayés.
- Le format des billets a une incidence sur l'achalandage : ceux avec du contenu audiovisuel sont plus consultés (mais plus longs et plus coûteux à produire). Les publications audiovisuelles doivent être de courte durée (idéalement d'une durée de 5 minutes).
- Les événements spéciaux hors ligne (colloques/conférences/séminaires) impliquant des échanges (formels et informels) entre les équipes des blogues et les publics ciblés contribuent à l'achalandage, à la notoriété des blogues, tout en alimentant leur contenu. Ces événements jouent donc un rôle important dans le processus de mobilisation des connaissances, surtout considérant qu'il y a relativement peu de commentaires ou de discussion directement sur les blogues.
- En plus des événements hors ligne, c'est plutôt par l'entremise de Facebook que l'engagement des usagers est visible. Cet outil permet aussi de joindre des publics différents de ceux qui sont abonnés aux listes d'envoi.
- Enfin, l'intégration de répertoires d'experts semble une avenue intéressante pour susciter l'intérêt de différents publics entourant les blogues et cela n'exige pas un degré d'engagement trop élevé pour les personnes ciblées. Ces outils exigent toutefois un travail de mise à jour en continu de la part des équipes responsables des blogues.

Volet évaluation des premiers effets

Il est difficile d'évaluer avec justesse et précision les retombées d'activités visant le partage et la diffusion de connaissances, et ce, peu importe leur format. Comme mentionné plus tôt, peu d'outils d'évaluation adaptés et pertinents au contexte de nos blogues étaient disponibles au moment de leur lancement (en 2010). Il a donc fallu développer un cadre conceptuel et un outil maison adaptés aux usages potentiels de nos outils.

Le questionnaire semi-dirigé développé aux fins de l'évaluation, bien que limité sur le plan méthodologique, a tout de même permis de documenter certaines retombées. Il s'apparente à celui de Ohkubo et al. (2013), lequel n'était pas encore publié au moment de l'évaluation. Le questionnaire visait notamment à mieux comprendre le contexte d'usage et les modes d'accès des utilisateurs, le degré d'exposition aux contenus des blogues, la fréquence des différentes étapes d'utilisation des connaissances et quelques exemples concrets des types d'usages réalisés (extrants cognitifs et comportementaux). En outre, les répondants devaient identifier certains effets perçus concernant les objectifs poursuivis par les blogues. Enfin, dans une perspective d'évaluation formative continue, ils étaient appelés à identifier les sujets à prioriser pour les prochaines publications de même que des pistes pour améliorer les blogues.

Plusieurs stratégies ont été adoptées pour faciliter le recrutement des différents publics ciblés : a) envois personnalisés par courriel aux abonnés des listes d'envoi (les utilisateurs potentiels les plus réguliers), b) annonces sur les pages Facebook et c) annonces sur les blogues. En outre, deux modalités de collecte étaient offertes : questionnaire disponible en ligne ou pouvant être administré par voie téléphonique (entretien semi-dirigé). Aucun répondant n'a opté pour l'entretien téléphonique, lequel aurait permis d'identifier avec plus de précision certains types d'utilisation des connaissances, du moins c'est ce que les prétests avaient suggéré. Au total, plus d'une soixantaine d'utilisateurs d'horizons professionnels variés ont rempli le questionnaire en ligne, mais la participation a été très variable d'un blogue à l'autre.

Au sujet du cadre conceptuel de cette évaluation, quelques extrants cognitifs et comportementaux associés aux étapes d'utilisation des connaissances ont été rapportés par les répondants. Ils renvoient surtout à des usages conceptuel et instrumental des connaissances.

Bien que ce ne soient pas tous les usagers qui lisent en entier les billets diffusés, les données d'évaluation indiquent certaines retombées intéressantes. Les extrants cognitifs recensés réfèrent plus directement à l'utilisation conceptuelle des connaissances. Plusieurs des répondants du sondage ont mentionné que la fréquentation des blogues les a amenés à mieux connaître des ressources pratiques et des références dans le domaine (publications scientifiques, experts universitaires et des milieux de pratique) et à mieux comprendre les thématiques liées au développement des jeunes ou aux usages de l'Internet santé. Certains ont rapporté que les blogues les ont sensibilisés aux effets positifs et négatifs des médias sur la santé de différentes populations (pour les jeunes et pour les patients, par exemple).

