

# Guide de recrutement des étudiants et étudiantes pour la recherche au niveau postsecondaire

Darren Cyr, Ruth Childs et Susan Elgie

Publié par

# Le Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur

1, rue Yonge, bureau 2402  
Toronto (Ontario) Canada M5E 1E5

Téléphone : 416 212-3893  
Télécopieur : 416 212-3899  
Site Web : [www.heqco.ca](http://www.heqco.ca)  
Courriel : [info@heqco.ca](mailto:info@heqco.ca)

## Se référer au présent document comme suit :

Cyr, D., Childs, R., et Elgie, S. (2013). *Guide de recrutement des étudiants et étudiantes pour la recherche au niveau postsecondaire*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.



## Table des matières

<b>Table des matières</b> .....	<b>1</b>
<b>Introduction</b> .....	<b>2</b>
<b>Chapitre 1 : Perspectives sur la participation des étudiants et étudiantes à la recherche</b> .....	<b>3</b>
Les nombreuses façons de dire oui ou non – un point de départ théorique.....	3
Imaginez que vous êtes étudiant ou étudiante .....	3
Connaissez votre public : pourquoi certains étudiants ou étudiantes participent et d'autres non? .....	4
<b>Chapitre 2 : Choix d'un plan de recherche qui influence sur la participation des étudiants et étudiantes</b> .....	<b>6</b>
Modèle de participation des étudiants et étudiantes .....	6
Comment le chercheur présente la demande .....	8
Modes de communication.....	8
Sources .....	9
Choix du moment .....	10
Précision .....	11
Ce que demande le chercheur .....	12
Types de participation .....	12
Pourquoi l'étudiant devrait participer .....	13
Raisons .....	13
Incitatifs .....	14
Contexte social/normes .....	16
Comment l'étudiant peut participer .....	16
Facilité de répondre.....	16
Points d'ordre éthique à considérer .....	17
<b>Chapitre 3 : Exemples</b> .....	<b>18</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>27</b>
<b>Références</b> .....	<b>28</b>

## Introduction

Le recrutement de participants est une tâche difficile et très importante de tout projet de recherche sur l'éducation postsecondaire. Un grand nombre d'études ne peuvent être menées à bien lorsque les étudiants et étudiantes ne désirent pas y participer ou abandonnent avant la fin, ou lorsque ceux qui répondent ne représentent pas la diversité de la population étudiante. Le recrutement est complexe : les étudiants et étudiantes doivent être au courant de l'étude, souhaiter y participer, être en mesure de le faire, et finalement, se connecter ou se présenter. Pour améliorer le recrutement, les chercheurs peuvent : faire preuve de souplesse, expliquer comment l'étude présente un intérêt pour une population étudiante diverse, consacrer plus de ressources au recrutement d'étudiants et d'étudiantes moins susceptibles de participer, faire preuve de patience et de persistance.

Le présent guide vise à aider les chercheurs à mieux comprendre le recrutement d'étudiantes et d'étudiants participants pour les travaux de recherche au niveau postsecondaire. Il complète une autre publication du Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur (COQES), le *Guide pour la recherche sur l'enseignement postsecondaire et les résultats des étudiants* (2012).

Le guide comprend une discussion sur la participation étudiante à la recherche, notamment : comment les étudiants et étudiantes prennent des décisions concernant leur participation, les méthodes couramment utilisées par les chercheurs pour les recruter, et les exigences généralement fixées par les comités d'éthique de la recherche (CER) pour leur recrutement. On y explore les motifs et comportements des étudiants et étudiantes et présente des stratégies pratiques de recrutement qui tiennent compte de leurs processus décisionnels. L'élaboration du guide est fondée sur un examen complet de la littérature sur le recrutement de participants, une analyse du contenu des projets antérieurs et actuels du COQES, des entrevues avec des représentants du Centre for Leadership in Learning et du CER de l'Université McMaster, et les expériences récentes des chercheurs dans des collèges et universités de l'Ontario.

Le guide s'adresse notamment aux groupes suivants :

- membres du corps professoral et conseillers en pédagogie universitaire qui étudient des méthodes ou des technologies innovatrices visant à améliorer l'apprentissage au niveau postsecondaire;
- membres du corps professoral et du personnel administratif qui dirigent des initiatives destinées aux étudiants et étudiantes inscrits à des programmes ou à des cours;
- responsables des services aux étudiants et étudiantes dans les établissements postsecondaires;
- étudiants et étudiantes et associations étudiantes qui s'intéressent à l'enseignement efficace et à la réussite scolaire.

L'échec du recrutement a de graves implications. Il peut prolonger la durée d'une étude, mettre en doute la généralisabilité des résultats, ou même entraîner la fin d'une étude (Brown, Long, Gould, Weitz et Milliken, 2000). Qu'un chercheur envisage un projet de recherche pour mesurer les résultats éducationnels, les attitudes ou les expériences en classe, dans un département ou sur un campus, les stratégies de recrutement visant à encourager la participation des étudiants et étudiantes exigent une planification minutieuse.

# Chapitre 1 : Perspectives sur la participation des étudiants et étudiantes à la recherche

## Les nombreuses façons de dire oui ou non – un point de départ théorique

Qu'est-ce qui fait qu'un étudiant ou une étudiante de niveau postsecondaire décide de participer à un projet de recherche? En comprenant mieux la réponse à cette question, nous pourrions être en mesure d'élaborer des stratégies de recrutement innovatrices. Porter et Umbach (2006) décrivent les deux approches théoriques prédominantes utilisées pour expliquer pourquoi certaines personnes répondent aux enquêtes et d'autres non : l'une est fondée sur la psychologie sociale, l'autre sur la théorie des échanges sociaux.

Selon l'approche sociopsychologique, la décision de répondre à une enquête traduit des caractéristiques personnelles et le contexte social. Autrement dit, le processus décisionnel lié à la participation à la recherche peut être influencé par les jugements intuitifs et l'environnement social de l'étudiant ou de l'étudiante (Porter et coll., 2006).

En revanche, la théorie des échanges sociaux de Blau (1964) postule que les personnes prennent une décision en fonction du coût et des avantages de leur participation à une enquête. C'est-à-dire que si les étudiants et étudiantes ont l'impression que les avantages de leur participation à un projet de recherche dépassent les coûts, ils accepteront probablement de participer à ce projet et de continuer d'y prendre part. Cette théorie est particulièrement utile pour comprendre comment certains aspects de la conception et de l'administration d'un projet de recherche influent sur le taux de réponse (Porter et coll., 2006).

Ces deux approches peuvent aider les chercheurs à comprendre le processus de négociation complexe qui s'établit entre d'une part les chercheurs qui sollicitent la participation et d'autre part les participants éventuels. Un plan de recrutement efficace ne doit pas seulement tenir compte des facteurs qui incitent à participer, mais également permettre la modification de la stratégie afin de mieux cibler des groupes particuliers d'étudiants et d'étudiantes.

## Imaginez que vous êtes étudiant ou étudiante...

Plaçons-nous pour un instant du point de vue des étudiants et étudiantes. Dans un grand nombre de campus, les étudiants et étudiantes se sentent bombardés d'invitations à participer à des projets de recherche (Sax, Gilmartin et Bryant, 2003). Que ce soit par courriel, une affiche sur le campus ou une annonce en classe, les chercheurs se mettent souvent en contact avec des participants éventuels pour les inviter à prendre part à leurs projets. Le problème, c'est qu'étant donné l'horaire très chargé des étudiants et étudiantes qui sont sollicités de toutes parts, la non-participation et les retraits en cours de recherche représentent une énorme difficulté pour les chercheurs au niveau postsecondaire. Ainsi, il n'est pas rare d'obtenir un taux de participation de 33 % et un taux de décrochage de 20 % (Elgie, Childs, Fenton, Levy, Lopes, Szala-Meneok et Wiggers, 2012, p. 26).

## Connaissez votre public : pourquoi certains étudiants ou étudiantes participent et d'autres non?

Il est préférable que les chercheurs qui sollicitent des participants éventuels trouvent des moyens qui touchent l'expérience vécue de ces derniers. En effet, Sax et coll. (2003) ont constaté qu'il existait un lien entre la volonté des étudiants et étudiantes à l'université de répondre à un questionnaire et le fait de juger que ce questionnaire était pertinent pour eux. De plus, la volonté de participer à une enquête est influencée par le fait que les étudiants et étudiantes considèrent ou non que leurs commentaires sont appréciés (par le chercheur et l'établissement) et que l'on y donne suite (Nair et coll., 2008). Il faut donc envisager des questions de recherche qui présentent un intérêt non seulement pour le chercheur ou l'établissement, mais aussi pour les étudiants et étudiantes qui participent.

