

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION DU RISQUE DANS LE CADRE D'UN PROJET  
DE RECHERCHE : RECHERCHE-ACTION SUR LE RÔLE DU PROFESSIONNEL EN  
COMMUNICATION LORS DES ÉTAPES DE DÉMARRAGE ET DE RÉALISATION DE LA  
RECHERCHE

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR  
MARYLÈNE KOURI

NOVEMBRE 2023

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## AVANT-PROPOS

Nous sommes au printemps de l'année 2020. Je viens d'obtenir mon baccalauréat en relations publiques à l'UQAM. Durant mon parcours académique, j'ai eu l'occasion de croiser et de discuter avec des professeurs tout aussi remarquables qu'inoubliables. Ces rencontres ont indéniablement entraîné une réflexion quant à mon avenir professionnel, au point d'envisager la poursuite d'études supérieures. Bien qu'au début de ce nouveau parcours, mes intérêts de recherches ne sont pas exactement définis, la révélation s'opère au mois de décembre de la même année. En effet, je deviens responsable des communications pour le Réseau Inondations InterSectoriel du Québec (RIISQ). Cet organisme regroupe des chercheurs universitaires, des partenaires et des étudiants ayant comme principal objectif de contribuer au développement de recherches intersectorielles et transdisciplinaires liées à la gestion des inondations au Québec, ainsi qu'à l'étude de leurs conséquences dans un contexte de changements climatiques (tel que mentionné sur leur site web : <https://riisq.ca/contexte-mission-et-objectifs/>). Dans le cadre de ce mémoire, nous tenterons de cerner le rôle de la communication au sein d'un projet de recherche intersectorielle. Cette décision découle essentiellement de nos expériences antérieures. Ce sont nos antécédents qui ont suscité la soif d'analyser la place des communications au sein d'un tel projet. Dès le début, une question se profile : existe-t-il un besoin réel de s'adjoindre un communicateur professionnel dédié à une équipe de recherche documentant un risque pour la santé et les écosystèmes ?

Personnellement et professionnellement, étant confrontée quotidiennement aux impacts liés aux changements climatiques, je constate nécessairement l'importance de communiquer de nouvelles études et données pouvant contribuer à la résilience des individus et de la société, et ce, dès qu'elles sont disponibles. Par ailleurs, mes nombreuses rencontres avec les membres universitaires du réseau m'ont amené à constater l'existence d'un fossé communicationnel entre les chercheurs et le grand public. Pour le combler, il devient primordial d'expliquer et de diffuser le savoir scientifique dans le but que la population se saisisse instamment des enjeux et pose des gestes concrets. Ainsi, mon mémoire s'inscrit non seulement dans un parcours teinté par mon passé en relations publiques, mais également par l'expertise acquise au sein du RIISQ. En janvier 2021, intriguée par le domaine de la recherche et avide d'expérience en communication, j'accepte donc d'intégrer un projet de recherche visant à documenter la présence d'un contaminant dans l'environnement dont la présence

pourrait s'accroître avec les changements climatiques. C'est d'ailleurs à cette occasion que jaillit l'idée d'orienter mon mémoire sur le présent sujet.

## REMERCIEMENTS

Je souhaite exprimer mes plus sincères remerciements à mes directeurs de recherche Bernard Motulsky et Lily Lessard, pour leur appui inestimable, leur disponibilité remarquable ainsi que leurs conseils avisés qui m'ont permis d'atteindre mes objectifs. Ils ont été pour moi de véritables guides, éclairant mon chemin à travers cette recherche. Leur expertise et leur soutien ont été d'une aide précieuse tout au long de ce processus.

Je tiens également à remercier les membres du projet de recherche, qui ont accepté de participer à cette étude et qui ont fourni une contribution importante à sa réalisation. Sans leur engagement, leur temps et leur coopération, rien de tout cela n'aurait été possible. Je suis profondément reconnaissante pour la confiance qu'ils ont placée en moi et pour le temps précieux qu'ils m'ont accordé.

Enfin, je ne peux passer sous silence le soutien inconditionnel de mes parents, Michelle et François, qui ont su m'encourager et me soutenir tout au long de mes études. Vous m'avez inculqué l'importance de terminer tout ce que j'entreprends et de relever tous les défis. Je ne serais pas où je suis aujourd'hui sans votre amour et vos encouragements constants. Olivier merci pour ta patience, ton soutien indéfectible et ta présence rassurante qui m'ont donné la force de continuer. Je suis chanceuse de t'avoir à mes côtés. Je tiens également à exprimer ma gratitude envers mes amies en or, Alexandre et Raphaëlle. Votre soutien, votre amitié et votre présence m'ont permis de surmonter les moments difficiles et de célébrer les moments de réussite.

En somme, je suis consciente que la réussite de ce mémoire de maîtrise n'aurait pas été possible sans le soutien de toutes ces personnes exceptionnelles qui ont cru en moi et m'ont encouragée à chaque étape du processus.

Je remercie également le Réseau Inondations InterSectoriel du Québec (RIISQ) et l'Université du Québec à Montréal (UQAM) pour m'avoir donné les moyens financiers de me consacrer à mes études.

## TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS .....	ii
REMERCIEMENTS .....	iv
LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX.....	viii
LISTE DES ABRÉVIATIONS.....	ix
RÉSUMÉ.....	x
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE .....	4
1.1 Les risques environnementaux pour les populations en contexte de changements climatiques et la communication du risque .....	4
1.2 Le champ de la communication .....	5
1.3 Comment s’inscrit la communication du risque dans le champ de la communication .....	6
1.3.1 Définition de la communication du risque .....	6
1.3.2 Bonnes pratiques en matière de communication du risque .....	7
1.4 Le transfert et la mobilisation des connaissances.....	9
1.4.1 Trois approches pour envisager la trajectoire de la connaissance issue de la recherche .....	10
1.4.2 Les étapes du processus de transfert .....	11
1.5 Les distinctions entre communication technique (ou scientifique), communication du risque et transfert de connaissances issues de la recherche .....	12
1.6 Rôles du professionnel en communication, du professionnel en communication du risque et du courtier de connaissances .....	14
1.6.1 Le rôle du professionnel en communication .....	14
1.6.2 Le rôle du professionnel en communication du risque .....	16
1.6.3 Le rôle du courtier en connaissance .....	16
1.7 Question et objectifs de recherche .....	18
1.8 Pertinence sociale, communicationnelle et scientifique du projet de recherche .....	20
CHAPITRE 2 : CADRE CONCEPTUEL.....	22
2.1 La conception du constructivisme selon Piaget .....	22
2.2 Modèle de la communication du risque .....	23
2.3 Les principaux concepts de la communication du risque.....	23
CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE .....	28
3.1 Présentation et justification de la recherche-action.....	28
3.2 Le terrain de la recherche-action.....	29

3.3 Opérationnalisation de la recherche-action .....	31
3.4 Population à l'étude.....	33
3.5 Méthodes de collectes des données .....	34
3.5.1 Entrevues semi-dirigées .....	34
3.5.2 Participation observante et journal de bord.....	34
3.6 Analyse des données et scientificité de la démarche.....	35
3.7 Les dimensions éthiques de la recherche .....	36
CHAPITRE 4 : RÉSULTATS.....	38
4.1 Les défis de la recherche scientifique .....	38
4.1.1 Rôles des membres de l'équipe .....	38
4.1.2 Le financement de la recherche.....	40
4.1.3 Disponibilités des membres de l'équipe.....	42
4.1.4 Les spécificités d'un projet de recherche intersectoriel .....	43
4.2 Les différents défis liés à la communication du risque .....	43
4.2.1 L'insuffisance des données scientifiques .....	44
4.2.2 Préoccupations quant à la communication du projet de recherche .....	44
4.2.3 La diffusion ou non-diffusion des résultats de la recherche.....	45
4.2.4 La perception du risque .....	45
4.2.5 Les publics cibles .....	45
4.2.6 Une collaboration constante .....	46
4.3 Les étapes de communication d'un projet de recherche .....	47
4.3.1 Informer sur la tenue d'un projet de recherche .....	47
4.3.2 Informer sur les résultats de la recherche .....	47
4.4 Gestion des attentes de l'équipe face à la portion communication du projet de recherche..	48
4.4.1 L'identification du public cible .....	49
4.4.2 Alimenter les outils de communication.....	50
4.5 Les outils de communication et de transfert des connaissances.....	51
4.5.1 Mesures de succès des outils de communication réalisés au sein du projet.....	51
4.5.2 Les retombées observées dans la communauté et dans les médias .....	54
4.6 Notre expérience à titre d'étudiante chercheuse .....	54
CHAPITRE 5 : DISCUSSION.....	58
5.1 Les enjeux de la communication du risque .....	59
5.1.1 L'incertitude et la complexité .....	59
5.1.2 Une communication pour comprendre les perceptions du public cible .....	60
5.1.3 La confiance envers les chercheurs .....	63
5.2 Le rôle du professionnel en communication au sein d'une équipe de recherche .....	64
5.2.1 La plus-value du professionnel en communication dans une équipe de recherche.....	64
5.3 Les spécificités d'une équipe intersectorielle.....	66
5.3.1 La conception des rôles des membres issus d'une équipe de recherche .....	66
5.3.2 La définition des objectifs de communication .....	69

5.3.3 La cohésion au sein de l'équipe .....	69
5.4 Nos recommandations .....	70
5.4.1 La mise en place du projet.....	70
5.4.2 Les outils de communication.....	71
5.4.3 La pertinence du responsable en communication au sein de l'équipe de recherche .....	74
CONCLUSION .....	77
ANNEXE 1 : COURRIELS D'APPROCHE .....	82
ANNEXE 2 : FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT 1.....	84
ANNEXE 3 : FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT 2.....	87
ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN .....	90
BIBLIOGRAPHIE .....	92



## **LISTE DES FIGURES ET DES TABLEAUX**

Figure 1: Les étapes du processus de transfert des connaissances selon l'Institut national de santé publique (2009).....12

Tableau 1: Résumé des rôles du professionnel en communication, du communicateur du risque et du courtier des connaissances.....17

## **LISTE DES ABRÉVIATIONS**

<b>FRQ</b>	Fonds de recherche du Québec
<b>GIEC</b>	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
<b>OMS</b>	Organisation mondiale de la Santé
<b>UQAM</b>	Université du Québec à Montréal

## RÉSUMÉ

À travers ce mémoire, notre principale préoccupation consiste à déterminer le rôle des communications dans le cadre d'un projet de recherche en phase de démarrage documentant un risque pour la santé et l'environnement. Pour ce faire, nous avons rejoint une équipe de recherche ayant pour but d'analyser un phénomène pouvant s'aggraver avec les changements climatiques.

Nous souhaitons cerner les enjeux de la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont en cours de documentation. Ce projet de maîtrise a également pour objectif d'analyser le rôle du professionnel en communication au sein d'un projet de recherche intersectoriel impliquant des experts en santé communautaire, en chimie marine, en géographie et en communication.

Ce mémoire est basé sur le contenu de huit entretiens réalisés auprès des membres de l'équipe de recherche. Cet exercice avait pour but d'inviter les participants à se prononcer sur leurs besoins et leurs habitudes en matière de communication du risque. Ils ont également été amenés à commenter les stratégies de communication déployées dans le cadre du projet. L'observation participante à l'aide d'un journal de bord a également été de mise pour la collecte de données.

L'examen attentif des résultats indique qu'il est préférable d'attendre d'avoir une quantité de données suffisante avant de procéder à une diffusion à grande échelle. En outre, une communication bidirectionnelle avec les parties prenantes est également recommandée afin d'adapter les messages et les outils de communication en conséquence. Notre analyse a également révélé que la présence d'un professionnel en communication au sein de l'équipe de recherche a été bénéfique, permettant de créer une image de marque pour le projet, de générer des retombées médiatiques et de diminuer la charge de travail de l'équipe. Toutefois, la collaboration interdisciplinaire peut présenter des défis, notamment en ce qui concerne les attentes envers les communicateurs et les communications au sein du projet de recherche. Nous recommandons, pour les projets de recherche similaires, de mettre en place un plan de communication précis, incluant un calendrier de livrables et de publications. Il pourrait être opportun d'envisager la création d'une page Facebook, plateforme favorisant les échanges avec le public. Un dépliant présentant le projet de recherche pourrait également s'avérer utile pour agir comme une carte de visite sur le terrain. La collaboration des équipes de recherche avec les équipes de communication institutionnelles et des organismes subventionnaires s'avère un atout afin pour effectuer des relations de presse autour de la problématique de recherche. Enfin, nous préconisons l'embauche, au sein de l'équipe, d'un expert en communication des risques.

**MOTS CLÉS :** Communication d'une recherche scientifique, professionnel en communication, communication du risque, projet de recherche.

## INTRODUCTION

Les changements climatiques engendrent des impacts majeurs sur l'environnement et la santé humaine, soulevant d'importantes préoccupations quant à la façon de communiquer les risques et sensibiliser la population à ces sujets complexes. Dans ce contexte, la communication et plus particulièrement la communication du risque peuvent jouer un rôle important pour conscientiser les individus quant aux phénomènes climatiques pouvant les affecter.

Notre mémoire de maîtrise s'inscrit dans le cadre d'un devis de recherche-action. La recherche-action est orientée vers le changement. Il s'agit d'une approche itérative misant sur l'interaction et qui a pour but de produire des connaissances nécessaires à la compréhension et à l'amélioration d'une problématique (Prévost et Roy, 2013). La recherche-action a débuté lorsque nous avons intégré une équipe de recherche souhaitant évaluer l'ampleur actuelle d'un nouveau risque potentiel pour la santé et l'environnement, ainsi que sa projection dans un horizon d'une centaine d'années avec le contexte des changements climatiques. La communication a été enclenchée dès les balbutiements de la recherche. L'objectif de notre recherche-action consistait à déterminer quelles sont les meilleures façons d'informer la population quant à un risque lorsque la nature et l'ampleur de la problématique sont encore à documenter. Notre étude vise à tirer des conclusions, comprendre les défis et les enjeux liés à la communication dans le cadre d'un projet de recherche évaluant les risques pour les populations et l'environnement. Nous nous sommes également questionnée quant aux meilleures pratiques en communication du risque lorsqu'un projet de recherche est en phase de démarrage. De plus, en tant qu'étudiante chercheuse dans le domaine des communications, ces actions nous ont amenée à nous interroger sur le rôle du professionnel en communication au sein d'une équipe de recherche documentant un risque pour la santé et les écosystèmes. Nous nous sommes questionnée sur la pertinence d'adjoindre un professionnel en communication pour un projet de recherche.

À cet égard, le présent mémoire est divisé en cinq chapitres. Le premier décrit la situation contextuelle dans laquelle ce mémoire est rédigé. D'emblée, nous dressons un état des lieux des connaissances. Nous abordons le champ de la communication, la communication du risque et le transfert des connaissances. Ces trois disciplines peuvent être impliquées dans le processus de

recherche, toutefois, nous verrons qu'elles poursuivent des objectifs différents. Pour ce faire, ces trois disciplines seront ensuite distinguées. Une fois ces dernières établies, nous nous attarderons aux rôles de chacun de ces spécialistes. Nous terminerons en précisant la question, les objectifs de la recherche et la pertinence du projet.

Le second chapitre traite de deux concepts fondamentaux liés à la compréhension de la problématique. En l'occurrence, nous abordons l'orientation épistémologique de la recherche, soit l'épistémologie génétique de Piaget, théorie postulant que l'acquisition de connaissances est un processus continu et évolutif et reconnaît le rôle actif du sujet dans la construction de ses connaissances. Nous présenterons également un modèle de la communication du risque et ses principaux concepts.

Le troisième chapitre s'intéresse à l'aspect méthodologique, justifiant notamment le devis de recherche-action. D'abord, nous présenterons notre terrain de recherche ainsi que l'opérationnalisation de notre recherche-action. La population à l'étude et les méthodes de collecte de données seront présentées. Enfin, l'analyse des données, la scientificité de la démarche et les dimensions éthiques seront élaborées pour conclure le chapitre.

Dans le quatrième chapitre, nous présenterons les résultats de notre recherche en dégageant les principales catégories émanant de nos entretiens. Tout d'abord, nous examinerons les défis auxquels les équipes scientifiques font face. Ensuite, nous analyserons les divers enjeux associés à la communication du risque pouvant être soulevés dans le cadre d'un projet de recherche documentant un risque. Nous aborderons également les différentes étapes de communication d'un projet de recherche, ainsi que les attentes de l'équipe en matière de communication. Nous poursuivrons en évaluant les outils de communication et de transfert des connaissances. Enfin, nous discuterons de notre expérience personnelle en tant qu'étudiante chercheuse au sein de ce projet de recherche.

Le cinquième chapitre sera consacré à l'analyse des résultats. Nous exposerons nos principales conclusions et nous nous efforcerons de répondre à notre question de recherche ainsi qu'à nos objectifs préalablement établis. Ainsi, nous identifierons les enjeux de la communication du risque dans le cadre du présent projet de recherche. Par la suite, nous examinerons le rôle du professionnel

en communication au sein de l'équipe. Nous aborderons également les spécificités d'une équipe intersectorielle et l'existence de multiples perceptions liées au rôle des communications. Enfin, nous exposerons nos recommandations pour la pratique en communication et la recherche. Pour terminer, nous allons identifier les principales conclusions issues de notre recherche-action. Notons que ce mémoire a été rédigé à la première personne du pluriel, soit au « nous » scientifique. Il réfère à l'étudiante et il s'agit de son regard sur la problématique à l'étude. Par ailleurs, pour conserver l'anonymat des participants, le nom du projet de recherche à l'étude et la problématique ne seront pas mentionnés dans le présent travail.

## CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE

Ce premier chapitre dresse un portrait de la problématique de recherche. Nous abordons l'état des lieux des connaissances concernant le champ de la communication, la communication du risque et le transfert des connaissances. Bien que ces trois disciplines puissent jouer un rôle dans le processus de la recherche, il devient évident qu'elles poursuivent des objectifs distincts. Ainsi, nous procéderons à une distinction explicite de ces trois domaines. Une fois cette distinction établie, nous nous plongerons dans l'analyse des rôles assumés par les experts de chaque discipline respective. Nous concluons en présentant la question de recherche, les objectifs ainsi que la pertinence du présent projet de recherche.

### **1.1 Les risques environnementaux pour les populations en contexte de changements climatiques et la communication du risque**

Selon le plus récent rapport du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (IPCC, 2022), les changements climatiques s'intensifient et entraîneront d'importantes répercussions dans les prochaines années. Les conclusions sont alarmantes. Ce dernier met en évidence l'augmentation en intensité des aléas hydrométéorologiques comme les inondations, les tempêtes, les vagues de chaleur et les ouragans (IPCC, 2022). Ces événements climatiques extrêmes peuvent engendrer des pertes de vies humaines, des déplacements de populations, des dommages aux infrastructures ainsi que des pertes économiques importantes.

À cela s'ajoute la hausse des températures ayant un effet sur l'accès à l'eau potable, la fonte des glaciers, la hausse des niveaux marins et bien plus à l'échelle mondiale. À cet effet, les chercheurs prévoient une hausse de température de trois degrés Celsius d'ici 2050 (Ouranos, 2022). Les contre-coups de ce réchauffement seront multiples et de nombreuses personnes seront touchées, plus particulièrement les communautés autochtones, les populations rurales et les individus vivant en zones côtières (IPCC, 2022).

Dans un contexte où les changements climatiques s'accroissent, la communication des risques est appelée à jouer un rôle crucial dans la prévention et la préparation, elle peut aider à mieux se préparer et réduire les conséquences. Désormais, il incombe aux experts possédant une connaissance éclairée des enjeux d'informer et de communiquer les risques attendus afin de

minimiser leurs conséquences et de permettre aux populations d'y faire face. Toutefois, la complexité de ces enjeux environnementaux engendre un grand nombre de défis pour cerner quelles sont les meilleures pratiques en communication des risques pour rejoindre les populations touchées ou potentiellement affectées.

## **1.2 Le champ de la communication**

À travers la littérature se rapportant à la communication, nous avons observé de nombreuses définitions illustrant, de prime abord, une certaine confusion quant aux activités et aux livrables assumés par les communications (Maisonneuve, 2004). Devant une telle multiplicité, retenons une des plus célèbres, soit celle élaborée par deux ingénieurs ayant œuvré au sein des Laboratoires Bell. Shannon et Weaver (1949) ont imaginé leur concept fondé sur l'optimisation de la transmission d'un message à travers un téléphone. Leur modèle communicationnel, communément appelé théorie mathématique de l'information ou E-C-R, envisage la communication comme la transmission d'un message, d'un émetteur (E) vers un récepteur (R) à travers un canal (C). Ils ont également introduit certaines références liées aux bruits, au codage, au décodage et à la rétroaction (Breton et Proulx, 2012). Dans ce contexte, le « bruit » ne fait pas référence uniquement au son perturbateur, mais il englobe toutes les interférences et les perturbations qui peuvent survenir lors de la transmission d'un message. L'importance de la prise en compte du bruit réside dans le fait qu'il peut altérer le message d'origine, ce qui peut entraîner des erreurs de transmission et une mauvaise compréhension du message par le récepteur (Breton et Proulx, 2012).

Afin de bien saisir ces notions élaborées par ces ingénieurs, Gabin et Dortier (2008) donnent l'exemple d'une conversation téléphonique. Ainsi, à la base, ils imaginent une source désirant transmettre une idée ou un message. Pour eux, elle devra nécessairement utiliser un dispositif technique comme le microphone de l'appareil (émetteur) pour convertir le message vocal en un code. Une fois enclenché, ce dernier empruntera un canal, en l'occurrence le téléphone, afin de transmettre la communication codée qui sera perturbée par des bruits (une mauvaise connexion au réseau téléphonique, par exemple). Par la suite, ce message sera éventuellement acheminé au récepteur entraînant, du coup un effet chez celui qui le recevra et qui lui donnera un sens (décodage). Enfin, il arrivera au destinataire, soit à la personne à qui il s'adresse.



Le succès de ce modèle découle sans aucun doute de sa simplicité. Le schéma de la communication élaboré par Shannon et Weaver (1949) découpe la communication comme la transmission la plus directe d'un message vers un public cible (Turbide et Yates, 2018). En effet, ce concept reconnaît l'importance tant de la mise en forme du message (verbal, non verbal, écrit, etc.) du choix du canal (média) à préconiser selon le message que l'on souhaite véhiculer (Turbide et Yates, 2018). En guise d'exemple, dans certaines situations délicates, les individus seront généralement enclins à favoriser un entretien face à face ou via visioconférence plutôt qu'un courriel afin d'assurer une transmission optimale de leur message. Selon ce modèle, retenons que le message initial n'est jamais identique à celui reçu par le destinataire en raison, entre autres, des différents bruits qui peuvent influencer la réception. En outre, Shannon et Weaver (1949) avancent que l'un des moyens pour réduire ces distorsions est d'augmenter la « redondance du message » (Turbide et Yates, 2018, p. 62). En d'autres termes, il s'agit de réitérer et de reformuler des messages clés, soit la base de toutes communications, afin de permettre le passage de l'information que l'on souhaite véhiculer (Turbide et Yates, 2018). Cela étant, certaines limites sont cependant formulées à l'égard de ce modèle communicationnel. Pour Lohisse (2009), il s'agit d'un processus linéaire et mécanique qui écarte les individus d'une participation à la coconstruction du sens. Dans le même ordre d'idée, ce modèle unidirectionnel occulte l'ancrage social et n'appréhende pas les situations complexes en communication.

### **1.3 Comment s'inscrit la communication du risque dans le champ de la communication**

Dans le cas des sciences de la communication, Lundgren et McMakin (2018) soutiennent que la communication du risque est un sous-genre de la communication technique. La communication technique consiste à diffuser des informations scientifiques ou techniques de manière unidirectionnelle dans le but d'informer et d'éduquer les publics cibles. En revanche, la communication du risque mise sur l'interaction et l'échange pour aboutir à l'adoption de comportements ou d'opinions grâce aux dialogues.

#### **1.3.1 Définition de la communication du risque**

D'emblée, il est important de déterminer ce qu'est la communication du risque. À cet égard, nous retrouvons plusieurs définitions caractérisées selon les disciplines analysées. Ainsi, dans l'ensemble des études répertoriées (Leiss, 1989; Lundgren et McMakin, 2018; Maisonneuve, 2005;

OMS, 2018; OMS, 2022), une majorité a analysé la communication du risque associée généralement qu'aux domaines de l'environnement et de la santé. Ces derniers définissent d'ailleurs ce type de communication comme un échange d'information sur les risques entre les parties intéressées. Particulièrement, l'OMS (2018) s'exprime ainsi :

La communication sur les risques est l'échange en temps réel d'informations, de conseils et d'avis entre les experts, les responsables communautaires, les décideurs politiques et les populations en situation de risque. C'est également un aspect à part entière des interventions d'urgence. Lors d'une épidémie, d'une pandémie, d'une crise humanitaire ou d'une catastrophe naturelle, une communication sur les risques efficace permet aux populations de comprendre les comportements à adopter pour se protéger. Ainsi, les autorités et les experts peuvent être à l'écoute des inquiétudes et des besoins, chercher à y répondre et faire en sorte que leurs conseils soient pertinents, fiables et recevables (OMS, 2018, p.1)

Les différentes études ainsi analysées démontrent sans ambages l'importance d'échanger l'information et les opinions, sans jamais oublier de solliciter pendant le processus, la participation des parties prenantes telles que le gouvernement, les organisations, les citoyens, la communauté scientifique par exemple (Leiss, 1989; Lundgren et McMakin, 2013; Maisonneuve, 2005; OMS, 2017 ; OMS, 2022). À cet effet, l'inclusion des acteurs à l'intérieur des différentes phases de la communication du risque comporte assurément plusieurs avantages comme la prise en compte de leur expertise, la compréhension des besoins spécifiques, l'augmentation du sentiment de responsabilité et la hausse du niveau de confiance (Hayenhjelm, 2006; Lundgren et McMakin, 2013).

### **1.3.2 Bonnes pratiques en matière de communication du risque**

La littérature liée à ce domaine particulier établit plusieurs principes fondamentaux à respecter afin d'assurer une communication efficace sur les risques. Les principes les plus fréquemment abordés par les auteurs indiquent que la personne ou l'organisation désirant communiquer sur les risques doit être considérée par le public comme étant crédible et digne de confiance. À cet égard, il est primordial que le public soit impliqué dans le processus décisionnel. Enfin, il est recommandé que les actions, les politiques et les messages soient cohérents et en adéquation (Lundgren et McMackin, 2018).

Pour le présent mémoire, nous retenons les bonnes pratiques exposées dans l'ouvrage de Lundgren et McMackin (2018). La plus importante consiste à comprendre son public cible, puisque toutes les autres se rattachent à cette compréhension. Ainsi, il est essentiel de posséder une connaissance approfondie des publics cibles afin d'adapter les communications en conséquence. Les autrices soulignent également qu'il ne faut pas se limiter à une seule méthode de communication, car il n'existe pas de méthode unique permettant d'atteindre tous les publics cibles. À ce titre, elles donnent l'exemple d'individus vivant dans un milieu rural et éloigné, pour qui la présence d'un kiosque lors d'une foire ou d'un événement culturel pourrait être une méthode efficace de communication. Malgré les différences entre les publics, il demeure important de transmettre les mêmes informations pour éviter que le communicateur du message ne perde pas la confiance et la crédibilité des publics cibles. Les autrices suggèrent également de simplifier le langage et la présentation, mais jamais le contenu, et ce, pour ne pas omettre d'informations importantes. Pour elles, tout sujet bien vulgarisé peut être compris par le public.

Il demeure crucial de communiquer honnêtement, avec clarté et compassion. Pour communiquer de manière honnête, il faut fournir des informations complètes sur le risque et sa nature. Pour communiquer de manière claire, il faut adapter les messages à son public cible. Au sujet de la compassion, il faut assurément être à l'écoute des préoccupations des individus.

