

La communication en revues

L'enquête sur les revues menée par le ministère de la Recherche

Éric Maigret

DANS **HERMÈS, LA REVUE** 2001/2 (N° 30), PAGES 7 À 11

ÉDITIONS **CNRS ÉDITIONS**

ISSN 0767-9513

ISBN 2271059232

DOI 10.4267/2042/14512

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://preprod.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2001-2-page-7.htm>



CAIRN.INFO
MATIÈRES À RÉFLEXION

Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour CNRS Éditions.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

LA COMMUNICATION EN REVUES

L'enquête sur les revues menée par le ministère de la Recherche

Peut-on et doit-on hiérarchiser les revues scientifiques ? À cette double question presque tarte à la crème, nourrissant depuis les années 1980 ces mêmes revues en articles sur l'évaluation de la recherche publique en général et les travaux des chercheurs en particulier, le ministère de la Recherche a décidé depuis peu de répondre clairement oui. Comme les autres, le champ de l'information et de la communication est donc passé au crible d'une enquête visant à ordonner l'espace des revues et à mettre au point des indicateurs de valeur pour les publications. Le geste n'est pas scandaleux qui permettra peut-être de réduire le caractère très aléatoire de l'évaluation scientifique tant au niveau du recrutement que de la gestion des carrières, à condition bien sûr que l'approche par les publications et leur classement ne devienne pas exclusive d'autres types d'approches : un numéro de revue peut être à lui seul un évé-

nement dans une collection qui ne l'est pas, la valeur d'un article n'est pas nécessairement indexée sur celle de la revue, supposée donnée, d'autre part, la recherche ne passe pas que par les publications... La médiatisation des résultats d'une enquête sur l'appréciation des revues en information-communication¹ peut aussi servir à introduire une plus grande réflexivité dans les débats qui animent le milieu scientifique. Profitons-en donc pour observer un cliché révélateur de notre champ, qualifié de disciplinaire par les uns, d'interdisciplinaire par les autres, et remercions ainsi chaleureusement, au nom de tous ceux

1. Les résultats détaillés sont sur le site :
www.iut-tarbes.fr/enquete/info_comm/information.htm#revues_suppl

qui collaborent à *Hermès* ou qui y ont collaboré, les pairs/lecteurs qui ont choisi de distinguer notre revue.

L'enquête a été menée fin 2000, début 2001 auprès d'un échantillon de 485 enseignants-chercheurs et chercheurs réputés relever des sciences de l'information et de la communication par leur appartenance à la 71^e section du CNU et/ou à la SFSIC — des techniques d'élargissement ayant également été utilisées (il était proposé aux personnes contactées de signaler l'existence de collègues susceptibles de répondre à cette enquête²). 262 revues françaises et étrangères étaient présentées par ordre alphabétique avec pour chacune d'entre elles la nécessité de choisir entre un « oui », un « non » et un « ne sais pas » à la question de la validité scientifique (la possibilité d'ajouter des revues jugées intéressantes étant accordée). Le nombre de réponses obtenues (97) est relativement faible mais statistiquement probant, les résultats pouvant être jugés robustes. L'absence de publicité faite à ce sondage — donc de débat l'entourant — a pu créer un effet de surprise et contribuer à gommer les calculs stratégiques.

Je propose d'interpréter les données à partir du taux de notoriété enregistré par chacune des revues (nombre de « oui » plus nombre de « non » obtenus à la question) et du taux de pertinence scientifique (nombre de « oui » moins nombre de « non »). Le graphique n° 1 fournit l'espace dans lequel s'inscrivent les revues. Pour faciliter la lecture et