Singer et Bossarte (2006) suggèrent que les étudiants et étudiantes qui participent aux enquêtes le font pour des raisons altruistes (validité intrinsèque de l'étude p. ex.), des raisons liées au projet (intérêt envers l'étude ou le chercheur p. ex.) ou des raisons égocentriques (incitatifs p. ex.). Il convient d'examiner comment l'importance de ces facteurs de motivation varie d'un étudiant ou d'une étudiante à l'autre, et de considérer que chaque facteur peut inciter un étudiant ou une étudiante en particulier à coopérer ou non à un projet (Singer, Groves et Corning, 1999; Singer et Bossarte, 2006). Par exemple, Brown et coll. (2000) suggèrent que la participation des femmes à la recherche est fondée sur l'interaction entre trois facteurs : sensibilisation, acceptabilité et accès. Les participantes sont plus susceptibles de prendre part et de continuer de participer à un projet de recherche lorsqu'elles jugent que les avantages du projet sont positifs, reçoivent l'approbation de leurs pairs et estiment que le projet est facilement accessible et enrichissant. Dans une perspective interculturelle sur la participation à la recherche, les auteurs ont conclu que pour réussir à recruter des participants de groupes minoritaires, il fallait établir la confiance et surmonter les craintes (Baratta, Gucciardi, Ahmad et Stewart, 2006). Ces études laissent entendre que les décisions des étudiants et étudiantes concernant leur participation à la recherche peuvent varier en fonction du sexe, de la race et de l'ethnicité ainsi que d'autres caractéristiques, mais, plus important encore, elles fournissent des exemples des liens complexes qui existent entre les facteurs de motivation. Les motifs de la participation sont liés à des éléments de la sociopsychologie et de la théorie des échanges sociaux.

Obtenir des participants n'est pas le seul objectif du recrutement d'étudiants et d'étudiantes. Pour la plupart des projets de recherche, il est tout aussi important que ces participants représentent bien la population étudiante. Les décisions prises par un chercheur en ce qui concerne les méthodes de recrutement peuvent déterminer quels étudiants et étudiantes décident de participer ainsi que la nature de leurs réponses (rapidité, exécution, autres facteurs) (Goldenberg, Owens et Pickar, 2007; Porter et coll., 2006). Le biais dans le recrutement d'étudiants et d'étudiantes peut prendre deux formes : le biais de non-réponse, c'est-à-dire des différences entre les participants et non-participants sur le plan des caractéristiques démographiques et des attitudes, et le biais de réponse, c'est-à-dire que la qualité de la participation peut varier. Par exemple, certains participants peuvent répondre de façon socialement acceptable, faire peu d'efforts, omettre certaines questions ou exagérer leurs réponses (Sax et coll., 2003).

Même le message de recrutement le mieux conçu sera susceptible de plaire davantage à certains étudiants et étudiantes qu'à d'autres. Il est possible que, sans s'en rendre compte, les chercheurs créent des messages de recrutement en ayant à l'esprit un sous-ensemble d'étudiants particuliers – peut-être parce qu'ils sont influencés par les étudiants et étudiantes qu'ils connaissent le mieux grâce à leurs cours ou heures de bureau, ou par leurs souvenirs de l'époque où ils étaient

eux-mêmes aux études. Il importe d'examiner minutieusement les méthodes de recrutement. Y a-t-il une raison valide de participer à l'étude qui est susceptible d'intéresser tout autant les étudiants que les étudiantes? Si certains étudiants et étudiantes sont plus susceptibles de répondre aux messages des représentants de l'établissement, alors que d'autres sont plus susceptibles de répondre aux médias sociaux, est-ce que les messages peuvent être communiqués de ces deux façons? Si les étudiants et étudiantes utilisent différentes sortes d'appareils pour se brancher à Internet, est-ce qu'un questionnaire en ligne peut être fourni dans des formats qui fonctionnent sur tous ces appareils? Tout biais dans le choix des participants diminue la qualité de la recherche.

## Chapitre 2 : Choix d'un plan de recherche qui influent sur la participation des étudiants et étudiantes

### Modèle de participation des étudiants et étudiantes

Le modèle de participation des étudiants et étudiantes présenté à la page suivante incorpore les perspectives de l'approche sociopsychologique et de la théorie des échanges sociaux ainsi que de la littérature sur la recherche. Le modèle illustre comment les étudiantes et étudiants participants éventuels peuvent décider d'accepter ou de décliner une invitation à participer à un projet de recherche ainsi que les effets des choix relatifs au plan de recherche sur la participation des étudiants et étudiantes.

Pour participer, les étudiants et étudiantes doivent obtenir un résultat favorable à chacune des étapes suivantes. Ils doivent :

- recevoir la demande de participation;
- lire ou écouter la demande;
- vouloir participer;
- avoir le temps de participer;
- être en mesure d'avoir accès au questionnaire ou de planifier leur participation.

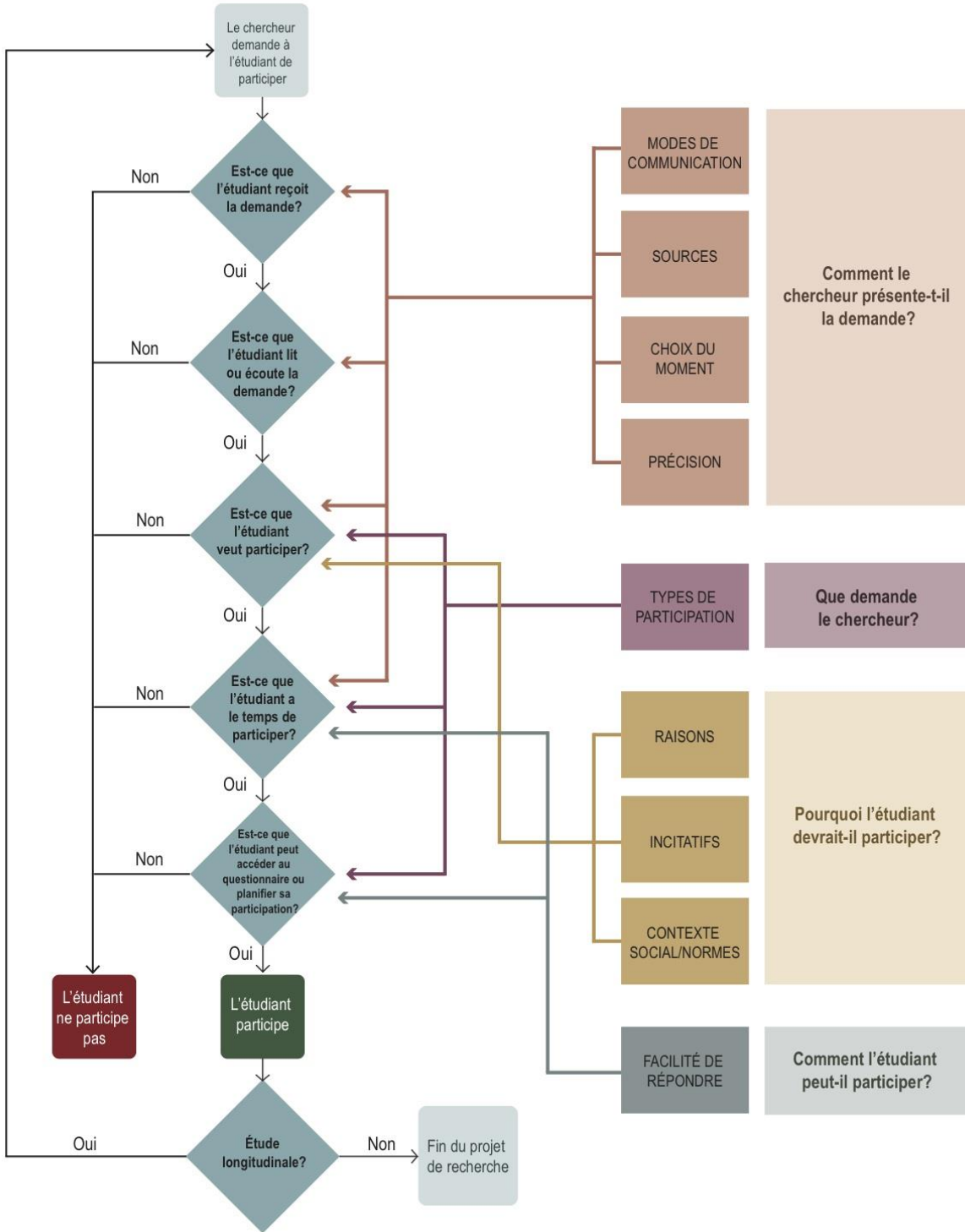
Chaque étape est essentielle : un résultat défavorable à une étape quelconque entraîne l'échec du recrutement. Dans les études longitudinales, une partie ou la totalité de ces étapes peut être répétée à chaque cycle de collecte de données.