Par ailleurs, lors d'une communication impliquant des risques, il est fondamental de s'assurer de gérer l'incertitude. Par contre, nul doute qu'il peut s'avérer complexe de communiquer des informations liées à des études qui ne sont pas finales, à des événements météorologiques et climatologiques souvent incertains et intangibles ou à des crises sanitaires inattendues.

Lundgren et McMackin (2018) préconisent de communiquer de manière précoce, régulière et exhaustive. Dit autrement, il convient d'impliquer les parties prenantes dès les premières étapes du processus, c'est-à-dire dès l'identification du risque. Si les études sur ses aléas s'étirent en longueur, elles suggèrent d'en informer les parties prenantes et de les aviser qu'elles demeurent leur principale préoccupation. Dans l'éventualité d'un risque imminent, il est essentiel d'informer les individus quotidiennement, si requis, chaque heure, comme dans le cas d'une inondation. Dans une situation moins urgente, il est recommandé de communiquer à intervalle saisonnier ou annuel. Précisons que la diffusion intégrale de l'information liée à un risque peut être complexe en raison

de considérations de confidentialité. Toutefois, rappelons que le fait de ne pas être totalement transparent avec son public peut porter atteinte à la crédibilité et à la confiance de l'organisation.

Comme exprimé précédemment, la communication du risque peut être pertinente et varier selon les circonstances, telles que les catastrophes naturelles, les crises sanitaires, les situations d'urgence et même dans notre domaine, celui de la recherche scientifique. Toutefois, la communication technique et la communication du risque sont des sphères pouvant porter à confusion, notamment dans un contexte de recherche universitaire. À ce sujet, les chercheurs ont généralement tendance à évoquer le domaine du transfert des connaissances, une discipline plus large, englobant à la fois la communication technique et la communication du risque.

#### **1.4 Le transfert et la mobilisation des connaissances**

Le transfert des connaissances est une pratique issue du domaine de la recherche en santé. Il s'agit d'une science émergente visant à combler l'écart important entre les connaissances disponibles en santé et leur utilisation concrète (Lemire et al., 2009). À cet égard, Graham et al. (2006) donnent l'exemple du patient qui se voit refuser un traitement, en raison des chercheurs qui ne l'ont pas mis en pratique et intégré les résultats de leurs recherches, et ce, bien que la science ait prouvé son efficacité.

Le transfert des connaissances est une pratique exigée par les organismes subventionnaires visant à obtenir un plus grand retour sur leur investissement. En rendant plus accessibles les résultats des recherches qu'ils ont financées, ils favorisent l'utilisation de la science et des nouvelles connaissances dans les différents milieux (Barwick et al., 2014). Notons que ce ne sont pas toutes les recherches ni tous les résultats qui se prêtent au transfert des connaissances (FRQ, 2011).

Sur ce sujet, Graham et al. (2006) identifient 26 façons de désigner le transfert de connaissances. Parmi elles : la mobilisation, le partage, la valorisation, la vulgarisation, l'échange. L'appellation transfert des connaissances est d'ailleurs ici retenue puisqu'il s'agit du terme le plus inclusif et utilisé dans les écrits internationaux. Au surplus, il s'agit également de l'expression préconisée, pour le moment, dans le domaine universitaire (Barwick et al., 2014). Pour Graham et al. (2006), le transfert de connaissances représente la spécialité de l'utilisation de la science.

Les Fonds de recherche du Québec (FRQ) définissent le concept comme un :

Ensemble des efforts consentis pour contribuer à faire connaître et reconnaître les activités et les résultats de recherche en sciences sociales et humaines, en arts et en lettres en vue de leur utilisation par les milieux de pratique, les décideurs et le grand public, que la démarche soit interactive ou non. (FRQ, 2011, p.9)

Le transfert des connaissances a plusieurs objectifs clés : favoriser l'accès à de nouvelles connaissances, améliorer la compréhension d'une problématique par les populations visées, favoriser les dialogues entre le milieu de la recherche et le milieu décisionnel ainsi que l'amélioration des conditions de vie de la société (Lemire et al., 2009).

Lemire et al. (2009) identifient trois catégories distinctes de connaissances, dont l'une est à l'origine de la recherche scientifique, soit des connaissances qui sont formalisées et documentées dans des rapports ou des articles scientifiques. Une autre catégorie concerne les connaissances issues de savoirs tacites, c'est-à-dire de l'expérience et de la pratique. Enfin, la troisième catégorie concerne les connaissances résultant de données analysées, comme les données sociodémographiques, qui sont dignes d'être diffusées.

#### **1.4.1 Trois approches pour envisager la trajectoire de la connaissance issue de la recherche**

Comme mentionné dans la définition présentée ci-dessus, les activités de transfert peuvent être unidirectionnelles ou interactives. Par ailleurs, soulignons que les intervenants dans ce domaine identifient régulièrement le public cible à titre d'« *utilisateur* », alors que le milieu émetteur est désigné comme « *producteur* ».

Lemire et al. (2009) proposent trois approches afin d'envisager la trajectoire de la connaissance. Premièrement, *l'approche linéaire* se définit comme un processus unidirectionnel selon lequel les chercheurs (producteurs) produisant les connaissances diffusent l'information aux utilisateurs concernés. Cette approche est considérée comme optimale dans la mesure où l'information est disséminée dans un format accessible et bien communiquée (Lacouture et al., 2016). Cependant, elle accorde un rôle plutôt passif aux individus qui entendent utiliser les connaissances. Deuxièmement, *l'approche de résolution de problème* s'est développée afin de répondre aux besoins des *utilisateurs* en présence d'enjeux qui souhaitaient trouver une solution. Dans ce

concept, l'information joue un rôle plutôt utilitaire. Par contre, si les solutions trouvées ne conviennent pas aux utilisateurs, il est probable qu'elles ne soient ni utilisées ni considérées. Troisièmement, les *approches interactives* favorisent des échanges constants entre les utilisateurs et les producteurs de connaissances. Cette collaboration permet une communication bidirectionnelle entre les acteurs, en plus d'octroyer un rôle actif aux utilisateurs. L'approche préconisée peut varier selon les objectifs du transfert. Ainsi, désire-t-on simplement sensibiliser, ou améliorer des pratiques professionnelles, ou bien influencer les décideurs.

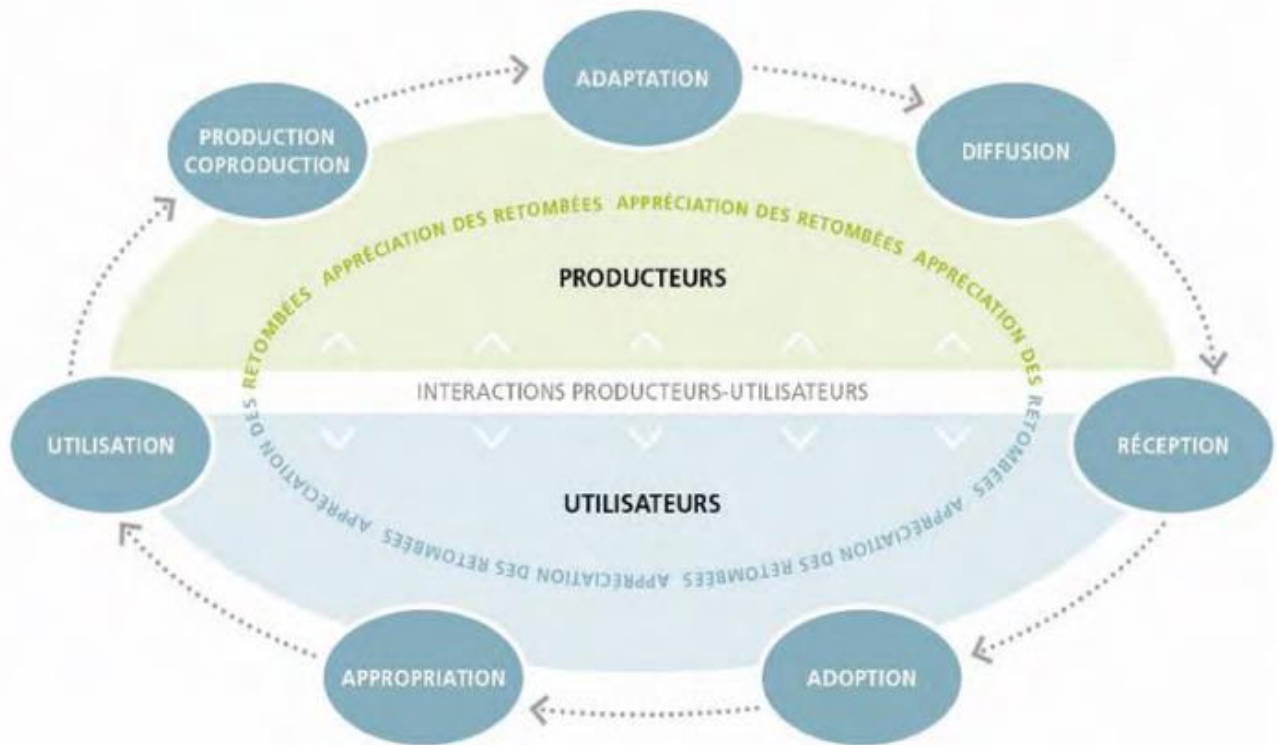
#### **1.4.2 Les étapes du processus de transfert**

Le processus de transfert de connaissances comporte sept étapes. Pour l'illustrer, nous référons à la figure 1. Le cycle comporte: la production de contenu pertinent afin de répondre à un enjeu spécifique, l'adaptation des connaissances aux publics qui les utiliseront, la diffusion selon les objectifs et les publics à rejoindre via des canaux de communication, la réception des informations transférées, l'adoption des connaissances par les utilisateurs, l'appropriation et la mise en œuvre des connaissances transmises et finalement l'utilisation de connaissances.

À ce propos, il faut rappeler que la communication peut se retrouver en soutien à chacune des étapes, mais plus précisément dans deux étapes clés. Lemire et al. (2009) jugent que le communicateur joue le rôle d'un précieux partenaire et ses services sont considérés comme prioritaires au stade de l'adoption du contenu et de l'élaboration du format s'adressant au public. Ce spécialiste a l'habitude d'adapter les messages et le contenu en fonction des personnes visées. Par ailleurs, à la phase de diffusion, le communicateur devient essentiel. Il s'agit du processus par lequel les connaissances sont communiquées à travers différents canaux. Cette étape a pour but de rendre les connaissances produites accessibles aux utilisateurs potentiels.

Le schéma met également en exergue le processus itératif et continu du transfert de connaissances ainsi que l'importance d'une communication bidirectionnelle entre les producteurs et les utilisateurs de connaissances.

**Figure 1 : Les étapes du processus de transfert des connaissances selon l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ) (2009).<sup>1</sup>**



### **1.5 Les distinctions entre communication technique (ou scientifique), communication du risque et transfert de connaissances issues de la recherche**

De ces multiples définitions, nous constatons que la communication implique des notions de diffusion d'information. La communication du risque est un sous-champ de la communication technique (ou scientifique) favorisant le dialogue et visant à informer ainsi qu'à sensibiliser les populations quant à un risque auxquels elles peuvent être exposées. Il a été démontré qu'un dialogue est plus efficace que la diffusion d'information dans le cadre d'une communication du risque (Lundgren et McMackin, 2018). Le concept de transfert des connaissances est nettement

<sup>1</sup> Tiré de Lemire, N., Souffez, K., Laurendeau M-C (2009), « Animer un processus de transfert des connaissances : bilan des connaissances et outils d'animation. » Institut national de santé publique du Québec. Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Tel que mentionné dans l'étude, les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

plus large et englobant. Il table plutôt sur l'ensemble des efforts visant à partager et à appliquer les activités de recherche dans le but d'entraîner leur utilisation par les différents milieux (FRQ, 2011). Il inclut la dissémination de l'information, mais aussi plusieurs autres actions comme l'application des connaissances et leur implantation dans les milieux visés (Barwick et al., 2014).

Barwick et al. (2014) distinguent la communication technique ou scientifique et le transfert des connaissances selon les critères suivants : le message, les objectifs et les outils. Ainsi, dans le cadre de la communication, les messages mis de l'avant ne sont pas nécessairement reliés à une recherche. Ils sont plutôt élaborés à partir des objectifs communicationnels. Pour la communication des risques, ils sont élaborés dès le départ afin d'assurer une communication précoce, continue et exhaustive (Lundgren et McMackin, 2018), et ce dans le but d'informer et de sensibiliser le public à un risque potentiel. Cependant, relativement au transfert de connaissances, le contenu et les messages sont fondés préférentiellement sur les données documentées lors d'une étude. Il s'agit donc d'un processus se faisant plutôt en fin de recherche.

Pour Barwick et al. (2014) les outils de communication faisant rayonner une recherche scientifique sont aussi plus limités et plutôt à sens unique. À cet égard, ils soulignent les campagnes médiatiques, les relations de presses, les publications (infolettres, communiqués de presse, etc.), les leaders d'opinion et les médias sociaux. A contrario et à propos du transfert des connaissances, force est de constater que nous nous retrouvons une fois de plus avec un plus grand nombre de possibilités. Retenons pour fins de discussion, les outils allant du webinaire, aux articles scientifiques, aux champions (ou leader d'opinion), les conférences, les performances artistiques, et bien plus. Les outils de transfert de connaissances sont surtout liés au domaine de l'éducation. En ce qui concerne les outils de communication du risque, ils sont également variés et les stratégies utilisées dépendent du risque encouru. Nous pouvons avoir recours à des méthodes spécifiques pour communiquer les risques, comme des avertissements, des alertes, des campagnes de sensibilisation, des canaux de communication d'urgence (Lundgren et McMackin, 2018). Bref, les outils de communication du risque sont spécifiquement conçus pour gérer les menaces et minimiser les conséquences.



Par ailleurs, concernant les objectifs liés à la communication d'une recherche scientifique, retenons qu'ils sont souvent axés sur la sensibilisation et la transmission des informations, ceux reliés à la communication des risques sont axés sur le dialogue, alors que les objectifs du transfert des connaissances sont plus larges. En effet, ces pratiques aspirent à sensibiliser et à informer, mais également à transmettre des connaissances et à diffuser les résultats de la recherche (Barwick et al., 2014).

## **1.6. Rôles du professionnel en communication, du professionnel en communication du risque et du courtier de connaissances**

### **1.6.1 Le rôle du professionnel en communication**

Afin de bien saisir la définition de cette profession, il est indispensable d'en relater les transformations au fil du temps. À cet effet, cette profession a lentement progressé avant de réussir à s'imposer à titre de champ légitime dans la sphère publique. Longtemps, les professionnels en communication ont été perçus comme des agents de propagande servant à manipuler l'opinion publique (Maisonneuve, 2010). Fortement influencé par le domaine de la psychologie, Bernays (1923), un des instigateurs qui a défendu cette conception, avance que ces communicateurs ont la capacité de manipuler la pensée et le comportement des consommateurs. C'est ce qu'il enseigne à travers ses nombreux ouvrages intitulés; *Crystallizing Public Opinion* (1923), *Propaganda* (1928), *The Engineering of Consent* (1947). L'imaginaire collectif demeure à ce jour teinté par cette conception du métier.

Nous devons attendre les années 80 afin que des chercheurs comme Grunig et Hunt (1984) structurent formellement l'univers des communications. Ceux qui étaient autrefois perçus comme des agents de propagande ou des relayeurs d'informations deviennent, grâce à leurs travaux, des experts et des professionnels de la communication à la recherche d'un véritable équilibre entre les intérêts publics et privés (Grunig, 2001).

À cet effet, Grunig et Hunt (1984) proposent quatre modèles représentant, entre autres, les différentes dynamiques communicationnelles pouvant être adoptées par un professionnel du domaine. Le premier, mieux connu sous le nom *d'agent de presse/promotion*, est fondé sur la publicité et la propagande. Il correspond à la vision des relations publiques décrite précédemment.

Il s'agit d'un modèle unidirectionnel qui occulte l'établissement d'un lien de confiance entre l'organisation et les parties prenantes. À cela s'ajoute le second, celui de *l'information au public*. Ce dernier, toujours unidirectionnel, mise cette fois sur la communication des informations pouvant correspondre davantage aux attentes du public plutôt qu'axé uniquement sur la promotion. Le troisième modèle proposé est celui de la *communication asymétrique bidirectionnelle*. Il implique, comme son nom l'indique, une communication dans les deux sens, en permettant aux différentes parties de s'exprimer. Il demeure cependant asymétrique, l'opinion du public n'ayant aucune influence sur la décision définitive, l'organisation la prenant seule. Enfin, le dernier, celui de la *communication bidirectionnelle symétrique*, est selon les auteurs (Grunig et Hunt, 1984) celui qui devrait être privilégié. En effet, il mise sur la participation réelle des parties prenantes : il implique une reconnaissance des publics et de leurs perspectives. Dans ce contexte, tous les acteurs se situent sur un pied d'égalité et sont considérés. D'ailleurs, l'adhésion à cette façon de communiquer implique une approche participative à la communication. Elle rend possible une coconstruction de sens entre les acteurs et l'organisation. Ce modèle envisage les professionnels en communication animés par un esprit de médiation dont l'objectif est d'aider les organisations et leurs parties prenantes afin d'arriver à une compréhension mutuelle d'un enjeu (Turbide et Yates, 2018).

À ce sujet, la communication bidirectionnelle encourage les échanges et la rétroaction entre les parties concernées, ce qui permet de renforcer la confiance et favorise la compréhension du public à l'égard des messages transmis (Grunig et Hunt, 1984). Dans le cadre de la communication sur les risques pour la santé et l'environnement, il a été prouvé qu'une meilleure connaissance des positions du public et une prise en compte de leurs besoins sont plus efficaces qu'un processus unilatéral (Renn, 2010 ; OMS, 2022).

Barwick et al. (2014) fournissent une définition pour le professionnel en communication axé sur la recherche. Ce professionnel est engagé par une organisation affiliée à la recherche scientifique, telle qu'une association, une organisation non gouvernementale (ONG) ou encore un groupe de recherche. Ses responsabilités sont liées à la communication, notamment les relations de presse, et les relations publiques. Ces fonctions sont généralement assurées par des individus ayant acquis une expérience spécifique dans le domaine de recherche concerné.

Selon Maisonneuve (2010), le rôle principal du professionnel en communication consiste en l'élaboration de stratégies de communication adaptées à la situation ou à la problématique à laquelle il est confronté. Ces stratégies peuvent inclure des actions de promotion, de diffusion d'information, de recherche de consensus, entre autres. Le professionnel en communication est ainsi animé par la volonté d'atteindre un but précis et guidé par des objectifs spécifiques afin d'atteindre un public cible. Ces informations sont déterminées à l'aide d'un plan de communication : ce dernier sert de cadre pour structurer l'ensemble de ses interventions.

### **1.6.2 Le rôle du professionnel en communication du risque**

Le communicateur du risque est le professionnel qui s'occupe de faire le pont entre deux domaines, à savoir la sphère publique et la sphère des chercheurs. Il doit être en mesure de comprendre les informations complexes liées aux risques pour les communiquer efficacement aux parties prenantes. Pour ce faire, il doit travailler en étroite collaboration avec d'autres professionnels tels que les scientifiques, les décideurs et les citoyens. Il lui faut également posséder une connaissance approfondie des publics cibles auxquels il s'adresse et être à l'écoute de leurs préoccupations. De plus, il se doit de comprendre la relation du public cible avec le risque et d'être en mesure de communiquer de manière transparente et honnête. Enfin, il doit être capable de gérer l'incertitude liée aux données scientifiques.

Il est important de souligner que le professionnel en communication du risque ne doit pas nécessairement être un professionnel en communication. En effet, cette tâche peut être effectuée par diverses entités telles que les instances gouvernementales, les chercheurs, les groupes d'intérêts et les médias (Leiss et Krewski, 1989). Comme mentionné plus tôt, les outils en communication du risque peuvent varier en fonction de la situation et du risque.

### **1.6.3 Le rôle du courtier en connaissance**

Le courtier des connaissances occupe un rôle crucial dans le processus de transfert. Il est un intermédiaire qui réalise un travail de mise en relation, d'interactions et de facilitateur entre le milieu de la recherche (le milieu producteur) et le public cible (les utilisateurs) (Munerol et al., 2013). Il a pour objectif de favoriser la production et l'utilisation des connaissances basées sur la recherche. Selon le contexte, ses tâches peuvent être multiples. Toutefois, elles visent

principalement à créer un lien, à établir des ponts entre les différents milieux, à faciliter la communication et les échanges pour, ultimement, valoriser les connaissances et améliorer la pratique (Munerol et al., 2013). Le courtier des connaissances favorise également le transfert via des activités telles que des formations, des séminaires, des bulletins de veille, des productions de synthèses ou encore des rapports. Il réalise également le plan de transfert de connaissances (messages, objectifs, impacts, stratégies ou budgets.). Ainsi, bien que le courtier doive posséder des aptitudes en communication, il n'est pas un professionnel de cette discipline (Barwick et al., 2014). Au sein d'un projet de recherche, ce rôle est souvent exercé par des étudiants ou des assistants de recherche (Barwick et al., 2014). Enfin, actuellement, les différents organismes subventionnaires s'attendent généralement à retrouver à l'intérieur de projets de recherche une action de partage des connaissances.

**Tableau 1 : Résumé des rôles du professionnel en communication, du communicateur du risque et du courtier des connaissances**

Ce tableau présente une synthèse des rôles du professionnel en communication, le professionnel en communication du risque et du courtier des connaissances.

<b>Compétences</b>	<b>Professionnel en communication</b>	<b>Professionnel en communication du risque</b>	<b>Courtier des connaissances</b>
<b>Rôle(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations de presse;</li> <li>• Relations publiques;</li> <li>• Relations avec les parties prenantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire le pont entre la sphère publique et la sphère de la recherche.</li> <li>• Relations avec les parties prenantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitateur entre le milieu de la recherche (le milieu producteur) et le public cible (les utilisateurs).</li> </ul>
<b>Objectif principal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaborer une stratégie de communication afin d'atteindre des buts, des</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre les informations complexes liées aux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser la production et l'utilisation des connaissances</li> </ul>

	objectifs précis et un public bien déterminé.	risques pour les communiquer efficacement aux parties prenantes.	basées sur la recherche.
<b>Outil(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de communication.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les outils varient selon la situation et le risque encouru.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de transfert des connaissances;</li> <li>• Formations, séminaires, bulletins de veille, productions de synthèses et rapports.</li> </ul>
<b>Compétences</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations publiques;</li> <li>• Communication;</li> <li>• Expérience dans le domaine de la recherche concernée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonnes connaissances de la situation, du risque et des publics cibles;</li> <li>• Il peut provenir de différent domaine;</li> <li>• Communiquer de manière claire et transparente;</li> <li>• Gérer l'incertitude.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il doit posséder des aptitudes en communication;</li> <li>• Rôle souvent exercé par des étudiants ou des assistants de recherche dans le cadre d'un projet de recherche.</li> </ul>

### 1.7 Question et objectifs de recherche

Il est possible que des professionnels en communication, des communicateurs du risque et des courtiers des connaissances soient impliqués dans le processus de recherche scientifique. Toutefois,

chacun de ces acteurs occupe un rôle spécifique et poursuit des objectifs différents. Ainsi, lorsque l'on entreprend un projet de recherche documentant un risque pour la santé et l'environnement, nous nous questionnons quant aux actions et aux communications pouvant être réalisées lorsque les résultats sont encore inconnus.

Cette analyse étudie les coulisses de la démarche afin de permettre aux communicateurs et aux équipes de recherche se trouvant dans une position similaire de tirer des conclusions. Notre position à titre de professionnelle en communication et d'étudiante chercheuse offre un cadre unique pour répondre à la question de recherche suivante : **quels sont les enjeux de la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont encore à documenter?**

Par ailleurs, ce mémoire porte sur le travail du professionnel en communication et sur le rôle qu'il peut jouer au sein d'une équipe de recherche impliquant des chercheurs et des chercheuses issus de plusieurs disciplines. Nous nous intéressons notamment aux perceptions de l'équipe face à la communication du projet et le rôle du communicateur en son sein. Enfin, nous nous sommes efforcées de découvrir et comprendre les incidences occasionnées par la présence du professionnel en communication à l'intérieur d'un tel milieu.

De cette interrogation générale, découlent trois objectifs précis : (1) circonscrire et décrire, à l'intérieur d'un projet de recherche scientifique, les livrables assumés par le spécialiste en communication en phase de démarrage. À titre de prémisse, le double rôle à titre de professionnelle en communication et d'étudiante chercheuse se questionnant sur le rôle de ce professionnel peut assurément nous permettre de modéliser la mise en œuvre du projet et d'identifier une démarche optimale de gestion de la communication ; (2) examiner les perspectives des chercheurs au sein d'une équipe intersectorielle ainsi que les spécificités liées à la communication d'un risque pour la santé des populations. À ce sujet, nous souhaitons, comprendre leurs points de vue, leurs attentes, le rôle attendu du communicateur ; et (3) déterminer la contribution d'un spécialiste en communication ainsi que son impact sur la production des livrables d'un projet de recherche visant à documenter un nouveau risque, soit la diffusion de l'étude et des résultats.

## **1.8 Pertinence sociale, communicationnelle et scientifique du projet de recherche**

Cette étude cherche à renforcer la résilience de la société québécoise dans un contexte de changements climatiques. Elle a aussi pour but de sensibiliser les différentes parties prenantes à une problématique potentielle pour l'environnement et la santé publique pouvant s'exacerber dans les années à venir.

Soulignons l'existence de nombreuses recherches sur la communication du risque. Toutefois, notre étude s'insère dans un cadre plutôt unique. En effet, nous nous sommes attardées particulièrement à la communication d'un risque lorsque la nature, l'ampleur et les solutions ne sont pas, à première vue, déterminées et le seront à l'issue du projet. Non seulement nous tentons d'identifier les meilleurs moyens de communiquer en présence d'une problématique incertaine (problématique qui sera confirmée une fois les résultats obtenus et une fois les travaux réalisés), mais notre mémoire s'enchâsse également dans le cadre d'un projet de recherche multidisciplinaire. En effet, les chercheurs sont issus des domaines suivants : sciences de la nature, de la santé et humaines). L'absence d'études similaires sur lesquelles nous aurions pu nous fonder pose un certain défi. Nous avons réalisé une recherche documentaire sur la manière dont la communication du risque est abordée dans le cadre des équipes de recherche documentant un risque pour la santé et l'environnement. Nos mots clés ont d'ailleurs été établis en collaboration avec une bibliothécaire spécialisée dans le domaine de la communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). À cet effet, nous n'avons pas trouvé d'études similaires à la nôtre.

Ainsi, le présent travail vise à engendrer des retombées en communication pour les chercheurs, les agents de recherche et les étudiants, et ce, plus particulièrement en phase de démarrage d'un projet de recherche. C'est à l'issue de cet exercice que nous serons en mesure de déterminer les véritables répercussions liées aux communications du projet. L'engagement de ces divers acteurs dans notre processus actuel peut certes permettre à notre recherche de répondre à leurs besoins spécifiques. À cet effet, cette étude entend servir de modèle aux scientifiques évoluant dans un contexte similaire, afin d'attirer leur attention et de favoriser leur compréhension de la place des communications à l'intérieur d'un projet de recherche. L'analyse d'un cas réel sur les meilleures procédures à adopter ou à proscrire peut être bénéfique pour encourager et privilégier une solide gestion des communications dans un cadre similaire. Enfin, nous espérons qu'elle puisse servir à

l'apprentissage des étudiants, des apprenants et des chercheurs qui éventuellement seront confrontés à de telles situations.