Parmi les extrants comportementaux évalués, ce sont surtout ceux liés au partage qui ont été rapportés par les répondants. Plusieurs d'entre eux ont affirmé référer, promouvoir et relayer les billets des blogues dans leur réseau social et professionnel, que ce soit par voie électronique ou lors d'échanges en face à face. Par exemple, une enseignante au secondaire rapporte faire la promotion des publications d'un des blogues auprès de ses étudiants en les affichant sur son site Internet et en animant des discussions à leur sujet. Certains répondants ont également mentionné avoir adapté nos publications afin d'en générer de nouvelles. Par exemple, un rédacteur a modifié un peu le contenu et le format de l'une des publications des blogues pour la diffuser sur son site. Il a toutefois été difficile de capter les résultantes de ces comportements de partage : étaient-ils contributifs à un usage conceptuel, symbolique stratégique et/ou instrumental des connaissances ? Certains comportements de partage semblaient s'orienter vers un usage symbolique stratégique. Ils visaient à appuyer des positions ou des actions existantes. Par exemple, promouvoir et référer à un billet diffusé sur le blogue entourant les effets des médias sociaux sur les jeunes pour appuyer des interventions de sensibilisation.

Enfin, quelques répondants ont rapporté diverses formes de comportements d'application impliquant des changements de pratique ou du développement de nouveaux projets ou outils. Cela renvoyait surtout à un usage

conceptuel inspirant et instrumental des connaissances. Plusieurs répondants ont affirmé avoir été inspirés par certaines publications des blogues dans le cadre de leur pratique professionnelle. Par exemple :

- Un enseignant au secondaire rapporte utiliser davantage les médias sociaux en classe afin d'intéresser les jeunes à différents sujets les concernant, dont l'effet des médias sur leur santé.
- Un professionnel des médias jeunesse affirme traiter plus souvent de thèmes liés aux médias et à la santé des jeunes dans ses dossiers de recherche.
- Un professionnel de la santé affirme avoir inclus une nouvelle section liée à l'Internet santé dans un guide pratique destiné à ses collègues.
- Un entrepreneur mentionne s'inspirer des publications d'un des blogues pour développer son entreprise dans le domaine de l'e-santé.
- Enfin, plusieurs des répondants affirment que les blogues les ont amenés à consulter plus souvent qu'auparavant des études scientifiques.

3. Discussion

Cette évaluation a permis de réaliser de multiples apprentissages, de documenter quelques retombées immédiates des blogues et surtout de les bonifier depuis leur mise en ligne. Elle a toutefois été parsemée d'embûches, lesquelles sont liées aux contraintes budgétaires, à la nature des outils évalués et au recrutement des participants.

Les sources de financement pour des outils de mobilisation et de transfert des connaissances sont limitées et se font de plus en plus rares. Le budget pouvant être alloué à leur évaluation est donc par le fait même assez restreint. Il est plus aisé de trouver du financement entourant la phase initiale de développement de ce type d'outils que pour assurer leur fonctionnement ultérieur. Or, alimenter et assurer le fonctionnement optimal de blogues tels que les nôtres exigent que des ressources humaines y contribuent chaque semaine (Ducharme, Gaudet et Renaud, 2012). Les activités d'évaluation pourraient contribuer à leur financement, mais il n'a pas été possible de les mener avec toute l'intensité voulue. L'équipe a dû opter pour des méthodes moins coûteuses, ne permettant pas toujours de documenter de manière approfondie certaines dimensions, surtout celles liées aux types d'utilisation des connaissances et aux retombées perçues des blogues.

Outre les contraintes budgétaires, la nature même des outils évalués a contribué aux défis d'évaluation rencontrés, par leur caractère évolutif, novateur et impliquant une maîtrise d'outils de monitoring web.