Les choix des chercheurs relativement au plan de recherche peuvent déterminer si des résultats favorables sont obtenus à chacune des cinq étapes. Le chercheur doit faire un choix concernant quatre aspects principaux du plan de recherche :

- façon dont le chercheur présente la demande
  - mode de communication
  - source
  - choix du moment et calendrier
  - précision
- type de participation demandé
- attrait du projet de recherche
  - raison
  - incitatifs
  - contexte social
- facilité de répondre



Figure 1. Modèle de participation des étudiants et étudiantes



Le modèle de participation des étudiants et étudiantes inclut des choix de plan de recherche qui peuvent influencer sur la façon dont les étudiants et étudiantes décident de participer ou non au projet de recherche. Comme le montrent les flèches du modèle, ce que le chercheur décide de faire, par exemple, pour présenter la demande peut avoir une incidence sur plusieurs aspects de la décision de l'étudiant ou de l'étudiante de participer ou non.

Dans la section suivante, nous examinons plus en détail les diverses parties du modèle, résumons les pratiques habituelles et suggérons des stratégies de recrutement pratiques.

## Comment le chercheur présente la demande

### *Modes de communication*

Un bon point de départ pour le recrutement est de réfléchir à un mode de communication pratique pour faire la demande de participation initiale. Il ne faut pas oublier que c'est habituellement cette étape qui détermine si les « bons » étudiants et étudiantes reçoivent la demande et s'ils la lisent ou l'écoutent.

L'analyse de la littérature permet de relever qu'une vaste gamme de stratégies de communication sont utilisées pour susciter l'intérêt des étudiants et étudiantes, notamment : parler du projet de recherche en classe, envoyer des courriels ciblés qui peuvent être lus au moment convenant aux destinataires, afficher des panneaux et des affiches dans l'établissement pour faire connaître le projet et la façon d'y participer, organiser des séances d'information pour décrire des éléments importants du projet, répondre aux questions et fournir les coordonnées des responsables. D'autres méthodes, comme l'affichage des coordonnées des responsables et des formulaires de consentement dans des médias sociaux (Facebook et Twitter, p. ex.), sont également utilisées.

Goldenberg et coll. (2007) suggèrent que les chercheurs aient recours à des méthodes plus directes pour fournir à leur bassin de participants éventuels des précisions sur le projet et des renseignements sur le recrutement. Cela peut consister à obtenir la permission d'un professeur pour présenter en classe des renseignements sur le projet de recherche et le processus de consentement éclairé ou à recruter directement des participants éventuels grâce à des courriels ciblés ou à des systèmes de gestion des cours que les étudiants et étudiantes consultent régulièrement (Smollett, Arakawa et Keefer, 2012; Duncan et Varcoe, 2013). Selon Goldenberg et coll. (2007), les méthodes directes permettent d'atteindre plus rapidement les objectifs de recrutement que les méthodes plus indirectes (ou passives), comme des panneaux ou dépliants.

Les chercheurs emploient souvent des modes de communication complémentaires pour attirer des participants éventuels. Ils peuvent ainsi décider d'envoyer des demandes à l'aide de différents modes de communication s'ils constatent que certains étudiants et étudiantes sont plus susceptibles de répondre aux messages provenant d'un mode donné, et d'autres, d'un autre mode. La population étudiante au niveau postsecondaire est extrêmement diverse, et les campus sont grands. En conséquence, les chercheurs doivent examiner comment leurs documents de promotion touchent le bassin de participants éventuels et si ces documents parviennent à « se faire entendre » et à attirer l'attention. Pour éviter d'inonder les étudiants et étudiantes de documents de promotion sur le campus et de risquer de provoquer une lassitude relativement aux enquêtes, les chercheurs pourraient juger utile de coordonner à l'avance de façon centralisée leurs demandes avec leur établissement.

**Tableau 1. Modes de communication**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant reçoit la demande.</li> <li>• Si l'étudiant lit ou écoute la demande.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Courriel (personnalisé, ciblé ou de masse).</li> <li>• Affiches publicitaires.</li> <li>• Téléphone.</li> <li>• Médias sociaux.</li> <li>• Stand d'information.</li> <li>• Séances d'information.</li> <li>• Visites en classe.</li> <li>• Systèmes de gestion des cours en ligne.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toucher les participants visés.</li> <li>• Attirer l'attention, pouvoir « se faire entendre ».</li> <li>• Sélectionner des modes complémentaires pour mieux faire connaître le projet, fournir d'autres renseignements et envoyer des rappels.</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le contact direct, comme des exposés en classe ou des stands d'information, est particulièrement efficace (Goldenberg et coll., 2007).</li> </ul>

## Sources

La source d'où provient la demande peut déterminer si les étudiants ou étudiantes lisent ou écoutent la demande, mais également s'ils veulent participer. La littérature montre que les chercheurs travaillent souvent avec le corps professoral, le personnel administratif et des groupes étudiants pour entrer en contact avec leur bassin de participants éventuels. La demande de participation peut être transmise par le facilitateur du programme, un allié au sein d'un groupe étudiant ou d'autres étudiants et étudiantes qui appuient le chercheur dans le processus de recrutement (Tsagris et Muirhead, 2012). Ces sources peuvent non seulement favoriser la participation des étudiants et étudiantes, mais aussi donner accès aux réunions et listes d'envoi de réseaux étudiants particuliers (Hedge, 2012; Elgie et coll., 2012).

Quelle qu'elle soit, la source doit être authentique et instructive et ne pas être trop insistante lorsqu'elle s'adresse aux participants éventuels. Sur le plan éthique, il faut surtout éviter de contraindre ou de manipuler les étudiants afin qu'ils participent au projet de recherche (Elgie et coll., 2012). Par exemple, les étudiants et étudiantes qui reçoivent une demande par l'entremise de leur professeur peuvent se sentir obligés de participer simplement parce qu'ils croient qu'autrement leurs notes pourraient en souffrir (Goldenberg et coll., 2007). Cela peut être un problème encore plus préoccupant lorsque l'étude d'un professeur porte sur son propre cours; les étudiants et étudiantes peuvent alors craindre que leur professeur (ou l'assistant à l'enseignement) sache s'ils ont participé ou non ou ait accès à leurs réponses. À cet égard, beaucoup de chercheurs jugent avantageux de confier à un collaborateur ou à un assistant qui ne participe pas à l'enseignement du cours la tâche d'informer les étudiants et étudiantes au sujet de l'étude, d'aider au recrutement et de faire en sorte que les étudiants et étudiantes comprennent le processus de consentement éclairé et que le fait d'accepter ou de refuser de participer n'aura

aucune incidence sur leurs études. Il convient que cette personne n'ait jamais eu de lien avec le cours, le programme ou l'étude et qu'elle soit le principal point de contact entre le projet de recherche et le bassin de participants éventuels (Elgie et coll., 2012).

**Tableau 2. Sources**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant lit ou écoute la demande.</li> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chercheur.</li> <li>• Professeur/chargé de cours.</li> <li>• Bureau de recherche de l'établissement.</li> <li>• Groupe étudiant.</li> <li>• Pair étudiant.</li> <li>• Médiateurs du projet.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir des relations fructueuses avec les participants visés.</li> <li>• Crédibilité.</li> <li>• Relations antérieures.</li> <li>• Confier à la « bonne » personne la tâche de présenter le projet et de solliciter des participants.</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser des médiateurs de la recherche, non des professeurs. Les étudiants et étudiantes peuvent se sentir obligés de participer si les professeurs le leur demandent, car ils croient qu'autrement leurs notes pourraient en souffrir (Goldenberg et coll., 2007).</li> <li>• Établir des relations avec le corps professoral, le personnel administratif et les groupes étudiants pour entrer en contact avec le bassin de participants éventuels.</li> </ul>

### *Choix du moment*

Même si les étudiants et étudiantes sont désireux de participer au projet de recherche, le choix du moment est important. Ce choix peut déterminer si les étudiants et étudiantes reçoivent la demande, la lisent ou l'écoutent, et veulent participer. Étant donné l'emploi du temps très chargé des étudiants et étudiantes qui sont sollicités de toutes parts, leur participation à un projet de recherche peut nécessiter la coordination avec leurs travaux scolaires, leurs responsabilités familiales ou leurs activités parascolaires.

Les chercheurs et évaluateurs sont de plus en plus nombreux à commencer tôt la phase de recrutement de leur projet de recherche (Conway, 2010). Les nouveaux chercheurs peuvent sous-estimer le temps nécessaire pour recruter des participants. En allongeant la période de recrutement, les chercheurs peuvent avoir recours à plusieurs vagues de rappels pour encourager les participants éventuels (Miles, Polovina-Vukovic, Littlejohn et Marini, 2010; Angrist, Chambers, Oreopoulos et Williams, 2010). En outre, cela donne aux étudiants et étudiantes le temps de se familiariser avec le projet, d'organiser leur horaire, de parler à des amis, voire de vérifier s'ils ont confiance dans les chercheurs (Hedge, 2012). Le fait de commencer tôt donne aussi aux chercheurs le temps de faire face à tout problème éventuel : retard dans les réponses, taux de réponse peu élevé, conflit d'horaires.