## CHAPITRE 2 : CADRE CONCEPTUEL

Le second chapitre examine deux concepts essentiels qui sont pertinents pour mieux comprendre la problématique. Tout d'abord, nous explorons l'orientation épistémologique de la recherche, en particulier la perspective de l'épistémologie génétique de Piaget (2005). Ensuite, nous abordons un modèle de communication du risque, tout en précisant ses principaux concepts.

### 2.1 La conception du constructivisme selon Piaget

Dans le cadre de ce mémoire, nous proposons de référer à Piaget (2005) et à son épistémologie génétique. Pour lui, le constructivisme est une théorie de l'apprentissage fondée sur la prémisse que la connaissance est un processus continu et adaptatif, qui dans son élaboration tient compte du rôle actif du sujet. C'est grâce à ses recherches sur le développement cognitif de l'enfant qu'il parvient à démontrer que nos concepts ne sont pas héréditaires (Piaget, 2005). Ainsi, dès l'enfance, les individus développent de nouvelles connaissances qui seront continuellement reconstruites en fonction des interactions personnelles avec leurs environnements. Comme il le souligne, « toute connaissance est le résultat d'une action ou d'une série d'actions » (dans : Glasersfeld, 1985, p. 216). Il perçoit l'acte de construction de connaissances à la manière d'un processus subjectif individuel. Ainsi, Piaget prône l'importance de l'interaction du sujet dans la construction des connaissances tout en préconisant l'aspect « constructif, relatif et récursif du savoir » (Paquin, 2017).

L'adoption de cette approche nous permettra de comprendre les opérations mentales propres à chaque participant (Piaget, 2005). En utilisant les méthodes des entretiens semi-directifs, de l'observation participante et du journal de bord, nous serons à même de saisir comment chaque participant construit sa conception. Ainsi, cette approche permettra de comprendre leur position et leur vision face à la communication du risque et aux rôles exercés par le professionnel en communication dans le cadre d'un projet de recherche. À titre d'exemple, un chercheur en santé peut avoir une perspective de l'enjeu qui lui est propre, alors qu'un chercheur en communication a une perception complètement différente. Bref, en enrichissant notre bagage de connaissances et nos expériences, nous serons à même de répondre à notre question et à nos objectifs de recherche.

## **2.2 Modèle de la communication du risque**

Au fil des ans, de nombreux modèles se sont développés afin d'expliquer le processus de communication du risque. Une fois de plus, retenons que la méthode de communication traditionnelle élaborée par Shannon (1948), toujours d'actualité, est utilisée pour structurer les efforts de la communication du risque. À ce titre, Leiss et Krewski (1989) donnent l'exemple d'un organisme de réglementation (émetteur) qui après étude, arrive à la conclusion qu'un produit chimique est devenu nocif pour la santé et conséquemment, décide de publier un communiqué de presse (canal) afin d'aviser les médias (un second canal) dans le but ultime d'informer le grand public (récepteur).

## **2.3 Les principaux concepts de la communication du risque**

Lorsqu'il est question de la communication sur les risques, l'Organisation mondiale de la Santé (2022) retient, entre autres, les notions essentielles comme l'incertitude, la perception et la confiance.

### ***1) L'incertitude et la complexité***

Pour Beck (1986), auteur de *La société du risque*, le risque et l'incertitude sont deux concepts indissociables. Le GIEC définit d'ailleurs le risque comme suit : « ce sont des conséquences éventuelles quand quelque chose ayant une valeur pour l'être humain (les êtres humains eux-mêmes également) est en jeu et qu'il pèse une incertitude sur ces conséquences », (IPCC, 2022, p.195). Objectivement, il s'agit d'une définition s'inspirant de Rosa (2003), lequel associe le risque à une situation, à un évènement qui entraîne pour une personne ou pour une chose, des conséquences éventuelles dont le résultat est incertain. Par ailleurs, pour Castells (2009), le risque représente une façon différente pour expliquer que nous vivons dans un monde incertain. Ainsi, force est de constater que cette notion centrale (l'incertitude) se retrouve dans plusieurs définitions du risque.

Par ailleurs, l'écoanxiété est un phénomène susceptible d'être engendré par l'inquiétude provoquée par les différents scénarios proposés par les scientifiques (Desbiolles, 2020). Les effets causés par les changements climatiques et le niveau d'incertitude élevé qui leur sont associés peuvent être des

sources de stress importantes pour les populations. À cet effet, selon le Centre d'Études sur le Stress Humain (CESH, 2021), une situation complètement inattendue ou dont on ne peut anticiper les conséquences représente un facteur de menace à même d'entraîner un tel stress.

De plus, la communication portant sur un risque environnemental ou sur la santé soulève régulièrement des enjeux liés à la communication de l'incertitude des données scientifiques. De toute évidence, il peut s'avérer ardu de communiquer lorsque les données scientifiques émergent alors que les connaissances ne cessent d'évoluer (OMS, 2022; Lino Grima, 1989).

À cet égard, le rapport sur la communication des risques de l'Organisation mondiale de la Santé relatif à la pandémie de la Covid-19 (OMS, 2022) présente un exemple efficace en lien avec le port du couvre-visage. En 2020, les études scientifiques sont alors à leurs balbutiements pour le port du masque et sur son efficacité afin d'endiguer le virus. À cette époque, souvenons-nous qu'il règne une incertitude quant au contenu des messages véhiculés par les autorités et les directives diffusées. À preuve, considérant l'évolution rapide de la science, les représentants de l'agence onusienne se sont ainsi retrouvés à constamment adapter leurs consignes concernant le masque.

Mais ce n'est pas tout. Précisons que certains auteurs (Covello et al., 1986; Lino Grima, 1989; OMS, 2022) soulèvent l'existence de sources scientifiques multiples proposant des opinions distinctes. En conséquence, rien de surprenant que des scientifiques parviennent à des conclusions diamétralement opposées. Pour ces raisons, force est de constater qu'en fonction de certaines situations et de disciplines différentes, la possibilité de viser un consensus scientifique s'avère fort complexe.

La communication sur les risques soulève également des informations complexes à saisir. Bien souvent, il s'agit de sujets scientifiques devant être vulgarisés pour le grand public. À cet effet, la machine médiatique exige des interventions courtes présentant la nouvelle et les conclusions dans un langage facilement assimilable.

En conclusion, nous pouvons noter que dans le domaine de la communication du risque, la présentation des résultats qualifiés comme formels est loin d'être simple dans le cadre d'un projet de recherche qui en est à ses balbutiements. L'incertitude est non seulement liée à la nature

probabiliste des événements, mais elle dépend également des données scientifiques disponibles. Notons également qu'il peut parfois s'avérer ardu de vulgariser les informations scientifiques afin qu'elles soient comprises par le grand public, mais qu'il s'agit d'un élément fondamental à la compréhension du risque.

## **2) *La perception du risque***

Précisons immédiatement qu'à elles seules, les études scientifiques sur les risques occasionnés par les phénomènes météorologiques ou les problématiques sanitaires sont souvent complexes, difficiles à expliquer, à interpréter et à vulgariser. Cela devient d'autant plus laborieux et délicat lorsque nous devons tenir compte de la perception de ces risques. En effet, ce sentiment combine non seulement la prise en compte d'informations très techniques, mais aussi les émotions (anxiété, acceptation du risque par exemple) ressenties par les publics. Ainsi, la perception du risque s'identifie comme le jugement subjectif que des individus développent en lien avec les caractéristiques et la gravité d'un risque (OMS, 2022).

Par conséquent, le risque peut être perçu différemment selon les publics touchés. D'ailleurs, à ce sujet, nous avons répertorié une littérature abondante (Doré, 2017; Leiss, 1989; Lundgren et McMakin, 2013; Aven et Renn, 2009 ; Slovic, 1987). Pour illustrer cette théorie, Doré (2017) se réfère à la tornade. Selon lui, il est possible d'observer chez le météorologue, l'assureur, l'urgentologue et le grand public des perceptions différentes. Le premier imaginera la force de la tornade fondée sur l'échelle de Fujita (ECCC, 2018), le second, selon le montant des dommages, le troisième, suivant le nombre de blessés ou de décès et le dernier à raison des photos de familles perdues (Lemyre et al., 2017).

Devant ce constat, le risque se définit comme étant socialement construit. Ainsi, la perception du danger réel ou fictif est différente en fonction du contexte des individus (Beck, 1986). À cet effet, l'OMS (2022) distingue trois facteurs pouvant exercer un rôle majeur sur l'appréhension du risque chez les individus :

***1°- les facteurs et contraintes cognitifs*** : Ce groupe représente un ensemble d'éléments inhérents aux connaissances et à la compréhension du risque chez le public.

**2°- les facteurs et contraintes liés aux émotions et à l'expérience :** Cette catégorie se rattache aux expériences personnelles qui orientent les actions des individus et qui influencent ainsi leurs conceptions. À ce titre, retenons qu'une personne ayant contracté la Covid-19 sera encline à développer une perception plus élevée du risque compte tenu de l'expérience directe vécue avec ce virus (Dryhurst et al., 2020).

**3°- les contraintes socioculturelles :** Enfin, comme cette classe regroupe le milieu, les valeurs, l'âge et l'éducation, ces composantes exercent donc un impact sur la vision du risque.

L'ensemble de ces facteurs façonnent indubitablement la notion de perception. Elle devient dès lors incontournable lorsqu'on s'intéresse à la communication du risque. Devant ce constat, le communicateur doit s'imposer le devoir de connaître le public qu'il souhaite sensibiliser. Une compréhension plus approfondie de ces notions ne peut qu'être avantageuse. En les intégrant dans son processus, cela l'amène assurément à transmettre des messages adaptés au public cible et lui permet de rejoindre un plus grand nombre d'individus.

### **3) La confiance**

Dans le domaine de la communication des risques, nous ne pouvons pas non plus ignorer la notion de confiance, elle est fondamentale. À ce sujet, soulignons la nécessité d'établir ce sentiment de sécurité, d'assurance afin de garantir au public la crédibilité du message transmis. Selon Lemyre et al. (2017), « La confiance doit être développée à l'avance, au cours des étapes de prévention, tout particulièrement dans la phase d'incertitude, et doit être nourrie par des comportements de transparence et d'authenticité pour être maintenue » (Lemyre et al., 2017, p.79).

Pour Aven et Renn (2009), la confiance est composée de six critères clés soit, la compétence perçue, l'objectivité, l'équité, la cohérence, la sincérité et la bonne volonté. Cependant, afin d'obtenir la confiance de l'opinion publique, il ne juge pas nécessaire d'exiger l'utilisation de l'ensemble de ces six composantes. Il recommande toutefois, si possible, d'y souscrire afin d'établir un niveau de crédibilité supérieure.

À ce sujet, précisons que les personnes qui se retrouvent à risque adhèrent et appliquent (Lundgren et McMakin, 2018) les directives prodiguées par des individus en qui ils ont confiance. Par ailleurs,

nous ne pouvons pas passer sous silence un certain nombre d'études qui rapportent une perte de confiance envers les scientifiques et les gouvernements depuis les trente dernières années (Lundgren et McMakin, 2013). En revanche, étrangement, ce sont généralement pourtant ces mêmes instances qui communiquent le risque au quotidien. À nouveau, la pandémie en est un parfait exemple. En effet, selon les personnes, certaines acquiescent aux messages prodigués par les autorités gouvernementales en matière de santé publique, alors que d'autres s'en remettent plutôt aux recommandations contraires émises par des porte-paroles qui n'ont plus foi dans leurs institutions. Bref, la confiance du public est un atout précieux pour les communicateurs souhaitant prodiguer des messages qui seront entendus et écoutés par la population.

En conclusion, il s'avère crucial de tenir compte de l'incertitude et de la complexité des éléments à communiquer. Ensuite, il faut également prendre en considération les différentes perceptions des publics visés afin de développer des messages adaptés ainsi que gagner et maintenir leur confiance.

## CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre est consacré au développement de notre démarche de recherche. À cet effet, il se divise en deux sections. La première présente les bases de la recherche-action et le contexte de ce projet soit le terrain, l'opérationnalisation de la recherche et la population cible. La seconde expose la méthode de collecte des données qui reposent sur des entrevues semi-dirigées, la participation observante réalisée à l'aide du journal de bord et la méthode d'analyse de ces données. Nous terminons par les dimensions éthiques de notre recherche.

### 3.1 Présentation et justification de la recherche-action

Dans le cadre de cette recherche, nous avons accordé une importance significative à la construction de sens entre chercheurs et acteurs ainsi qu'à leurs perspectives. Pour cela, nous avons préconisé une méthodologie qualitative. Selon Anadon (2006), il s'agit d'une approche souple s'intéressant à la complexité et à la subjectivité du chercheur et des acteurs. Par ailleurs, l'utilisation de l'approche qualitative, telle que décrite par Savoie-Zajc (2000), permet au chercheur de comprendre le sens de la réalité des individus. En effet, cette dernière combine de nombreuses techniques de collecte et d'analyse de données tout en s'arrimant aux approches participatives. La collecte de ces informations repose également sur une perspective constructiviste.

À ce sujet, la recherche-action semble l'approche méthodologique la plus appropriée, puisqu'elle est orientée vers le changement. Elle prend racine dans les années 1940 grâce aux écrits du psychologue allemand Kurt Lewin. Prévost et Roy (2013) définissent la recherche-action comme étant :

Une approche de recherche rattachée au paradigme du pragmatisme qui part du principe que c'est par l'action que l'on peut générer des connaissances scientifiques utiles pour comprendre et changer la réalité sociale des individus et des systèmes sociaux. (p.129).

La recherche-action est le résultat d'interactions entre un ou des chercheurs partageant une volonté commune de changement, ayant comme toile de fond, un double objectif. Ainsi, initialement, elle répond à un problème réel vécu par les acteurs en provoquant un changement pour ensuite engendrer des connaissances essentielles (Liu, 1997).

Ce type de recherche d'approche participative considère que le changement social ne s'opère que par l'implication des sujets, lesquels deviennent à leur tour des participants actifs dans l'étude. Ce modèle « place le groupe en position d'acteur en lui permettant de construire son propre savoir [...] afin que, fort de ce savoir retrouvé, le groupe puisse agir sur lui-même, sur ses conditions de vie, sur son avenir » (Pourtois et *al*, 2013, p.26).

Par ailleurs, la recherche-action est également soumise aux mêmes exigences rigoureuses associées à la production de connaissances que la recherche traditionnelle, bien que la démarche du chercheur soit différente. En ce sens, ce dernier doit adopter une double posture, soit de praticien (action) et de chercheur (réflexion sur l'action) (Prévost et Roy, 2013).

Par ailleurs, rappelons que Prévost et Roy (2013) énoncent que la recherche-action a pour but de produire des connaissances nécessaires à la compréhension et à l'amélioration d'une réalité donnée. Ils la caractérisent comme une recherche progressive, itérative et récursive (Prévost et Roy, 2013) qui est constituée de quatre étapes clés (la formulation du problème, la planification, l'action et la réflexion) et de plusieurs cycles. Ces étapes seront décrites plus loin dans la section concernant l'opérationnalisation de la recherche-action.

### **3.2 Le terrain de la recherche-action**

C'est à l'hiver 2021 que tout a commencé. Le projet de recherche étudié a été retenu dans le cadre d'un appel à projets et c'est ainsi que cette grande aventure, décrite tout au long du présent mémoire, prend son envol. D'abord, nous avons été approchée afin d'aider avec le troisième volet de la recherche. Ce n'est qu'un peu plus tard que notre rôle s'est concrétisé à titre d'étudiante responsable des communications pour le projet. Une fois intégrée dans l'équipe, nous avons eu l'idée d'orienter notre mémoire sur le présent sujet. Nous avons collaboré avec l'équipe de recherche pendant plus de deux années, bénéficiant de conditions optimales pour une immersion complète dans leur environnement.

À cet effet, l'équipe est composée des dix personnes œuvrant au sein de l'équipe de recherche, soit des experts reliés aux domaines de la santé communautaire, de la chimie marine, de la géographie et de la communication. Cette recherche-action s'insère dans un projet de recherche visant à



documenter la présence d'un contaminant dans l'environnement pouvant s'exacerber en raison des changements climatiques et présenter divers risques pour les populations (humaine et animale) et les écosystèmes. Le terrain de la recherche touche deux régions administratives du Québec et des populations majoritairement rurales.

Le projet de recherche qui constitue le terrain de cette recherche-action est divisé en trois volets. Le premier a pour objectif la modélisation de la problématique pour en estimer l'ampleur au cours des 100 prochaines années. Le deuxième volet est axé sur une campagne d'échantillonnage afin de documenter la présence actuelle du contaminant. Il a aussi permis de documenter la connaissance du phénomène, le niveau d'inquiétude et les perceptions du risque des personnes possiblement exposées en collaboration avec le troisième volet. Ce dernier vise à documenter les mesures pour réduire l'exposition au risque ou pour s'y adapter à partir d'une revue de la littérature et valider la recevabilité de ces solutions auprès d'acteurs clés des milieux exposés. Dès l'obtention des résultats de la campagne d'échantillonnage, les différents détenteurs d'enjeux se sont rencontrés et des tables rondes se sont tenues afin de discuter des mesures d'adaptation et des solutions envisageables pour le milieu et la façon de communiquer ce risque à leur population. Des stratégies visant à favoriser la transmission des connaissances sont envisagées à la fin du projet. Elles incluent notamment des échanges mutuels lors d'ateliers de travail, des réunions de concertation, ainsi que des activités de consultation pour encourager l'exploitation des résultats auprès du milieu utilisateur. À titre d'exemples plus concrets, les résultats liés à la problématique étudiée, aux impacts sur la santé et aux comportements à préconiser seront diffusés sur un site web afin que les citoyens concernés puissent facilement accéder à ces informations. Les travaux et les résultats obtenus seront également présentés lors de diverses conférences et publiés dans des articles scientifiques pour promouvoir la recherche.

La finalité de notre intervention consiste à résoudre le problème de communication rencontré sur le terrain en stade précoce d'un projet de recherche, soit de déterminer les défis de communiquer un risque qui n'est pas encore documenté. La connaissance résultant de notre étude a été coproduite avec l'ensemble des membres de l'équipe de recherche afin de maximiser les possibilités de générer des changements durables au sein d'équipes de projets de recherche scientifique dans un contexte similaire. À ce propos, les praticiens impliqués ont inévitablement été considérés tant à titre d'acteurs que de chercheurs. Pour y arriver, nous avons établi des mécanismes stimulant une

collaboration et une réflexion commune afin de s'inscrire dans une perspective participative. Ceci permet d'adopter la double posture mentionnée ci-dessus, et à cet effet, d'agir autant comme responsable des communications dans le projet de recherche qu'à titre d'étudiante chercheuse par rapport à la question de recherche présentée dans ce mémoire.

### **3.3 Opérationnalisation de la recherche-action**

Conformément à ce qui a été énoncé précédemment, la recherche-action est un processus cyclique composé de quatre étapes qui peuvent être répétées jusqu'à ce que toutes les parties prenantes estiment que la problématique a été résolue de manière satisfaisante (Prévost et Roy, 2013). Tout d'abord, lors de la première étape, à savoir la formulation du problème, les acteurs impliqués expriment leurs préoccupations concernant la situation problématique. Par la suite, ils planifient diverses stratégies dans le but de remédier à la situation problématique (planification). Lors de la troisième étape, les acteurs expérimentent avec les stratégies mises en place (action). Enfin, une analyse et une réflexion sont menées quant aux actions qui ont été entreprises et à leurs effets sur la situation (réflexion) (Prévost et Roy, 2013). Ci-dessous, nous avons identifié les quatre étapes clés de notre recherche.

**Étape 1 – Formulation du problème :** Tout d'abord, dès le début de notre mandat, nous avons convoqué une rencontre avec le chercheur principal afin de connaître ses préoccupations quant à la communication de la problématique de recherche en début de projet. Il nous a mentionné quelques enjeux qu'il avait rencontrés lors de projets de recherche similaires, mais impliquant d'autres types de contaminants. Parmi ceux-ci, la difficulté d'attribuer la problématique à une organisation (les organisations se « renvoient la balle »), l'incompréhension de la problématique par les différentes parties prenantes, le manque de sentiment d'urgence d'agir, la difficulté de déterminer ce qui peut être véhiculé et comment s'y prendre dans un contexte de communication d'un risque. Nous avons également discuté du projet de recherche à l'étude. Ainsi, la problématique déterminée à la suite de cette rencontre consistait à cerner quels sont les enjeux de communiquer un risque pour la santé et l'environnement en phase de démarrage de la recherche.

**Étape 2 – Planification :** En collaboration avec le chercheur en communication, une ébauche d'un plan de communication a été préparée contenant la situation à l'étude, les objectifs, les publics cibles, les messages clés, les outils de communication et un échéancier. Elle a ensuite été présentée

et validée par l'équipe. Par la suite, nous avons rencontré les chercheurs du projet et recueilli leurs observations quant à la problématique afin de mieux comprendre le phénomène. Une visite dans la région d'étude (sur le terrain) a été organisée afin de rencontrer les chercheurs, et des capsules informatives ont été réalisées avec eux. Par la suite, le plan de communication initial a été finalisé en ajoutant une section portant sur le budget que nous avons fait approuver par l'équipe. Une firme de design graphique a été embauchée pour la préparation du matériel de communication. Ensemble, un dépliant a été élaboré, puis un site web, des capsules et une plateforme Facebook. Les différents outils contenaient les mêmes informations présentées sous différents formats. Ces outils ne figurent pas dans le mémoire pour des raisons de confidentialité. Compte tenu que le projet était encore en phase de démarrage, nous n'avons pas pu présenter de résultats, nous avons plutôt diffusé des connaissances scientifiques. Ces connaissances provenaient des projets antérieurs effectués par l'équipe de recherche et de leurs expériences, ainsi que de la littérature au sujet de la problématique. À cet effet, nous avons expliqué la problématique à l'étude, les risques et de bonnes pratiques à mettre en place pour les individus concernés. L'équipe de recherche, les organismes subventionnaires, ainsi que les coordonnées des membres de l'équipe ont également été indiquées. Ainsi, nous avons développé plusieurs stratégies pour explorer et déterminer les meilleures façons de communiquer un risque en phase de démarrage de la recherche.

**Étape 3 – Action :** Lorsque tous les outils de communication étaient terminés et validés par l'équipe, un lancement a été organisé. Pour ce faire, un texte et des photos ont été envoyés aux services des communications des organismes subventionnaires et aux universités impliquées dans le projet. Une publication a également été rédigée pour la page Facebook du projet afin d'y annoncer la mise en ligne du site web. Par la suite, les articles d'actualités rédigés par les médias ont également été publiés sur la page web et Facebook. Dès que les outils sont lancés (12 janvier 2022), nous avons instantanément remarqué des impacts. Deux articles ont été publiés (publiés dans le premier trimestre de 2022) sur les plateformes de nouvelles institutionnelles des deux universités concernées par le projet de recherche. Par la suite, nous avons reçu deux demandes d'entrevues, la première pour l'émission *Au cœur du monde - Ici Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine* (Radio-Canada, 2022) et la seconde sur les ondes de *Même Fréquence* (Radio-Canada, premier trimestre 2022). C'est le chercheur principal qui était le porte-parole auprès des médias. Un article a également été publié dans le média Réseau d'Information Municipale (RIM, premier

trimestre 2022). Plus tard, un récit numérique a aussi été publié à La semaine Verte (Radio-Canada, 2022). Une capsule sur la thématique a également été diffusée fin 2022 (Radio-Canada, dernier trimestre 2022) à la même émission.<sup>2</sup> Par ailleurs, le dépliant a été distribué à plus d'une centaine de personnes sur le terrain lors de la période d'échantillonnage. Encore une fois pour des raisons de confidentialités, la revue de presse ne figure pas dans le mémoire.

**Étape 4 – Réflexion :** Par la suite, les commentaires de l'équipe ont été recueillis, concernant les inconvénients, les avantages, et si certaines modifications devaient être apportées aux outils de communication. Nous avons récolté ces commentaires lors des rencontres d'équipe et via des entretiens avec chaque membre souhaitant y participer. Il y avait certaines craintes quant aux biais engendrés par une communication sur le risque qui précéderait la collecte de données sur le terrain. À cet effet, nos entrevues et l'analyse de nos résultats ont permis de déterminer quels étaient les enjeux de communiquer un risque pour la santé et les écosystèmes. Le cinquième chapitre traite de notre réflexion au sujet des outils de communications développés dans le cadre du projet. Enfin, ce cycle s'est terminé à l'étape 4 (réflexion) puisque nous avons suffisamment d'éléments de réponse à apporter à notre problématique de départ et nous avons effectué un retour d'expérience avec l'équipe de projet concernant leur appréciation du travail en communication effectué.

### **3.4 Population à l'étude**

Afin de réaliser les objectifs particuliers de cette recherche, nous avons sélectionné une population composée d'individus œuvrant dans les domaines des sciences de la nature, de la santé et des communications, laquelle se consacre à l'étude des conséquences liées aux changements climatiques sous différentes perspectives.

Pour recruter les participants, nous avons communiqué avec eux en leur soumettant un courriel d'approche (voir annexe 1). Enfin, nous avons transmis à chacun un courriel personnalisé contenant une fiche d'information sur le projet de recherche et deux formulaires de consentement : le premier, pour les entretiens semi-dirigés et le second concernant la participation observante (voir annexes 2

---

<sup>2</sup> En somme, un communiqué de presse a été rédigé en début de projet (2021) par les organismes subventionnaires, menant à la publication d'un article (sur le site web de Radio-Canada) en début de trimestre 2021. Ensuite, quatre articles et deux entrevues radio ont été publiés suite au lancement de la plateforme du projet de recherche en 2022. Une capsule dans l'émission de La semaine verte a également été tournée (2022). Plus récemment, en 2023, une entrevue a été réalisée pour l'émission les Années lumières (Radio-Canada).

et 3). Ces documents visaient à les informer de nos objectifs, de leur implication, de leurs droits ainsi que les avantages et inconvénients de participer à notre recherche. Un suivi a dû être effectué auprès de la majorité des participants afin d'obtenir une réponse au courriel initial. Ces approches se sont échelonnées de juillet à septembre 2022. Toutes les personnes impliquées dans le projet de recherche ont été invitées à participer et neuf personnes sur dix ont répondu positivement.

### **3.5 Méthodes de collectes des données**

#### **3.5.1 Entrevues semi-dirigées**

Premièrement, ce mémoire repose sur le contenu d'entrevues semi-dirigées réalisées auprès des membres de l'équipe de recherche souhaitant y participer. Ces entretiens individuels, d'une durée d'environ 30 minutes, se sont déroulés au cours de l'été 2022. Ils ont été enregistrés uniquement à des fins de références ultérieures et à la rédaction des verbatims. La grille de l'entretien est disponible en annexe (voir annexe 4). Les questions ont été élaborées suite au déploiement des outils de communication dans le but d'inciter les participants à commenter les stratégies de communication jusqu'à présent mises en place dans le cadre du projet. Nous avons cherché à identifier les enjeux particuliers qu'ils percevaient en termes de communication du risque, leur niveau de satisfaction et les impacts qu'ils ont constatés suite à la mise en place des outils de communication. Nous les avons également invités à s'exprimer quant à leurs besoins et leurs habitudes en matière de communication du risque et la diffusion des résultats de leurs recherches. Enfin, nous leur avons demandé quels étaient leurs questionnements quant à la communication du projet à l'avenir et si cette démarche avait modifié leur perception de la communication dans le cadre de projets de recherche.

