SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

"Becoming an expert … because we are worth it": Identity, motivations and competences of a women group; the EXPERTS

Brassier-Rodrigues, Cécilia

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Brassier-Rodrigues, C. (2018). "Becoming an expert … because we are worth it": Identity, motivations and competences of a women group; the EXPERTS. *ESSACHESS - Journal for Communication Studies*, *11*(1), 143-158. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-58681-1

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

« Devenir experte … parce que nous le valons bien » Identité, motivations et compétences d'un groupe de femmes : les EXPERTES

Maître de conférences Cécilia BRASSIER-RODRIGUES
Communication et Sociétés (EA 4647)
Université Clermont Auvergne
FRANCE
cecilia.brassier@uca.fr

Résumé : Grâce à la collaboration du groupe EGAE, nous avons réalisé une enquête auprès des membres d'un annuaire en ligne destiné à promouvoir la visibilité des femmes expertes dans l'espace public. L'analyse des 190 réponses obtenues nous permet de répondre à plusieurs interrogations, parmi lesquelles : Qui sont les personnes qui acceptent de devenir expertes et quelles sont leurs motivations ? Comment perçoivent-elles le rôle d'un expert et quelles compétences lui attribuent-elles ? Quelles formes de lien social sont créées par les membres de cette communauté en ligne ? Ce faisant, nous avons travaillé avec un échantillon constitué uniquement de femmes qui se sont mobilisées autour d'un projet visant à réduire l'inégalité entre les sexes dans les médias.

Mots-clés : expert, visibilité, annuaire en ligne, lien social

***

"Becoming an expert … because we are worth it". Identity, motivations and competences of a women group: the EXPERTS

Abstract: Thanks to the collaboration of the group EGAE, we conducted a survey on the members of an online directory intended to promote the visibility of expert women in the public area. The analysis of the 190 participations allows us to answer several questions, among which: Who are the people who agree to become an expert and what motivations do they have? How do they perceive the role of an expert and what skills do they associate with him? What are the forms of social link created among members of this online community? By doing this, we examine how a sample constituted of women only has mobilized around a project, in order to reduce the inequality among men and women in media.

Keywords: expert, visibility, online directory, social link

 © ESSACHESS

Introduction

De nombreux travaux en sciences sociales s'intéressent au rôle et à la place des experts dans la société. Ils examinent les conditions de leur renouvellement, de leur démocratisation, dans un espace public hyper médiatisé (Bouzon, 2002 ; Berrebi-Hoffmann et Lallement, 2009 ; Sintomer, 2008). Ils ont tenté d'apporter des réponses à des questions telles que : à quoi servent les experts ? (numéro spécial paru dans la revue Cahiers internationaux de la sociologie et coordonné par Berrebi-Hoffmann et Lallement, 2009), comment sont-ils choisis ? (Guittard et Welter, 2014), quelle est leur légitimité et leur crédibilité ? (Barbier et al, 2013 ; Lima, 2009), quels types d'expertise existent en sciences sociales ? (Thery, 2005). Ils ont parfois pris pour terrain d'étude l'entreprise (Bootz et Schenk, 2014). Ils ont également amélioré la compréhension de l'expertise scientifique (Barbier et Granjou, 2005 ; Bouillon, 2012 ; Maxim et Arnold, 2012) et de l'expertise d'usage (Ancori, 2009 ; Bonnet, 2006 ; Sintomer, 2008) dans divers domaines. Pourtant, malgré cette profusion de recherches, la compréhension de la figure de l'expert demeure floue. Relativement peu d'enquêtes ont été réalisées auprès de cette population pour comprendre qui sont ces individus caractérisés par « la détention d'un savoir spécifique, de compétences techniques et/ou méthodologiques mises au service d'une action, en réponse à une demande sociale et/ou politique, publique ou privée » (Bantigny, 2011). Encore moins de travaux les interrogent sur leur(s) motivation(s). Deviennent-ils experts parce qu'ils se sentent légitimes pour exercer une activité d'expertise en raison de leurs compétences techniques ou d'usage ? Ou alors recherchent-ils par ce biais à obtenir une forme de reconnaissance de la part de leurs pairs ? La fonction de lien social de ce genre de communauté est également peu analysée. C'est l'ensemble de ces questions que nous posons dans ce travail.