Elgie et coll. (2012) suggèrent que les chercheurs prennent en considération des stratégies de recrutement qui évitent la fin d'un trimestre et prévoient la tenue des activités du projet juste avant ou après les cours pour encourager les étudiants et étudiantes à participer. Cependant, il est possible que pour certains étudiants, répondre à un questionnaire constitue un bon moyen de faire traîner les choses pendant la période des examens ou d'autres moments de grande activité pendant l'année.

**Tableau 3. Choix du moment**

<b>Peut déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant reçoit la demande.</li> <li>• Si l'étudiant lit ou écoute la demande.</li> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moment de l'année.</li> <li>• Moment de la semaine.</li> <li>• Envoi de rappels : plusieurs vagues.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiquer avec les étudiants au « bon » moment.</li> <li>• Horaires individuels, institutionnels et personnels.</li> <li>• Établir si les étudiants : (1) déclinent l'invitation à participer ou (2) ne trouvent simplement pas le temps de participer.</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer les étudiants sur les projets de recherche possibles avant le début d'un cours ou d'un trimestre.</li> <li>• Elgie et coll. (2012) suggèrent que les chercheurs prennent en considération des stratégies de recrutement qui évitent la fin d'un trimestre et prévoient la tenue des activités du projet juste avant ou après les cours.</li> </ul>
<b>Autres idées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envisager des stratégies de recrutement souples : prolonger la phase de recrutement et prévoir bien à l'avance la collecte de données en fonction de l'horaire des participants, de l'établissement et des diverses personnes.</li> <li>• Essayer quelque chose de nouveau : certains étudiants pourraient estimer qu'une enquête est un excellent moyen de faire traîner les choses et de ne pas étudier...</li> </ul>

### *Précision*

Il incombe aux chercheurs de communiquer clairement les objectifs de l'étude et ce qu'ils demandent aux étudiants et étudiantes de faire (Palameta et Voyer, 2010; Smollett et coll., 2012). Il faut que les étudiants et étudiantes comprennent bien dans quoi « ils s'embarquent » en participant. Il est préférable de décrire avec précision ce à quoi l'on s'attend d'eux dans les documents de promotion et le formulaire de consentement en évitant tout terme spécialisé et acronyme non nécessaire. Les recherches montrent qu'en précisant dès le début les raisons de l'étude, le temps qu'exige la participation, les incitatifs et les considérations d'ordre éthique, on peut susciter l'intérêt et la confiance des participants éventuels. Une description plus détaillée du projet devrait être fournie dans des brochures, sur des sites Web contenant aussi plus de renseignements sur les coordonnées des personnes responsables, ou au cours de séances de questions et de réponses organisées sur le campus ou en classe.

Le chercheur doit avoir pour but d'aider les étudiants et étudiantes à prendre une décision éclairée concernant leur participation – même si cela signifie qu'ils décident au bout du compte de décliner l'invitation.

**Tableau 4. Précision**

<b>Peut déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant lit ou écoute la demande.</li> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Éviter toute terminologie spécialisée et tout acronyme qui pourraient être une source de confusion ou de distraction.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que doit savoir l'étudiant pour prendre une décision éclairée?</li> <li>• Il est possible que certains étudiants n'aient réellement pas le temps de participer.</li> <li>• Fournir les précisions convenant à chaque mode (p. ex. publicité).</li> <li>• Fournir des renseignements sur le suivi et les coordonnées des responsables.</li> <li>• Tout mettre sur la table dès le début : aucune intention cachée.</li> <li>• Droits de l'étudiant et consentement éclairé : « Vous pouvez cesser de participer à tout moment. »</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tout dévoiler dès le début (raison, temps qu'exige la participation, incitatifs, droits (consentement éclairé)).</li> <li>• Créer une brochure ou un site Web qui contient une description détaillée du projet et les coordonnées des responsables.</li> <li>• Organiser des séances d'information ou de questions et réponses sur le campus ou en classe.</li> </ul>

## Ce que demande le chercheur

### *Types de participation*

La participation à une étude peut nécessiter de répondre à un court questionnaire en ligne ou de prendre part à un groupe de discussion ou de passer une entrevue ou un test. Le temps à y consacrer peut aller de cinq minutes à plusieurs heures, à une ou à plusieurs occasions. Le temps de participation nécessaire peut déterminer quels étudiants et étudiantes sont capables et désireux de participer.

L'une des principales plaintes formulées par les étudiants et étudiantes est que les chercheurs peuvent se montrer irréalistes quant à la nature et à la fréquence de ce qu'ils leur demandent de faire. Il convient que les chercheurs examinent soigneusement à quelle fréquence ils demanderont aux participants de fournir des observations et si cela est trop envahissant. Si l'étude exigera beaucoup de temps, les étudiants et étudiantes devraient être indemnisés, comme ils le seraient pour un travail. Il est souvent utile de vérifier si certains des renseignements recherchés existent déjà et peuvent être obtenus d'autres sources. Les bureaux administratifs des établissements recueillent un grand nombre de données sur les étudiants et étudiantes. Il pourrait être possible de mener une étude en utilisant des données existantes. Si une étude nécessite de nouvelles données en plus de données administratives, le chercheur peut demander aux étudiants et étudiantes de consentir à ce que les nouvelles données soient liées à leur dossier scolaire, ce qui permettra de réduire le temps nécessaire à la participation.

La collecte de données sur le Web (à l'aide de Survey Monkey, de Skype ou de salons de cyberbavardage privés p. ex.) est de plus en plus utilisée, car elle permet aux étudiants et étudiantes de participer au moment et dans le lieu qui leur conviennent. Toutefois, même avec cette façon de faire souple, il importe de fournir une estimation réaliste du temps qu'exigera la participation. Certains outils d'enquête en ligne, par exemple, incluent une « barre de progression » qui donne aux participants une idée du nombre de questions qui restent.

Dans le cas d'une étude longitudinale ou à plusieurs étapes, les chercheurs devraient demander aux participants à la fin de chaque étape s'ils souhaitent que l'on communique avec eux à l'avenir ou continuer de participer à l'étude.

**Tableau 5. Types de participation**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> <li>• Si l'étudiant a le temps de participer.</li> <li>• Si l'étudiant peut accéder au questionnaire ou planifier sa participation.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionnaire : imprimé, en ligne ou les deux.</li> <li>• Entrevues.</li> <li>• Groupes de discussion</li> <li>• Expériences.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelles sont la nature et la fréquence de ce que l'on demande à l'étudiant de faire?</li> <li>• Temps supplémentaire qu'exigera la participation (en plus des obligations scolaires).</li> <li>• Longueur du questionnaire, temps nécessaire aux entrevues ou aux groupes de discussion.</li> <li>• Fréquence des contacts entre les chercheurs et les participants.</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux vaut moins que trop : plus le niveau de participation augmente, plus le décrochage augmente aussi.</li> <li>• Utiliser des outils sur le Web pour les données : Survey Monkey, Skype, salons de cyberbavardage privés, etc.</li> <li>• Offrir des solutions de rechange.</li> <li>• À la fin de chaque étape, demander aux participants s'ils souhaitent : (1) que l'on communique avec eux à l'avenir ou (2) continuer de participer à l'étude.</li> </ul>

## Pourquoi l'étudiant devrait participer

### *Raisons*

Pour décider de participer ou non, les étudiants et étudiantes prennent souvent en compte l'importance qu'a selon eux le projet de recherche, dans quelle mesure ce projet est en rapport avec leur expérience vécue et si l'on donnera suite à leurs commentaires (Sax et coll., 2003; Nair et coll., 2008).

Les recherches montrent l'importance de bien exposer les raisons d'un projet. Par exemple, un chercheur peut expliquer que plus le nombre de réponses fournies par les étudiants et étudiantes sera élevé, plus les renseignements recueillis seront utiles pour déterminer les domaines à

améliorer sur le campus et pour apporter des modifications offrant une meilleure expérience éducative et autre aux étudiants et étudiantes actuels et futurs. On a montré que cette raison était tout particulièrement efficace pour attirer des étudiantes (Goldenberg et coll., 2007). Certains chercheurs présentent aux étudiants et étudiantes les conclusions d'études antérieures et comment l'établissement y a donné suite.