#### **3.5.2 Participation observante et journal de bord**

Ce mémoire s'appuie également sur la participation observante, dont l'outil de collecte de données a été le journal de bord. Il nous a permis de colliger des informations utiles, agissant à la fois comme « aide-mémoire, plan dépositaire des actions, relations, imprévus » (tel que mentionné sur le guide de rédaction du mémoire : <https://maitrise-communication.uqam.ca>), et ce, durant tout le projet. Il contient nos notes personnelles sur le déroulement de la recherche sur le terrain (ex. : le bilan des rencontres d'équipe, les situations observées, les interactions avec les chercheurs, nos

émotions, etc.). Ces dernières, de types descriptives, permettent de conserver des traces des actions et des recherches réalisées afin d'apprendre de celles-ci et d'appuyer les résultats de notre étude (Guay et Prud'homme, 2004). Elles comprennent systématiquement les trois composantes suivantes : la date, les personnes présentes ainsi que la description des activités. Nos recherches reposent également sur des documents d'archives élaborés lors du déroulement de l'analyse comme le plan de communication, les notes de rencontres, une revue de presse.

### **3.6 Analyse des données et scientificité de la démarche**

Afin de procéder à l'analyse des données, nous avons utilisé l'approche inductive générale des données qualitatives (Blais et Martineau, 2006). Elle se prête aux recherches de nature exploratoire et qualitative et permet : (1) « de condenser des données brutes dans un format résumé », (2) « d'établir des liens entre les objectifs de la recherche et les catégories découlant de l'analyse des données brutes », et (3) « de faire émerger de nouvelles catégories grâce aux résultats de la recherche » (Blais et Martineau, 2006). Ce processus vise à « donner un sens » aux données recueillies lors de l'intervention et à déterminer le sens que les différents acteurs ont construit à partir de cette réalité (Blais et Martineau, 2006). Nous avons utilisé le logiciel de codage NVivo 12 afin de créer des catégories à partir du contenu découlant de nos différentes entrevues.

Dans le but d'assurer la scientificité de notre recherche et pour maximiser la validité de nos résultats, nous nous sommes basées sur les critères de Lincoln et Guba (1985, dans Blais et Martineau, 2006). Nous avons retenu les critères de crédibilité, de transférabilité et de fiabilité. Nous ajoutons à cela le critère d'authenticité en raison de notre devis de recherche-action. Dans le but d'assurer la crédibilité, nous avons procédé à une triangulation des données, nous avons appuyé notre démarche sur des entretiens, une participation observante et la rédaction d'un journal de bord (outils permettant d'assurer la congruence de nos résultats). Ensuite, lorsque nous avons terminé l'interprétation de nos résultats, nous avons validé nos observations lors d'une rencontre avec les participants. En ce qui concerne la transférabilité, des descriptions riches de notre terrain de recherche sont fournies afin que le lecteur puisse apprécier le contexte propre à notre recherche-action, mais avec un souci de préserver la confidentialité des participants. Afin d'assurer la fiabilité de nos résultats, la triangulation des données s'avère encore une fois très utile. À cela, ajoutons que nous avons comparé nos interprétations et vérifié la clarté des catégories établies avec notre

directeur et co-directrice de recherche afin d'assurer la fiabilité des résultats. Enfin, l'authenticité n'est pas incluse dans les critères de Guba et Lincoln (1985), mais nous la considérons comme un facteur important dans le cadre de notre recherche. Selon Bourgeois (2016) « l'authenticité se répartit en quatre critères : l'authenticité ontologique, l'authenticité éducative, l'authenticité catalytique et l'authenticité tactique ». D'abord, l'authenticité ontologique implique que les sujets enrichissent leurs perceptions quant au sujet à l'étude. Celle éducative mise sur une compréhension plus riche de soi et de la situation des autres participants. L'authenticité catalytique table sur la création de véritables retombées pour les participants. Enfin, celle tactique fournit les outils nécessaires aux participants pour passer à l'action afin de produire un changement au sein de leur pratique. L'authenticité peut se vérifier grâce aux témoignages recueillis, les participants y souligneront qu'ils ont élargi leurs connaissances quant à la problématique et que leurs pratiques auront été améliorées grâce à la recherche (Bourgeois, 2016).

### **3.7 Les dimensions éthiques de la recherche**

Nous avons d'abord soumis une demande au Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) afin de s'assurer que notre étude s'arrime avec les principes éthiques de base comme le respect de la dignité humaine, le consentement libre et éclairé, la protection des personnes vulnérables, la protection de la vie privée et la protection des renseignements personnels (EPTC 2, 2018).

À travers ce processus, nous nous sommes assurées d'obtenir un consentement volontaire et éclairé. La participation à cette recherche ne devant pas entraîner d'inconvénients, sauf le temps de participation aux entrevues individuelles d'une durée de 30 minutes. Notre étude fait appel aux observations professionnelles et cette intervention a été approuvée au préalable par les responsables du projet de recherche lorsque nous avons présenté le plan de communication initial. Notons qu'il n'y a pas de risques connus liés à cette participation qui ont été notés dans notre dossier éthique. L'anonymat a été en tout temps respecté par l'utilisation de différents moyens. Au surplus, les renseignements recueillis demeurent confidentiels et seule l'étudiante-chercheuse y a accès. Les entrevues transcrites sont numérotées et une fois de plus, seule la soussignée détient la liste des participants et le numéro attribué. Les enregistrements et tous les documents relatifs aux entrevues sont conservés en format électronique sur un serveur sécurisé de l'UQAM et protégé par un nom

d'utilisateur et un mot de passe. Toutes les informations confidentielles seront supprimées cinq ans après le dépôt du mémoire.

Considérant la nature publique du projet de recherche et le site web indiquant les différents membres de l'équipe, il n'est toutefois pas possible de garantir l'anonymat total des participants puisque la recherche vise à recueillir les observations professionnelles liées aux différents outils de communication. Par ailleurs, nous avons retiré toute allusion au projet de recherche en ne mentionnant pas son nom et la problématique précise à l'étude. Nous avons également dénominalisé les données de l'analyse. Il n'est donc pas possible d'attribuer les réponses à une personne, mais plutôt à une minorité ou une majorité de participants. L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de respecter l'anonymat des participants et n'a aucune intention discriminatoire. Enfin, les documents de communication produits dans le cadre du projet de recherche (communiqué de presse, plan de communication, dépliant, lien vers le site web et les capsules) n'ont pas été mis afin de préserver la confidentialité. Toutefois, si le comité d'évaluation souhaite consulter ces documents, ils pourront être partagés. Notons également que certaines informations ont été caviardées dans les annexes restantes afin de conserver la confidentialité des participants.

Enfin, dans ce contexte, il est important de prendre en considération la possibilité de biais résultant de la position de l'étudiante chercheuse dans le présent projet de recherche. En tant que responsable des communications du projet et étudiante chercheuse, notre position pourrait involontairement influencer les réponses des participants. Les participants pourraient ressentir une pression pour donner des réponses qui sont en accord avec les actions de communication mises en place, ce qui pourrait introduire un biais dans les résultats. De plus, en ayant contribué à la création des outils de communication du projet, les participants pourraient être réticents à critiquer ou remettre en question ces outils par souci de ne pas offenser l'étudiante chercheuse ou par désirabilité sociale. Cette réticence à fournir un retour honnête pourrait également biaiser les résultats en faveur de l'approche de communication mise en place.



## CHAPITRE 4 : RÉSULTATS

Le présent chapitre présente les résultats de l'analyse des huit entrevues réalisées auprès d'autant de participants qui constituent notre échantillon. Dans le but de répondre à notre interrogation initiale et à nos objectifs de recherche, nous dresserons un portrait des défis issus de la recherche scientifique. Ensuite, nous tenterons d'identifier les enjeux liés à la communication du risque en phase de démarrage de la recherche. Nous aborderons les étapes de communication d'un projet de recherche ainsi que le rôle que peut jouer le professionnel en communication dans un tel contexte. Les outils de communication et de transfert des connaissances mis en œuvre au sein de projets de recherche seront aussi abordés. Enfin, nous expliquerons notre vécu en tant qu'étudiante chercheuse. Dans cette section, nous retracerons les différents éléments notés dans notre journal de bord liés à notre participation observante.

### **4.1 Les défis de la recherche scientifique**

Dans cette section, nous allons tout d'abord dresser le portrait des participants en identifiant les différents rôles qu'ils occupent au sein du projet de recherche. Il convient de rappeler que l'équipe est composée d'agents de recherche, de chercheurs et d'étudiants. Ensuite, nous aborderons les défis auxquels les équipes de recherche sont confrontées. Pour ce faire, nous discuterons du financement accordé à la recherche, de la disponibilité des membres et des spécificités d'un projet de recherche interdisciplinaire.

#### **4.1.1 Rôles des membres de l'équipe**

Toutes les personnes interrogées sont issues du milieu universitaire. L'équipe de recherche à l'étude est essentiellement composée de deux stagiaires étudiants, une étudiante chercheuse, de deux agents de recherche et de cinq chercheurs. Les participants ont été questionnés afin d'en apprendre davantage quant à leur rôle au sein du projet.

##### **4.1.1.1 Rôles des agents de recherche**

Comme mentionné ci-dessus, deux participants ont occupé le poste d'agents de recherche. L'un d'entre eux a exercé son rôle dès le départ, lors de la planification du projet, pour ensuite y demeurer jusqu'à la toute fin, alors que le second n'y est resté que quelques mois. Leur mandat consistait à coordonner les différents volets et activités liés au projet. Les responsabilités confiées

se sont révélées nombreuses et variées. Bien qu'ils aient exécuté des tâches différentes, certaines se sont recoupées.

Le premier s'est retrouvé responsable du développement et du maintien des liens avec les partenaires. À ce titre, il a dirigé la campagne d'échantillonnage ainsi que l'analyse des résultats. À partir des données observées, il s'est occupé d'exposer et d'expliquer les résultats de la recherche aux personnes concernées. Dans le cadre du projet, il s'est trouvé à aviser les citoyens, les partenaires ainsi que les autres détenteurs d'enjeux des données obtenues. Le second a, tout comme le premier, participé à l'échantillonnage et la collecte de données et a agi à titre de responsable de l'organisation des tables de discussion du volet 3. À cet égard, les agents de recherche ont fait preuve d'entregent et de bienveillance puisqu'ils devaient constamment interagir avec les différentes parties prenantes. Dans le cadre de son travail, le second a participé à la rédaction d'articles scientifiques, alors que le premier s'est occupé des rapports finaux. La supervision des stagiaires est également partie intégrante de leurs fonctions. Les activités de communication relèvent bien souvent de ceux-ci. Bien qu'ils ne possèdent pas de formation en communication, ils se retrouvent souvent à rédiger et à mettre en œuvre des outils de communication.

#### **4.1.1.2 Rôles des chercheurs**

L'équipe était constituée de cinq chercheurs issus de disciplines multiples. En premier lieu, le chercheur principal a notamment présenté la demande de financement (co-écrite par l'ensemble des chercheurs) aux organismes subventionnaires. Il s'est chargé de la recherche de subventions et de la direction du projet. Il était par conséquent imputable envers les organismes subventionnaires et en regard des différentes décisions prises pendant toute la durée du processus de recherche (tout comme les co-chercheurs). Dans le cadre de ce projet de recherche, il est pertinent de préciser qu'il a volontairement attribué une indépendance considérable aux membres de l'équipe afin qu'ils puissent exercer leur rôle et leur spécialisation en toute liberté académique tout en respectant les livrables communs et les objectifs scientifiques déterminés. Enfin, le chercheur principal s'est occupé principalement du deuxième volet du projet, soit celui visant l'échantillonnage et deux autres chercheurs ont piloté le premier et le troisième volet de la recherche. Un autre chercheur a été co-responsable du volet trois et de l'étude sur la communication du risque.

Finalement, un chercheur se voyait plutôt comme consultant. Dans le cadre de ses fonctions, il s'est surtout concentré à prodiguer des conseils, à émettre son opinion sans jamais effectuer de tâches précises au sein du projet.

À cela, il a été précisé qu'il n'appartenait pas aux chercheurs d'effectuer la communication du projet. Pour justifier ce constat, il a été indiqué qu'il est préférable pour un chercheur de se concentrer sur son domaine de recherche et l'exactitude de ses résultats, plutôt que d'ajouter des tâches supplémentaires en communication.

#### **4.1.1.3 Rôle des stagiaires**

Les principales tâches des deux stagiaires ont surtout consisté à échantillonner et à effectuer une partie de l'analyse des données du volet 2. Leur passage au sein de l'équipe a été bref puisqu'ils ont été uniquement présents lors de la campagne terrain réalisée à l'été 2022.

#### **4.1.2 Le financement de la recherche**

Au travers des entrevues, la majorité des participants ont souligné les difficultés fréquemment éprouvées lors de la recherche de subventions. Généralement, ces derniers n'obtiennent pas un financement suffisamment élevé pour allouer un budget à la portion communication de masse du projet. Précisons qu'une communication de masse vise un public très large, et ce, par le biais des médias de masse.

Le volet communication de manière structurée et planifiée c'est ça qui prend le bord quand on a... C'est difficile d'avoir du financement pour la recherche et souvent c'est cette partie-là qui prend le bord. (Participant 8)

Puis dans les autres projets, on ne peut pas toujours dire ok je mets un 10% pour quelqu'un qui s'occupe des communications, mais 10% ça fait pas quelqu'un à temps plein. Fait que c'est difficile d'avoir quelqu'un qui s'occupe des communications. Comme dans le laboratoire d'un collègue, il y a assez de financement et il y a quelqu'un qui s'occupe des communications, mais dans mon laboratoire c'est difficile [...]  
(Participant 1)

À ce sujet, la plupart des organismes de financement n'exigent pas qu'une portion du budget octroyé soit consacrée aux communications du projet. Par conséquent, ce sont uniquement

les frais de gestion indirects attribués à l'université qui contribuent habituellement à la diffusion de la recherche via les équipes institutionnelles.

Bien il y a des intentions, mais ce n'est pas intégré aux demandes. Là encore, si je reprends les frais indirects, il y a un financement de 50 000\$, il y a 15 000\$ qui est réservé aux frais indirects, donc qui va à l'université pour contribuer à la gestion et la communication du projet, mais il n'y a aucun montant, aucune réflexion qui a été faite, qu'on devrait prévoir tel pourcentage pour la communication. (Participant 1)

Il a été suggéré, par des participants, d'attribuer à tout projet de recherche ou produit, un budget oscillant entre 5% à 10% de l'enveloppe totale afin qu'il soit consacré exclusivement aux communications. Dans le cas du projet de recherche à l'étude, une bourse de recherche d'une valeur de 10 000\$ a été accordée à l'étudiante chercheuse pour s'occuper des communications du projet et y réaliser son projet de recherche.

Ensuite, 5 748.75\$ a servi à payer les honoraires de la firme externe ayant réalisé la conception graphique et le site web. À cela, se sont ajoutés environ 800\$ consacrés aux frais de déplacement afin de réaliser le tournage de capsules et la prise de photos. Un montant de 229.95\$ a également été déboursé en fin de projet afin de renouveler le domaine et l'hébergement du site web. Au total, un montant de 16 778.70\$ a été déboursé. Notons, toutefois, que ces sommes n'avaient pas été prévues dans le budget initial. Elles provenaient du budget alloué au troisième volet de la recherche devant servir à développer de nouvelles connaissances sur la communication des risques. Des ajustements à la méthode ont finalement été apportés au troisième volet pour intégrer des questions sur la communication des risques lors des consultations avec les parties prenantes, ce qui a tout de même permis de récolter des informations à ce sujet. En résumé, puisque le financement du projet de recherche s'est élevé à 202 420,00\$, nous notons qu'environ 8% du budget a ainsi été alloué aux communications de masse, une somme jugée considérable considérant les circonstances.

En rétrospective, il est possible de retenir que l'équipe s'est dévouée à la recherche et que ses membres ont définitivement accompli avec ferveur tous les engagements pris auprès des organismes subventionnaires. En revanche, la moitié des personnes interrogées ont soulevé tant le manque de ressources financières qu'humaines affligeant leur travail au quotidien.

De plus, la plupart des participants ont insisté sur les enjeux entourant un projet de recherche tirant à sa fin. Pour eux, la structure mise en place ne favorise pas une pérennisation de la recherche. À cet effet, ils ont souligné le manque de ressources autant humaines que financières en fin de projet. En bref, leurs interventions permettent de constater qu'une fois le projet de recherche arrivé à échéance, les rapports finaux seront livrés, les étudiants auront complété leurs études, les contrats des agents de recherche seront terminés et les équipes seront démantelées entraînant une fin assez abrupte des activités. Enfin, il est intéressant de retenir le lien direct avec le financement accordé aux projets de recherche en fonction des priorités du gouvernement au pouvoir, élément étant ressorti lors des entrevues.

#### **4.1.3 Disponibilités des membres de l'équipe**

Les entrevues réalisées et une lecture du journal de bord ont démontré qu'une majorité des membres de l'équipe de recherche n'ont malheureusement pas été aussi disponibles qu'ils le souhaitaient pour la portion communication du projet. À ce propos, nous avons dénoté une plus grande disponibilité des membres au début du projet, situation qui a toutefois changé avec le temps dû à d'autres mandats, au sein du projet de recherche, devant être traités en priorité.

Notre journal de bord démontre que les réunions d'équipe se sont tenues à des intervalles distancés : nous avons tout de même pu assurer un suivi constant des différents dossiers. À cela, il faut également ajouter qu'à la fin de l'élaboration des outils de communication, par manque de temps et de disponibilité, plusieurs membres ne sont pas parvenus à retourner dans les délais impartis leurs commentaires à l'équipe chargée de cette portion, engendrant ainsi une carence de rétroaction. Dans le même ordre d'idée, au cours de la recherche, certains membres ont souhaité une modification au site web, en proposant l'ajout d'une carte de visite expliquant les différentes étapes du projet de recherche. Cette carte avait pour objectif de démontrer les étapes accomplies et à venir ainsi que l'avancement des différents volets de la recherche. Or, bien qu'intéressante dans un contexte de communication du risque, elle ne s'est jamais concrétisée puisqu'elle nécessitait la collaboration d'individus, qui malheureusement vu leur charge de travail, n'ont pas eu suffisamment de temps à consacrer aux communications. Notons également que les fonds nécessaires n'étaient plus disponibles pour faire ce type de modification. Par ailleurs, il a été mentionné que lorsqu'un étudiant est responsable des communications pour un projet de recherche, celui-ci a d'autres priorités comme ses études et le travail l'empêchant d'assurer généralement un

suivi quotidien, et ce, dans le but d'alimenter de manière stratégique les différents canaux de diffusion.

#### **4.1.4 Les spécificités d'un projet de recherche intersectoriel**

Nul besoin de rappeler que l'équipe de projet est constituée d'individus issus de divers domaines œuvrant tous de manières différentes.

L'intersectorialité, c'est ce qu'on s'est rendu compte, c'est souvent un peu plus difficile parce qu'on n'est pas sur les mêmes échelles de temps, de manière de réfléchir. Puis, des fois ça peut être difficile. Je pense que c'est juste un manque de communication. (Participant 3)

[...] dans un projet intersectoriel, on n'a pas toutes les mêmes dynamiques, les mêmes temporalités et les mêmes façons de faire. On n'arrive pas à bien communiquer et bien s'exprimer sur nos façons de faire et nos attentes puis ça c'est un défi dans les projets où il y a différentes disciplines. C'est un défi de communication à l'interne, de compréhension des maux et des attentes. (Participant 4)

Ces extraits révèlent que les individus questionnés ont identifié un défi central au sein des équipes interdisciplinaires. Puisque la plupart des membres proviennent de disciplines différentes, chacun vit une réalité qui lui est propre. Cette diversité semble occasionner des problèmes de communication et pour ce motif, il est capital, dès le début d'un projet, de cerner et de comprendre que chacun a son rythme et ses méthodes de travail. De cela, une communication interne constante et transparente devient essentielle afin de remédier à cet enjeu.

#### **4.2 Les différents défis liés à la communication du risque**

Dans cette étude, une de nos principales préoccupations visait à déterminer la place des communications dans le cadre d'un projet de recherche se penchant sur un risque pour la santé et l'environnement. Dès le départ, plusieurs questions ont taraudé l'équipe. En premier lieu, comment peut-on communiquer sur la tenue d'un projet de recherche impliquant un risque, quelles sont les étapes à suivre, quels sont les enjeux ? Par ailleurs, rappelons qu'au départ, nous étions justement en phase de démarrage et qu'il n'existait alors aucun résultat provenant de la recherche à communiquer, seulement des connaissances scientifiques liées à des projets de recherche antérieurs et à des travaux scientifiques à diffuser. Il n'y avait pas encore suffisamment de connaissances sur la problématique dans les régions ciblées. Un enjeu habituel lorsqu'il est question d'un projet de

recherche qui démarre. Dans cette section, nous aborderons les principaux défis auxquels les professionnels en communication et l'équipe de recherche ont été confrontés en communiquant un risque pour la santé et l'environnement en début de projet. Nous aborderons l'insuffisance des données scientifiques, nos préoccupations quant à la communication du risque, la diffusion ou non-diffusion des résultats, la perception du risque, les publics cibles et le maintien de bonnes relations avec les parties prenantes.

#### **4.2.1 L'insuffisance des données scientifiques**

D'entrée de jeu, les participants devaient répondre à la question suivante : « Voyez-vous des enjeux particuliers en termes de communication au sein du projet recherche et dans l'affirmative, de quelles natures sont-ils? ». À cet égard, tous les participants ont évoqué l'insuffisance des données scientifiques liées à la problématique à l'étude, d'où l'importance de réaliser ce projet. Il était possible de s'attendre à des réponses allant en ce sens considérant que tous les projets de recherche tentent normalement de répondre à des objectifs et des hypothèses de départ. Il est habituel qu'un projet de recherche n'ait pas beaucoup de données en phase de démarrage : les équipes se basent essentiellement sur des hypothèses qu'elles tentent de valider ou d'infirmer lors du processus de recherche. En abordant cette notion avec les personnes impliquées, force est de constater les nombreuses incertitudes liées aux données d'un projet de recherche en phase de démarrage. Pour une minorité de personnes, une compréhension plus fine du phénomène était souhaitable avant même de communiquer : ils préconisaient donc une communication en fin de projet.

#### **4.2.2 Préoccupations quant à la communication du projet de recherche**

Globalement, les personnes interrogées ont soulevé une préoccupation commune liée à la communication du projet de recherche. Elles souhaitaient, éviter un mouvement de panique tant chez la population que dans les médias. À travers les entrevues réalisées, plusieurs participants ont utilisé, entre autres, des termes associés à la peur, à l'inquiétude et à l'affolement. Lors de la période d'échantillonnage, l'équipe de recherche s'en est tenue qu'aux faits et s'est efforcée de respecter le but initial du projet, soit de sensibiliser et d'informer la population visée par la problématique. Elle a tenté d'être transparente et factuelle lorsqu'elle diffusait l'information. À cet égard, au cours des entrevues, la majorité des membres ont mentionné ne pas avoir observé de craintes chez le public concerné.

### **4.2.3 La diffusion ou non-diffusion des résultats de la recherche**

Pour la majorité des participants, la communication d'un projet de recherche au grand public se fait à la toute fin, une fois les résultats récoltés et analysés. Toutefois, dans le cas du présent projet de recherche, nous avons du mal à déterminer si une diffusion au grand public des résultats sera nécessaire compte tenu de l'incertitude entourant les conclusions de la recherche. Il n'est pas possible, à l'heure actuelle, de déterminer si les résultats du projet seront pertinents à communiquer considérant que nous ne connaissons pas encore la nature et l'ampleur du problème ni les solutions potentielles pour y remédier.

### **4.2.4 La perception du risque**

Comme vu précédemment, le risque peut être perçu différemment en fonction de chaque individu. Pourtant, bien que ce concept ne figure pas dans la grille d'entretien, lors des entrevues, les participants de notre recherche l'ont tout de même souligné. À cet effet, à l'été 2022, lors de la collecte d'échantillons par les membres de l'équipe de recherche, des questionnaires ont été distribués. Des questions liées à l'inquiétude face à la problématique, aux connaissances sur le sujet, à la santé ont été posées aux répondants. À noter que le but de ces rencontres était de comprendre leurs perceptions de la problématique. Soulevons également que l'étudiante chercheuse n'a pas participé à la collecte d'échantillons ni à la distribution de ces questionnaires. L'évaluation de la perception du risque des répondants aux questionnaires n'est donc pas abordée dans le présent mémoire.

### **4.2.5 Les publics cibles**

Parmi les participants, la majorité s'est exprimée sur la pertinence de conscientiser les citoyens quant à la problématique. De plus, les entrevues ont permis de souligner les efforts mis en place par l'équipe du projet dans l'accompagnement et l'explication de la problématique aux personnes ayant accepté de prendre part à l'échantillonnage. Dans l'ensemble, il est possible de constater que l'équipe s'est attardée à rassurer, à orienter et à répondre aux questions des individus ayant pris part à la collecte. À cet effet, les commentaires de quelques participants ont permis de mettre en relief l'importance d'une communication individuelle auprès des individus ayant participé à l'échantillonnage. Rappelons que des rapports et des lettres personnalisées contenant les résultats de l'échantillonnage ont été envoyés à chaque individu concerné.



Certains ont également évoqué la confidentialité entourant les données récoltées. Précisons que l'équipe de recherche a signé dès le début du processus des engagements à cette fin, dans le but de protéger les individus participants à l'étude. Il n'est donc pas possible de transmettre des informations permettant d'identifier les zones à risques. L'équipe de recherche peut communiquer les résultats, mais uniquement de manière non géographique. Lors des consultations concernant les problématiques sur leur territoire, les parties prenantes ont également été informées, mais les endroits n'ont pas été identifiés précisément. L'équipe de communication a donc dû également faire face à cet enjeu en ne communiquant pas directement sur les endroits précis qui ont été échantillonnés.

#### **4.2.6 Une collaboration constante**

La collaboration constante et le maintien de bonnes relations avec les partenaires, les décideurs ainsi que les détenteurs d'enjeux ont été exprimés à de nombreuses reprises à titre de conditions essentielles dans le cadre d'un projet de recherche, et ce, dans le but d'assurer leur participation et leur soutien à la résolution de l'enjeu en question.

Les entrevues révèlent l'importance d'entretenir, auprès des partenaires de l'étude, une communication constante, et ce, tout autant en début, qu'en cours, qu'à la fin du projet. D'ailleurs, dès le début de la recherche, ils ont tous été abondamment sollicités afin, entre autres, d'indiquer à l'équipe les secteurs, qui selon eux, étaient susceptibles d'être problématiques. En agissant ainsi, ils se sont retrouvés à contribuer à l'identification efficace des lieux à échantillonner.

À ce propos, une minorité de personnes rencontrées a toutefois déploré l'absence d'un suivi soutenu au cours du déroulement de la recherche. La plupart des répondants interrogés avouent que la majeure partie des échanges entre l'équipe de recherche et les partenaires se déroulent lorsque le projet tire à sa fin. De telles interactions sont nécessaires afin de discuter des résultats obtenus, des solutions potentielles et dans le but ultime de conclure la recherche. La communication réalisée auprès des partenaires, des décideurs et des détenteurs d'enjeux est, selon le vocabulaire utilisé à travers les entrevues, généralement considérée comme « classique ». Elle se concrétise via des activités telles que des webinaires, des rapports, des mises à jour et des documents plus traditionnels, habituellement remis en fin de projet. Dans notre cas, les communications ne seraient donc pas considérées comme étant « classique » puisqu'elles ont commencé en début de projet via

des stratégies qui ne sont pas habituellement mise en place dans tous les projets de recherche. Par ailleurs, plusieurs personnes soulignent l'importance et l'obligation d'informer les partenaires de toutes découvertes avant qu'elles ne soient communiquées au grand public. Enfin, un problème de gouvernance au sein des partenaires, décideurs et détenteurs d'enjeux a été soulevé. Personne ne s'est montré intéressé à reprendre le flambeau une fois le projet de recherche terminé.<sup>3</sup>

### **4.3 Les étapes de communication d'un projet de recherche**

Au sein d'un projet de recherche, deux étapes de communication fondamentales sont à distinguer. Tout d'abord, il est primordial de communiquer sur la mise en œuvre du projet. Ensuite, les résultats obtenus constituent des éléments essentiels à diffuser.

