

Analyse des enjeux d'éthique liés à la valorisation commerciale de la recherche universitaire au Québec

Jean Bernatchez, Ph.D.*

Résumé : Nous proposons d'analyser les enjeux d'éthique liés à la valorisation commerciale de la recherche universitaire au Québec. Cette expression désigne les activités qui visent à introduire sur le marché un produit, un procédé ou un service développé grâce à la recherche universitaire. L'enjeu est un « espace de sens » où se traduisent les accords et les différends entre les acteurs. L'espace de sens qui nous intéresse est lié à l'éthique, car il est marqué par une réflexion argumentée des acteurs reposant sur des normes, soit les principes auxquels ils se réfèrent pour interpréter le phénomène et pour fonder leurs actions dans ce champ, conformément à leurs valeurs et à leurs intérêts. D'abord, nous mettons en contexte le phénomène de la valorisation commerciale de la recherche universitaire. Ensuite, pour le rendre compréhensible, nous nous référons aux normes associées à trois univers conceptuels différents : les idées d'université, l'éthos de la science et les référentiels des politiques publiques de la recherche universitaire.

Mots-clés : recherche universitaire, valorisation commerciale, enjeux, universités, Québec

**Jean Bernatchez est professeur-chercheur à l'Unité départementale des sciences de l'éducation de l'Université du Québec à Rimouski et membre du Groupe de recherche Apprentissage et socialisation (APPSO). Politologue de formation, il enseigne l'administration scolaire dans les programmes de cycles supérieurs en éducation. Ses recherches portent sur les politiques publiques de la recherche et de la science, sur la gouvernance scolaire et sur l'épistémologie.*