Tel que mentionné précédemment, si certains outils de monitoring web tels que Google Analytics sont faciles d'accès et permettent de générer aisément des données de fréquentation, il n'est pas toujours aisé de bien les interpréter. L'étape de clarification et d'appropriation de l'outil a impliqué beaucoup de travail, mais représente un extrant important de notre démarche évaluative. Les définitions et les réflexions entourant ces indicateurs ont fait l'objet de publications sur l'un des blogues (Vrignaud, 2013). Elles sont d'ailleurs très consultées, ce qui témoigne du besoin d'information à ce chapitre. Une démarche similaire reste à faire autour de l'outil Twitter analytics.

Par ailleurs, la nature évolutive des blogues a impliqué des défis sur le plan méthodologique, surtout en ce qui concerne l'évaluation des effets à court terme. Bien que leurs missions et leurs objectifs généraux soient demeurés sensiblement les mêmes au fil du temps, la teneur des publications a évolué. Cette évolution s'explique en partie par les intérêts des partenaires (financiers ou de contenu), par le profil évolutif des usagers et par les préoccupations et les apprentissages réalisés par les équipes de rédaction. Les formats et les contenus des billets diffusés sur les blogues sont très diversifiés et ils sont lus par des publics d'horizons variés. Dans pareil contexte, les processus et les types d'utilisation des connaissances sont variés et ils ne sont pas toujours faciles à capter. Dans l'idéal, il faudrait développer des indicateurs d'utilisation de connaissances plus spécifiques à certains sous-groupes d'usagers.

Un autre défi rencontré renvoie à la participation des usagers aux activités d'évaluation durant la période visée. Le nombre de répondants à l'ensemble des sondages courts ou longs variait entre 20 et 40, ce qui ne permet pas de dresser un portrait représentatif des usagers. S'il est difficile de susciter la participation pour alimenter le contenu des blogues, il en est tout autant lorsque vient le temps de les évaluer. Cela peut s'expliquer par le fait que les usagers des blogues institutionnels sont souvent volatiles et qu'ils passent en moyenne quelques minutes sur les sites (Lafleur, 2012). Dans pareil contexte, il semble important de privilégier une diversité de stratégies de collecte, impliquant des degrés variables d'engagement de la part des usagers, et ce, pendant une longue période d'observation. Cela permettrait le cumul de données en quantité et en qualité suffisantes.

Parmi les stratégies complémentaires de collecte de données, les journaux de pratique d'usagers pourraient représenter une avenue intéressante, surtout pour approfondir l'évaluation des types d'utilisation des connaissances. Cela permettrait de pallier les limites des récits rétrospectifs, lesquels peuvent être biaisés par la mémoire et par le passage du temps. Cette méthode a été utilisée notamment dans le cadre de recherches centrées sur les pratiques culturelles et médiatiques (Poirier et al., 2012). Elle permet de capter avec plus de précision les diverses formes d'appropriation rapportées en temps réel par les usagers. En outre, une autre stratégie complémentaire serait d'inclure en permanence un court sondage associé à différents types de billets. Cette méthode permettrait de colliger en continu des données liées aux raisons de leur fréquentation, aux bénéfices perçus de ces informations sur la pratique professionnelle et aux types d'usages projetés. Une méthode similaire a été adoptée par Pluye, Doray et El Sherif (2015) entourant l'évaluation de différents billets d'un site web québécois ciblant les parents qui a donné lieu à des résultats intéressants. Enfin, des entretiens semi-dirigés en face à face seraient utiles pour développer et raffiner les outils développés et pour identifier des indicateurs plus spécifiques et adaptés aux différents publics ciblés.

4. Conclusion

Malgré les défis rencontrés, plusieurs bénéfices sont associés à cette démarche évaluative. Le fait d'avoir documenté l'implantation des blogues dès leur mise en ligne a notamment permis d'apprécier l'évolution de leur portée en termes de nombre et de profil de personnes rejointes. Cinq ans après leur implantation, les blogues sont parfois visités de manière mensuelle par plus de 5000 visiteurs uniques (comparativement à quelques centaines en 2010). Les pages Facebook associées aux deux blogues sont suivies par 500 personnes. Quant aux deux comptes Twitter, 800 personnes les suivent. En outre, en plus de rejoindre les différents publics ciblés, le profil socioprofessionnel et la provenance géographique des usagers ne cessent de se diversifier.

