

Analyse de l'écart entre les genres en matière de production scientifique et d'indicateurs de performance

Les chercheurs étudient « l'effet Matilda » dans les recherches en lien avec la communication.

Une étude de l'Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) révèle l'inégalité de genres dans l'exercice des carrières de recherche dans le domaine de la communication. Ce travail met en évidence la difficulté pour les femmes chercheuses d'atteindre des niveaux plus élevés de visibilité et de citations dans la situation actuelle.

L'article « *The Matilda Effect in communication research: The effects of gender and geography on usage and citations across 11 countries* » présente une recherche empirique du ratio hommes-femmes parmi les chercheurs les plus productifs dans les disciplines liées à la communication. Elle a également analysé l'incidence du genre sur le nombre de visites et de citations d'articles scientifiques. Pour ce faire, des données provenant de 11 pays et de 5 500 chercheurs sur le terrain ont été utilisées.

« Ce besoin découle du nombre limité d'études qui se sont concentrées sur l'examen de la proportion et de l'influence du genre sur deux des indicateurs les plus pertinents de l'évaluation scientifique : la visibilité et les citations. Bien qu'il existe des données d'observation montrant que les femmes continuent à être confrontées à des inégalités structurelles dans leurs carrières de recherche, ce travail apporte des preuves empiriques qui mettent en évidence les difficultés auxquelles les femmes sont confrontées dans leurs carrières universitaires », souligne Manuel Goyanes, professeur du département de communication de l'UC3M et l'un des auteurs de l'article.

Pour mener cette étude, l'équipe de recherche a rassemblé des informations provenant des bases de données Scopus et Scival, qui contiennent une liste des auteurs et auteures les plus productifs dans différentes disciplines. L'étude s'est limitée aux chercheurs dans le domaine de la communication en Europe et aux États-Unis et la période d'analyse s'étendait de 2010 à 2019.

Les résultats montrent que sur les 5 500 universitaires ayant les taux de productivité les plus élevés, 3 954 sont des hommes et 1 546 des femmes. Si l'on filtre par pays, le pourcentage d'hommes est également nettement plus élevé dans chaque pays, l'Allemagne et l'Ukraine étant les pays où l'écart entre les genres est le plus important. Les pays où la parité est la plus élevée sont l'Espagne et les États-Unis, bien que la situation soit loin d'être égale.

« Les résultats indiquent que les hommes sont toujours plus productifs, ce qui permet de conclure que les points de vue, les projets et les attentes des femmes sont moins

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

pris en compte. Les femmes sont également sous-représentées au sein de l'élite la plus productive. Cela ne correspond pas à la distribution sociologique du domaine analysé, où le nombre de femmes chercheuses est supérieur à celui des hommes et où elles sont également majoritaires en tant que premiers auteurs dans les principales revues de communication », analyse M. Goyanes.

D'autre part, l'étude montre que les articles des femmes les plus productives sont plus visibles que ceux des hommes les plus productifs. Cependant, ses articles sont moins cités. « En d'autres termes, à nombre égal de visites sur leurs articles, les femmes sont moins citées que les hommes. Si l'on part du principe que la première étape pour citer un article est de le lire, les femmes les plus productives dans le domaine de la communication ont besoin d'une plus grande visibilité pour obtenir des niveaux de citation similaires à ceux des hommes », explique le chercheur.

Dans les futures lignes de recherche, l'objectif est de poursuivre l'analyse des inégalités entre les femmes et la science, « en mettant l'accent sur ces inégalités à différents niveaux, tels que l'accès aux comités éditoriaux des revues scientifiques, la coécriture, les prix scientifiques ou la réputation académique », conclut Manuel Goyanes.

Références bibliographiques :

Rajkó, A., Herendy, C., Goyanes, M., & Demeter, M. (2023). The Matilda Effect in Communication Research: The Effects of Gender and Geography on Usage and Citations Across 11 Countries. *Communication Research*, 00936502221124389.