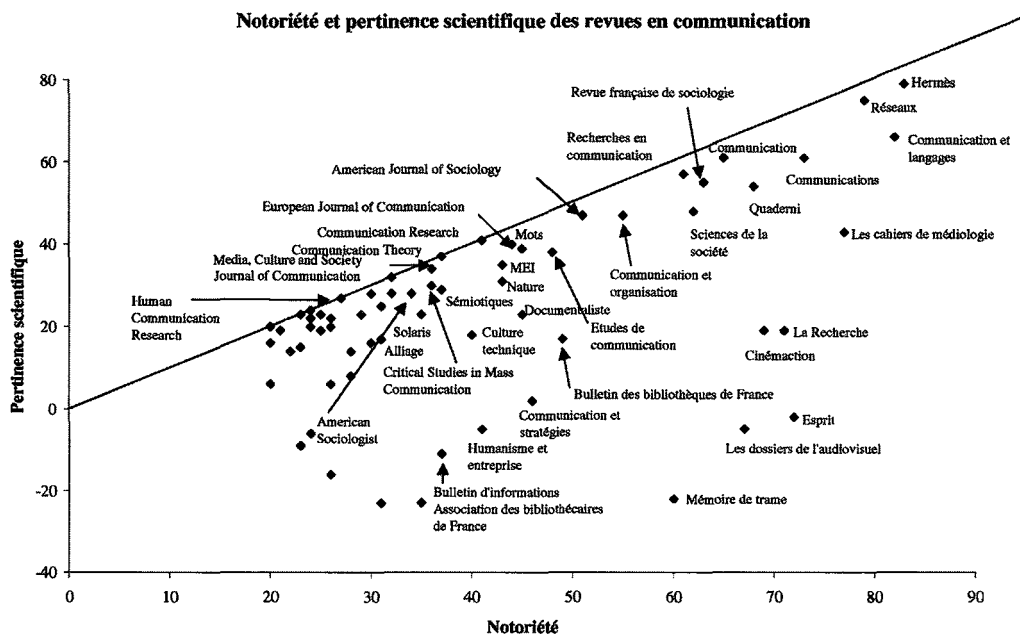
discriminer plus facilement, je n'ai représenté que les revues ayant enregistré un taux de notoriété supérieur à 20. Les résultats doivent se lire en suivant la droite représentée, celle-ci fournissant la pente de la notoriété et, simultanément, de la reconnaissance scientifique, c'est-à-dire le « sentier de la gloire » ou la « colline des plaisirs » (ces deux formules n'étant présentes que pour le plaisir étrange de citer ensemble Kubrick et Pareto). Les deux revues les plus appréciées, *Hermès* et *Réseaux*, se détachent nettement des autres. Ce sont des revues relativement jeunes — de 10 à 20 ans de vie — mais déjà bien établies dans un champ de recherche dont la structuration apparaît somme toute récente dans un pays comme la France. Elles utilisent des procédures scientifiques classiques (réels comités de rédaction, articles soumis envoyés à des lecteurs externes, etc.), elles ont également en commun d'être abritées par des organismes disposant d'une forte indépendance scientifique et des ressources du temps long : *Hermès* s'est développée au sein d'une institution publique de recherche (le CNRS) tandis que *Réseaux* a longtemps appartenu à une entreprise publique (France Télécom). Enfin, ce sont des revues épaisses, ouvertes sur l'étranger, généralistes mais à fort ancrage disciplinaire dans les sciences sociales. Il faut d'ailleurs noter l'absence de revue à visée disciplinaire ou professionnalisante aux avant-postes, présentant la communication comme une science ou comme une pratique, de même que l'absence de revues très spécialisées dans les domaines techniques et bibliologiques : la définition scientifique de la communication est d'abord celle d'une interdiscipline. Le constat est renforcé par la forte présence de la

2. Cependant, les règles précises du choix des personnes contactées n'ont pas encore été précisées.

Revue française de sociologie et de l'*American Journal of Sociology*, alors que l'inexistence des *Annales HSS* pour l'histoire et des revues économiques ou de sciences politiques surprend. L'enquête a produit un fort effet d'imposition car elle ne proposait pas ces titres

(comme de nombreux autres titres français et étrangers en sciences humaines, au profit par contre de nombreuses revues de bibliologie), seules 21 revues ayant été citées spontanément au moins deux fois pour compléter l'échantillon.

Graphique n° 1



L'une des leçons importantes de ce sondage est la mise en évidence de la faible notoriété des revues étrangères non francophones. Celle-ci explique d'ailleurs en partie le succès de revues francophones faisant le lien avec les publications américaines ou anglaises, traduites et commentées. Cette faible notoriété

est un frein à la reconnaissance de titres tels que *The European Journal of Communication* ou le *Journal of Communication*, mais elle masque en réalité le fort crédit scientifique accordé aux productions anglo-saxonnes lorsqu'elles sont connues : un vote exprimé les concernant est généralement synonyme

de vote positif. De plus, si l'on prend les 20 revues les plus appréciées (tableau n° 1), 40 % d'entre elles sont étrangères et 30 % anglo-saxonnes, ce qui démontre tout de même une réelle interpénétration des espaces scientifiques nationaux et internationaux.

