

Le dessous des cartes des rankings

Peut-on se fier aux rankings ? Un chercheur belge décrypte le fonctionnement de ces très influents classements scrutés par les universités du monde entier.

ENTRETIEN
ERIC BURGRAFF

Année après année, saison après saison, de très sérieux organismes internationaux classent les universités de par le monde. Attendus avec impatience par les initiés, consultés par les étudiants avertis avant de s'engager dans un master ou de poursuivre leur cursus à l'étranger, ces rankings agitent toujours un peu la communauté universitaire. Soit parce qu'ils font la fierté des universités qui en sont ou qui ont gagné quelques places, soit parce qu'ils sont décriés par celles qui n'en sont pas ou qui ont dégringolé.

En Europe, les plus (re)connus d'entre eux répondent aux doux patronymes de « Times Higher Education World University Rankings » (lié au magazine du même nom et qui englobe une société de consultance, The Consultancy), « QS World University Rankings » (lié à Quacquarelli Symonds, une société de consultance sur l'enseignement supérieur) et « ShanghaiRanking's Academic Ranking of World Universities » (lui aussi lié à une société de consultance, la Shanghai-Ranking Consultancy). Notons que les intimes ne s'embarrassent guère de ces noms à rallonge, pour ne retenir que les diminutifs. On parle alors des classements « Times », « QS » et « Shanghai ».

Sont-ils pour autant à prendre au pied de la lettre ? Dans une tribune adressée récemment au journal *Le Monde*, les chercheurs Vincent Iehlé et Julien Jacqmin mettent le doigt sur les imperfections du système, appelant à la création d'un organe de contrôle impartial. Le second, Julien Jacqmin, est belge. Il a fait du fonctionnement de ces classements son principal objet de recherche. Aujourd'hui professeur associé à la Neoma Business School (une grande école de commerce à la française), il a cependant suivi tout un parcours comme étudiant ou chercheur dans différentes universités belges : ULB, ULiège, Saint-Louis et KU Leuven. Il jette pour *Le Soir* un œil averti

sur les rapports compliqués entre les universités des quatre coins du monde et les sociétés de ranking.

Qu'est-ce qui pose problème dans la constitution de ces rankings ?
On identifie différents phénomènes : le conflit d'intérêts, la manipulation des données et le manque de contrôle de ces données. Récemment, aux États-Unis, un doyen d'école de commerce a été condamné parce qu'il avait falsifié les données transmises à un ranking très influent dans son pays. Un autre cas américain fait état, non d'une falsification, mais d'un embellissement systématique des données transmises par une université aux sociétés de ranking. En fait, là-bas comme chez nous en Europe et en Belgique, les institutions transmettent leurs données gratuitement, et donc collaborent ouvertement avec les organes de classement. On peut comprendre la démarche, car d'un point de vue individuel, refuser de participer équivaut à se mettre hors-jeu. Or, des travaux empiriques ont démontré que ces classements ont une influence sur les étudiants locaux, mais surtout sur les étudiants internationaux. Une manière de s'attirer les bonnes grâces des classeurs est de glisser de la publicité dans un magazine qui

est associé. J'ai publié un papier où je croise les données du classement Times avec la publicité placée dans le magazine. J'y observe une corrélation entre les dépenses publicitaires et une amélioration du classement. De mémoire, les universités belges ne jouent pas dans cette cour.

Mais dans une autre ?

Un de mes collègues a démontré qu'un contrat de consultance avec les sociétés de conseil liées aux rankings a un impact positif sur l'évolution dans le classement. Or, des universités ont effectivement des contrats de consultance avec ces sociétés. Récemment, un vice-recteur a affirmé avoir commandité une étude à la société développant le classement QS pour mieux comprendre comment progresser dans ce même classement. Or, la consultance, ce sont souvent des factures importantes, et c'est de l'argent public. Ça pose quand même question.

Au minimum, des questions éthiques ?

En économie, on appelle ça le « dilemme du prisonnier » : aucun établissement ne peut se permettre de dire « moi, je ne travaille pas avec ces organismes », que ce soit pour leur transmettre les données, pour de la consul-



En matière de données, certains comportements posent problème, particulièrement en Communauté française qui est le parent pauvre du secteur

Julien Jacqmin chercheur



tance ou de la publicité. Parce que celui qui ne le fait pas sait qu'il peut y avoir un impact sur son classement. Le coût individuel à renier le système est énorme.

Comment sortir de ce dilemme ?

Soyons clairs, on n'échappera pas aux rankings, notamment parce que le milieu les adore. Par contre, idéalement, il faudrait l'intervention d'un organe public pour standardiser et certifier les données transmises, mais également pour contrôler les relations entre institutions et sociétés de ranking. Or, dans l'enseignement supérieur, il n'y a guère de régulation au niveau national, et encore moins au niveau supranational. L'autre possibilité, c'est de trouver des alternatives à ces classements.