**Tableau 6. Raisons**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souligner l'objet de la recherche.</li> <li>• Expliquer comment la recherche peut améliorer l'éducation ou l'expérience des étudiants.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelle est la raison donnée pour la demande?</li> <li>• Est-ce que les raisons correspondent aux intérêts des étudiants?</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir un lien avec l'expérience vécue des étudiants (Sax et coll., 2003) : ne pas sous-estimer l'importance qu'a pour les étudiants l'amélioration de l'éducation et de leur expérience (Goldenberg et coll., 2007).</li> <li>• Indiquer pourquoi la participation des étudiants est importante et comment on y donnera suite (Nair et coll., 2008).</li> <li>• Indiquer si le projet aura une incidence sur les étudiants actuels ou futurs.</li> <li>• Attirer des étudiants en faisant de la participation une expérience d'apprentissage ou éducative.</li> </ul>

### *Incitatifs*

Offrir des incitatifs cadre avec la théorie des échanges sociaux pour ce qui est d'attirer des participants. Cependant, cette pratique peut soulever des questions d'ordre éthique. Les comités d'éthique de la recherche (CER) des établissements pourraient craindre que le fait d'offrir des incitatifs aux participants constitue une forme de contrainte ou fausse le jugement des participants éventuels. Divers types d'incitatifs (financiers, matériels, liés aux notes, etc.) ont été utilisés par les chercheurs pour recruter des étudiants et étudiantes (Dickert et Grady, 1999; Singer et Bossarte, 2006). Des incitatifs peuvent se révéler tout particulièrement utiles lorsque les raisons pour participer sont faibles ou lorsque les étudiants et étudiantes n'ont pas d'autres motifs de participer. Les incitatifs peuvent prendre diverses formes : aliments, petits articles liés à l'éducation, petit ajustement à la note obtenue dans un cours, rétribution financière, tirage d'un ou de plusieurs prix. Il n'existe toutefois pas de pratique courante pour choisir les incitatifs à offrir en échange de la participation.

Selon les études, « l'argent est plus efficace que les autres formes d'incitatif, et un paiement anticipé est plus efficace que la promesse d'un incitatif » (Singer et coll., 2006, p. 412). Cependant, les chercheurs ne doivent pas oublier que des paiements élevés en espèces peuvent influencer indûment les étudiants et étudiantes à participer ou les empêcher de voir les risques. Ces paiements peuvent aussi encourager des étudiants et étudiantes à ne pas révéler certains renseignements qui les rendraient non admissibles à participer. Selon l'étude menée par Goldenberg et coll. (2007), les hommes sont plus motivés par une indemnité financière que les femmes, alors que ces dernières sont plus motivées par la « bonne cause ».



En règle générale, il convient de choisir les incitatifs financiers en calculant et en justifiant un paiement semblable au salaire qui correspond au temps et à l'effort nécessaires (Dickert et Grady, 1999; Grady, 2001).

Lorsqu'ils choisissent un incitatif, les chercheurs doivent se montrer réalistes quant à leur budget. Si celui-ci ne permet pas le versement d'un incitatif à chaque participant, on peut choisir de faire un tirage pour donner aux participants la chance de gagner l'un de plusieurs petits prix (carte de Tim Hortons ou de Starbucks, bon de stationnement, billets pour une activité sur le campus, etc.) ou de plus gros prix (objets électroniques p. ex.).

Dans le cas d'une étude qui est liée à des cours, on offre parfois une note en échange de la participation. En pareil cas, il faut offrir aux étudiants et étudiantes qui ne souhaitent pas participer une autre façon d'obtenir la même note.

Pour certains étudiants et étudiantes, l'incitatif peut aussi être la possibilité de demander un résumé accessible des conclusions du projet de recherche. Cette méthode peut également contribuer à faire de la participation une expérience éducative.

**Tableau 7. Incitatifs**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il n'y a pas de pratique courante sur la façon de choisir l'incitatif à offrir en échange de la participation.</li> <li>• Aliments.</li> <li>• Tirage.</li> <li>• Coupons-cadeaux.</li> <li>• Incitatif financier.</li> <li>• Faire du projet une expérience d'apprentissage.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Est-ce qu'un incitatif est nécessaire pour attirer des étudiants? Si oui, quel genre?</li> <li>• Comment l'étudiant en profitera-t-il?</li> <li>• Est-ce que les incitatifs sont contraignants (ou empêchent de voir les risques)? Sont-ils éthiques? Auront-ils une incidence sur la qualité des réponses?</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenir compte du financement du projet : est-ce qu'un incitatif est nécessaire? faisable?</li> <li>• Selon les études, « l'argent est plus efficace que les autres formes d'incitatif, et un paiement anticipé est plus efficace que la promesse d'un incitatif » (Singer et coll., 2006, p. 412). Les hommes sont plus souvent motivés par une indemnité financière (Goldenberg et coll., 2007).</li> <li>• Règle générale éthique à suivre : calculer et justifier un paiement semblable au salaire correspondant au temps et à l'effort nécessaires (Dickert et Grady, 1999; Grady, 2001).</li> <li>• Organiser un tirage pour offrir aux participants un article qu'ils ne s'achèteraient peut-être pas autrement (objets électroniques p. ex.).</li> <li>• Offrir de fournir un résumé accessible des conclusions.</li> </ul>

## Contexte social/normes

L'attrait du projet de recherche pour le bassin de participants éventuels peut également dépendre du contexte social et de la culture du campus. On a constaté que les réponses et taux de participation des étudiants et étudiantes variaient entre établissements, facultés et programmes d'études (Porter et Umbach, 2006). Avant d'entamer le recrutement, les chercheurs devraient évaluer la culture de leur campus et si les étudiants et étudiantes ont l'habitude de participer à projets de recherche similaires.

Depuis des décennies, les programmes de psychologie s'attendent à ce que les étudiants et étudiantes participent à des projets de recherche aux termes des exigences de leurs cours. En conséquence, les étudiants et étudiantes de ces programmes considèrent que la participation aux projets de recherche est une composante normale de leur éducation. Les étudiants et étudiantes d'autres programmes peuvent avoir moins d'expérience concernant les projets de recherche et y être moins exposés, mais même avec eux, les chercheurs pourraient juger utile de souligner que ces projets constituent un élément important et normal des études supérieures.

**Tableau 8. Contexte social/normes**

<b>Peuvent déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant veut participer.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normaliser la recherche (l'intégrer aux exigences des cours et des programmes), réduire la stigmatisation, éliminer les craintes.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Est-ce que les étudiants connaissent d'autres personnes ayant participé au projet ou à des projets semblables?</li> <li>• Est-ce que l'étudiant a déjà participé à des projets de recherche semblables?</li> <li>• Quelle est la culture de l'établissement?</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigner la recherche et normaliser la participation en en faisant une expérience d'apprentissage.</li> </ul>

## Comment l'étudiant peut participer

### Facilité de répondre

Vouloir participer ne suffit pas : l'étudiant ou l'étudiante doit pouvoir avoir accès aux ressources et aux responsables de l'étude. Si un site Web tombe en panne ou que l'équipe de recherche ne rappelle pas les gens, les étudiants et étudiantes peuvent décider d'abandonner. Étant donné que les étudiants et étudiantes n'ont pas tous le même accès à la technologie et ne la maîtrisent pas tous au même niveau, il convient que les documents et questionnaires soient offerts dans une variété de plateformes et de formats. Dans certains contextes, il pourrait être important de fournir les documents en diverses langues. En prévoyant un calendrier et des lieux de participation souples, on peut permettre à plus d'étudiants et d'étudiantes de participer. Au moment de concevoir un projet de recherche, il importe de prévoir du temps pour faire un essai complet de la technologie et des autres éléments du protocole de collecte de données.

**Tableau 9. Facilité de répondre**

<b>Peut déterminer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si l'étudiant a le temps de participer.</li> <li>• Si l'étudiant peut avoir accès au questionnaire ou planifier sa participation.</li> </ul>
<b>Méthodes couramment utilisées</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir dans diverses langues les annonces, introductions, entrevues et questionnaires en ligne.</li> <li>• Documents imprimés avec une enveloppe-réponse ou une boîte où les déposer, et aide téléphonique.</li> <li>• Documents électroniques accessibles à l'aide de divers modes technologiques.</li> <li>• Suivis généraux et ciblés en plusieurs étapes : donner aux étudiants l'occasion de participer.</li> </ul>
<b>Points à considérer</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Façons dont les étudiants peuvent répondre ou participer.</li> <li>• Facilité d'accès au questionnaire ou de planification de la participation.</li> <li>• Souplesse quant aux dates et lieux de la participation.</li> </ul>
<b>Ce que suggèrent les études</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir diverses façons de participer : formats et langues multiples.</li> <li>• Ne pas avoir peur d'essayer des technologies innovatrices.</li> <li>• Proposer des moments et des lieux convenant aux participants.</li> </ul>

### Points d'ordre éthique à considérer

Les considérations d'ordre éthique influent sur chaque aspect du recrutement. Afin que des modalités éthiques soient suivies, le processus de recrutement, et en particulier le processus de consentement éclairé, exige l'approbation du comité d'éthique de la recherche (CER). Parmi les questions d'ordre éthique susceptibles de se présenter au cours de la planification et de la mise en œuvre, on peut citer les suivantes : déséquilibre des pouvoirs, vulnérabilité des participants, fardeau imposé aux participants, réduction du temps d'apprentissage, répartition équitable des avantages de la recherche, confidentialité du consentement des étudiants et étudiantes, utilisation secondaire des données sur la situation scolaire des étudiants et étudiantes, moment où le chercheur peut accéder aux données et les analyser, sécurité des données, rôles au sein du projet de recherche (Elgie et coll., 2012).

