

MOTIVER LES ÉTUDIANT·ES DANS L'EN-
SEIGNEMENT SUPÉRIEUR

FONDEMENTS **PEDAGOGIQUES**



MOTIVER LES ÉTUDIANT·ES

DANS L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

La motivation est importante à la réussite des étudiant·es dans l'enseignement supérieur. Elle résulte d'un équilibre entre facteurs internes (plaisir, intérêt) et contextuels (pédagogie, environnement). Les causes de démotivation sont souvent externes et, pour soutenir la motivation, l'enseignant·e peut renforcer l'auto-efficacité, adopter une posture enthousiaste, varier les méthodes et intégrer des outils numériques de manière ciblée. Il s'agit de créer un cadre propice à l'engagement, sans imposer la motivation. Cultiver la motivation favorise à la fois l'apprentissage et le bien-être des étudiant·es et des enseignant·es.

PROBLÉMATIQUE ET CONTEXTE UNIVERSITAIRE

La motivation constitue un levier important dans la réussite des étudiant·es de l'enseignement supérieur. Elle permet non seulement d'initier et de maintenir l'effort d'apprentissage, mais elle oriente aussi l'attention et la persévérance face à des tâches complexes (Reeve, 2015). Pourtant, de nombreux enseignant·es constatent une baisse de l'engagement étudiant, traduite par un désintérêt croissant, des comportements de distraction, voire une démobilisation face aux exigences académiques.

Ce phénomène s'explique en partie par des facteurs contextuels : surcharge cognitive, cours peu adaptés aux besoins perçus, absence de liens concrets avec les projets de vie des étudiant·es. En parallèle, la multiplication des sollicitations numériques renforce la recherche de satisfaction immédiate au détriment d'objectifs d'apprentissage à long terme (Lachaux, 2015).

Comment, dans ce contexte, soutenir durablement la motivation des étudiant·es à l'université ? Quels sont les leviers pédagogiques à activer, et quels en sont les fondements ?

COMPRENDRE LA MOTIVATION : UN CONCEPT MULTIDIMENSIONNEL

La motivation peut être définie comme « les processus internes qui donnent à un comportement son énergie, sa direction et sa persévérance » (Reeve, 2015, p. 7). Elle repose sur une interaction dynamique entre des facteurs internes (intérêts, émotions, perceptions de soi) et externes (environnement, interactions sociales, pratiques pédagogiques).

La distinction classique entre motivation intrinsèque (plaisir d'apprendre, curiosité) et extrinsèque (récompense, note, reconnaissance) reste utile, bien que ces deux dimensions coexistent souvent et puissent se renforcer mutuellement (Fournier, 2017).

Selon Deci et Ryan (2002), il est également important de tenir compte de trois besoins fondamentaux de l'apprenant pour comprendre sa motivation : le besoin de compétence, le besoin de relations sociales et le besoin d'autodétermination.

En s'appuyant sur plusieurs théories liées à la motivation des apprenant·es, Rege Colet et Lanarès (2013) proposent un cadre simple pour aider les enseignant·es à mieux comprendre la motivation étudiante. Ce cadre s'articule autour de la formule suivante :

$$\text{Motivation} = \text{Compétence perçue} * \text{Valeur attribuée}$$

Selon eux, la motivation dépend à la fois du sentiment d'être capable de réussir une tâche (compétence perçue) et de l'importance que l'étudiant·e lui accorde (valeur). Ainsi, un·e étudiant·e sera davantage motivé·e si l'activité proposée lui paraît pertinente, utile ou intéressante, et s'il ou elle estime disposer des capacités nécessaires pour réussir cette activité. Par contre les auteurs rappellent que « ces deux variables sont interdépendantes, ce qui fait que si l'une des deux est faible, la motivation s'en ressent » (p. 79).

FREINS À LA MOTIVATION : DÉMOTIVATION ET DÉSENGAGEMENT

Les études révèlent que la démotivation étudiante est davantage liée à des causes externes (manque d'adaptation du cours, faible qualité de la relation pédagogique) qu'à des facteurs internes (Falout, Elwood & Hood, 2009). Un·e enseignant·e peu engageant·e ou un contenu perçu comme abstrait ou inutile peuvent rapidement entraîner une perte d'attention ou de sens.

De plus, les étudiant·es sont confronté·es à des stimuli concurrents, notamment numériques : le multitasking, la consultation constante des réseaux sociaux ou le besoin de gratification immédiate réduisent la disponibilité cognitive nécessaire à l'apprentissage (Lachaux, 2015). L'attention devient fragmentée, et la résistance à l'effort s'en trouve diminuée.