En ce qui concerne l'évaluation des premiers effets, bien que limitée, elle a permis de documenter des retombées concrètes de nos activités de mobilisation de connaissances dans la vie de différents types de professionnels. Ce volet de l'évaluation a également permis de rendre plus opérationnelles certaines composantes du modèle de circulation des connaissances développé par le groupe de recherche (Elissalde, Gaudet et Renaud, 2010).

Tout cela nous encourage à poursuivre nos efforts en matière de mobilisation des connaissances, en dépit des défis de financement et du fait qu'ils ne sont pas toujours reconnus à leur pleine valeur par le milieu académique. Reste à évaluer avec plus d'acuité les avantages et les inconvénients associés à d'autres outils de mobilisation, tels que Twitter.

RÉFÉRENCES

- Belkhdja, O., Amara, N., Landry, R. et Ouimet, M. (2007). The extent and organizational determinants of research utilization in Canadian health services organizations. *Science Communication*, 28(3), 377-417.
- Boucher, J. (2015, 10 juin). Savoir partager le savoir : compte-rendu storify [Billet de blogue]. Récupéré le 17 juillet 2015 : <http://www.hinnovic.org/storify-de-savoir-partager-le-savoir/>
- Chardonneau, R. (2011). Google Analytics : analysez le trafic de votre site pour améliorer ses performances. St-Herblain, France : ENI.
- Chou, W. S., Prestin, A., Lyons, C., & Wen, K. (2013). Web 2.0 for health promotion: reviewing the current evidence. *American Journal of Public Health*, 103(1), e9–e18. doi:10.2105/AJPH.2012.301071
- Contandriopoulos, D., Brousselle, A. et Kêdoté, N.M. (2008). Evaluating interventions aimed at promoting information utilization in organizations and systems. *Health Policy* 89-107.
- Ducharme, E., Gaudet, J. et Renaud, L. (2012). Internet comme outil de circulation des connaissances en communication et en santé. Dans C. Thoër et J. J. Lévy (dir.), *Internet et santé, Acteurs usages et appropriations* (p. 457-476). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Elissalde, J., Gaudet, J. et Renaud, L. (2010). Circulation des connaissances : modèle et stratégies. *Revue internationale communication sociale et publique*, 3(4), 135-149.
- Estabrooks, C. A. (1999). The conceptual structure of research utilization. *Research in Nursing & Health*, 22(3), 203-216.
- Hakkennes, S. et Grenn, S. (2006). Measures for assessing practice change in medical practitioners. *Implementation Science*, 1(29), 1-29.
- Joly, J., Touchette, L. et Pauzé, R. (2009). Les dimensions formative et sommative de l'évaluation d'implantation d'un programme : une combinaison des perspectives objectives et subjectives en lien avec les modèles d'évaluation centrés sur la théorie des programmes. In M. Alain et D. Dessurault. *Élaborer et évaluer des programmes d'intervention psychosociale*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Lafleur, S. (2012). Usages et appropriations du blogue Hinnovic sur les innovations en santé. Mémoire de maîtrise inédit. Université du Québec à Montréal.
- Neiger, B. L., Thackeray, R., Van Wagenen, S. A., Hanson, C. L., West, J. H., Barnes, M. D. et Fagen, M. C. (2012). Use of social media in health promotion: Purposes, key performances indicators, and evaluation metrics. *Health Promotion Practice*, 13(2), 159-164.
- O'Grady, L., Witteman, H., Bender, J. L., Urowitz, S., Wiljer, D. et Jadad, A. R. (2009). Measuring the impact of a moving target: Towards a dynamic framework for evaluating collaborative adaptive interactive technologies. *Internet Healthcare Coalition*, 11(2). doi:10.2196/jmir.1058
- Ohkubo, S., Sullivan, T. M., Harlan, S. V., Timmons, B. K. et Strachan, M. (2013). Guide to monitoring and evaluating knowledge management in global health programs. Baltimore, MD: Center for Communication Programs, Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health.
- Patton, M. Q. (2008). *Utilization-Focused Evaluation* (4^e éd.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Pluye, P., Doray, G & El Sherif, R. (2015, avril). L'évaluation des informations de Naître et grandir par les parents. Communication présentée au Séminaire Internet et santé, Montréal, Canada.

