**Sélectionner les théories pertinentes pour la GC**

Les théories énumérées ci-dessous sont des exemples utilisés dans le cadre de notre travail de GC. Toutefois, cela ne veut pas dire que ce sont les seules théories qui peuvent être appliquées. Lorsque vous commencez à utiliser la GC systématique dans votre travail, ajoutez les théories que vous appliquez à cette liste !

| **Théorie** | **Cible** | **Concepts clés** | **Application dans la gestion des connaissances** |
| --- | --- | --- | --- |
| Taxonomie de l'apprentissage de Bloom5 | Promouvoir les concepts, les processus et les procédures dans l'éducation, plutôt que l'apprentissage par cœur. | L'apprentissage s'articule autour de trois domaines :   * Cognitive (connaissance) * Affectif (attitude) * Psychomoteur (compétences)   Le niveau d'expertise dans chaque domaine peut être exprimé à l'aide d'une échelle à plusieurs niveaux. Par exemple, le domaine des connaissances comprend six niveaux d'expertise : connaissance, compréhension, application, analyse, synthèse et évaluation. | Reconnaître les différents domaines d'apprentissage peut aider les activités de GC à aborder non seulement les connaissances mais aussi les compétences et les attitudes. Par exemple, une activité de gestion des connaissances peut aider à améliorer les connaissances des médecins sur les contraceptions réversibles à action prolongée (LARC) ainsi que leurs compétences en matière d'insertion des méthodes de LARC et leurs attitudes quant à la fourniture de ces méthodes. L'identification du niveau d'expertise souhaité dans chaque domaine aidera également à déterminer les approches spécifiques à utiliser ainsi que les techniques pour évaluer l'efficacité. |
| Diffusion des innovations6 | Comment les nouvelles idées, les nouveaux produits et les nouvelles pratiques se répandent dans un système au fil du temps. | Il existe cinq types d'adoptants à prendre en compte lors de la promotion d'un nouveau produit ou d'une nouvelle idée :   * Innovateurs (veulent être les premiers à essayer l'innovation) * Adopteurs précoces (à l'aise avec l'adoption de l'innovation et ils ont tendance à être des leaders d'opinion qui influencent les décisions des autres). * Majorité précoce (adopte les nouvelles idées avant le commun des mortels et a généralement besoin de voir d'abord la preuve que l'innovation fonctionne). * Majorité tardive (sceptique à l'égard du changement et n'adoptera une innovation qu'après que la majorité l'aura essayée) * Les retardataires (très sceptiques et représente le groupe le plus difficile à persuader) | En identifiant les cinq types d'adoptants parmi le public visé par votre intervention de GC, vous pouvez ensuite appliquer des stratégies différentes pour atteindre chaque segment. Par exemple, votre intervention peut se concentrer sur le recrutement de leaders d'opinion pour persuader la « majorité précoce » d'adopter votre intervention de GC. |
| Idéation7 | Diffusion de nouvelles façons de penser ou de nouveaux comportements par la communication et l'interaction sociale. | La probabilité d'adopter un nouveau comportement est plus élevée lorsque quelqu'un :   * A acquis des connaissances et des compétences suffisantes à ce sujet. * A développé une attitude positive à son égard. * Pense que les autres le soutiennent et le pratiquent. * En a parlé à d'autres personnes. * Se sent bien de le faire.   Les programmes peuvent choisir les stratégies de communication à privilégier en fonction des facteurs qui sont les meilleurs prédicteurs du comportement dans leur contexte donné. | Lorsque vous concevez votre intervention de GC, réfléchissez aux facteurs qui empêchent ou facilitent l'adoption par votre public du comportement que vous voulez promouvoir. Par exemple, manquent-ils de connaissances actualisées et pourraient-ils donc bénéficier d'une formation en cours d'emploi ou d'ateliers réguliers ? Ou peut-être ont-ils les connaissances nécessaires mais pensent-ils que leurs superviseurs ne soutiennent pas ce comportement ? Une bonne compréhension de ces questions peut vous aider à sélectionner les activités de gestion des connaissances les plus appropriées. |
| Les étapes du travail8 | La motivation individuelle ou la volonté de changer de comportement | Les gens passent par cinq étapes lorsqu'ils adoptent de nouveaux comportements :   * Précontemplation (inconscient du problème) * Contemplation (conscient) * Décision (intention d'agir) * Action (pratiquer le comportement souhaité) * Entretien (vise à maintenir le changement de comportement)   Les personnes peuvent bénéficier de différentes interventions, adaptées à leur étape du changement, afin d'obtenir le changement de comportement souhaité. | L'identification du stade de comportement actuel de votre public peut vous aider à sélectionner les outils de GC appropriés pour faire passer le public du stade actuel au stade suivant. Par exemple, un outil de travail pour aider les prestataires au stade de la « décision » à passer au stade de l'« action ». Connaître le stade actuel de votre public peut également vous aider à fixer des objectifs réalistes. Par exemple, il n'est pas réaliste d'attendre d'un public qui n'a jamais entendu parler du problème qu'il apporte des changements immédiatement. |