Même si les exigences et processus locaux des CER varient, les CER dans les établissements postsecondaires canadiens examinent chaque projet en fonction des trois principes directeurs de l'éthique établis par les trois Conseils, soit le respect des personnes, le bien-être des participants et la justice (Instituts de recherche en santé du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, et Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, 2010). Les chercheurs doivent se renseigner sur les règles et modalités du CER de leur établissement afin de comprendre comment le projet qu'ils proposent peut avoir une incidence non seulement sur les participants, mais aussi sur ceux qui décident de ne pas participer.

## Chapitre 3 : Exemples

Dans les chapitres 1 et 2, nous avons décrit comment les étudiants et étudiantes prennent la décision de participer ou non à un projet de recherche et présenté neuf facteurs qui influent sur les taux de participation et de réponse. Nous allons maintenant appliquer ce cadre à quelques exemples. Ce chapitre comprend des suggestions liées à quatre scénarios – des situations courantes qui exigent le recrutement d'étudiants et d'étudiantes. Nous espérons que les chercheurs pourront adapter ces conseils à leurs propres projets de recherche.

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	<p>Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.</p>	<p>Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.</p>	<p>Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).</p>	<p>Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.</p>
<b>Modes de communication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stands d'information et de réception de commentaires pendant les activités de la semaine de bienvenue.</li> <li>• Courtes séances d'information dans les grands cours d'introduction de première année.</li> <li>• Médias sociaux.</li> <li>• Courriels ciblés destinés aux étudiants et étudiantes de première année.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionnez des modes de communication complémentaires pour faire mieux connaître le projet et fournir des précisions.</li> <li>• Communiquez directement avec les étudiants et étudiantes pendant les activités de la semaine de bienvenue, en classe ou par courriel.</li> <li>• Utilisez les médias sociaux pour transmettre des messages complémentaires de façon moins envahissante</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux étudiants et étudiantes de formuler des commentaires sur la semaine de bienvenue pendant l'activité – un stand d'information peut être un bon moyen de vous renseigner « en temps réel » sur l'activité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Courts exposés en classe par un médiateur du projet (qui n'est pas le professeur).</li> <li>• Courriels ciblés aux étudiants et étudiantes.</li> <li>• Rappels et documents de consentement par l'entremise des systèmes de gestion des cours en ligne.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionnez des modes de communication complémentaires pour faire mieux connaître le projet et fournir des précisions.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisez les systèmes de gestion des cours en ligne et d'autres moyens pour rappeler aux étudiants et étudiantes l'existence de l'étude.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stands d'information dans des lieux très fréquentés du campus.</li> <li>• Courriels de masse aux étudiants et étudiantes.</li> <li>• Appuis des médias sociaux.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionnez des modes de communication complémentaires pour faire mieux connaître le projet et fournir des précisions.</li> <li>• Communiquez directement par courriel avec une grande proportion d'étudiants et d'étudiantes.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créez une ambiance de fête autour des stands d'information sur le campus.</li> <li>• Personnalisez les messages d'invitation à participer à l'enquête.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Courriels ciblés aux étudiants et étudiantes admissibles à participer.</li> <li>• Affiches dans les départements affiliés.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionnez des modes de communication complémentaires pour faire mieux connaître le projet et fournir des précisions.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoyez aux étudiants et étudiantes admissibles des courriels ciblés pour promouvoir le nouveau programme.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	<p>Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.</p>	<p>Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.</p>	<p>Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).</p>	<p>Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allez parler aux grandes classes de première année.</li> <li>• Demandez aux groupes étudiants et institutionnels de transmettre vos demandes de commentaires sur les médias sociaux (Twitter, Facebook, etc.).</li> <li>• Tout de suite après la semaine de bienvenue, envoyez des courriels ciblés à tous les étudiants et étudiantes qui y ont participé.</li> </ul>			
<b>Sources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudiantes et étudiants ambassadeurs.</li> <li>• Groupes étudiants.</li> <li>• Organiseurs de la semaine de bienvenue.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Établissez des liens avec les groupes étudiants et les organisateurs qui s'intéressent à la planification de la semaine de bienvenue.</li> <li>• Demandez aux médias sociaux (Twitter, etc.) s'ils seraient prêts à recommander et à appuyer le projet.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisez des représentants étudiants sympathiques et pleins d'énergie dans les séances d'information pendant la semaine de bienvenue ou en classe, et faites en sorte que les étudiants et étudiantes comprennent que leur participation et leurs réponses seront confidentielles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Médiateurs du projet.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez au médiateur du projet d'expliquer l'importance du projet et des projets antérieurs dans l'amélioration de l'enseignement.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expliquez les précautions qui ont été prises afin que le professeur ne sache pas qui a décidé de participer avant que toutes les notes aient été soumises.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bureau de recherche de l'établissement.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez puis annoncez l'appui de groupes étudiants et organisationnels.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soulignez la possibilité d'améliorer les résultats sur le plan éducatif et l'expérience des étudiants et étudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chercheur.</li> <li>• Administrateurs des départements.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soulignez que c'est l'occasion de participer à un nouveau programme.</li> <li>• Précisez comment les étudiants et étudiantes peuvent s'inscrire au programme.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soulignez que c'est l'occasion de non seulement participer à un nouveau programme, mais aussi de l'améliorer en y participant.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	<p>Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.</p>	<p>Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.</p>	<p>Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).</p>	<p>Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.</p>
<b>Choix du moment</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commencez à recruter des participants pendant la semaine de bienvenue au cours des diverses activités.</li> <li>• Commencez les séances d'information en classe au cours de la semaine qui suit immédiatement la semaine de bienvenue.</li> <li>• Poursuivre la phase de recrutement pendant tout le trimestre et même plus longtemps.</li> <li>• Rappels : vagues multiples – courriels et médias sociaux. <i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></li> <li>• Communiquez avec les étudiants et étudiantes pendant et après la semaine de bienvenue.</li> <li>• Le taux de présence aux cours est souvent le plus élevé au début de l'année – communiquez à l'avance avec les professeurs pour fixer la date d'exposés.</li> <li>• Envoyez régulièrement des rappels directement par courriel et indirectement sur les médias sociaux. <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></li> <li>• Diffusez le plus tôt possible les documents de promotion aux étudiants et étudiantes – profitez de l'intérêt qu'ils ont encore pour la semaine de bienvenue et de leurs souvenirs à cet égard.</li> <li>• Donnez les séances d'information au début du cours.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifiez de courts exposés en classe par les médiateurs du projet pendant la première semaine de cours</li> <li>• Rappels : demandez aux médiateurs du projet de fournir aux étudiants et étudiantes des mises à jour et des rappels en classe ou par courriel. <i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande et la lisent ou l'écoutent :</i></li> <li>• Affichez des renseignements grâce au système de gestion des cours en ligne et fournissez de l'information en classe. <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></li> <li>• Dès le début, efforcez-vous de renseigner les étudiants et étudiantes sur le projet et ses avantages éventuels.</li> <li>• Si possible, planifiez l'étude de façon à demander uniquement aux étudiants et étudiantes la permission d'utiliser des renseignements sur des activités qu'ils ont effectuées dans le cadre du cours, non de prendre part à d'autres activités.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commencez plus tôt que tard – vers le milieu de l'année scolaire. <i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></li> <li>• Envoyez des courriels directement aux étudiants et étudiantes : envoyez des rappels une fois par mois (à moins que les étudiants se désinscrivent). <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></li> <li>• Indiquez dans la ligne « Objet » du message le temps nécessaire pour répondre au questionnaire.</li> <li>• Dans la ligne « Objet » de tout courriel de rappel, indiquez que la participation des étudiants et étudiantes est toujours nécessaire : « Il n'est pas trop tard pour participer à la NSSE – seulement 20 minutes. » <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></li> <li>• Soyez persistant – tentez de communiquer avec les étudiants et étudiantes par courriel et sur les médias sociaux à plusieurs reprises pendant le trimestre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Commencez très tôt à communiquer avec les étudiants et étudiantes admissibles au sujet du nouveau programme.</li> <li>• Commencez la collecte de données le premier jour du programme tout en protégeant soigneusement la confidentialité des réponses des étudiants et étudiantes au besoin. <i>Les étudiants et étudiantes reçoivent la demande :</i></li> <li>• Commencez très tôt à envoyer des courriels de promotion aux étudiants et étudiantes afin de leur donner le temps de planifier. <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i></li> <li>• Envoyez des rappels pendant les périodes où les étudiants et étudiantes planifient leurs études (décembre, janvier, avril, juillet à septembre). <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></li> <li>• Précisez les avantages éventuels du programme pour les étudiants et étudiantes actuels et futurs.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.	Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.	Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).	Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.
	<i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Établissez le contact avec les étudiants et étudiantes au début du trimestre lorsque la semaine de bienvenue est encore toute fraîche dans leur mémoire et que leurs études sont moins chaotiques.</li> </ul>			
<b>Précision</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décrivez brièvement au cours de séances de questions et réponses les raisons du projet, le temps qu'exige la participation, les incitatifs, et les droits des participants.</li> <li>Fournissez une description détaillée du projet en ligne ou dans une brochure.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez clair, bref et prêt à répondre ouvertement à toute question sur le projet et les raisons pour lesquelles il est important de participer.</li> <li>Apportez des brochures plus détaillées.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Établissez un climat de confiance et de légitimité en étant clair.</li> <li>Soulignez que le projet exige peu de temps.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décrivez brièvement au cours de séances d'information ou dans des documents de promotion les raisons du projet, le temps qu'exige la participation, les incitatifs, et les droits des participants</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez clair, bref et prêt à répondre ouvertement à toute question sur le projet et les raisons pour lesquelles la participation est nécessaire.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Demandez aux médiateurs du projet d'agir comme principal point de contact avec les étudiantes et étudiants participants pendant la durée du projet.</li> <li>Informez les étudiants et étudiantes que leur participation restera confidentielle et ne sera pas communiquée au professeur avant que les notes aient été soumises.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décrivez brièvement au cours de séances d'information ou dans des documents de promotion les raisons du projet, le temps qu'exige la participation, les incitatifs, et les droits des participants.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fournissez le lien vers le site Web de la NSSE pour offrir plus de renseignements.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soyez clair, bref et prêt à répondre ouvertement à toute question sur le projet et les raisons pour lesquelles la participation est nécessaire.</li> <li>Indiquez la durée du projet et comment la participation des étudiants et étudiantes sera utile.</li> <li>Rappelez aux étudiants et étudiantes que la participation n'est pas obligatoire – simplement utile.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Décrivez brièvement comment l'étude appuiera l'élaboration future du programme en indiquant clairement que la participation au programme inclut la participation à l'étude.</li> <li>Soulignez le fait que les étudiants et étudiantes seront les premiers à participer – il s'agit d'une expérience d'apprentissage.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes lisent ou écoutent la demande :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Précisez les caractéristiques particulières du programme.</li> </ul> <i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>Indiquez aux étudiants et étudiantes que leur participation peut améliorer la réussite du programme pour les étudiants actuels et futurs.</li> </ul>