#### **4.3.1 Informer sur la tenue d'un projet de recherche**

Plusieurs individus ont souligné l'intérêt d'informer le grand public de la tenue d'un projet de recherche. À cette fin, un communiqué de presse est habituellement rédigé et diffusé afin d'en faire l'annonce. Il explique généralement les différents volets de l'étude, ses objectifs, sa durée ainsi que les partenaires impliqués au sein du projet. Les journaux locaux sont également très efficaces pour publiciser les recherches scientifiques se déroulant en région plus rurale.

Dans le présent projet, des personnes ont d'ailleurs fait ressortir l'avantage d'avoir informé le public sur la tenue du projet de recherche avant d'effectuer l'échantillonnage. De cette manière, la population a été avisée au préalable et surtout conscientisée à la problématique. Cependant, une minorité a avoué ne pas avoir l'habitude d'informer le grand public, la communication se faisant généralement avec le milieu de la recherche.

#### **4.3.2 Informer sur les résultats de la recherche**

À la suite des entrevues, il a été possible de remarquer que chaque individu a une démarche propre à sa discipline pour la diffusion des résultats. À ce sujet, plusieurs personnes ont énoncé l'obligation ministérielle de transmettre à autrui les résultats de leurs études. Ces mêmes individus

---

<sup>3</sup>Il est utile de rappeler que les entrevues avec les participants de notre recherche se sont déroulées à l'été 2022. Maintenant que le projet tire à sa fin, certaines instances ont souhaité poursuivre les recherches.

ont également précisé avoir travaillé avec une firme externe afin d'assurer la vulgarisation et la diffusion des données.

Enfin, certaines recherches n'impliquent pas le grand public. Dans ce contexte et selon la nature des projets, les résultats obtenus ne sont habituellement ni concrets ni communicables. Toutefois, les étudiants, les mémoires et les articles scientifiques sont des vecteurs permettant de transmettre les connaissances acquises.

#### **4.4 Gestion des attentes de l'équipe face à la portion communication du projet de recherche**

Il est utile de rappeler ici que l'équipe est composée d'individus issus de différentes disciplines et qu'il s'agissait, pour plusieurs, d'une première collaboration avec une équipe de communication dédiée au projet de recherche. D'abord, nous dresserons un portrait des attentes de l'équipe face à la partie concernant la communication du projet de recherche. Nous distinguons deux perceptions quant aux rôles pouvant être adoptés par l'équipe de communication dans le cadre d'un projet de recherche. Ensuite, nous allons identifier deux rôles que peut jouer le professionnel en communication soit d'identifier le public cible et d'alimenter les outils de communication.

À la lumière des entrevues, plusieurs perspectives sont ressorties quant aux rôles du communicateur au sein du projet. Selon nos entretiens, les participants auraient espéré obtenir des conseils et des données empiriques sur ce qui pouvait être véhiculés aux parties prenantes, aux citoyens et sur la manière de s'y prendre dans un contexte de communication d'un risque pour la santé et l'environnement. Selon ces passages, l'équipe semble également posséder les connaissances nécessaires pour mettre en œuvre des activités de communication en phase de démarrage du projet.

Je pense que j'avais plus des attentes d'accompagnement. Comment on doit faire les choses, comment ça devrait être fait avec nos partenaires ? Est-ce qu'il y a des meilleures façons de faire ? (Participant 3)

Non, moi c'était de la recherche en communication. Je cherchais pas forcément quelqu'un qui communique parce que ça on avait... mais vous l'avez fait... puis ça nous a arrangé que vous le fassiez, on a un beau site web en plus, alors on est gagnant sur toute la ligne là... Mais c'est la recherche en communication qui est intéressante parce que justement les questions que tu poses, c'est à ça qu'on veut sensibiliser, on veut sensibiliser aussi les autres collègues. On n'est pas le premier projet notamment sur des risques à se questionner sur qu'est-ce qu'on peut communiquer, comment on

peut le communiquer. Si on doit ou ne doit pas communiquer. C'est ce genre de question-là, quel mot on doit utiliser? (Participant 4)

Pourtant, ce n'est pas ce qui a été réalisé. Pour notre part (en tant qu'étudiante chercheuse), accompagnée du chercheur en communication, nous avons tenté d'intégrer la communication dans le projet de recherche. À l'aide d'un plan de communication, nous avons identifié les objectifs, les outils à utiliser et l'échéancier. Un plan de communication a été présenté aux balbutiements du projet soit le 7 juin 2021. Les objectifs de communication étant définis ainsi :

- 1- Faire connaître la nature du problème et les méthodes utilisées;
- 2- Informer éventuellement les parties prenantes du niveau réel de risque;
- 3- Partager avec l'ensemble des parties prenantes les risques et les solutions proposées.

Les objectifs présentés n'étaient pas en lien avec de la recherche en communication, mais correspondaient plutôt à la diffusion de masse de la problématique et des résultats. Leurs finalités découlaient de notre compréhension du mandat. Les outils à développer, comme les capsules explicatives, le dépliant, le site web et les réseaux sociaux figuraient également au sein de ce plan de communication. Ces différents propos permettent d'observer une ambiguïté certaine quant au rôle souhaité du communicateur à travers le projet. À ce propos, nous avons, par la suite, clarifié cette situation avec les membres de l'équipe afin de saisir les causes de ces visions distinctes. Cette réflexion sera abordée plus en détail dans le prochain chapitre.

#### **4.4.1 L'identification du public cible**

La section précédente a permis de réaliser que la majorité des participants souhaitait un tout autre rôle du communicateur. À la lumière des entrevues, il s'est également avéré difficile de saisir qui était le public visé par les communications du projet de recherche. La majorité des participants ont exprimé l'importance de conscientiser la population générale quant à la problématique à l'étude. Ils ont souligné l'intérêt de diffuser la problématique afin de parvenir à une éducation citoyenne. Le plan de communication a permis d'établir qu'un public très large avait été identifié. Toutefois, le projet de recherche visait plus particulièrement les populations rurales. D'autres ont indiqué que les communications visaient surtout les partenaires et les détenteurs d'enjeux puisque ce sont principalement les parties prenantes qui doivent rester à l'affût du projet de recherche. Bref, il

semblerait que chacun avait sa perception du public cible visé par le projet de recherche. Certains avaient une vision plus large alors que d'autres souhaitaient s'adresser à une population bien précise.

Il est important de noter que les messages clés n'ont jamais été établis dans le plan de communication. Au départ, il n'était pas évident de cerner les informations que l'équipe souhaitait véhiculer à travers les différents outils. Ce n'est qu'à l'été 2021 lors du tournage des capsules qu'elles se sont concrétisées. Notons également qu'une minorité des participants était présente lors de ces deux journées de tournage, ce qui a pu avoir une incidence sur les messages qui ont été déterminés.

#### **4.4.2 Alimenter les outils de communication**

Les personnes interrogées ont révélé qu'elles voyaient la pertinence d'une communication de masse et désiraient tout de même que l'équipe de communication s'occupe de créer du contenu pour les différentes plateformes. Parmi les éléments mentionnés : un désir de rédiger un calendrier de publications pour la page Facebook contenant des annonces sur l'échantillonnage, des suivis quant à l'avancement du projet, des schémas ainsi que des publications de vulgarisation scientifique. Plusieurs membres estimaient que l'équipe de communication allait proposer du contenu pour alimenter les plateformes et maintenir un intérêt constant. Pour ce faire, en revanche, il était nécessaire que l'équipe fournisse des éléments à diffuser, ce qui n'a pas toujours été possible compte tenu de la nature sensible du projet de recherche et la disponibilité des membres.

L'équipe de communication a tenté de maintenir sans relâche l'intérêt à l'endroit de la recherche. Toutefois, plusieurs publications n'ont pu être publiées. En effet, en phase de démarrage du projet, le contrôle des publications était un choix stratégique afin de ne pas induire de biais dans le processus de recherche. À cette étape, les membres étaient d'avis que la communication pouvait modifier les perceptions de la population et des différentes parties prenantes. Pour ces raisons, cela s'est avéré difficile de communiquer jusqu'à la phase d'échantillonnage. Une fois la collecte terminée, les communications ont alors soumis à l'équipe un article sur les progrès du projet, plus précisément sur l'échantillonnage s'étant déroulé lors de la période estivale. Ce texte n'a cependant jamais été publié puisque les membres de l'équipe n'étaient toujours pas prêts à transmettre des informations liées à la campagne menée sur le terrain. Deux mois se sont écoulés lorsqu'une

capsule sur la problématique a été finalement diffusée à l'émission de La semaine verte avec comme participants plusieurs membres de l'équipe à titre de figurants, et ce, sans l'aide des communications. À la lumière de ces informations, il est possible de remarquer qu'il n'y avait probablement pas une nécessité de communiquer en début de projet et que l'équipe avait déjà des contacts avec des journalistes et l'habitude de collaborer avec les médias afin d'assurer une couverture médiatique le temps venu.

#### **4.5 Les outils de communication et de transfert des connaissances**

Les participants ont été questionnés quant à leurs pratiques habituelles visant le transfert et la mobilisation des connaissances, y compris leur pratique de communication lors de leurs projets de recherches respectifs. La majorité n'a pas établi de distinction entre les deux disciplines. Les participants ont toutefois identifié les ateliers de transfert organisés par une firme externe, l'implication d'un courtier des connaissances et les tables de concertations comme étant un processus de transfert et de mobilisation des connaissances. D'autres moyens comme la vulgarisation, les rapports, les capsules vidéo, les webinaires, les bases de données, la publication d'articles scientifiques ont été mentionnés sans distinction particulière.

Pour les communications, une fois de plus, la majorité des individus interrogés ont révélé qu'il s'agissait d'une première avec des professionnels de ce domaine dédiés à leur projet de recherche. Certains ont par le passé déjà obtenu un budget pour embaucher des agents de recherche ou des étudiants afin de s'occuper de ce volet au sein de leur laboratoire. Globalement, il faut retenir que ce champ d'expertise, à l'intérieur d'un projet de recherche, est généralement réalisé par les équipes de communication institutionnelle.

À travers cette prochaine section, nous allons dresser un portrait des outils de communication dans le cadre du projet de recherche. Ensuite, nous discuterons des retombées observées dans la communauté et les médias.

##### **4.5.1 Mesures de succès des outils de communication réalisés au sein du projet**

En ce qui a trait aux outils de communication du projet de recherche, rappelons qu'un site web, une page Facebook, des capsules et un dépliant ont été créés. Il est utile de rappeler que les mêmes informations peuvent se retrouver sous différents formats.

Certains ont souligné que les éléments figurant dans les différents outils n'ont fait mention que du deuxième volet de la recherche, soit celui relatif à l'échantillonnage. Cette observation n'est pas fautive, puisqu'il s'agit d'informations diffusées dans le cadre des capsules établies sous différents formats. Bien que tous les membres de l'équipe aient été invités pour leur tournage, seules les personnes responsables du second volet étaient disponibles.

D'autres ont précisé que les messages clés ciblaient principalement le projet de recherche sans fournir suffisamment d'informations sur la problématique. À l'inverse, certains ont exprimé le souhait que les outils auraient eu davantage à traiter plus en profondeur du projet de recherche et moins quant au risque pour la santé et l'environnement.

Les entrevues ont également révélé qu'un peu moins de la moitié des personnes interrogées ont peu ou pas consulté les outils créés dans le cadre du projet. Parmi ceux-ci, notons la page Facebook, les capsules et le site web. Pour expliquer cette situation, le manque de temps et l'absence d'un compte Facebook personnel ont été mentionnés.

Globalement, les membres du projet se sont montrés satisfaits des outils mis en place et surtout surpris de leur quantité. Considérant la rapidité de leur mise en œuvre, du peu de matériel disponible et du budget, l'équipe complète considère qu'il s'agit somme toute d'outils de qualité et forts utiles.

#### **4.5.1.1 La page Facebook**

Une majorité des participants ont remis en question la nécessité de cette page. Ils ont retenu le peu de contenu publié. Notons qu'au moment des entrevues, huit publications avaient été rédigées. Elles portaient sur le lancement du site web, les entrevues et les articles publiés au sujet du projet de recherche.

#### **4.5.1.2 Le site web**

Concernant le site web, les participants ont soulevé une réflexion similaire à celle de la page Facebook. Ils auraient apprécié plusieurs mises à jour et la publication de nouvelles informations. Parmi les exemples mentionnés, des liens vers des sites web externes et davantage de contenu

vulgarisé portant sur la problématique de recherche étaient souhaités. Notons également qu'il est plutôt inhabituel qu'un projet de recherche possède sa propre plateforme sur le web.

#### **4.5.1.3 Les relations de presse**

Pour les relations de presse, une minorité de personnes ont souhaité que davantage d'articles et d'entrevues soient publiés afin d'augmenter la notoriété du projet.

#### **4.5.1.4 Le Dépliant**

Le dépliant a été le sujet de plusieurs débats. Parmi les éléments à retravailler, la majorité des participants ont indiqué qu'une figure contenait une erreur.

Les figures j'aurais aimé qu'elles prennent plus de place pour que ça soit plus parlant pour les gens, parce qu'ils n'aiment pas lire, mais ils aiment regarder des choses. Fais que moi, je trouve qu'il manquait des informations, je trouve qu'il y avait quand même certaines parties blanches qui auraient pu être remplies. J'ai eu des commentaires sur la figure que j'étais pas d'accord. Ils disaient exactement ce que je craignais. (Participant 3)

Ouais, bien il a le pamphlet que j'aurais retravaillé. C'est ça que je réalise, la difficulté qu'on a c'est qu'on a dans notre tête une idée fixe de ce qu'on veut puis encore une fois c'est un problème de communication à l'interne entre toutes les personnes. Il n'y a pas de personnes cibles, je pense que c'est dans tous les projets. C'est parce que la vie va vite et on ne prend pas le temps...[...] Bien il y a une figure qui est pas correcte, des logos aussi. C'est par manque de temps, il y a une personne qui est ciblé là-dedans. (Participant 4)

Peut-être que je l'aurais fait plus descriptif pour celui sur le terrain, plus adapté. Aussi, avec nos informations, mettre des logos de l'université parce que pour nous c'était un peu notre carte de visite et pour certains se disaient qui est dans notre jardin et pour nous ça aurait été notre preuve professionnelle. (Participant 7)

Il faut évidemment retenir que les logos universitaires auraient dû figurer sur le dépliant. À ce sujet, le 7 décembre 2021, lors d'une rencontre virtuelle, ces différents outils ont été présentés à l'équipe. À ce propos, les membres ont mentionné des problèmes liés au contenu de la page web intitulée « équipe ». Ils désiraient uniformiser les titres de chacun et inscrire leur chaire de recherche. L'ajout des logos des universités a été également exigé. Une erreur a aussi été découverte à l'intérieur du dépliant lié au graphique expliquant la problématique. En somme, il faut retenir qu'il s'agissait de détails mineurs. Par la suite, l'équipe avait jusqu'au 17 décembre 2021 afin de soumettre par



courriel les corrections définitives. Seulement quelques personnes ont transmis leurs commentaires et les correctifs ont immédiatement suivi.

#### **4.5.1. 5 Les capsules**

Les capsules ont été bien appréciées. Elles ont servi à brosseur un portrait global de la problématique en plus d'être adaptées aux publics ruraux. Malgré cela, certaines personnes ont mentionné qu'elles étaient trop nombreuses et surtout pas représentatives de l'intersectorialité au sein de l'équipe compte tenue qu'elles font référence principalement à la portion liée à l'échantillonnage.

#### **4.5.2 Les retombées observées dans la communauté et dans les médias**

La communication se devait d'être à petite échelle afin de ne pas induire des biais dans la recherche. Une communication de masse, trop rapide, pouvait changer les perceptions des individus participants à la collecte de données. Cette décision a, par le fait même, diminué les opportunités de diffusion. Cela dit, cinq articles et trois entrevues radio ont tout de même été réalisés. Interrogés sur les retombées de la recherche, les participants ont identifié de nombreuses retombées positives dans la communauté et dans les médias.

Dans cette optique, certaines personnes ont souligné que plus d'un citoyen participant leur a mentionné qu'ils connaissaient le projet de recherche. D'autres membres interrogés ont également signalé que leurs collègues de travail et leur entourage connaissait l'étude à la suite de publications sur le fil d'actualité de leurs réseaux sociaux.

Plusieurs participants ont relevé les multiples articles et les entrevues à Radio-Canada ainsi que sur les plateformes institutionnelles. D'autres ont également mentionné les retombées concrètes découlant d'une publication Facebook du projet ayant permis de recruter des citoyens pour l'échantillonnage. D'ailleurs, plus de 60 personnes ont soulevé leur intérêt d'y participer alors que six personnes étaient situées dans les zones sélectionnées pour cet exercice. La capsule dans *La semaine verte* a aussi énormément percolé au sein des citoyens des régions concernées.

#### **4.6 Notre expérience à titre d'étudiante chercheuse**

Nous ne pouvons pas terminer ce mémoire sans ajouter certaines remarques personnelles. Ainsi, considérant notre engagement dans le présent devis de recherche-action, nous avons jugé utile de

relater notre vécu et de partager nos observations consignées dans notre journal de bord. Principalement, mentionnons l'expérience unique acquise à titre d'étudiante chercheuse en communication dans le cadre actuel.

Cela dit, rappelons qu'au sein de cette recherche, nous avons exercé deux fonctions. D'une part, en tant que bachelière en relations publiques, nous avons œuvré à titre de professionnelle en communication. D'autre part, nous avons également agi à titre d'étudiante chercheuse, nous questionnant sur le rôle des professionnels de notre domaine. Au départ, notre expérience était limitée, il s'agissait de notre première incursion dans le domaine de la recherche. À ce propos, nous avons entamé notre parcours à la maîtrise en communication avec l'ambition de terminer notre recherche en deux ans, réalisant rapidement qu'un processus d'une telle ampleur allait prendre plus de temps que prévu. Parmi les combinaisons de facteurs ayant occasionné cet état de fait, retenons, entre autres, nos connaissances plutôt anémiques de la problématique régionale étudiée au sein du projet de recherche conjugué avec notre première collaboration avec des professionnels liés aux sciences pures. Bref, il est possible de conclure qu'il y avait beaucoup de nouveautés pour nous lorsque nous avons entamé cette démarche.

Par ailleurs, afin d'élargir nos connaissances, nous avons jugé opportun de rencontrer individuellement tous les membres du projet afin de comprendre leur rôle et leur perception de la problématique. Dans la même veine, nous nous sommes également déplacées à deux reprises sur le terrain, expérience qui s'est révélée particulièrement enrichissante. À cet égard, nous avons pu constater concrètement les enjeux ciblés par l'étude, tout en tissant des liens avec chaque individu composant l'équipe.

Nous pouvons qualifier nos échanges avec le groupe de recherche de fort enrichissants. À ce propos, soulignons qu'à ces occasions, à titre d'étudiante, nous avons eu la possibilité de côtoyer avec plusieurs sommités associées à différents domaines, qui sont pour la majorité détentrices d'une chaire de recherche. Cette expérience privilégiée s'est révélée des plus formatrices. Elle a créé un milieu d'apprentissage exceptionnel tout en nous permettant d'approfondir la compréhension de la problématique étudiée et de nous extraire de notre zone de confort habituelle.

Cependant, la distance à parcourir afin de se déplacer sur les lieux de la recherche et dans le but de rencontrer les autres membres de l'équipe a occasionné certains inconvénients pour le groupe des communications résidant à Montréal. À ce sujet, les effets de la distance géographique se sont fait ressentir à quelques reprises pendant le projet, en créant parfois un sentiment d'éloignement vis-à-vis l'équipe. Étant basée à plusieurs centaines de kilomètres, nous avons observé une dynamique différente, situation entravant le partage d'informations et d'échanges avec les autres membres. Cependant, nous ne pouvons pas attribuer cette responsabilité ou la faute à quiconque, ce contexte découlant essentiellement de la position géographique de chacun. Afin d'expliquer cette impression et à titre de réflexion toute personnelle, soulignons que le chercheur en communication et la soussignée sont les deux seuls membres de l'équipe en sciences humaines issues d'une université différente, ce qui a pu contribuer à ce ressenti et à accroître ce sentiment d'éloignement. Cependant, certains membres ont fait preuve d'une plus grande disponibilité et ont généreusement offert de nous recevoir sur place, ce qui a favorisé un plus grand sentiment de proximité auprès d'eux.

En ce qui a trait à l'élaboration des outils de communication, nous avons travaillé avec une firme externe avec laquelle nous n'avions pas eu l'occasion de collaborer auparavant, constituant une fois de plus une adaptation de notre part. Au préalable, nous avons discuté des besoins, du contenu désiré ainsi que du format souhaité. Il s'agissait entre autres des informations que nous avons notées dans de notre plan de communication. Ainsi, la firme externe a contribué à la réalisation des différents outils.

Ajoutons que pour alléger le travail de l'équipe de recherche, le groupe des communications s'est également attribué la gestion des outils de communication et les échanges avec les fournisseurs. Cependant, en agissant ainsi, nous avons rapidement constaté la complexité d'agir comme intermédiaire entre l'équipe scientifique et la firme externe spécialisée en graphisme. À ce titre, soulignons que les chercheurs nous ont d'abord exposé le contenu qu'ils souhaitaient véhiculer. Une fois complétée, l'équipe de communication s'est alors occupée de trier et vulgariser l'information à diffuser au grand public. Enfin, le graphiste, selon les renseignements obtenus, a procédé à la création des visuels. Dans ces circonstances, il va de soi que la réalisation d'images à la fois précises sur le plan scientifique, compréhensibles et attrayantes pour le public est devenue une tâche délicate. Ce défi est d'autant accentué et probant, lorsqu'on se retrouve à travailler avec

une équipe composée de personnes issues de disciplines variées ayant chacun des visions et des objectifs quelques fois divergents.

Toujours en lien avec les outils de communication réalisés, nous avons remarqué avec satisfaction l'impact médiatique qu'ils ont engendré. Toutefois, la mise en place du site web a nécessité de nombreuses heures de travail. À cet effet, réussir à définir l'idée directrice et procéder à l'élaboration du contenu a exigé temps et énergie. Après sa création par la firme externe, nous avons dû assurer la gestion du site et effectuer régulièrement sa mise à jour. Au passage, soulignons la difficulté d'obtenir de l'équipe leurs commentaires liés au site web, tout en cherchant, par ailleurs, une méthode simple et efficace afin que ses membres puissent émettre des remarques pour chacune des pages.

En regard des capsules vidéo préparées et disponibles sur la plateforme YouTube, précisons que le montage a été réalisé par la firme externe et elles ont été publiées sur la chaîne YouTube de la firme en question. À l'époque, nous n'avions pas envisagé les conséquences de cette publication. Néanmoins, après réflexion, nous réalisons que cette action pourrait nuire au projet considérant que les capsules ne sont pas publiées sur un compte portant le nom du projet de recherche.

Par ailleurs, pendant notre parcours, nous avons également pris conscience de notre oubli d'établir un calendrier des livrables. Nous référons à un outil de gestion devant définir les personnes responsables, les tâches à accomplir et les échéances à respecter. Ce document peut également contenir des informations telles que la production de contenu, la création de supports visuels, la communication avec les partenaires, la diffusion de messages ainsi que de nombreux autres éléments. Un tel outil aurait permis d'optimiser la communication du projet en déterminant, entre autres, la responsabilité, le rôle ainsi que les échéances respectives de chacun afin d'éviter d'omettre des actions importantes.

Relativement au budget associé à la communication et à sa gestion, il suffit de préciser que nous n'avons ni participé à sa création ni à l'élaboration des factures ni à l'administration. Le chercheur en communication s'est davantage occupé de ce volet par lui-même. Du coup, nous avons constaté que ce rôle effacé a engendré quelques répercussions auprès des fournisseurs, notamment en ce qui a trait à leurs questions liées à leur paiement. Nous croyons, toutefois, que la gestion et

l'administration du budget de communication sont une plus-value indéniable que le professionnel en communication peut amener au profit de l'équipe de recherche.

En terminant, comme étudiante, nous ne pouvons pas passer sous silence la complexité entourant la gestion des communications du projet. À cet égard, différentes situations ont nécessité un exercice de jonglerie afin de réussir à combiner la gestion des communications, les interactions avec la firme externe, la conception des nombreux outils et la rédaction de notre mémoire, qui ont été par moment, des conditions difficiles à piloter simultanément. Malgré tout, cette expérience a permis une première incursion dans le domaine de la recherche tout en enrichissant notre bagage de connaissances et nous permettant ainsi d'obtenir plus d'expérience pour notre future carrière en communication.

## **CHAPITRE 5 : DISCUSSION**

Dans ce dernier chapitre, nous ferons des liens avec la littérature précédemment exposée dans le cadre théorique (chapitre 2), et ce, dans le but de répondre à nos interrogations et nos objectifs de départ. Dans le cadre de cette recherche, il est utile de rappeler que notre question de recherche portait sur les enjeux de la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont à déterminer. Dans la première section de ce chapitre, nous tenterons d'y répondre. Dans la seconde partie, nous visons à identifier les activités et les livrables assumés par

le professionnel en communication en phase de démarrage d'une étude scientifique. Ensuite, nous examinerons la contribution de ce dernier ainsi que son impact à l'intérieur d'un projet de recherche. La dernière section entend ainsi répondre au troisième objectif de la recherche, soit celui cherchant à déterminer les perspectives de l'équipe à l'égard de la communication du projet et au rôle du communicateur en son sein. Nous terminerons avec nos recommandations pour la pratique en communication dans le cadre d'un projet de recherche portant sur un risque pour la santé des populations et l'environnement.

## **5.1 Les enjeux de la communication du risque**

Dans cette partie, nous tenterons de cerner les enjeux de communiquer un risque pour la santé et l'environnement en phase de démarrage d'un projet de recherche. D'abord, nous reviendrons sur les principaux concepts de la communication du risque identifiés par l'OMS (2022). Nous discuterons de l'incertitude et de la complexité entourant les données du projet de recherche. Ensuite, nous aborderons la perception des publics cibles et nous terminerons avec le lien de confiance envers l'équipe de recherche.

### **5.1.1 L'incertitude et la complexité**

Rappelons qu'un rapport publié par l'OMS (2022) retient les concepts comme l'incertitude et la complexité, la confiance et la perception lorsqu'il est question de la communication du risque. Il confirme que la communication visant particulièrement un risque associé à l'environnement ou à la santé suscite régulièrement des enjeux liés à l'incertitude des données scientifiques. Dès lors, lorsqu'il est question de communiquer des données émergentes qui ne cessent d'évoluer (OMS, 2022; Lino Grima, 1989), les professionnels en communication font ainsi face à un défi considérable. Il peut également s'avérer difficile de vulgariser des informations portant sur un risque pour les populations puisqu'il s'agit d'informations complexes à transmettre. D'ailleurs, nous avons été confrontée à cet enjeu lorsque nous avons élaboré les outils de communication. Nous disposions initialement d'un niveau de connaissances limité sur le sujet, d'autant plus que la vulgarisation scientifique était une entreprise nouvelle pour nous. C'est grâce à la contribution collective de l'ensemble des membres de l'équipe que nous avons été en mesure de produire les différents éléments de contenu adaptés à un public de masse.

Parmi les différentes entrevues réalisées auprès des participants, nous retenons principalement leur préoccupation liée à l'insuffisance des données scientifiques en phase de démarrage de la recherche. Il s'agit d'un enjeu habituel dans le cadre d'un projet de recherche qui en est à ses débuts. Dans notre cas, il faut se souvenir que nous avons peu de documentation liée à la problématique. Le projet était au stade préliminaire et les résultats des trois volets de la recherche étaient encore inconnus. À ce stade, nous n'avions pas la certitude quant à la présence du contaminant à l'étude. Par conséquent, les messages se sont fondés sur des hypothèses, faute d'un bilan concret, entraînant du coup, des informations très limitées à communiquer.