PRATIQUES PEDAGOGIQUES

POUR SOUTENIR LA MOTIVATION ÉTUDIANTE

Soutenir la motivation ne consiste pas à « motiver à la place de », mais à créer un cadre propice à l'engagement. Selon Meirieu (2017), il s'agit avant tout de poser des « conditions favorables à l'appropriation du savoir ». Parmi celles-ci :



RENFORCER L'AUTO-EFFICACITÉ

Le sentiment de compétence est un prédicteur majeur de la motivation et de la performance académique (Bandura & Schunk, 1981). Il se construit à travers des expériences de réussite, des feedbacks constructifs, la valorisation de l'effort et des objectifs réalistes (Doménech-Betoret et al., 2017).



ADOPTER UNE POSTURE ENTHOUSIASTE

L'enthousiasme de l'enseignant·e influence directement l'intérêt des étudiant·es pour le cours. Cette posture agit comme un catalyseur affectif et favorise l'engagement (Keller et al., 2014).



VARIER LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Les pédagogies actives (approche par projets, classe inversée, simulations) favorisent l'autonomie, le sens et l'interaction sociale. Une étude de l'Université de Sherbrooke (Bédard & Viau, 2001) montre que les activités les plus motivantes sont celles qui s'ancrent dans des contextes professionnels ou concrets.



MOBILISER LES OUTILS NUMÉRIQUES

Les environnements numériques d'apprentissage peuvent renforcer la motivation en favorisant la rétroaction, la personnalisation et la liberté d'exploration (Heafner, 2004 ; Tisseron in Motte, 2011). Ils doivent cependant être utilisés avec mesure pour ne pas alimenter une logique de surstimulation.



LIMITES DES GRATIFICATIONS

Si les compétitions et les gratifications peuvent stimuler temporairement l'effort, elles peuvent aussi fragiliser la motivation intrinsèque, surtout chez des étudiant·es déjà engagé·es (Kyewski & Krämer, 2018). L'effet des récompenses dépend du profil motivationnel initial.

CONCLUSION

La motivation étudiante est un phénomène complexe, multifactoriel, et hautement sensible au contexte. Elle ne relève pas d'une recette unique, mais d'une attention constante à la qualité du lien pédagogique, au sens donné aux apprentissages et à l'environnement d'enseignement.

Cultiver la motivation implique pour l'enseignant·e d'adopter une posture réflexive et expérientielle, de varier ses approches, et de reconnaître que la motivation est aussi un indicateur du bien-être, tant des étudiant·es que du personnel académique. Travailler à motiver, c'est finalement œuvrer à humaniser l'enseignement supérieur.

BIBLIOGRAPHIE

Bandura, A., & Schunk, D. H. (1981). Cultivating competence, self-efficacy, and intrinsic interest through proximal self-motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(3), 586–598.

Berthiaume, D., & Rege Colet, N. (2013). Comment soutenir la motivation des étudiants? Dans N. Rege Colet & J. Lanarès (Éds.), *La pédagogie de l'enseignement supérieur : repères théoriques et applications pratiques* (pp. 75–86). Peter Lang SA.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2002). *Handbook of self-determination research*. University Rochester Press.

Doménech-Betoret, F., Abellán-Roselló, L., & Gómez-Artiga, A. (2017). Self-efficacy, satisfaction, and academic achievement: The mediator role of students' expectancy-value beliefs. *Frontiers in Psychology*, 8, 1193.

Falout, J., Elwood, J., & Hood, M. (2009). Demotivation: Affective states and learning outcomes. *System*, 37(3), 403–417.

Heafner, T. (2004). Using technology to motivate students to learn social studies. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 4(1), 42–53.

Keller, M. M., Goetz, T., Becker, E. S., Morger, V., & Hensley, L. (2014). Feeling and showing: A new conceptualization of dispositional teacher enthusiasm and its relation to students' interest. *Learning and Instruction*, 33, 29–38.

Kyewski, E., & Krämer, N. C. (2018). To gamify or not to gamify? An experimental field study of the influence of badges on motivation, activity, and performance in an online learning course. *Computers & Education*, 118, 25–37.

Lachaux, J.-P. (2015). *Le cerveau funambule. Comprendre et apprivoiser son attention grâce aux neurosciences*. Odile Jacob.

Meirieu, P. (2017). Peut-on susciter le désir d'apprendre ? In *La motivation* (pp. 48–54). Éditions Sciences Humaines.

Motte, I. (2011). Regard de Serge Tisseron sur les écrans à l'ère numérique dans l'éducation et la formation. Louvain Learning Lab. <https://www.louvainlearninglab.blog/numerique-ecrans-education-formation-serge-tisseron/>

Reeve, J. (2015). *Understanding motivation and emotion* (6th ed.). John Wiley & Sons.