	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.	Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.	Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).	Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.
			<i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Communiquez les résultats d'enquêtes antérieures et indiquez les changements qui en ont découlé.</li> </ul>	
<b>Types de participation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionnaire en ligne/imprimé.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux vaut moins que trop : si possible, utilisez une seule méthode de collecte de données.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faites en sorte que la participation n'exige que peu de temps.</li> <li>• Distribuez des questionnaires imprimés au cours des exposés en classe (si le temps le permet et avec la permission du professeur).</li> <li>• Répondre au questionnaire ne devrait prendre que de 15 à 20 minutes (en ligne, utilisez une barre de progression).</li> <li>• Faites en sorte que le questionnaire soit accessible en ligne 24 heures sur 24, sept jours sur sept.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrez la possibilité de répondre à un questionnaire imprimé en classe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distinguez clairement : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les activités qui font partie du cours (tests préliminaires éventuels servant à orienter l'enseignement, autres évaluations, niveaux de participation, etc.) – comme tous les étudiants et étudiantes prennent part à ces activités, la demande vise seulement à obtenir la permission d'utiliser aussi ces données pour le projet de recherche.</li> <li>• Les activités qui s'ajoutent aux activités normales du cours (groupes de discussion, entrevues, post-tests servant uniquement à l'étude – il faut demander aux étudiants et étudiantes s'ils veulent prendre part à ces activités.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduisez au minimum le nombre d'activités supplémentaires.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionnaire en ligne.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il s'agit d'un seul grand questionnaire ne nécessitant que peu de temps.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants et étudiantes peuvent répondre au questionnaire en ligne quand cela leur convient.</li> <li>• Utilisez une barre de progression et permettez aux participants de sauvegarder leurs réponses et de terminer plus tard.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournissez dans les courriels de masse un lien qui amènera les étudiants et étudiantes au questionnaire en un ou deux clics.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesurez les connaissances, compétences ou attitudes ciblées au début et à la fin du programme.</li> <li>• Groupes de discussion ou entrevues.</li> <li>• Documentation sur le programme.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorsque cela est possible, envisagez d'utiliser les projets ou dossiers des étudiants et étudiantes ou d'autres documents générés par les activités de base du programme plutôt que de demander des données supplémentaires.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faites en sorte que la participation soit conviviale et que les étudiants et étudiantes connaissent bien à l'avance ce à quoi l'on s'attend d'eux ainsi que les dates importantes.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.	Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.	Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).	Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faites en sorte que le même questionnaire soit accessible en ligne.</li> <li>Insérez un lien vers le questionnaire dans tous les courriels et communications sur les médias sociaux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduisez au minimum le nombre d'activités supplémentaires – ou, si possible, n'ayez aucune activité supplémentaire.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pour les activités supplémentaires, offrez un maximum de souplesse quant au moment et au mode de participation (p. ex., envisagez d'organiser des groupes de discussion en ligne au lieu, ou en plus, de groupes de discussion en personne).</li> </ul>		
<b>Raisons</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indiquez que la semaine de bienvenue vise à offrir des possibilités qui aideront les étudiants et étudiantes de première année à bien commencer leur année.</li> <li>Les étudiants et étudiantes peuvent profiter des résultats de ce projet de recherche.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Encouragez les étudiants et étudiantes à participer pour aider l'établissement à améliorer l'égalité, offrir plus de choix, célébrer la diversité et respecter la diversité et la vie privée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indiquez que l'étude vise à améliorer l'apprentissage des étudiants et étudiantes.</li> <li>Indiquez les diverses façons dont les commentaires des étudiants et étudiantes pourront aider d'autres étudiants à l'avenir.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expliquez comment les commentaires des étudiants et étudiantes sont appréciés et importants pour l'amélioration de l'enseignement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La NSSE vise à étudier cinq domaines de participation : effort demandé, apprentissage avec les pairs, expériences avec le corps professoral, environnement du campus, pratiques ayant une grande incidence.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Précisez que plus de réponses seront reçues, plus la fiabilité et la crédibilité des résultats seront grandes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'étude fait partie de la participation au programme afin que ce dernier puisse être amélioré pour les étudiants et étudiantes actuels et futurs.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soulignez le fait que la participation peut améliorer la réussite du programme pour les étudiants et étudiantes actuels et futurs.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.	Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.	Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).	Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.
<b>Incitatifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrez : <ul style="list-style-type: none"> <li>• un billet pour un ou deux grands prix provenant de la librairie du campus (objets électroniques p. ex.);</li> <li>• un coupon de 5 \$ pour du café ou un article de la librairie du campus en échange de la participation initiale.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ne sous-estimez pas l'attrait d'un simple coupon pour du café, le stationnement, la librairie, etc.</li> <li>• Indiquez dans les documents de promotion les chances approximatives de gagner ou la valeur estimative du prix.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournissez le résumé des conclusions.</li> <li>• Si vous offrez une note en échange de la participation, offrez aussi aux étudiants et étudiantes qui ne veulent pas participer d'autres façons d'obtenir la même note.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants et étudiantes s'intéressent souvent aux projets de recherche pour des motifs altruistes – ils peuvent donc être désireux de participer si on promet de leur fournir le résumé des conclusions.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petit incitatif ou tirage.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indiquez dans les documents de promotion les chances approximatives de gagner ou la valeur estimative du prix.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le mentorat fourni dans le cadre du programme.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soulignez les avantages que représente le mentorat pour eux.</li> </ul>
<b>Contexte social /normes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants et étudiantes de première année sont peu susceptibles d'avoir participé à des projets de recherche par le passé et peuvent donc avoir besoin d'explications supplémentaires concernant les avantages possibles pour la population étudiante.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Établissez la confiance et expliquez aux étudiants et étudiantes de première année que leur participation est importante.</li> <li>• Soulignez l'utilité de ce genre de recherche pour l'amélioration des résultats éducationnels et l'expérience des étudiants et étudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseignez les avantages de la recherche.</li> <li>• Normalisez l'expérience de la recherche pour les étudiants et étudiantes.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseignez les avantages de la recherche et répondez à toute préoccupation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normalisez la recherche – expliquez comment cette enquête est utilisée dans de nombreux établissements au Canada.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indiquez comment cette recherche peut servir à améliorer l'enseignement, l'apprentissage et l'expérience des étudiants et étudiantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseignez la recherche.</li> </ul> <p><i>Les étudiants et étudiantes veulent participer :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indiquez comment cette recherche peut servir à améliorer l'expérience des étudiants et étudiantes.</li> </ul>