C'est pour cette raison que, dans le présent projet, l'équipe a estimé qu'il pouvait s'avérer contre-productif de communiquer hâtivement. Il y avait une certaine crainte que les publications entraînent des demandes d'entrevues ou d'informations par les milieux touchés, alors qu'il y avait très peu d'informations à donner. Par exemple, en ce qui concerne l'article portant sur l'échantillonnage et l'émission de *La semaine verte*, évoqués précédemment, nous considérons que la diffusion de l'entrevue constitue un cadre de communication plus maîtrisable, c'est-à-dire plus vulgarisé et encadré que la publication d'un communiqué portant sur l'avancement du projet et de l'échantillonnage. Il s'agit probablement de la raison pour laquelle l'équipe a préféré cette première forme de publication. Par ailleurs, la divulgation d'un risque pour la santé publique et l'environnement peut générer de l'anxiété et de l'écoanxiété au sein de la population. Cela va sans dire qu'à l'aube de la recherche, puisque les informations et les messages sont toujours incertains, la publication de communiqués ou d'articles est jugée susceptible de semer la confusion et entraîner une certaine angoisse auprès des citoyens. Selon Slovic (1999), de tels sentiments peuvent susciter des comportements irrationnels, comme des achats spontanés issus de la panique ou des actions inutiles pouvant aggraver la situation, et ce, dans une tentative de se protéger contre le risque anticipé.

### **5.1.2 Une communication pour comprendre les perceptions du public cible**

Parmi les avantages de la communication unidirectionnelle, notons la rapidité de transmission de l'information, la clarté du message véhiculé et la capacité d'atteindre un nombre considérable d'individus (Coombs, 2007). Ce type de communication peut s'avérer fort utile dans une situation de crise ou d'urgence, où il devient capital de diffuser promptement une information (Coombs,

2007). Cependant, sa nature présente des inconvénients, puisqu'il ne permet ni échange ni discussion avec les publics auxquels s'adressent les messages (Lohisse, 2009).

Au contraire, la communication bidirectionnelle encourage les dialogues et la rétroaction entre les parties concernées (Grunig et Hunt, 1984). Cette approche permet de renforcer la confiance et favorise la compréhension du public à l'égard des messages transmis (Grunig et Hunt, 1984). Dans le cadre de la communication sur les risques, les études démontrent qu'une meilleure connaissance des positions des publics et une prise en compte de leurs besoins favorisent une plus grande ouverture aux changements ainsi qu'aux dialogues (Renn, 2010 ; van Zwanenberg & Millstone, 2006, dans OMS, 2022). D'ailleurs, parmi les meilleures pratiques en communication du risque énoncées par Lundgren et McMackin (2018), la connaissance et la compréhension de son public cible est la pratique la plus primordiale.

À l'occasion du projet de recherche, le public visé semblait plutôt vaste. Ainsi, nous avons identifié dans le plan de communication une diversité de publics soit les instances gouvernementales, régionales et municipales, certaines organisations et le grand public. Nous voulions informer rapidement les différentes parties prenantes relativement à la problématique : ainsi nous avons préconisé l'approche unidirectionnelle et une communication de masse. Nous souhaitions ainsi communiquer rapidement cette problématique aux personnes concernées afin de les sensibiliser à cet enjeu. Par ailleurs, nous avons jugé qu'une communication de masse serait plus appropriée afin de mettre en place rapidement nos outils de communication, et ce dans le but d'analyser notre démarche dans le cadre de notre mémoire. Ainsi, la communication du risque s'est pliée aux besoins du mémoire. Après la réalisation de notre recherche et d'une revue de littérature sur la communication des risques, nous constatons maintenant que notre approche allait à l'encontre de la théorie établie. Nous avons initialement formulé l'hypothèse qu'il était crucial de communiquer et de mettre en place nos outils rapidement et c'est également ce qui semblait le mieux correspondre à nos besoins. Une revue de littérature sur la communication des risques aurait été nécessaire en amont de notre projet de recherche. Nous réalisons aussi la pertinence de construire nos messages ainsi que nos outils avec la collaboration des parties prenantes.

Par ailleurs, certains membres de l'équipe auraient préféré s'adresser à un public davantage ciblé, en l'occurrence, une population rurale ou les partenaires. Ils considéraient souhaitable d'établir une



communication bidirectionnelle afin de mieux comprendre les besoins et les préoccupations de ces parties prenantes, dans le but d'adapter les messages en conséquence. Nous sommes d'avis que cette étape aurait été nécessaire également.

Par ailleurs, au cours de l'été 2022, lors de l'échantillonnage (volet 2), des questionnaires ont été distribués aux participants pour recueillir leurs perceptions. À cette occasion, les résultats ont, entre autres, mis en évidence que les femmes étaient davantage préoccupées par la problématique de sorte que nos messages auraient eu avantage à être adaptés en fonction du genre. Si, au préalable, nous avions mené une consultation auprès des publics cibles, c'est-à-dire avant même l'élaboration des outils de communication, cela nous aurait permis d'ajuster nos messages en conséquence et de mieux répondre aux besoins des personnes concernées. En somme, nous nous interrogeons quant à notre choix initial d'une communication unidirectionnelle considérant qu'une communication bidirectionnelle est généralement plus efficace dans une situation comme la présente.

Avec le recul, il a été décidé en début de projet de privilégier une communication unidirectionnelle en raison de contraintes temporelles. Nous souhaitons terminer notre programme de maîtrise en deux ans et cette approche semblait la plus efficace compte tenu des circonstances. Il est à présent évident que nous aurions pu nous joindre à l'équipe sur le terrain. En nous joignant à l'équipe responsable de la campagne d'échantillonnage, cette immersion dans les régions concernées et auprès des personnes touchées par la problématique aurait permis une meilleure compréhension de leurs perceptions. De plus, en participant aux tables de concertation avec les partenaires du projet, nous aurions pu obtenir des informations cruciales sur les besoins des populations et ainsi renforcer notre approche en communication. Enfin, en analysant les données recueillies nous aurions pu dresser un portrait plus précis des besoins du public visé, contribuant ainsi à l'amélioration de notre démarche en communication.

En participant à ces activités et en échangeant avec les parties prenantes lors des tables de concertation ou lors de la collecte de données, nous aurions été en mesure d'acquérir une compréhension plus approfondie du public. Rappelons que Grunig et Hunt (1984) favorisaient cette approche aussi nommée la *communication bidirectionnelle symétrique* qui, selon ces auteurs, implique la reconnaissance du public et de sa perspective. En conséquence, nous aurions pu élaborer des outils de communication sur mesure, répondant aux besoins spécifiques de la

population tout en répondant aux besoins de l'équipe de recherche en matière de communication des risques en vue d'une mobilisation visant à les réduire.

### **5.1.3 La confiance envers les chercheurs**

Concernant la confiance envers les chercheurs, Breakwell (2014) indique que la communication du risque à un stade trop précoce peut nuire à la crédibilité d'une équipe de recherche. À ce sujet, rappelons que les messages diffusés initialement par l'équipe ne portaient que sur le volet de l'échantillonnage et des hypothèses de problèmes éventuels pour la santé et l'environnement. Si le risque ne s'était pas avéré, elle n'aurait eu d'autre choix que de modifier ses messages et son approche. Dans de telles circonstances, des informations aussi contradictoires et peu précises auraient probablement engendré une perte de crédibilité et de confiance envers les chercheurs (Covello, 1988). Heureusement, ces diverses appréhensions ne se sont pas concrétisées.

Par ailleurs, les membres ayant participé au troisième volet de la recherche sur le terrain ont sans doute contribué au renforcement du lien de confiance entre le public concerné et l'équipe de recherche. Tel que mentionné plus tôt, ils ont pris le temps d'expliquer à chacun des participants, des partenaires ainsi que des détenteurs d'enjeux la problématique à l'étude ainsi que les démarches du projet tout en les impliquant dans la recherche de solutions. Ils ont également distribué les dépliants créés à l'effigie du projet de recherche et indiqué qu'un site web était mis à leur disposition pour de plus amples renseignements, ce qui a contribué à renforcer la crédibilité envers l'équipe de recherche.

Bref, pour répondre à notre question de recherche initiale, la communication d'un risque pour la santé et l'environnement en phase de démarrage d'un projet de recherche peut susciter de nombreux enjeux. D'abord, la faible quantité d'information liée à la problématique ainsi que l'incertitude d'une présence du contaminant a généré certaines inquiétudes au sein de l'équipe de recherche. Une communication trop précoce pouvait entraîner des inquiétudes au sein de la population et des questionnements, pour lesquels l'équipe, n'avaient pas encore les réponses. Ensuite, nous croyons qu'il est essentiel de prendre le temps nécessaire afin d'effectuer une communication de type bidirectionnelle afin de comprendre la perception et les besoins du public, et ce dans le but d'élaborer des stratégies de communication adaptées. Enfin, il convient de souligner que la

crédibilité du projet peut être renforcée grâce aux actions de l'équipe de recherche, contribuant ainsi à maintenir la confiance du public envers celle-ci.

## **5.2 Le rôle du professionnel en communication au sein d'une équipe de recherche**

Dans cette section, nous tenterons de répondre aux deux premiers objectifs de la recherche portant sur le rôle et la contribution du professionnel en communication à l'intérieur d'un projet de recherche scientifique. Nous examinerons ainsi l'apport qu'un professionnel en communication peut apporter au sein d'une équipe de recherche, en termes de valeur ajoutée.

### **5.2.1 La plus-value du professionnel en communication dans une équipe de recherche**

Rappelons que la présence du professionnel en communication au sein du projet a permis la création de plusieurs outils. Au préalable, un plan de communication visant les années 2021 à 2023 a été conçu et présenté, sans oublier la réalisation d'une identité visuelle. À cet effet, un nom, un logo et des normes graphiques ont été élaborés. Par la suite, un site web, un dépliant, plusieurs capsules et une page Facebook ont été créés. Retenons que les plus récentes données révèlent que depuis son lancement en 2022, le site web est mensuellement fréquenté par 30 utilisateurs, alors que l'on dénombre pour la page Facebook 62 abonnés. Par ailleurs, les capsules ont été visionnées plus de 264 fois et les dépliants distribués à plus d'une centaine de personnes. Les relations de presses ont également contribué à la publication de cinq articles dans les journaux, à trois entrevues radio et à la diffusion d'une capsule dans une émission télévisée. D'ailleurs, toutes ces données sont en date du 12 avril 2023. L'ensemble de tous ces moyens techniques ont permis d'attirer l'attention des médias et du grand public à la problématique à l'étude. Nous jugeons important de souligner que pendant la recherche, l'équipe a largement apprécié la qualité puis trouvé fort utile l'ensemble de ces outils.

Ajoutons que les stratégies de communication mises en place dans le cadre du projet de recherche ont permis la création d'une image de marque. Selon Maisonneuve (2010), cette signature se définit comme l'ensemble des perceptions, émotions et attitudes qu'un individu associe à une marque ou à un produit. Celle-ci affirme que l'image de marque peut renforcer la crédibilité et la confiance des publics cibles, faciliter la différenciation par rapport aux concurrents et contribuer à l'identification. Ainsi, l'image du projet créée par l'équipe de communication a indubitablement contribué à renforcer la crédibilité de la recherche. Elle a favorisé la différenciation du projet en

lui conférant une identité unique tout en lui permettant de lui donner une plateforme et une notoriété.

Nous croyons également que le professionnel en communication se doit de gérer le budget en communication alloué au projet. Ce dernier doit s'occuper de l'administration, des factures et de la recherche de subvention pour cette portion.

En outre, l'expert en communication peut d'ailleurs aider à traduire les concepts scientifiques complexes dans un langage compréhensible pour le grand public. Dans le cas à l'étude, les communicateurs ont aussi contribué à identifier le contenu qui pouvait intéresser les médias et qui devait être vulgarisé. Lorsque le projet a débuté, force est d'admettre que nous (les communicateurs) ignorions tout de la problématique. Nos échanges avec l'équipe nous ont permis de vulgariser la recherche et sa problématique à un public non initié.

Notre analyse a par ailleurs révélé que la majorité des individus interrogés n'avaient peu ou pas eu recours à la communication dans le cadre de leurs différents projets de recherche antérieurs, celle-ci étant peu implantée dans leur domaine. Ainsi, comme souligné par Thoër (2009), il peut s'avérer complexe pour les chercheurs moins familiers avec les raccourcis de sens imposés par les communications de vulgariser leurs recherches auprès du grand public. Précisons que la machine médiatique exige des interventions courtes présentant la nouvelle et les conclusions dans un langage facilement assimilable (Thoër (2009)). Or, ici, la présence de communicateurs aguerris au sein de l'équipe a assurément contribué à une simplification plus adaptée des différents concepts clés. Nous sommes convaincue qu'un professionnel de la communication est un acteur clé et pertinent dans tout projet de recherche, surtout s'il est présent dès le début, ce qui lui permet de suivre de près toutes les avancées.

La présence d'un professionnel en communication au sein d'une équipe de recherche est plutôt inhabituelle. À cet égard, ce sont généralement les chercheurs et les agents de recherche ou les équipes institutionnelles qui assurent les communications. Dans le cas du projet de recherche, l'analyse des résultats démontre que la présence des communicateurs a permis, entre autres, de les décharger de certaines responsabilités. À ce sujet, nous avons pris sous notre responsabilité d'échanger avec la firme externe et de se coordonner avec eux pour la création des différents outils

de communication. La présence d'un communicateur a également libéré les chercheurs et les professionnels de recherche de certaines tâches liées à la communication, ce qui leur a ainsi permis de se concentrer davantage sur leurs analyses. Bref, un tel expert s'avère un atout indéniable. En effet, il est en mesure de réaliser des outils professionnels adaptés au but recherché, tout en permettant à l'équipe de tirer profit de son domaine d'expertise.

### **5.3 Les spécificités d'une équipe intersectorielle**

Dans cette section, nous tenterons de répondre à notre objectif portant sur la perspective de l'équipe de recherche face aux communications du projet et au rôle du communicateur. Pour ce faire, nous discuterons des différents défis auxquels nous avons été confrontée soit la communication, la détermination des objectifs de communication et la cohésion au sein de l'équipe.

Selon les FRQ (2023), une équipe intersectorielle est constituée de chercheurs issus de champs disciplinaires distincts et provenant minimalement de deux des trois secteurs suivants : les sciences naturelles et génies, les sciences sociales et humaines ou les arts et lettres et les sciences de la santé. Ces différentes collaborations visent à combiner les connaissances, les compétences et les ressources de nombreuses sphères afin de développer des méthodologies novatrices et de répondre à des enjeux complexes pouvant mener à des résultats concrets et applicables. Afin de démontrer l'intersectorialité de l'équipe, rappelons que les chercheurs provenaient des trois secteurs couverts par les FRQ : des chercheurs en géographie et chimie marine, des chercheurs en communication et des chercheurs en santé communautaire.

#### **5.3.1 La conception des rôles des membres issus d'une équipe de recherche**

Dans le cadre du présent projet de recherche, l'intersectorialité a entraîné un lot de défis. D'ailleurs, il s'agit d'une thématique qui est énormément ressortie lors de nos entretiens et dont nous n'avions pas tenu compte lors de l'élaboration de notre problématique de recherche. À ce sujet, les enjeux d'une collaboration intersectorielle ont été largement étudiés à travers la littérature. Benzies et Hayden (2012) proposent six conditions pour assurer l'efficacité de ce type d'équipe : la poursuite d'un objectif commun, un excellent leadership, du respect mutuel et de la confiance réciproque, une bonne communication, des objectifs bien déterminés et de la cohésion au sein du groupe.

Notre expérience sur le terrain et nos entrevues ont révélé l'importante motivation et la sensibilité de l'équipe de recherche face à la problématique à l'étude. Le chercheur principal du projet a su exercer un leadership exemplaire en tant que médiateur entre les différents volets, en livrant régulièrement ses commentaires et en motivant ses collègues à travers le processus, notamment envers l'équipe des communications. Les membres de l'équipe ont constamment fait preuve de respect et démontré leur confiance les uns envers les autres. Parmi les six caractéristiques identifiées précédemment, force est de constater qu'en matière de communication interne, nous avons éprouvé certaines difficultés, entre autres, lors de la définition des objectifs en communication, sans oublier en cours de projet, des ennuis de cohésion au sein des membres de l'équipe dans le domaine des sciences pures.

Selon Nancarrow et al. (2013), la communication représente un élément fondamental dans tout projet de ce type et constitue un des facteurs déterminants pour son succès. Il s'agit également du principal défi auquel les équipes de recherche intersectorielles sont confrontées (Benzies et Hayden, 2012). En raison des différences de langages et des visions de la recherche propres à chaque discipline, la bonne communication au sein des équipes interdisciplinaires peut s'avérer complexe.

À cet égard, l'équipe du projet de recherche n'a pas été épargnée. Nous avons été à même d'observer l'existence de multiples perceptions liées au rôle espéré du groupe des communications au sein de la présente recherche. Comme mentionné plus tôt, plusieurs chercheurs étaient issus des domaines reliés aux sciences pures et partageaient des bases communes quant à leurs façons de réaliser une recherche et de leurs rôles au sein d'une équipe, ce qui facilitait la convergence de leurs approches. Pour les membres de l'équipe rattachés au secteur des sciences humaines, soit au domaine des communications, nous avons une vision différente de la recherche et de notre implication au sein de l'équipe. Rappelons qu'en phase de démarrage du projet, nous avons rencontré tous les membres afin de comprendre leur spécialité, mais nous réalisons maintenant qu'il aurait été pertinent de présenter à notre tour notre perception des communications et des différentes branches possibles en recherche telles que le champ de la communication et la diffusion de masse, la communication du risque et l'approche bidirectionnelle ou encore le transfert de connaissance. Il existe des expertises différentes et il s'agit d'un sujet dont nous aurions dû discuter dès le départ pour éviter les attentes.

À ce sujet, dans le premier chapitre, nous avons mentionné que plusieurs disciplines étaient impliquées dans le cadre d'un projet de recherche documentant un risque. Il s'agit de domaines pouvant parfois être confondus. Dans le cadre de nos entrevues, précisons également que plusieurs participants, lorsqu'interrogés, n'ont pas effectué de distinction entre ces trois disciplines. Considérant que l'équipe est principalement composée de chercheurs possédant une grande expérience en recherche, nous réalisons que ces derniers s'attendaient probablement à de la recherche de notre côté également. Pour ces raisons, il aurait été nécessaire de prendre un moment pour expliquer notre spécialisation (qui n'est pas en recherche) et notre perception du mandat.

Au fil de nos entrevues, nous avons pris conscience que certains membres de l'équipe avaient une conception du communicateur qui était sensiblement différente de la nôtre. Nous avons constaté que les besoins anticipés correspondaient à de la recherche en communication des risques. L'équipe souhaitait développer de nouvelles connaissances dans ce domaine plutôt que de réaliser concrètement de la communication. Par exemple, une revue de littérature sur la communication des risques en milieux ruraux aurait été souhaitée ou notre participation aux tables de concertation. L'équipe désirait un chercheur en communication des risques pouvant prodiguer des conseils sur ce qui pouvait être véhiculé et sur l'approche à préconiser pour communiquer un enjeu de santé publique et environnemental aux parties prenantes, mais jamais n'a-t-il été question d'une diffusion de masse. Malgré tout, l'équipe était tout de même convaincue de la pertinence de la présence d'un professionnel en communication au sein d'une équipe de recherche et de l'importance de communiquer la problématique.

À titre de facteur additionnel ayant participé à cette différence de perception, soulignons que tous les membres, sans exception, se sont fait mutuellement confiance. Ce sentiment d'assurance a inévitablement eu un impact sur le déroulement de la recherche. C'est d'ailleurs un des éléments, qui tacitement, a probablement entraîné l'omission généralisée de l'équipe de se prononcer quant à leurs attentes qui étaient divergentes. La majorité des membres avaient énormément d'expérience en recherche, et ils avaient confiance en ce qui allait être livré et en l'expertise de l'équipe de communication.

Bref, nous sommes obligée de conclure qu'au sein des membres de l'équipe, chacun avait une vision et une interprétation distinctes du rôle du communicateur. Les formations professionnelles

et les expériences de travail antérieures ont inévitablement teinté les perspectives des membres de l'équipe contribuant ainsi aux attentes divergentes.

### **5.3.2 La définition des objectifs de communication**

Afin d'assurer leur efficacité, les équipes interdisciplinaires doivent établir conjointement des cibles précises et mesurables (Benzies et Hayden, 2012). Dans le cas présent, précisons que les objectifs ont d'abord été déterminés lors de la rédaction de la demande de financement comme à l'habitude. En ce qui a trait aux objectifs communicationnels, l'objectif principal indiqué dans la demande consistait à « initier une discussion dans les communautés rurales pour sensibiliser les citoyens aux risques et à identifier les meilleures pratiques pour communiquer à la population les risques et les moyens de mitiger leurs impacts potentiels ». Cet objectif a finalement été réalisé par l'équipe chargée du troisième volet de la recherche. Comme mentionné plus tôt, nous comprenons ainsi que l'objectif de la portion communication était d'outiller les populations aux prises avec un risque grâce à des activités de communication adaptées. À la lumière de nos entrevues, nous comprenons maintenant ce qui était attendu, soit de la recherche en communication des risques afin de pister l'équipe sur les bonnes pratiques en la matière en considérant le contexte.

En outre, nous constatons que le public visé n'était pas nécessairement celui déterminé dans le plan de communication. Rappelons que celui initialement établi sollicitait un ensemble de personnes, y compris de nombreux groupes, associations, ministères, municipalité, citoyens alors que l'équipe de scientifiques préférait s'adresser à une population rurale.

### **5.3.3 La cohésion au sein de l'équipe**

Selon la définition de Benzies et Hayden (2012), la cohésion au sein d'une équipe est caractérisée par une complicité qui se construit progressivement au fil du temps grâce à la proximité et à la connaissance mutuelle entre les membres. Autrement dit, cette complicité est le fruit de liens étroits tissés entre les individus, favorisant ainsi une collaboration harmonieuse et efficace. Cette dynamique nécessite du temps pour se construire et est souvent observée dans les équipes qui ont l'habitude de travailler ensemble. En ce qui concerne le projet de recherche, il s'agit d'une initiative intersectorielle d'une durée de deux ans, ce qui est considéré comme une période relativement courte dans le monde de la recherche (Benzies et Hayden (2012).



Pour notre part, nous avons eu le sentiment d'être moins incluse par moment, surtout lors du déroulement de la recherche. Les équipes responsables des différents volets étant concentrées à avancer leurs travaux, soucieuses de respecter les échéances, et n'avaient peut-être pas l'impression d'avoir du contenu communicable en début et en cours de projet. Par conséquent, nous avons des liens plus forts avec certaines personnes qui ont démontré plus de disponibilités et qui estimaient avoir davantage de contenu à communiquer. Nous pouvons notamment constater cette situation à travers nos messages clés qui portent principalement sur le deuxième volet de la recherche.

## **5.4 Nos recommandations**

Dans la présente section, nous discuterons de nos recommandations liées à la pratique des communications dans le cadre d'un projet de recherche similaire à celui-ci.

### **5.4.1 La mise en place du projet**

Dès le début d'un projet semblable, il serait judicieux de prévoir et de consacrer davantage de temps aux échanges entourant le rôle et les objectifs de la recherche en communication. Ces rencontres pourraient permettre de mieux saisir les besoins de chacun. Concernant le projet de recherche actuel, la mise en place s'est effectuée hâtivement et tout s'est déroulé promptement, permettant ainsi de progresser rapidement, mais nous privant d'une période suffisante pour réfléchir à nos exigences et fixer nos objectifs de manière collaborative.

À travers les sections précédentes, nous avons remis en question la nécessité de communiquer en phase de démarrage. Toutefois, nous sommes d'avis que la communication du risque dès le début d'un projet de recherche s'avère pertinente. Par ailleurs, la présence d'un professionnel en communication à l'étape initiale d'un projet lui permet de se familiariser avec la recherche, d'assimiler les propos scientifiques, d'intervenir et de conscientiser les chercheurs à leurs besoins en matière de communication, d'adapter les discours et les outils, tout en optimisant le temps des autres membres de l'équipe.

Nous constatons également l'utilité de prévoir un budget raisonnable pour les communications lors de la présentation des demandes de subvention. Les activités de communication que nous avons entreprises dans le cadre de ce projet de recherche n'avaient pas été prévues dans le budget initial de la recherche. Ainsi, préalablement à toute planification de la communication, nous encourageons

le professionnel en communication à vérifier la présence d'un budget dédié à ce domaine et à défaut, de l'établir afin d'éviter de prélever une somme d'argent attribuée aux autres volets de la recherche.

#### **5.4.2 Les outils de communication**

La création et la présentation du plan de communication se sont tout de même révélées extrêmement bénéfiques. Généralement, ce document permet de préciser les objectifs, de planifier les actions, les messages, les publics cibles et les résultats visés. Le plan a permis de brosser un portrait clair de ce que nous souhaitons exécuter. Toutefois, nous avons omis de réaliser un calendrier des livrables, ce qui nous aurait permis d'optimiser notre organisation et la gestion des communications du projet. Nous recommandons donc que cet outil soit établi dès le début du projet pour une meilleure planification.

De plus, nous sommes convaincue que les outils que nous avons conçus se sont avérés fort utiles. Cependant, la création du site web a requis beaucoup d'énergie, de temps et d'argent pour des retombées relativement faibles. À cet égard, nous sommes dans l'impossibilité de chiffrer précisément la somme consacrée à cet élément particulier puisque la facture de 5 748,75 \$ payée à la firme externe n'est pas détaillée. Toutefois, elle incluait la mise en page du dépliant et du site web, la création du logo et le découpage des capsules. Nous osons croire que la création du site web semble avoir exigé plus de temps et davantage d'argent par rapport aux autres outils, sans oublier les frais liés à l'hébergement (150 \$/an) et au domaine (50 \$/an). Il faut également ajouter les coûts engendrés pour les heures consacrées aux mises à jour du site web tout au long du projet. Ainsi, puisque depuis son lancement en janvier 2022, au plus 30 utilisateurs l'ont consulté mensuellement soit 390 visites (en date du 12 avril 2023), nous remettons en question la nécessité d'un tel site dans le cadre d'une recherche comme la nôtre. Dans ce contexte, nous avons des motifs raisonnables de croire qu'une page Facebook<sup>4</sup> aurait suffi pour diffuser le contenu, se serait avérée moins dispendieuse et requis moins de temps. Mentionnons également que la gestion du site web sera un défi dans les prochaines années, lorsque nous aurons quitté notre poste à titre d'étudiante

---

<sup>4</sup> Le présent projet de mémoire s'est terminé avant la mise en place du blocage des nouvelles de Meta au Canada. Les choix de plateforme pour la diffusion d'actualités peuvent varier en fonction de l'évolution des politiques et des réglementations en vigueur. Il est recommandé de surveiller les développements récents et d'explorer des alternatives, comme la création d'une page vitrine sur LinkedIn, qui reste un espace où de nombreux professionnels partagent des actualités.

au sein du projet. Par ailleurs, si le projet ne se poursuit pas et le budget est épuisé, il sera difficile de maintenir le site web et son renouvellement annuel. Ce sera donc un défi de plus de trouver quelle organisation s'occupera de récupérer les contenus.

Pour les capsules, nous remettons en question la publication de celles-ci sur la plateforme YouTube de la firme externe. Cette action a sans doute nui à la visibilité du projet, limitant notre possibilité d'ajouter de nouvelles capsules tout en restreignant la vérification des statistiques de visionnement. À long terme, il faudrait envisager la création d'une chaîne YouTube pour le projet, il faudrait toutefois que la firme externe nous fournisse tous les extraits, action pouvant s'avérer complexe alors qu'ils ont épuisé leur banque d'heures au sein du projet.