Pluye, P., Grad, R.M., Repchinsky, C., Jovaisas, B., Lewis, D., Tang, D.L., Granikov, V., Bonar, J. et Marlow, B. (2014). Better than best' evidence? The Information Assessment Method can help information providers use family physicians' feedback for 2-way knowledge translation. *Canadian Family Physician*, 60, 415-417.

Poirier, C., Desjardins, M.K., Martet, S., Melançon, M-O., Poirier, J. et St-Germain Blais, K. (2012). La participation culturelle des jeunes à Montréal. Des jeunes culturellement actifs. Récupéré le 20 juillet 2015 du site de l'auteur http://www.uccs.inrs.ca/sites/default/files/centre_uccs/pdf/JeunesEtParticipationCulturelle-v-i.pdf

Rossi, P. H, Lipsey, M. W. et Freeman, H. E. (2004). *Evaluation, a systematic approach* (7^e éd.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Squires, J. E., Estabrooks, C. A., O'Rourke, H. M., Gustavsson, P., Newburn-Cook, C. V. et Wallin, L. (2011). A systematic review of the psychometric properties of self-report research utilization measures used in healthcare. *Implementation Science*, 6(83), 1-18.

Sterne, J. (2010). *Social media metrics: How to measure and optimize your marketing investment*. Hoboken, NJ: John Wiley.

Sudsawad, P. (2007). *Knowledge translation: Introduction to models, strategies, and measures*. Austin, TX: Southwest Educational Development Laboratory, National Center for the Dissemination of Disability Research. Récupéré le 20 juillet 2015 : <http://www.ncddr.org/kt/products/ktintro/ktintro.pdf>.

Vrignaud, C. (2013, 14 mai). Comprendre Google Analytics – Partie 4 : Analyser les pages de votre site. Récupéré le 20 juillet 2015 du site Portail Internet et santé : <http://blogsgrms.com/internetsante/2013/05/14/comprendre-google-analytics-partie-4-analyser-les-pages-de-votre-site/>

Citation suggérée:

J. Gaudet, E. Ducharme, C. Thoër, L. Renaud, C. Vrignaud, F. Jamal, E. Brisset De Nos, S. Boisvert-Beauregard - *Comment évaluer des outils de mobilisation des connaissances web 2.0 ? Réflexions conceptuelles et méthodologiques* - REVUE TUC, Volume 1, numéro 1, janvier-juin 2016 - doi: 10.18166/tuc.2016.1.01

La Revue TUC est la première revue francophone avec comité de pairs qui s'intéresse exclusivement à la recherche sur le transfert des connaissances dans le domaine social. Publiée sous forme électronique en continu, la Revue TUC vise la diffusion de travaux de recherche sur les nouvelles connaissances produites dans le domaine du transfert et de l'utilisation des connaissances, de son processus, de ses déterminants, de ses conséquences, de ses retombées et de ses applications pratiques.

L'objectif de la Revue TUC est de promouvoir la recherche sur le transfert des connaissances. Elle vise à publier les travaux de recherche de l'ensemble de la francophonie internationale et favorise notamment la publication des chercheurs de la relève.

Sa politique est d'attirer une large variété de contributions : recherches empiriques, études de cas, validations d'instruments de mesure, recensions des écrits (systématiques, narratives ou des études de portée), ainsi que des travaux de nature théorique reliés au transfert et à l'utilisation des connaissances. Néanmoins, nous ne publions pas de contributions portant sur le transfert des technologies.

Adresse postale

100 Sherbrooke Ouest,
Montréal, Qc,
H2X 3P2 CANADA

Contact principal

Benoit Martel
Rédacteur adjoint
Téléphone: 514-987-3000, #6228
Courriel: martel.benoit@uqam.ca



REVUE FRANCOPHONE DE RECHERCHE SUR LE
TRANSFERT ET L'UTILISATION DES CONNAISSANCES

ISSN: 2369-8896



Cet(te) oeuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans Les Mêmes Conditions 4.0 International.