	<b>Scénario 1</b>	<b>Scénario 2</b>	<b>Scénario 3</b>	<b>Scénario 4</b>
	<p>Cette année, votre établissement a fait l'essai d'un nouveau genre de semaine de bienvenue et désire savoir si les étudiants et étudiantes pensent que cette expérience devrait être renouvelée l'an prochain.</p>	<p>Vous voulez savoir si une innovation pédagogique aidera les étudiants et étudiantes de vos cours à apprendre.</p>	<p>Votre établissement participe à l'Enquête nationale sur la participation étudiante (National Survey of Student Engagement ou NSSE).</p>	<p>Vous voulez démarrer un nouveau programme de mentorat destiné aux étudiants et étudiantes et étudier comment il fonctionne.</p>
<b>Facilité de répondre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insérez dans tous les documents de promotion un lien menant au questionnaire ou le calendrier de participation.</li> <li>• Demandez aux médiateurs d'aider les participants à répondre au questionnaire imprimé au cours des exposés en classe. <i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></li> <li>• Rappelez aux étudiants et étudiantes tout au cours du trimestre qu'ils peuvent participer n'importe quand (ou jusqu'à une date prédéterminée).</li> <li>• Donnez accès au questionnaire en ligne et permettez aux participants de sauvegarder leurs réponses et de terminer plus tard au besoin. <i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></li> <li>• Insérez un lien qui amène directement les participants au questionnaire (un clic).</li> <li>• Donnez accès au questionnaire en ligne 24 heures sur 24, sept jours sur sept.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduisez au minimum le nombre d'activités qui s'ajoutent aux activités normales du cours. <i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></li> <li>• Demandez aux étudiants et étudiantes de faire des activités supplémentaires seulement si cela est réellement nécessaire à l'étude. <i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></li> <li>• Pour les activités supplémentaires, fournissez diverses options quant au moment et au mode de participation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La NSSE est accessible en ligne. <i>Les étudiants et étudiantes ont le temps de participer :</i></li> <li>• Les participants peuvent répondre au questionnaire quand cela leur convient.</li> <li>• Fournissez une barre de progression et une option de sauvegarde avec le questionnaire. <i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></li> <li>• Fournissez dans les courriels de masse un lien simple qui amènera les étudiants et étudiantes au questionnaire en un ou deux clics.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faites en sorte que la participation ait lieu sur le campus. <i>Les étudiants et étudiantes peuvent accéder au questionnaire ou planifier leur participation :</i></li> <li>• Demandez aux administrateurs d'aider les étudiantes et étudiants participants à s'inscrire au programme et à planifier leur participation et de répondre à toute question.</li> </ul>

## Conclusion

Le recrutement d'étudiants et d'étudiantes afin qu'ils participent à un projet de recherche n'est pas une tâche facile. Comme le montre le modèle au chapitre 2, les étudiants et étudiantes suivent un processus complexe pour décider de participer ou non à une étude. Cependant, le chercheur qui est au courant de la diversité des expériences, des perspectives et des priorités des étudiants et étudiantes dans son établissement devrait être en mesure de créer un plan de recrutement fructueux en prenant des décisions concernant les neuf facteurs énumérés au chapitre 2.

Le présent guide encourage les chercheurs à s'interroger sur les effets que leurs décisions méthodologiques peuvent avoir sur le recrutement et le processus de consentement éclairé. La façon dont la demande est présentée, le type de participation nécessaire, l'attrait du projet de recherche et la facilité de participation peuvent tous avoir une incidence sur la participation des étudiants et étudiantes. En plus de discuter de ces aspects, le présent guide propose des stratégies de recrutement pratiques aux chercheurs qui veulent attirer toute une gamme d'étudiants et d'étudiantes, notamment ceux et celles qui sont moins susceptibles de participer.

Quelques conseils pour terminer :

- vérifier que les données n'existent pas déjà ailleurs;
- utiliser diverses stratégies de recrutement;
- faire en sorte que le projet soit simple;
- solliciter l'appui d'autres personnes ou organismes;
- ne pas avoir peur d'essayer quelque chose de nouveau.

## Références

- Angrist, J., Chambers, T., Oreopoulos, P., et Williams, T. (2010). *Projet de bourse de mérite supplémentaire « Occasion à saisir » : Évaluation aléatoire d'une aide basée sur le mérite allouée à des étudiants recevant une aide basée sur le besoin*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Baratta, P. C., Gucciardi, E., Ahmad, F., et Stewart, D. E. (2006). « Cross-cultural perspectives on research participation and informed consent ». *Social Science & Medicine*, 62(2), 479-490.
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York : Wiley.
- Brown, B., Long, H., Gould, H., Weitz, T., et Milliken, N. (2000). « A conceptual model for the recruitment of diverse women in research studies ». *Journal of Women's Health & Gender-Based Medicine*, 9(6), 625-632.
- Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, et Instituts de recherche en santé du Canada. (2010). *Énoncé de politique des trois Conseils : Éthique de la recherche avec des êtres humains*. Ottawa : auteurs.
- Conway, C. (2010). *Améliorer la participation étudiante au moyen d'interventions ciblées – Rapport final : Processus, effets et incidence des interventions*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Dickert, N., et Grady, C. (1999). « What's the price of a research subject? Approaches to payment for research participation ». *The New England Journal of Medicine*, 341(3), 198-203.
- Duncan, A., et Varcoe, J. (2013). *Compétences informationnelles des étudiantes et étudiants : Mesure de l'efficacité des initiatives en culture informationnelle au palier postsecondaire*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Elgie, S., Childs, R., Fenton, N., Levy, B. A., Lopes, V., Szala-Meneok, K., et Wiggers, R. D. (2012). *Guide pour la recherche sur l'enseignement postsecondaire et les résultats des étudiants*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Goldenberg, L. R., Owens, E. F., Jr., et Pickar, J. G. (2007). « Recruitment of research volunteers: Methods, interest, and incentives ». *The Journal of Chiropractic Education*, 21(1), 28-31.
- Grady, C. (2001). « Money for research participation: Does it jeopardize informed consent? » *The American Journal of Bioethics*, 1(2), 40-44.
- Hedge, S. (2012, 20 mai). « Successfully recruiting research participants ». *Inside Higher Ed*. Consulté à <http://www.insidehighered.com/blogs/gradhacker/successfully-recruiting-research-participants>.

- Miles, C. A., Polovina-Vukovic, D., Littlejohn, D., et Marini, A. (2010). *L'efficacité du programme Peer-Assisted Study Sessions (PASS) dans l'amélioration de la réussite étudiante à l'Université Carleton*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Nair, C. S., Adams, P., et Mertova, P. (2008). « Student engagement: The key to improving survey response rates ». *Quality in Higher Education*, 14(3), 225-232.
- Palameta, B., et Voyer, J.-P. (2010). *Volonté des groupes sous-représentés de payer leurs études postsecondaires*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Porter, S., et Umbach, P. (2006). « Student survey response rates across institutions: Why do they vary? » *Research in Higher Education*, 47(2), 229-247.
- Sax, L., Gilmartin, S., et Bryant, A. (2003). « Assessing response rates and nonresponse bias in web and paper surveys ». *Research in Higher Education*, 44(4), 409-432.
- Singer, E., Groves, R. M., et Corning, A. D. (1999). « Differential incentives: Beliefs about practices, perceptions of equity, and effects on survey participation ». *The Public Opinion Quarterly*, 62(2), 251-260.
- Singer, E., et Bossarte, R. M. (2006). « Incentives for survey participation: When are they 'coercive'? » *American Journal of Preventative Medicine*, 31(5), 411-418.
- Smollett, R., Arakawa, M., et Keefer, K. (2012). *Incidence d'un programme protégé d'ALS sur la participation et la réussite des étudiantes et étudiants à l'Université de l'EADO*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.
- Tsagris, D., et Muirhead, B. (2012). *Évaluation des soutiens à l'intention des étudiantes et étudiants ontariens aux prises avec des troubles d'apprentissage au niveau postsecondaire*. Toronto : Conseil ontarien de la qualité de l'enseignement supérieur.