Dans le cas d'un projet comme celui-ci, nous sommes d'avis qu'une fois les données recueillies et le projet suffisamment avancé, la création d'une plateforme Facebook officielle pour le projet de recherche serait pertinente. Nous avons dénoté énormément d'engagements sur cette page. Cette dernière s'est avérée très utile pour diffuser les entrevues radio, les articles de nouvelles portant sur le projet de recherche ainsi que les étapes réalisées ou les Journées spéciales. Parmi les publications ayant suscité beaucoup d'interactions, une publication réalisée le 3 juin 2022 faisant un retour en images de l'équipe à l'œuvre sur le terrain a obtenu 15 mentions « j'aime » et a été partagée par plus de trois personnes/organisations. Une vidéo publiée à l'occasion de la Journée internationale des femmes et des filles en sciences (11 février 2022) à quant à elle obtenue 13 « j'aime », 7 « partages » et plus de 309 visionnements, il s'agit de plus de visionnements que l'entièreté de nos capsules sur YouTube (264 visionnements en tout). Il est possible de constater que Facebook s'avère un outil pertinent et suscitant énormément d'interactions. Enfin, notons que les capsules n'ont pas été publiées sur la page Facebook pour l'instant, nous avons convenu, avec l'équipe, qu'il était préférable d'attendre la fin du projet de recherche afin de ne pas alerter davantage le grand public. Par ailleurs, nous suggérons également qu'un calendrier de publications soit établi dès le départ afin de prévoir les publications à venir en ligne avec les avancées de la recherche, les journées importantes, etc. Nous souhaitons apporter une nuance à nos propos, en affirmant que nous ne souscrivons pas à l'idée selon laquelle chaque projet de recherche devrait impérativement disposer d'une page Facebook, car cela risquerait de générer une profusion de pages sans réel intérêt. Par conséquent, nous préconisons d'envisager en premier lieu l'utilisation

d'une plateforme existante, telle que la page Facebook d'une chaire de recherche ou d'un partenaire de recherche.

En ce qui concerne le dépliant, nous trouvons qu'il a été une excellente carte de visite pour les membres de l'équipe lors de l'échantillonnage sur le terrain. Cependant, nous considérons effectivement que les logos des universités partenaires auraient dû y figurer afin que les lecteurs y accordent une plus grande crédibilité.

Nous soulignons également l'importance de fournir les coordonnées des partenaires aux professionnels en communication afin de faciliter les échanges entre les parties. Dans le cas du projet à l'étude, nous n'avons malheureusement pas eu accès à ces contacts et n'avons donc pas pu informer les partenaires de la création des outils de communication. En conséquence, la grande majorité d'entre eux n'étaient pas au courant de l'existence des capsules, du site web et du dépliant destinés à sensibiliser le grand public. Avec du recul, nous croyons que cette décision a été prise afin de ne pas alerter les partenaires et la population concernée. L'équipe a préféré leur transmettre toutes les informations concernant la problématique soit les résultats de l'échantillonnage, des questionnaires, des différents volets et les outils de communication simultanément afin qu'ils se sentent outillés face à cette situation. Nous croyons toutefois qu'il serait bénéfique pour la visibilité du projet que ces derniers relaient les outils de communication au sein de leur organisation. Nous croyons que cette promotion devrait être réalisée en fin de projet afin que les résultats soient validés et fondés avant que les partenaires procèdent à la diffusion des outils.

Pour les messages clés présents dans les outils de communication, nous suggérons que le communicateur prenne le temps de rencontrer les parties prenantes pour comprendre leurs besoins et leurs perceptions.

En terminant, bien que l'expérience ait été remarquablement enrichissante et formatrice, nous ne saurions recommander qu'une étudiante chercheuse s'occupe des communications d'un projet de recherche. En effet, ce rôle peut parfois la placer dans des situations délicates, en faisant office d'intermédiaire entre les directeurs de recherche, l'équipe de recherche et la firme externe. À cet égard, nous conseillons de confier cette responsabilité à une personne externe, dotée d'une solide expertise en communication et en vulgarisation scientifique, ainsi que d'une expérience avérée en

recherche. Il serait idéal qu'elle possède également des compétences en graphisme et en montage vidéo, de façon à éviter d'avoir recours à une firme externe, ce qui permettrait de réaliser des économies substantielles qui pourraient être réinvesties dans la recherche.

### **5.4.3 La pertinence du responsable en communication au sein de l'équipe de recherche**

Dans cette section, nous terminons par une interrogation qui a émergé lors de notre démarche : est-il indispensable d'engager un professionnel en communication dans le cadre d'un projet de recherche ? En ce qui concerne le projet de recherche à l'étude, nous sommes d'avis que l'apport du professionnel en communication s'est avéré judicieux, bien que nous ne le considérons pas comme un atout essentiel. Ainsi, nous répondrons à cette question en deux temps. D'abord, nous allons nous concentrer sur la portion communication du risque du projet, pour ensuite aborder la portion communication de masse.

Dans le cas d'un projet portant sur un risque pour la santé et l'environnement, nous estimons qu'il est essentiel de faire appel à un expert en communication des risques. À ce sujet, l'OMS (2022) a récemment souligné que la communication du risque n'est pas suffisamment intégrée dans les projets de recherche et elle devrait être mise en place dès la conception jusqu'à la diffusion des résultats. Comme nous l'avons mentionné précédemment (chapitre 1), il n'est pas obligatoire qu'un professionnel en communication occupe ce rôle, ce volet pouvant être confié à un chercheur possédant une expertise dans le domaine de la communication du risque (Leiss et Krewski, 1989). Dans le cas de notre équipe de recherche, par exemple, nous constatons que certains chercheurs bien qu'ils soient en sciences pures possédaient un bagage sur la communication des risques. Par ailleurs, nous préconisons que cette personne soit membre de l'équipe dès le début de la recherche, afin qu'en cas de crise éventuelle, elle soit disponible et suffisamment informée pour mettre en place une stratégie de gestion des risques. Dans le cas où personne au sein de l'équipe ne pourrait remplir cette fonction, nous suggérons de prévoir le budget nécessaire et de procéder à une recherche externe pour trouver la personne adéquate.

Rappelons que la communication d'un projet de recherche relève habituellement des membres de l'équipe, des services institutionnels ou des organismes subventionnaires. Souvent, les subventions octroyées ne permettent pas de faire appel à un communicateur externe. À ce sujet, il est évident que les services spécialisés en communication offerts par les organismes subventionnaires et les

universités sont des atouts indéniables pour les relations de presse d'un projet de recherche. Il convient de rappeler qu'un communiqué de presse diffusé par les organismes subventionnaires a généré une demande d'entrevue de la part de Radio-Canada (article publié en début de trimestre 2021). De plus, lorsque nous avons lancé nos outils de communication, nous avons envoyé un communiqué de presse aux équipes de communication institutionnelles des deux universités concernées, qui ont rapidement manifesté leur intérêt de diffuser notre nouvelle. Ainsi, deux articles ont été publiés, ce qui a entraîné deux demandes d'entrevues de la part de *Radio-Canada* et la publication d'un article dans le Réseau d'Information Municipale (publiés en début de trimestre 2022). Notons que les équipes institutionnelles ainsi que l'équipe de recherche ont géré ces demandes médiatiques. À cet égard, en tout, cinq demandes ont été directement envoyées à l'équipe de recherche et/ou au chercheur principal, tandis que quatre demandes ont été traitées par les universités.

Par ailleurs, nous avons remarqué que les équipes institutionnelles sont très réactives lorsque nous publions du contenu sur les médias sociaux, et qu'elles partagent systématiquement toutes nos publications, tout comme les organismes subventionnaires. En bref, nous avons constaté une grande volonté de la part de ces derniers de contribuer à la diffusion du projet de recherche. Ainsi, nous sommes convaincue que dans le cas d'un projet de recherche souhaitant une communication de masse, il n'est pas nécessaire d'avoir un professionnel en communication au sein de l'équipe. Toutefois, il est capital que le corps professoral soit sensibilisé à l'importance de communiquer les avancées et les résultats de leurs recherches aux équipes dédiées.

Cependant, si un projet de recherche envisage une importante opération de relations de presse, nous ne pensons pas que les équipes institutionnelles et celles des organismes subventionnaires soient en mesure de gérer cette communication. Il serait donc judicieux de recourir à un professionnel de la communication spécifiquement affecté à l'équipe de recherche. Sa présence permettrait de maintenir une relation avec les parties prenantes, en plus de déterminer les messages clés et les moments opportuns pour les diffuser. Les membres de l'équipe chargés de la communication auraient également l'initiative de contacter les équipes institutionnelles pour diffuser les outils de communication et les identifier dans les publications sur les médias sociaux, ce qui n'est pas nécessairement automatique pour les personnes n'étant pas spécialisées dans ce domaine. En rédigeant les communiqués de presse envoyés aux universités, ils contribuent à réduire leur charge

de travail, grâce à leur connaissance, le texte comporte toutes les informations nécessaires pour la publication d'un article. Ainsi, nous pouvons affirmer que la présence d'un professionnel de la communication dans un projet de recherche est pertinente, mais pas indispensable. Cependant, en ce qui concerne un projet qui documente un risque pour la santé et l'environnement, nous pensons qu'une personne ayant de l'expérience en communication des risques au sein de l'équipe de recherche est un atout.

## CONCLUSION

La communication du risque est une discipline visant un échange d'information concernant un risque pour la santé ou l'environnement entre les parties prenantes. Dans un contexte où les changements climatiques s'intensifient, cette discipline est appelée à gagner en importance.

Dans le cadre de cette étude, nous avons souhaité nous attarder davantage à ce domaine. Pour ce faire, nous avons intégré une équipe de recherche, en phase de démarrage, documentant un risque pour la santé et l'environnement. Il n'existait alors aucun résultat provenant de la recherche à communiquer. Ainsi, notre principale préoccupation visait à déterminer les enjeux de la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont encore à documenter.

Nous l'avons établi plus tôt, le professionnel en communication, le professionnel en communication du risque et le courtier des connaissances sont tous des spécialistes appelés à collaborer dans un processus de recherche. Bien que chacun de ces acteurs poursuive des objectifs distincts, leurs rôles peuvent parfois se chevaucher, ce qui peut entraîner une certaine confusion quant à leurs mandats. Ainsi, en tant qu'étudiante et chercheuse en communication, nous avons choisi d'analyser le véritable rôle que peut jouer le professionnel en communication au sein d'un projet de recherche, ainsi que les incidences qu'il peut avoir sur celui-ci. Considérant que nous étions membre d'une équipe de recherche interdisciplinaire, nous souhaitions également mieux comprendre les différentes perceptions du rôle d'un professionnel en communication au sein de la présente.

Cette étude cherchait à renforcer la résilience de la société québécoise face aux changements climatiques, tout en identifiant les meilleures pratiques pour communiquer en présence d'une problématique incertaine. Par conséquent, ce travail vise à aider les équipes de recherche confrontées à des situations similaires, se posant des questions sur les enjeux de communiquer un risque en phase de démarrage. En outre, notre étude permet de mieux comprendre la contribution d'un professionnel de la communication au sein d'une équipe de recherche.



Il convient de rappeler que le terrain de notre recherche-action est un projet se concentrant sur une problématique pouvant engendrer un risque pour la santé des populations et l'environnement. Notre approche consistait à développer du contenu et des outils de communication adaptés aux besoins du projet de recherche en phase de démarrage. À cet effet, nous avons créé un plan de communication, un site web, un dépliant, des capsules et une plateforme Facebook, que nous avons alimentés tout au long de notre recherche.

Ce mémoire est basé également sur le contenu de huit entretiens réalisés auprès des membres de l'équipe de recherche. Cet exercice avait pour objectif d'inviter les participants à se prononcer sur leurs besoins et leurs habitudes en matière de communication, de communication du risque et de transfert des connaissances. Les participants ont été invités à commenter les stratégies de communication déployées pendant le projet. De surcroît, ce mémoire s'appuie aussi sur la participation observante, dont l'outil de collecte de données a été le journal de bord.

Nous avons été confrontée à certaines limites inhérentes à notre intervention. Malheureusement, nous avons pu rencontrer, en personne, tous les participants que quelques fois, toutes nos interactions ayant eu lieu en ligne. Ainsi, nous avons potentiellement manqué certains éléments du langage non verbal des participants. Soulignons également qu'il est généralement plus difficile d'établir une relation de confiance par visioconférence. Ensuite, les entrevues réalisées avec les participants ont eu lieu en cours de projet, soit à l'été 2022. Notons que les réponses des personnes interrogées seraient possiblement différentes si nous avions réalisé les entretiens en fin de projet. Par ailleurs, étant membre de l'équipe et ayant participé à l'élaboration des outils communications du projet, certains participants ont peut-être retenu certaines informations pour ne pas nous offenser ou par désirabilité sociale. En outre, étant donné que cette recherche-action est spécifique aux projets de recherche documentant un risque, ses résultats peuvent ne pas être généralisables à d'autres projets de recherche.

Est-ce trop rapide de communiquer un risque pour la santé des populations, des animaux ou des écosystèmes, surtout en phase de démarrage d'un projet de recherche? Les résultats démontrent qu'il vaut mieux attendre d'avoir suffisamment de données avant d'entamer une communication de masse. L'équipe de recherche a eu des craintes de s'exposer à des questions provenant de la population et des autorités, et ce, n'ayant pas encore eu les réponses et les résultats pour appuyer

leurs propos. Il y avait donc des préoccupations reliées à l'insuffisance des données scientifiques et à la crédibilité de l'équipe de recherche. Heureusement, dans le cadre de la présente étude, ces craintes ne se sont pas concrétisées. Dans une situation comme celle-ci, nous croyons qu'un communiqué de presse décrivant le projet de recherche et ses différents volets auraient suffi pour cette première portion du projet. Par ailleurs, nous avons remis en question notre stratégie basée sur une communication de masse et à sens unique. Une communication bidirectionnelle misant sur une consultation des publics cibles et l'établissement d'un dialogue auraient permis de développer des outils et des messages beaucoup plus adaptés. De plus, la littérature sur la communication du risque prône une communication bidirectionnelle dans une situation comme celle-ci.

L'analyse des résultats démontre que la présence de communicateurs a permis, entre autres, de décharger l'équipe de recherche de certaines responsabilités liées aux communications, notamment la vulgarisation des concepts et la conception des outils. Par ailleurs, les outils de communication mis en place ont rendu possible la création d'une image de marque et ont conféré une identité unique au projet de recherche et renforcé sa crédibilité. Soulignons également l'attention médiatique constante face à la problématique et les multiples articles et entrevues en ayant découlé.

Cette collaboration intersectorielle a engendré plusieurs défis, dont le plus évident concerne la communication au sein de l'équipe. En effet, nous avons remarqué des visions différentes quant aux livrables attendus en matière de communication. Une recherche sur le rôle du professionnel en communication a été effectuée, alors qu'une recherche sur la communication des risques était attendue. L'objectif de l'équipe de recherche étant de saisir les meilleures pratiques et les moyens pour communiquer un risque pour la santé et l'environnement à une population rurale. Nos expériences et nos disciplines ont sans doute teinté notre perception du mandat. Malgré tout, nous considérons que la présence d'un professionnel en communication s'est avérée très pertinente. Dans le cadre d'une recherche similaire, l'idéal serait de combiner les deux volets soit la recherche en communication ainsi qu'une communication plus générale du projet.

Par ailleurs, il y a lieu de préciser que notre direction de recherche provient de disciplines distinctes. Nous sommes encadrées par deux professeurs, dont l'un est spécialisé dans le domaine de la santé communautaire. Ses travaux de recherche se concentrent sur les acteurs des milieux ruraux, les petites municipalités et leur capacité à se mobiliser autour des problématiques qui les touchent afin

de trouver des solutions appropriées. Le second, issu du milieu de la communication, s'attarde davantage aux communications visant un grand public et la mobilisation de l'opinion publique. Ainsi, nous avons été à même de constater des perceptions différentes au sein des effectifs de notre équipe, mais également parmi nos directeurs issus de spécialités différentes. Ce qui a pu nous placer dans des positions plutôt délicates par moment.

En guise de conclusion, nous avons formulé quelques recommandations relatives à la mise en place d'un projet de recherche. Selon nous, il est crucial d'établir un plan de communication et un calendrier des livrables aux préalables. Un calendrier des publications serait également de mise. Pour les plateformes web, nous déconseillons aux projets de recherche similaires de se doter d'un site web, une page Facebook étant largement suffisante. Nous suggérons également la création d'un dépliant décrivant la recherche qui sert de carte de visite sur le terrain. Ensuite, nous encourageons tout projet à consacrer du temps pour les relations de presse de la recherche, les équipes de communication institutionnelle et des organismes subventionnaires peuvent être d'un grand soutien. Dans le cadre d'un projet de recherche documentant un risque pour la santé, nous conseillons d'intégrer un chercheur possédant de l'expérience en communication des risques à l'équipe de recherche. Enfin, nous ne conseillons pas qu'une étudiante chercheuse s'occupe des communications d'un projet de recherche, il serait préférable qu'une personne de l'externe soit embauchée au besoin.

En conclusion de ce mémoire de recherche, dans l'éventualité où ce projet de recherche serait poursuivi, nous recommandons qu'une personne de l'équipe soit désignée pour gérer les communications du projet. Il est également suggéré de continuer à approfondir la recherche sur la communication des risques afin de déterminer de manière plus précise comment communiquer efficacement le risque à cette population rurale. Le projet de recherche a déjà amassé de nombreuses données sur la perception du risque auprès des populations cibles, ce qui pourraient être un point de départ utile pour poursuivre les recherches dans cette direction. En outre, il est recommandé d'étudier les défis auxquels sont confrontées les équipes de recherche intersectorielles, afin d'identifier les meilleures pratiques pour assurer un fonctionnement optimal et efficace du projet. En somme, la poursuite de cette recherche permettrait de mieux comprendre comment la communication des risques peut être améliorée et adaptée aux besoins spécifiques de

la population rurale, tout en favorisant la collaboration intersectorielle et l'adoption de pratiques optimales pour une gestion de projet efficace.

## ANNEXE 1 : COURRIELS D'APPROCHE

Bonjour à toute l'équipe,

J'espère que vous passez un bel été!

Je vous écris aujourd'hui avec mon chapeau d'étudiante.

Vous êtes cordialement invités.es à participer à un projet de recherche ayant pour objectif la détermination des enjeux liés à la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont à documenter. Il s'agit d'une recherche-action sur le rôle du professionnel en communication accompagnant une équipe de recherche documentant un risque environnemental pouvant causer des impacts néfastes sur la santé.

Il s'agit d'une étude menée par l'étudiante-chercheuse, Marylène Kouri, candidate à la maîtrise en communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Je souhaite vous rencontrer individuellement afin d'obtenir vos points de vue sur les enjeux associés à la communication du projet de recherche et les impacts des différents outils de communication élaborés. Il s'agirait d'un entretien d'environ 30 minutes. Avant d'accepter de collaborer à cette étude, je vous enverrai plus de détails sur la recherche.

Merci beaucoup,

Marylène Kouri

Candidate à la maîtrise en communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM)

Tel : 514-629-4358

Courriel : [kouri.marylene@uqam.ca](mailto:kouri.marylene@uqam.ca)

Bonjour X,

J'espère que tu vas bien!

Je voulais simplement effectuer un suivi avec toi concernant mon dernier courriel envoyé à l'équipe de recherche. J'aimerais savoir si tu souhaites participer à ma recherche intitulée : « *Les enjeux de la communication du risque dans le cadre d'un projet de recherche: Recherche-action sur le rôle du professionnel en communication lors des étapes de démarrage et de réalisation de la recherche* ».

Il s'agirait d'effectuer un entretien d'une trentaine de minutes ensemble via *Zoom* ou *Teams* (comme tu préfères). Je mets en pièce jointe la grille d'entrevue afin que tu puisses avoir une idée des questions qui seront posées.

Voici un rappel des outils de communication qui ont été élaborés en phase de démarrage du projet :

- Site web
- Dépliant

- Page Facebook
- Page YouTube

J'ajoute également en pièce jointe le formulaire d'information et de consentement pour l'entretien de 30 minutes. Il décrit plus en détail ma recherche.

Il y a également un deuxième formulaire de consentement pour l'observation participante qui aura lieu lors de nos rencontres d'équipe et via nos échanges. Si tu as des questions, n'hésite pas!

Merci de me revenir avec tes disponibilités si jamais tu souhaites participer.

Merci beaucoup!

Marylène Kouri

Candidate à la maîtrise en communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM)

*Tel : 514-629-4358*

## ANNEXE 2 : FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT 1



### FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT

#### Titre du projet de recherche

Les enjeux de la communication du risque dans le cadre d'un projet de recherche: Recherche-action sur le rôle du professionnel en communication lors des étapes de démarrage et de réalisation de la recherche.

#### Étudiante-chercheuse

Marylène Kouri, étudiante à la maîtrise en communication.

Courriel : [kouri.marylene@uqam.ca](mailto:kouri.marylene@uqam.ca)

Téléphone : 514-629-4358

#### Direction de recherche

Directeur : Bernard Motulsky, professeur au département de communication sociale et publique.

Courriel : [motulsky.bernard@uqam.ca](mailto:motulsky.bernard@uqam.ca)

Téléphone : 514-898-9454

Co-directrice : Lily Lessard, professeure au département des sciences de la santé

Courriel : [lily\\_lessard@uqar.ca](mailto:lily_lessard@uqar.ca)

Téléphone : 418-833-8800 poste 3350

#### Préambule

Nous vous invitons à participer à un projet impliquant une intervention en milieu de recherche. Avant d'accepter de collaborer à cette étude, veuillez prendre le temps de lire et de considérer attentivement les renseignements qui suivent.

Le présent formulaire d'information et de consentement vise à vous renseigner sur le but et les procédures de cette étude ainsi que les avantages, les risques et inconvénients liée à votre participation. Vous y trouverez également les noms des personnes avec lesquelles vous pouvez communiquer au besoin.

Le présent formulaire d'information et de consentement peut contenir des mots que vous ne saisissez pas. Si tel était le cas, nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles avant de donner votre consentement à y participer.

#### Description du projet et de ses objectifs

Le présent projet de recherche-action entend suivre, sur une période d'une année (2021-2022), une équipe composée de chercheurs.euses, d'étudiants.es et de professionnels.elles de recherche

Au début, cette démarche réalisée conjointement avec des partenaires intersectorielles des domaines de l'environnement, des municipalités et du secteur de la santé visait à élaborer collectivement du contenu et des outils de communication adaptés aux besoins du projet de recherche. L'origine de l'intervention coïncidait avec l'obtention de la bourse d'études versée à Marylène Kouri et son rôle de responsable des communications au sein du projet. Ce rôle lui a permis une immersion en profondeur dans le milieu. Ce n'est que quelques mois plus tard qu'a émergé l'idée d'orienter le mémoire de maîtrise de l'étudiante-chercheuse sur cette intervention.

L'objectif de cette recherche qui s'inscrit dans le cadre d'une maîtrise en communication consiste à déterminer les enjeux liés à la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont à documenter.

Premièrement, ce mémoire sera basé sur le contenu d'entrevues semi-dirigées qui seront réalisées auprès des membres de l'équipe et des partenaires de la recherche souhaitant y participer. Ces entretiens individuels, d'une durée de 30 minutes, se dérouleront au cours de l'été et l'automne 2022. Elles seront enregistrées à des fins de références ultérieures et à la rédaction des verbatim. Cet exercice a pour objectif d'inviter les participants.es à se prononcer sur leurs besoins et leurs habitudes en matière de communication du risque et les résultats de la recherche. Les participants.es seront également amenés.es à commenter les stratégies de communication déployées jusqu'ici dans le projet.

Deuxièmement, le mémoire sera fondé sur le journal de bord qui documente le contexte de réalisation du projet de recherche.

Les différents outils élaborés lors du projet tels que le plan de communication, la revue de presse, le site web, les capsules et les médias sociaux serviront également à l'analyse.

## Nature et durée de votre participation

Nous vous rappelons qu'une recherche-action est orientée vers le changement. Il s'agit d'une approche itérative misant sur l'interaction entre l'étudiante-chercheuse et les participants.es afin de répondre à un problème réel vécu par les acteurs.trices sur le terrain et engendrer de nouvelles connaissances scientifiques. Mentionnons qu'un journal de bord, tenu depuis février 2021, a permis de documenter le contexte de la recherche.

Nous souhaitons vous rencontrer afin d'obtenir vos points de vue sur les enjeux associés à la communication du projet [REDACTED] et aux impacts des différents outils de communication élaborés. Cet entretien d'une durée de 30 minutes aura lieu cet été ou à l'automne et sera enregistré en ligne (audio), les entrevues seront uniquement visionnées par l'étudiante-chercheuse. Ces entrevues permettront de répondre à la question de recherche initiale consistant à déterminer les enjeux liés à la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont à documenter. L'étude sera également fondée sur les documents et les outils de communications produits, tels que le plan de communication, l'échéancier, les notes de rencontres, la revue de presse, les vidéos, le dépliant, le site web et les médias sociaux.

## Avantages liés à la participation

La présente démarche devrait vous permettre d'améliorer vos connaissances personnelles en communication du risque sans négliger le résultat de l'analyse d'un cas réel sur les meilleures et les moins bonnes pratiques à adopter, qui sera sans doute bénéfique pour vos futurs projets de recherche.

## Inconvénients et risques liés à la participation

La participation à cette recherche ne devrait pas entraîner d'inconvénient, si ce n'est le temps de participation aux entrevues individuelles d'une durée de 30 minutes. Cette recherche fait appel à vos observations professionnelles et cette intervention a été approuvée par les responsables du projet [REDACTED]. Il n'y a pas de risque connu à votre participation.

## Confidentialité

L'anonymat sera respecté par différents moyens dans cette recherche. Ainsi, les renseignements recueillis sont confidentiels et seule l'étudiante-chercheuse y aura accès. Les entrevues transcrites seront numérotées et seule l'étudiante-chercheuse détiendra la liste des participants.es et du numéro attribué. Les enregistrements et tous les documents relatifs à votre entrevue seront conservés en format électroniques sur un serveur sécurisé de l'UQAM et protégé par un nom d'utilisateur et un mot de passe. Toutes les informations confidentielles seront supprimées cinq après le dépôt du mémoire.

Considérant la nature publique du projet [REDACTED] et le site web indiquant les différents membres de l'équipe de recherche, il ne sera pas possible de garantir l'anonymat total des participants et participantes. La recherche vise à recueillir les observations professionnelles liées aux différents outils de communication. Par ailleurs, nous n'envisageons pas une participation de tous les membres de l'équipe [REDACTED] par conséquent, il sera d'autant plus difficile d'identifier ceux et celles qui auront collaboré. Pour ceux et celles souhaitant y participer, nous protégerons leur identité grâce à une dénominalisation des données lors de l'analyse. Ainsi, il ne se sera pas possible d'attribuer les réponses à une personne, mais plutôt à une minorité ou une majorité des participants et participantes.

## Participation volontaire et retrait

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de quitter l'étude, vous n'avez qu'à aviser Marylène Kouri verbalement; toutes les données vous concernant seront détruites.

## Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue

## Des questions sur le projet?



Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation vous pouvez communiquer avec la responsable du projet : Marylène Kouri, 514-629-4358, [kouri.marylene@uqam.ca](mailto:kouri.marylene@uqam.ca). Vous pouvez également contacter ses superviseurs : Bernard Motulsky, 514-898-9454, [motulsky.bernard@uqam.ca](mailto:motulsky.bernard@uqam.ca) ; Lily Lessard, 418-833-8800 poste 3350, [lily\\_lessard@uqar.ca](mailto:lily_lessard@uqar.ca).