Pour comprendre qui sont réellement les experts, nous avons interrogé des femmes expertes regroupées au sein d'un annuaire gratuit, disponible exclusivement en ligne. Lancé au printemps 2015 par le groupe EGAE, Radio France et France Télévisions, le projet *expertes.eu* a pour objectif d'améliorer la visibilité des femmes dans l'espace public et dans les médias. Au démarrage, 1000 femmes ont fait la démarche de demander leur inscription. Trois ans plus tard, le projet en rassemblait plus de 2400. Elles étaient 1500 au moment de notre étude. Grâce à la collaboration du groupe EGAE, nous avons réalisé une enquête en ligne auprès des membres de l'annuaire, composée en grande partie de questions ouvertes afin de laisser s'exprimer les femmes. 190 réponses ont été collectées. Leur analyse contribuera d'abord à révéler l'identité des expertes (première partie). Ensuite, nous nous intéresserons aux motivations qui conduisent ces femmes à souhaiter devenir expertes. S'agit-il d'un engagement individuel ou d'une mobilisation collective, en vue de quels objectifs ? (deuxième partie). Enfin, c'est le rôle et les compétences que les expertes attribuent à ce statut qui sera étudié (troisième partie). Ce faisant, tout au long de l'article, nous nous interrogerons sur le type de lien social créé entre les femmes ayant choisi d'appartenir à cet annuaire.

1. L'identité des expertes

Depuis le début des années 1980, des mesures et des dispositifs ont été développés afin de lutter contre les inégalités de sexe (Dauphin, 2008). S'agissant plus spécifiquement de la représentation des femmes dans les médias en France, Biscarrat *et al*. (2017) ont analysé les résultats de plusieurs études publiées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et le Global Media Monitoring Project. Elles nous apprennent ainsi qu'en 2015 « les femmes représentent seulement 24 % des personnes entendues, lues ou vues dans les nouvelles (radio, télévision, presse), soit exactement le même pourcentage qu'en 2010. En vingt ans, ce chiffre a augmenté de 7 % seulement » (p. 195). Les femmes souffrent d'inégalité vis-à-vis des hommes mais également d'invisibilité dans les médias en France, tant traditionnels que numériques, tant au plan quantitatif que qualitatif. Lorsque les femmes sont « mobilisées comme source d'information, elles le sont principalement en tant que témoins ou citoyennes anonymes, c'est-à-dire dans les situations qui ne nécessitent pas de compétences précisément définies » (p. 196). C'est dans ce contexte qu'est né le projet de créer un annuaire de femmes expertes.

Le site *expertes.eu* est le prolongement du *Guide des Expertes*, édité en version papier en 2012, 2013 et 2014 et qui répertoriait environ 400 femmes. Dans une volonté d'accompagner plus largement la promotion des femmes dans l'espace public et les médias, EGAE, Radio France et France télévisions ont souhaité développer un annuaire en ligne qui permettrait de recenser un plus grand nombre d'entre elles. Cet outil devient dès lors une mesure spécifique qui s'inscrit dans une logique de rattrapage des inégalités de situation entre les sexes (Calvès, 2004) et constitue une mesure supplémentaire « à visée principalement correctrice » (Dauphin, 2008, p. 139), comme c'était le cas des mesures mises en place en faveur de la promotion de l'égalité des sexes en France à partir des années 1980. Au printemps 2015, un appel à candidatures a été lancé, il a été relayé par différents médias, une campagne de promotion a été mise en place. Le site internet *expertes.eu* a vu le jour en juin 2015, avec près de 1000 femmes référencées.