L'une d'entre elles pourrait être de mieux investir dans le conseil d'orientation pour l'enseignement supérieur. Il y a clairement un énorme travail à faire, particulièrement en Communauté française où on en est encore à organiser des salons de l'étudiant. Les usagers de l'enseignement supérieur, ce sont très majoritairement des jeunes, c'est un public qui doit être protégé. On protège le consommateur dans des tas de domaines. Pour moi, il est urgent d'implémenter une législation à ce niveau, mais

malheureusement, il ne se passe pas grand-chose. Et puis, sur les questions des données, certains comportements posent problème, particulièrement en Communauté française, qui est le parent pauvre de la donnée concernant ce secteur. C'est tout l'inverse de la France, qui met beaucoup d'informations à disposition. En Belgique francophone, il y a un décalage entre producteurs de données (les institutions d'enseignement supérieur) et les usagers de ces données (les chercheurs) pour suivre le parcours d'un étudiant, établir des corrélations entre la réussite et différents indicateurs, etc. Une question taraude les chercheurs sur ce secteur : dans quelle mesure l'enseignement supérieur permet-il de faire fonctionner l'ascenseur social ? Ici, en Communauté française, on est tout simplement incapable d'objectiver la réponse à cette question.



« Il y a clairement un énorme travail à faire, particulièrement en Communauté française où on en est encore à organiser des salons de l'étudiant », lance Julien Jacqmin. © BERT VAN DEN BROUCKE/PHOTO NEWS

ratios Comment influencer les classements

E. B.

On l'a dit, l'enseignant-chercheur Julien Jacqmin a fait du décodage des rankings l'objet principal de ses recherches. Il explique pour *Le Soir* quatre manières d'influencer le cours des choses. « Il faut savoir », dit-il, « qu'un ranking, c'est un jeu à somme nulle. Ça veut dire que si je parviens à améliorer mon classement d'un rang, par exemple, un de mes concurrents va nécessairement voir son propre classement modifié. » Il faut savoir aussi qu'un classement, c'est l'addition pondérée de différents ratios prenant en compte, par exemple, le nombre d'étudiants par professeur, la présence de noms illustres au cadre académique, le budget consacré à la recherche, les prix

scientifiques, les publications prestigieuses, la part de recettes issues du mécénat privé, le salaire des nouveaux diplômés... Chaque ranking donne plus ou moins d'importance à ces ratios. Mieux vaut donc le savoir pour espérer gagner quelques places, quitte à jouer avec les limites de l'éthique.

1

Payer une consultance ou de la pub
C'est la ficelle la plus courante. Les principaux rankings sont organisés par des sociétés de consultance ou d'édition. « Des recherches ont pu établir des liens entre la conclusion des contrats de consultance ou de publicité avec une société sœur du ranking et l'évolution dans les classements », explique Julien Jacqmin. « En outre, le contrat de consultance consiste le plus souvent à expliquer en détail aux responsables d'universités la manière d'améliorer leur classement. »

2

Engager des noms prestigieux
« Un Prix Nobel à la retraite dans son

pays mais toujours actif en termes de publications est parfois engagé à temps partiel par une université étrangère. Il est grassement payé à condition de faire apparaître en priorité le nom de l'institution à laquelle il vient de s'affilier dans ses publications. Les nouveaux articles de ce professeur – mais aussi d'anciennes publications – seront comptabilisés dans la bibliométrie prise en compte pour le classement. »

3

Recommander intelligemment
Lors d'un classement, des pairs – des scientifiques actifs dans le même domaine – sont amenés à juger le niveau des institutions. Or, c'est l'université convoitant une progression qui livre aux organismes de classement le nom de professeurs susceptibles de juger de sa réputation. « On biaisera donc un peu l'échantillon en essayant de nommer des personnes qui seront plus à même de citer votre institution que les autres. C'est clairement une des consignes qui est donnée dans les workshops de consultance. Or, c'est le b.a.-ba du conflit d'intérêts. »

4

Choisir les bons chiffres

Un des ratios consiste à calculer le nombre d'étudiants par professeur, étant entendu que moins il y a d'étudiants par enseignant, plus grande doit être la qualité du diplôme. Sur ce sujet, il est tentant de jouer sur les deux tableaux. D'une part, en prenant le nombre d'étudiants au moment le plus favorable de l'année (en Belgique francophone, par exemple, il est à son maximum au milieu de l'automne et se réduit à la fin de l'hiver, avec les désinscriptions ou les abandons consécutifs à la session de janvier). D'autre part, la notion de « professeur » peut varier d'un pays à l'autre, voire d'une université à l'autre : professeurs invités, professeurs ordinaires, professeurs associés, chercheurs, assistants... peuvent venir gonfler la liste des pédagogues. L'absence de standardisation des données, couplée à une confiance aveugle dans la capacité d'autorégulation, peut suffire à biaiser certains résultats.