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche sur le plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordination du CERPE : [cerpe-pluri@uqam.ca](mailto:cerpe-pluri@uqam.ca).

### Remerciements

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier.

### Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tel que présenté dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. Je, soussigné(e) accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Une copie signée de ce formulaire d'information et de consentement doit m'être remise.

---

Prénom Nom

---

Signature

---

Date

### Engagement du chercheur

Je, soussigné(e) certifie

- (a) avoir expliqué au signataire les termes du présent formulaire; (b) avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard;
- (c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus;
- (d) que je lui remettrai une copie signée et datée du présent formulaire.

---

Prénom Nom

---

Signature

---

Date

## ANNEXE 3 : FORMULAIRE D'INFORMATION ET DE CONSENTEMENT 2



### FORMULAIRE DE CONSENTEMENT 2

#### Titre du projet de recherche

Les enjeux de la communication du risque dans le cadre d'un projet de recherche: Recherche-action sur le rôle du professionnel en communication lors des étapes de démarrage et de réalisation de la recherche.

#### Étudiante-chercheuse

Marylène Kouri, étudiante à la maîtrise en communication.

Courriel : [kouri.marylène@uqam.ca](mailto:kouri.marylène@uqam.ca)

Téléphone : 514-629-4358

#### Direction de recherche

Directeur : Bernard Motulsky, professeur au département de communication sociale et publique.

Courriel : [motulsky.bernard@uqam.ca](mailto:motulsky.bernard@uqam.ca)

Téléphone : 514-898-9454

Co-directrice : Lily Lessard, professeure au département des sciences de la santé

Courriel : [lily\\_lessard@uqam.ca](mailto:lily_lessard@uqam.ca)

Téléphone : 418-833-8800 poste 3350

#### Préambule

Nous vous invitons à participer à un projet impliquant une intervention en milieu de recherche. Avant d'accepter de collaborer à cette étude, veuillez prendre le temps de lire et de considérer attentivement les renseignements qui suivent.

Le présent formulaire de consentement vise à vous renseigner sur le but et les procédures de cette étude ainsi que les avantages, les risques et inconvénients liés à votre participation. Vous y trouverez également les noms des personnes avec lesquelles vous pouvez communiquer au besoin.

Le présent formulaire de consentement peut contenir des mots que vous ne saisissez pas. Si tel était le cas, nous vous invitons à poser toutes les questions que vous jugerez utiles avant de donner votre consentement à y participer.

#### Description du projet et de ses objectifs

Le présent projet de recherche-action entend suivre, sur une période d'une année (2021-2022), une équipe composée de chercheurs.euses, d'étudiants.es et de professionnels.elles de recherche [REDACTED]

Au début, cette démarche réalisée conjointement avec des partenaires intersectorielles des domaines de l'environnement, des municipalités et du secteur de la santé visait à élaborer collectivement du contenu et des outils de communication adaptés aux besoins du projet de recherche [REDACTED]. L'origine de l'intervention coïncidait avec l'obtention de la bourse d'études versée à Marylène Kouri et son rôle de responsable des communications au sein du projet. Ce rôle lui a permis une immersion en profondeur dans le milieu. Ce n'est que quelques mois plus tard qu'a émergé l'idée d'orienter le mémoire de maîtrise de l'étudiante-chercheuse sur cette intervention.

L'objectif de cette recherche qui s'inscrit dans le cadre d'une maîtrise en communication consiste à déterminer les enjeux liés à la communication du risque lorsque les données, les solutions et l'ampleur de la problématique sont à documenter.

Premièrement, ce mémoire sera basé sur le contenu d'entrevues semi-dirigées qui seront réalisées auprès des membres de l'équipe et des partenaires de la recherche souhaitant y participer.

Deuxièmement, le mémoire sera fondé sur le journal de bord qui documente le contexte de réalisation du projet de recherche. L'observation participante sera également une méthode employée par l'étudiante chercheuse afin d'étudier le contexte de la recherche et les interactions avec les participants.es. Cette méthode de collecte de données permettra d'approfondir le contexte ainsi que certains éléments observés dans le cadre des entrevues, des rencontres d'équipe ainsi que des discussions sur l'outil de gestion de projet *Teams*.

Les différents outils élaborés lors du projet tels que le plan de communication, la revue de presse, le site web, les capsules et les médias sociaux serviront également à l'analyse.

## Nature et durée de votre participation

Nous vous rappelons qu'une recherche-action est orientée vers le changement. Il s'agit d'une approche itérative misant sur l'interaction entre l'étudiante-chercheuse et les participants.es afin de répondre à un problème réel vécu par les acteurs.trices sur le terrain et engendrer de nouvelles connaissances scientifiques.

En signant le présent formulaire, vous consentez à ce que Marylène Kouri utilise les données recueillies dans son journal de bord pour la période d'observation participante soit à l'été et à l'automne 2022. Il contiendra des notes personnelles sur le déroulement des entrevues et de la recherche sur le terrain.

Dans un premier temps, l'étudiante chercheuse prendra des notes liées aux entrevues réalisées avec chaque membre de l'équipe souhaitant participer. Dans un deuxième temps, nous documenterons les rencontres d'équipe mensuelles. Dans un troisième temps, la plateforme de gestion de projet *Teams* et les canaux de discussions seront également utilisés pour l'observation participante. Certains de vos propos pourraient être cités dans le mémoire, toutefois, les sources resteront anonymes. Ces notes de types descriptives permettront de conserver des traces des actions et des recherches réalisées afin d'apprendre de celles-ci et d'appuyer les résultats de notre étude. L'observation participante rendra possible l'immersion complète de l'étudiante chercheuse sur le terrain de recherche et permettra d'approfondir la compréhension du contexte.

## Avantages liés à la participation

La présente démarche devrait vous permettre d'améliorer vos connaissances personnelles en communication du risque sans négliger le résultat de l'analyse d'un cas réel sur les meilleures et les moins bonnes pratiques à adopter, qui sera sans doute bénéfique pour vos futurs projets de recherche.

## Inconvénients et risques liés à la participation

La participation à cette recherche ne devrait pas entraîner d'inconvénient. Cette recherche fait appel à vos observations professionnelles et cette intervention a été discutée et validée par l'équipe du projet [REDACTED]. Il n'y a pas de risque connu à votre participation.

## Confidentialité

L'anonymat sera respecté par différents moyens dans cette recherche. Ainsi, les renseignements recueillis sont confidentiels et seule l'étudiante-chercheuse y aura accès. Tous les documents relatifs à l'observation participante seront conservés en format électroniques sur un serveur sécurisé de l'UQAM et protégé par un nom d'utilisateur et un mot de passe. Toutes les informations confidentielles seront supprimées cinq après le dépôt du mémoire.

Considérant la nature publique du projet [REDACTED] et le site web indiquant les différents membres de l'équipe de recherche, il ne sera pas possible de garantir l'anonymat total des participants et participantes. La recherche vise à recueillir les observations professionnelles liées aux différents outils de communication. Par ailleurs, nous n'envisageons pas une participation de tous les membres de l'équipe [REDACTED] par conséquent, il sera d'autant plus difficile d'identifier ceux et celles qui auront collaboré. Pour ceux et celles souhaitant y participer, nous protégerons leur identité grâce à une dénominalisation des données lors de l'analyse. Ainsi, il ne sera pas possible d'attribuer les réponses à une personne, mais plutôt à une minorité ou une majorité des participants et participantes.

## Participation volontaire et retrait

Votre participation est entièrement libre et volontaire. Vous pouvez refuser d'y participer ou vous retirer en tout temps sans devoir justifier votre décision. Si vous décidez de quitter l'étude, vous n'avez qu'à aviser Marylène Kouri verbalement; toutes les données vous concernant seront détruites.

## Indemnité compensatoire

Aucune indemnité compensatoire n'est prévue

### Des questions sur le projet?

Pour toute question additionnelle sur le projet et sur votre participation vous pouvez communiquer avec la responsable du projet : Marylène Kouri, 514-629-4358, [kouri.marylene@uqam.ca](mailto:kouri.marylene@uqam.ca). Vous pouvez également contacter ses superviseurs : Bernard Motulsky, 514-898-9454, [motulsky.bernard@uqam.ca](mailto:motulsky.bernard@uqam.ca) ; Lily Lessard, 418-833-8800 poste 3350, [lily\\_lessard@uqar.ca](mailto:lily_lessard@uqar.ca).

Des questions sur vos droits ? Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) a approuvé le projet auquel vous allez participer. Pour des informations concernant les responsabilités de l'équipe de recherche sur le plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains ou pour formuler une plainte, vous pouvez contacter la coordination du CERPE : [cerpe-pluri@uqam.ca](mailto:cerpe-pluri@uqam.ca).

### Remerciements

Votre collaboration est essentielle à la réalisation de notre projet et l'équipe de recherche tient à vous en remercier.

### Consentement

Je déclare avoir lu et compris le présent projet, la nature et l'ampleur de ma participation, ainsi que les risques et les inconvénients auxquels je m'expose tel que présenté dans le présent formulaire. J'ai eu l'occasion de poser toutes les questions concernant les différents aspects de l'étude et de recevoir des réponses à ma satisfaction. Je, soussigné(e) accepte volontairement de participer à cette étude. Je peux me retirer en tout temps sans préjudice d'aucune sorte. Je certifie qu'on m'a laissé le temps voulu pour prendre ma décision.

Une copie signée de ce formulaire d'information et de consentement doit m'être remise.

---

Prénom Nom

---

Signature

---

Date

### Engagement du chercheur

Je, soussigné(e) certifie

- (a) avoir expliqué au signataire les termes du présent formulaire; (b) avoir répondu aux questions qu'il m'a posées à cet égard;
- (c) lui avoir clairement indiqué qu'il reste, à tout moment, libre de mettre un terme à sa participation au projet de recherche décrit ci-dessus;
- (d) que je lui remettrai une copie signée et datée du présent formulaire.

---

Prénom Nom

---

Signature

---

Date

## ANNEXE 4 : GRILLE D'ENTRETIEN

Thèmes/questions principales	Questions complémentaires/ relances
<p><b>Accueil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation de l'objectif de la recherche, des modalités de la participation.</li> <li>- Lecture du formulaire de consentement, la possibilité de se retirer de la recherche en tout temps, les risques associés à la participation. Réponse aux questions du participant.</li> <li>- Signature du formulaire de consentement.</li> </ul>	
<p><b>Début</b></p> <p>Pourriez-vous me dire quel est votre rôle au sein du projet [REDACTED] ainsi que les étapes que vous avez réalisées et celles à venir?</p>	<p>Noter le rôle, les différentes réalisations et les prochaines étapes.</p>
<p>Habituellement, quels sont vos besoins en matière de communication ou de transfert des connaissances dans le cadre de vos projets de recherche?</p>	<p>Constatez-vous une différence entre vos besoins et vos moyens déployés?</p>
<p>Quelles sont vos pratiques habituelles en termes de communication ou de transfert et mobilisation des connaissances habituellement lors de vos projets de recherche?</p>	<p>Que faites-vous en phase de démarrage, en cours et à la fin de vos projets?</p>
<p>Voyez-vous des enjeux particuliers en termes de communication dans le projet [REDACTED] et si oui, de quelles natures sont-ils?</p>	<p>Selon vous, quels sont les enjeux de communiquer un risque lorsqu'il n'est pas suffisamment documenté?</p>
<p><b>Description de l'expérience vécue au sein du projet de recherche</b></p> <p>Pourriez-vous m'indiquer <b>et m'expliquer</b> quel est votre niveau de satisfaction</p>	<p>Rappeler qu'un site web, des capsules informatives disponibles sur YouTube, un</p>

<p>quant à la communication du projet en phase de démarrage?</p> <p>Totalement insatisfait; plutôt insatisfait; ni satisfait, ni insatisfait, plutôt satisfait, totalement satisfait?</p>	<p>dépliant et une page Facebook ont été réalisés.</p>
<p>Pour les quatre outils de communication (site web, dépliant, Facebook, capsules YouTube) quel est votre niveau de satisfaction sur une échelle allant de : totalement insatisfait; plutôt insatisfait; ni satisfait, ni insatisfait, plutôt satisfait, totalement satisfait? Spécifiez en général et pour chacun des outils.</p>	<p>Avez-vous des suggestions quant au différents outils de communication?</p>
<p>Avez-vous remarqué des impacts suite au lancement des outils de communication?</p>	<p>Quels sont les impacts que vous avez perçus (dans la communauté, dans les médias, etc.)?</p>
<p><b>Vers l'avenir</b></p> <p>Quelles ont été vos questions face à la communication et en avez-vous pour l'avenir?</p>	<p>Quelles ont été vos questions lors du projet?</p>
<p>Ce projet a-t-il changé votre approche, votre vision de la communication pour vos prochains projets de recherche ?</p>	<p>Avez-vous constaté des changements?</p>
<p><b>Fin</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Annoncer la clôture de l'entrevue</li> <li>- Faire un résumé des propos qui ont été discutés</li> <li>- Demander si la personne a des éléments à ajouter</li> <li>- Remerciements</li> </ul>	

## BIBLIOGRAPHIE

- Anadon, M. (2006). La recherche « qualitative ». De la dynamique de son évolution aux acquis indéniables et aux questionnements présents. *Recherches qualitatives*, 26(1), 5-31.  
[http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition\\_reguliere/numero26\(1\)/manadon\\_ch.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero26(1)/manadon_ch.pdf)
- Attalah, P.M. (1997). *Théories de la communication. Sens, sujets, savoir*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Aven, T., et Renn, O. (2009). On risk defined as an event where the outcome is uncertain. *Journal of Risk Research*, 12(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/13669870802488883>
- Barwick, M., Phipps, D., Myers, G., Johnny, M., et Coriandoli, R. (2014). Knowledge Translation and Strategic Communications : Unpacking Differences and Similarities for Scholarly and Research Communications. *Scholarly and Research Communication*, 5(3).  
<https://doi.org/10.22230/src.2014v5n3a175>
- Beck, U. (1986). *La société du risque : Sur la voie d'une autre modernité*. Aubier. [eWorldCat.org. http://www.uqtr.ca/biblio/notice/tablemat/17786300TM.html](http://www.uqtr.ca/biblio/notice/tablemat/17786300TM.html)
- Bernays, E.L. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York : Liveright.
- Blais, M., et Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale : Description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches Qualitatives*, 26.
- Bougnoux, D. (2001). *Introduction aux sciences de la communication*. Paris: La Découverte.
- Bourgeois, L. (2016). Assurer la rigueur scientifique dans la recherche-action. Dans I. Carignan (dir.), *La recherche-action et la recherche-développement au service de la littérature*.(p.6-20). Sherbrooke : Les éditions de l'Université de Sherbrooke.  
[https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/8807/02\\_Bourgeois.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/8807/02_Bourgeois.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Breakwell, G. M. (2014). *The psychology of risk* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Breton, P., et Proulx, S. (2012). *L'explosion de la communication : Introduction aux théories et aux pratiques de la communication* (4e éd. ). Paris: La Découverte.
- Caillaud, S., et Flick, U. (2016). *Triangulation méthodologique. Ou comment penser son plan de recherche*.[https://www.researchgate.net/publication/303019389\\_Triangulation\\_methodologique\\_Ou\\_comment\\_penser\\_son\\_plan\\_de\\_recherche](https://www.researchgate.net/publication/303019389_Triangulation_methodologique_Ou_comment_penser_son_plan_de_recherche)
- Carrier, A., et Contandriopoulos, D. (2018). *Principes de communication et rôle social du chercheur en matière de transfert de connaissances : Une dualité source de questionnements éthiques*. BioéthiqueOnline, 5. <https://doi.org/10.7202/1044284ar>

- Castell, R. (2009). *La montée des incertitudes. Travail, protections et statuts de l'individu*. Paris: Seuil.
- Centre d'Études sur le Stress Humain. (2019). Recette du stress : <https://www.stresshumain.ca/le-stress/comprendre-son-stress/source-du-stress/>
- Cobley, P. (2015). Communication: Definition and Concepts. Dans W. Donsbach (dir.), *The concise encyclopedia of communication* (p.73-75). Oxford: Wiley Blackwell.
- Conseil de recherche en sciences humaines du Canada (2018). Énoncé de politique des trois Conseils : Éthique de la recherche avec des êtres humains – EPTC 2 (2<sup>e</sup> éd.) [https://ethics.gc.ca/fra/policy-politique\\_tcps2-eptc2\\_2018.html](https://ethics.gc.ca/fra/policy-politique_tcps2-eptc2_2018.html)
- Coombs W.T et Holladay S.J., (2011). *The handbook of crisis communication*. Chichester: John Wiley & Sons
- Covello, V., Winterfeldt, D., et Slovic, P. (1986). Risk communication : A review of the literature. *Risk Abstracts*, 3, 171-182.
- Covello, T., Vincent et al. (1997). *La communication* (3e éd. actualisée). Auxerre: Éd. « Sciences humaines ».
- Desbiolles, A. (2020). *L'écoanxiété : Vivre sereinement dans un monde abîmé*. Paris: Fayard.
- Dolbec, A et Clément, J. (2000). La recherche qualitative/interprétative en éducation. Dans L. Savoie-Zajc (dir.), *Introduction à la recherche en éducation* (p.199-224). Sherbrooke : Éditions du CRP.
- Doré. M. (2017). La stratégie et les acteurs de la communication des risques. Dans B.Motulsky, J.B. Guindon, F. Tanguay-Hébert (dir.), *Communication des risques météorologiques et climatiques* (p.89-102). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Dryhurst, S., Schneider, C. R., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., Van der Bles, A. M., Spiegelhalter, D., et Van der Linden, S. (2020). Risk perceptions of COVID-19 around the world. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 994-1006. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193>
- Dumas, M. (2010). *Les relations publiques, une profession en devenir*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Fayard, P. (1988). *La communication scientifique publique : De la vulgarisation à la médiatisation*. Lyon: Chronique sociale.
- Fonds de recherche du Québec (2011). *Plan d'action en matière des connaissances 2011-2014*. <https://frq.gouv.qc.ca/app/uploads/2021/06/plan-daction-en-matiere-de-transfert-des-connaissances-2011-2014.pdf>
- Fonds de recherche du Québec. (2016). *Intersectorialité une définition*. <https://www.scientifique-en-chef.gouv.qc.ca/dossiers/recherche-intersectorielle/intersectorialite-une-definition/>



- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management : A stakeholder approach*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Gabin, P., et Dortier, J.-F. (2008). *La communication* (3e éd. actualisée). Auxerre: Éd. « Sciences humaines ».
- Glaserfeld, E. (1985). *L'approche constructiviste: vers une théorie des représentations.*, Montréal: Université du Québec à Montréal, Cahier du CIRADE, n° 7
- Graham, I. D., Logan, J., Harrison, M. B., Straus, S. E., Tetroe, J., Caswell, W., et Robinson, N. (2006). Lost in knowledge translation : Time for a map? *Journal of Continuing Education in the Health Professions*, 26(1), 13-24. <https://doi.org/10.1002/chp.47>
- Grunig, J. E. (2001). Two-Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, and Future. Dans R.L. Heath (dir.), *The Sage Handbook of Public Relations* (p.11-30). Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.
- Grunig, J.E., et Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.  
[https://www.researchgate.net/publication/322802009\\_Managing\\_Public\\_Relations](https://www.researchgate.net/publication/322802009_Managing_Public_Relations)
- Guay, M.H., et Prud'homme, L. (2004). La recherche-action. Dans Karsenti, T., et Savoie-Zjac, L. (dir). *Introduction à la recherche en éducation*. (p.235-268) Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal. <https://www-jstor-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/stable/j.ctv69sv3w.12>
- Hayenhjelm, M. (2006). Asymmetries in Risk Communication. *Risk Management*, 8(1), récupéré de <http://www.jstor.org/stable/3867940>
- Hayes, R., et Grossman, D. (2006). *A scientist's guide to talking with the media : Practical advice from the Union of Concerned Scientists*. New Brunswick : Rutgers University Press.
- IPCC, 2022: Climate Change 2022: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, M. Tignor, E.S. Poloczanska, K. Mintenbeck, A. Alegría, M. Craig, S. Langsdorf, S. Löschke, V. Möller, A. Okem, B. Rama (eds.)]. Cambridge University Press. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA, 3056 pp., doi:[10.1017/9781009325844](https://doi.org/10.1017/9781009325844)
- Lacouture A., Ridde V., Dagenais C. et Pommier J. (2016). « Transfert des connaissances » : de quoi parle-t-on concrètement ? 2 pages ; EHESP.
- Lakhani, J., Benzies, K., & Hayden, K. A. (2012). Attributes of Interdisciplinary Research Teams : A Comprehensive Review of the Literature. *Clinical & Investigative Medicine*, 35(5), 260. <https://doi.org/10.25011/cim.v35i5.18698>

- Leiss, W. (1989.). *Prospects and problems in risk communication*. Univ. of Waterloo Press.
- Lemire, N., Laurendeau, M.-C., et Souffez, K. (2009). *Animer un processus de transfert des connaissances : Bilan des connaissances et outil d'animation*. Direction de la recherche, formation et développement, Institut national de santé publique Québec.
- Lemyre, L., Beaudry, M., et Gie Yong, A. (2017). Les aspects psychosociaux de la perception et de la communication des risques. Dans B.Motulsky, J.B. Guindon, F. Tanguay-Hébert (dir.), *Communication des risques météorologiques et climatiques (p.65-88)*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Lincoln, Y. S. et Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills CA: Sage.
- Lingard, L., Schryer, C. F., Spafford, M. M., & Campbell, S. L. (2007). Negotiating the politics of identity in an interdisciplinary research team. *Qualitative Research*, 7(4), 501-519. <https://doi.org/10.1177/1468794107082305>
- Lino Grima, A-P. (1989). Improving risk information transfer : Instrumental and integrative approaches infrascrures. Dans W. Leiss (dir.), *Prospects and problems in risk communication*. Univ. of Waterloo Press.
- Liu, M. (1997). *Fondements et pratiques de la recherche-action*. Paris: Harmattan.
- Lohisse, J. (2009). *La communication : De la transmission à la relation* (4e éd). Bruxelles: De Boeck.
- Lundgren, R. E., et McMakin, A. H. (2009). *Risk communication : A handbook for communicating environmental, safety, and health risks* (4th ed). Wiley.
- Maisonneuve, D., Tremblay, S. et Lafrance A.-A. (2004). *Résultat de la recherche sur l'état des relations publiques au Québec. Faits saillants*. [https://www.durabilitecommunication.com/wp-content/uploads/2021/05/2004-crp-faits\\_saillants\\_rechercherp.pdf](https://www.durabilitecommunication.com/wp-content/uploads/2021/05/2004-crp-faits_saillants_rechercherp.pdf)
- Maisonneuve, D. (2005). *La communication des risques : Un nouveau défi* (1<sup>re</sup> éd.). Presses de l'Université du Québec. <https://doi.org/10.2307/j.ctv5j01sk>
- Maisonneuve, D. (2010). *Les relations publiques dans une société en mouvance* (4e éd). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Marc, E. et Picard, D. (2015). *Relations et communications interpersonnelles* (3e édition.). <http://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb44425885r>
- Munerol, L., Cambon, L., et Alla, F. (2013). Le courtage en connaissances, définition et mise en œuvre : Une revue de la littérature: *Santé Publique*, Vol. 25(5), 587-597. <https://doi.org/10.3917/spub.135.0587>

- Nancarrow, S. A., Booth, A., Ariss, S., Smith, T., Enderby, P., & Roots, A. (2013). Ten principles of good interdisciplinary team work. *Human Resources for Health*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.1186/1478-4491-11-19>
- Organisation mondiale de la Santé. (2018). *Communication du risque pendant les urgences sanitaires : Directives stratégiques et pratiques de l’OMS pour la communication sur les risques en situation d’urgence*. Genève: Organisation Mondiale de la santé. <https://iris.who.int/handle/10665/272269>
- Organisation mondiale de la Santé. Bureau régional de l’Europe. (2022). *Communication efficace sur les risques pour l’environnement et la santé : Rapport stratégique sur les tendances récentes, les théories et les concepts*. Organisation mondiale de la Santé. Bureau régional de l’Europe; WHO IRIS. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/352046>
- Ouranos. (2022, 14 mars). *Que retenir du rapport du GIEC sur les impacts et l’adaptation aux changements climatiques ?* <https://www.ouranos.ca/fr/nouvelles/2022-09-15/que-retenir-du-rapport-du-giec-sur-les-impacts-et-ladaptation-aux-changements>
- Paillé, P. (2007). *La méthodologie de recherche dans un contexte de recherche professionnalisante : Douze devis méthodologiques exemplaires*.
- Paquin, L.-C. (2017). *Études en communication : aspects épistémologiques, méthodologiques et critiques*. Le constructivisme [http://lcpaquin.com/epistemologie/constructivisme/constructuc\\_piaget.html](http://lcpaquin.com/epistemologie/constructivisme/constructuc_piaget.html)
- Peters R.G., Covello V.T., et McCallum D.B. (1997). The determinants of trust and credibility in environmental risk communication : An empirical study. *Risk analysis : an official publication of the Society for Risk Analysis*, 17(1), 43-54. <https://onlinelibrary-wiley-com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/doi/epdf/10.1111/j.1539-6924.1997.tb00842.x>
- Piaget, J. (2005). *L’épistémologie génétique*. (6e éd.). Paris: Presses Universitaires de France. <https://www.cairn.info/l-epistemologie-genetique--9782130549970.html>
- Pourtois, J.-P., Desmet, H., de Mons, U., et Humbeeck, B. (2013). *La recherche-action, un instrument de compréhension et de changement du monde*. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors\\_serie/hs-15/hs-15-Pourtois-et-al.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hs-15/hs-15-Pourtois-et-al.pdf)
- Prévost, P., et Roy, M. (2013). *La recherche-action : Origines, caractéristiques et implications de son utilisation dans les sciences de la gestion*. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition\\_reguliere/numero32\(2\)/32-2-roy-prevost.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero32(2)/32-2-roy-prevost.pdf)
- Renn, O. (2010). Risk communication: insights and requirements for designing successful communication programs on health and environmental hazards. Dans: Handbook of risk and crisis communication (p.80-98). New York (NY): Routledge.

- Robert, B. et Sabourin, J-P. (2005). Infrastructures essentielles: La communication des risques et les réseaux de support à la vie. Dans *La communication des risques : Un nouveau défi* (p.19-30). Sainte-Foy (Québec) Presses de l'Université du Québec.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctv5j01sk>
- Rosa E. A. (2003). *The logical structure of the social amplification of risk framework (SARF) : Metatheoretical foundations and policy implications*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Savoie-Zajc, M. (2000). La recherche qualitative/interprétative en éducation. Dans L. Savoie-Zajc (dir.), *Introduction à la recherche en éducation* (p.122-151). Sherbrooke : Éditions du CRP.
- Sellnow, T. (2009). *Effective risk communication : a message-centered approach*. New York: New York: Springer.
- Shannon, C. E., et Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Chicago, IL: University of Illinois Press.
- Slovic, P. (1987). Perception of Risk. *Science*, 236, 280-285.  
<https://doi.org/10.1126/science.3563507>
- Société québécoise des professionnels en relations publiques. (2022). *Notre mission*.  
<https://www.sqprp.ca/fr/notre-mission>
- Thoër, C. (2009). *Médias, médicaments, et espace public*. Québec: Presses de l'Université du Québec
- Turbide, O., Yates, S. (2018). Du modèle normatif à une vision pragmatique de la profession. Dans S. Yates (dir.), *Introduction aux relations publiques : Fondements, enjeux et pratiques* (p.52-92). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Watzlawik, P. (1972). *Pour une logique de la communication*. Paris: Seuil.