TABLEAU 1

LES 20 REVUES LES PLUS VALORISÉES

REVUE	OUI - NON
HERMÈS	79
RÉSEAUX	75
COMMUNICATION ET LANGAGES	66
COMMUNICATIONS (FRANCE)	61
COMMUNICATION (CANADA)	61
RECHERCHES EN COMMUNICATION (BELGIQUE)	57
REVUE FRANÇAISE DE SOCIOLOGIE	55
QUADERNI	54
SCIENCES DE LA SOCIÉTÉ	48
AMERICAN JOURNAL OF SOCIOLOGY	47
COMMUNICATION ET ORGANISATION	47
CAHIERS DE MÉDIOLOGIE	43
COMMUNICATION RESEARCH	41
EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION	40
MOTS	39
ÉTUDES DE COMMUNICATION	38
COMMUNICATION THEORY	37
MEI	35
MEDIA, CULTURE, SOCIETY	34
JOURNAL OF COMMUNICATION	32

Une des grandes difficultés méthodologiques de l'enquête réside dans le caractère très ambigu de la question posée. S'agissait-il de mesurer la pertinence scientifique d'une revue en général ou la pertinence scientifique d'une revue dans le champ précis de la communication ? La confusion explique l'existence de points aberrants : ainsi *Nature* se voit-elle créditée d'un score plutôt honnête qui ne rend compte ni de sa scientificité, considérée comme incontestable en « scien-

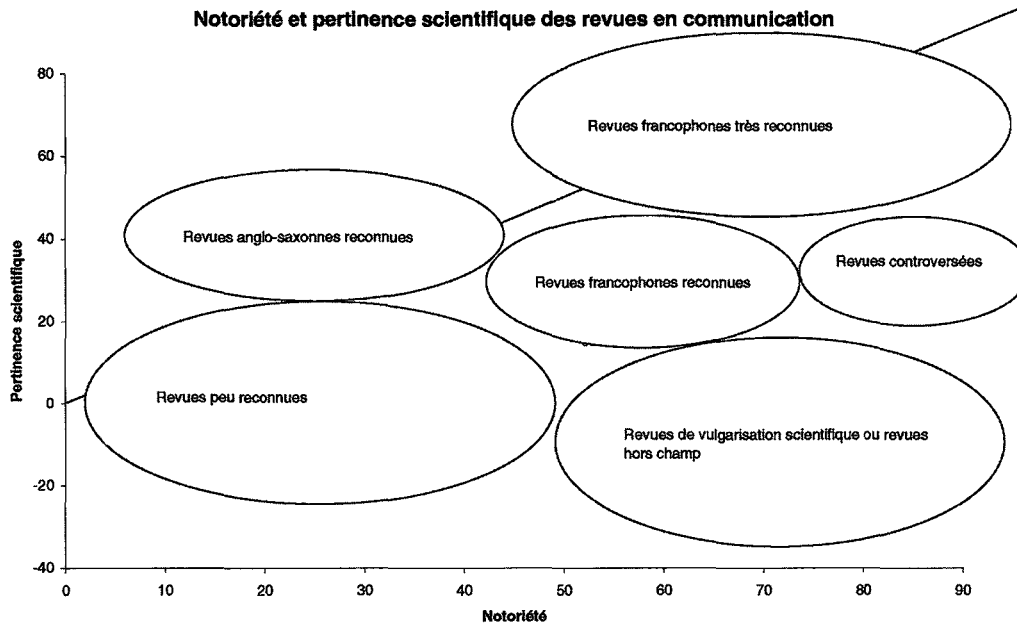
ces exactes », ni de son faible apport dans notre champ (mais c'est à débattre) ; le succès de l'*American Journal of Sociology* est incontestable mais le positionnement de ce titre dans le champ de la communication apparaît aujourd'hui de moins en moins évident. Certaines revues de vulgarisation ou jugées étrangères au champ ont été cependant identifiées, bénéficiant à la fois d'un taux de notoriété élevé et d'un taux de pertinence scientifique faible.

Le cas des *Cahiers de médiologie* doit être évoqué car nous sommes ici en présence d'une revue récente et à forte notoriété, assez reconnue, mais sur laquelle les avis sont cependant très partagés (parmi les 20 premières revues, c'est celle qui obtient de loin le nombre de « non » le plus important, 17).

Au final, je regrouperai donc les revues en six ensembles distincts (graphique n° 2) :

- le premier contient les revues francophones très reconnues, notamment la Canadienne *Communication* et la Belge *Recherches en communication* ;
- le second, les revues francophones un peu moins appréciées, généralement plus récentes ;
- le troisième, un ensemble de revues très spécialisées, en particulier dans le secteur du classement bibliologique, et les revues peu appréciées ;
- le quatrième, les grandes revues anglo-saxonnes très appréciées mais parfois moins connues ;
- le cinquième, les revues de vulgarisation/information et les étrangères au champ (essentiellement *Esprit*, ce qui peut faire l'objet d'un débat là encore) ;
- le sixième, les revues controversées.

Graphique n° 2



L'avenir dira ce que cette enquête a pu apporter à la recherche et à son évaluation. Sa reconduction avec élargissement de la palette de revues proposées nous donnera une idée de l'évolution des préférences et nous indi-

quera dans quelle mesure cette photographie fige ou ne fige pas un paysage parfois ancien, traduit ou non l'existence d'effets générationnels forts...