

## Résumé de l'intervenant

### Les incitatifs monétaires stimulent bel et bien la participation des étudiants aux études de recherche

D'après une nouvelle étude commandée et publiée par le Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur (COQES), lorsque vient le temps de persuader les étudiants de niveau postsecondaire de prendre part à des études volontaires de recherche, ce sont les incitatifs monétaires qui fonctionnent le mieux.

Dans tous les secteurs, l'encouragement de la participation à la recherche constitue un défi constant, mais l'obtention de niveaux élevés de participation dans le milieu des EPS peut être particulièrement difficile, car on demande souvent aux étudiants de participer à des enquêtes et à des études. Les incitatifs sont fréquemment employés pour stimuler les taux de participation.

Le COQES a commandé au groupe *Academica* une étude visant à examiner l'incidence des types d'incitatifs, des stratégies de communication et de l'effort requis pour la participation des étudiants postsecondaires à la recherche en ligne afin d'orienter les travaux actuellement réalisés en lien avec l'[Initiative des aptitudes essentiels chez les adultes](#) (IAEA). Dans le cadre de ce projet, un test en ligne sert à mesurer l'évolution des compétences en littératie, en numératie et en résolution de problèmes chez les étudiants des collèges et universités entre le début de leur programme et l'obtention de leur diplôme. Les constatations de l'étude, à l'exemple de nombreuses autres études où interviennent des étudiants de niveau postsecondaire, dépendent fortement des taux de participation et de la qualité des réponses des étudiants. Une compréhension améliorée de l'incidence de l'effort requis par les tâches, des incitatifs et des stratégies de communication sur ces facteurs peut aider à assurer la réussite du projet.

### Description du projet

L'étude intitulée *L'incidence des incitatifs, des communications et de l'effort requis par les tâches sur la participation des étudiants postsecondaires à la recherche en ligne* montre les constatations d'une expérience utilisant deux types d'incitatifs (monétaire ou non monétaire), deux types de stratégies de communication (régulière ou améliorée) ainsi que deux types de tâches (exigeant un effort faible ou un effort important). La tâche exigeant un effort faible consistait en une courte enquête en ligne d'une durée d'environ 15 minutes, tandis que celle exigeant un effort important était d'une durée allant jusqu'à 90 minutes. La tâche exigeant un effort important se rapportait à l'évaluation des études et des compétences en ligne (ECEL), une évaluation de l'Organisation de coopération et de développement économiques également employée dans le cadre de l'IAEA. L'incitatif monétaire consistait en un bon d'achat de 10 \$ sur Amazon et l'incitatif non monétaire était l'accès à Paddle, un outil de motivation en ligne et d'exploration de carrières. Les courriels de communication régulière s'apparentaient à ceux que

Le groupe Academica envoie habituellement aux répondants potentiels. Ceux de communication améliorée étaient caractérisés, entre autres, par un ton davantage conversationnel et l'usage d'icônes et d'images pour véhiculer les messages clés. La fréquence des messages par courriel était la même pour les deux types de communication.

Un échantillon de 8 000 étudiants de niveau postsecondaire en Ontario a été invité à prendre part à l'étude, et ces participants ont été affectés au hasard à l'une de huit conditions possibles dans l'étude. Les taux de réponse, les taux d'ouverture des invitations par courriel, la qualité des réponses des participants et la composition de l'échantillon ont ensuite fait l'objet d'une analyse.

## **Constatations**

Ce sont l'effort requis par la tâche et le type d'incitatif qui ont eu la plus grande incidence sur les taux de réponse. Les participants à qui un incitatif monétaire était offert étaient quatre fois plus susceptibles de réaliser la tâche que ceux à qui un incitatif non monétaire était proposé, pendant que les étudiants invités à réaliser la tâche exigeant un effort faible étaient près de six fois plus susceptibles de le faire que ceux invités à s'acquitter de la tâche exigeant un effort important. De plus, le taux d'ouverture de l'invitation par courriel était plus élevé chez les étudiants qui ont reçu des courriels de communication régulière que chez ceux à qui on a envoyé un courriel de communication améliorée, bien que la taille de l'effet ait été faible et que celui-ci n'ait donné lieu qu'à une légère augmentation du taux de réponse. En ce qui a trait à la qualité des réponses, une faible part des répondants affectés à l'une ou l'autre des tâches ont répondu à l'enquête plus rapidement que prévu, ce qui indique que la grande majorité des répondants ont pris le temps de lire les questions de l'enquête et de fournir des réponses réfléchies. Une analyse des caractéristiques démographiques et scolaires des étudiants a révélé peu de différences significatives.

Selon les auteurs, les résultats de l'étude donnent à penser que les incitatifs monétaires engendrent un taux de réponse plus élevé que les incitatifs non monétaires, quel que soit le type de message employé ou l'effort requis par les tâches. Les constatations semblent également indiquer que les invitations par courriel comportant un objet clair et concis ont de meilleures chances d'être ouvertes que celles dont le message est plus décontracté ou plus conversationnel. Les incitatifs monétaires ont bel et bien permis d'accroître la participation aux tâches, quel que soit le type, mais le taux de réponse était nettement plus bas pour la tâche exigeant un effort important. Voilà qui porte à croire que les tâches longues et difficiles exigeront probablement l'utilisation de moyens plus novateurs pour encourager la participation des étudiants.

Les auteurs de l'étude *L'incidence des incitatifs, les communications et de l'effort requis par les tâches sur la participation des étudiants postsecondaires à la recherche en ligne* sont Julie Peters, Chris Hall et Rod Skinkle.