Pour comprendre qui sont les expertes, quelles sont leurs motivations et aussi quelle est leur perception de ce rôle, nous avons réalisé une enquête avec la collaboration du groupe EGAE, qui a envoyé à l'ensemble des membres de l'annuaire notre questionnaire. S'agissant d'une étude exploratoire au cours de laquelle nous souhaitions produire des connaissances nouvelles et non valider des hypothèses, nous avons construit un outil avec des questions ouvertes. L'objectif était de laisser les expertes s'exprimer librement sur différentes thématiques, sans orientation de notre part quant aux réponses attendues. 190 femmes ont participé à l'étude. Cet échantillon est diversifié (au niveau des profils d'expertise et de l'âge) et représente 12,5% des expertes alors inscrites sur le site (elles étaient 1500 au moment de la réalisation de l'étude). Concernant l'analyse des données, nous avons d'abord procédé à une lecture flottante de l'ensemble des réponses afin de prendre connaissance des propos (Bardin, 2007), puis d'identifier et d'analyser les principaux thèmes récurrents entre les documents constituant le corpus (Gavard-

Perret et al., 2008). Ensuite, nous avons fait appel à une analyse automatisée grâce au logiciel d'analyse sémantique de texte TROPES, afin de valider le contenu des thématiques précédemment identifiées.

S'agissant d'abord de la question de leur identité, dans l'annuaire, les expertes sont classées en trois catégories : métier, recherche et société civile. La structure des répondantes à notre enquête reflète relativement bien la composition de l'annuaire au même moment : 32,4% d'expertes « métier » ont répondu à notre étude (elles étaient 30,5% inscrites dans l'annuaire), 61,1% d'expertes « recherche » (elles étaient 59,74% inscrites dans l'annuaire) et 13,5% d'expertes « société civile » (elles étaient 9,35% inscrites dans l'annuaire). Cette distinction crée, à première vue, une séparation entre théorie et pratique. Il y aurait « ceux qui ont le titre d'expert par un diplôme, une formation et ceux qui l'ont obtenu via l'expérience et/ou la reconnaissance par leurs pairs et la société » (Guittard et Welter, 2014, p. 103). Toutefois, une entrée par mot-clé sur un moteur de recherche minore cet effet et propose de classer les expertes également par domaine de compétences, mélangeant ainsi les catégories.

Pour être référencées dans l'annuaire, les femmes doivent remplir un questionnaire. Leur démarche est donc volontaire et autonome, ce qui nous renvoie à la construction d'un lien social de participation élective (Paugam, 2008). Celui-ci « relève de la socialisation extrafamiliale au cours de laquelle l'individu entre en contact avec d'autres individus qu'il apprend à connaître dans le cadre de groupes divers et d'institutions. (…) Au cours de ses apprentissages sociaux, l'individu est contraint par la nécessité de s'intégrer mais en même temps autonome dans la mesure où il peut construire lui-même son réseau d'appartenances à partir duquel il pourra affirmer sa personnalité sous le regard des autres » (Paugam, 2008, p. 68). Pour autant, n'est pas experte qui veut. « Les expertes « métier » sont des spécialistes de tous secteurs professionnels (santé, justice, logement, agriculture…) ayant publié au moins un ouvrage ou un article en lien avec leur activité professionnelle. Les expertes « recherche » sont des universitaires et des chercheuses ayant publié dans une revue scientifique à comité de lecture. Les expertes « société civile » sont des femmes exerçant une responsabilité exécutive dans une association, un syndicat ou une institution. »[1] Demander son inscription à l'annuaire ne suffit pas pour être référencée. Chaque candidature est examinée par un comité de pilotage et évaluée au regard de critères précis explicités dans les définitions ci-avant, afin de légitimer les femmes dans les domaines d'expertise qu'elles disent posséder. On se trouve ici dans le cas d'expertes émergentes. Elles n'ont pas été désignées par une institution, mais tirent leur légitimité d'une reconnaissance au sein d'un groupe social (Dubois et al., 2006, p. 10). En conséquence, celle-ci est encadrée par des règles et l'annuaire respecte le modèle longtemps dominant de l'expertise de service (Théry, 2005), né au 18ème siècle. L'expert « puise sa légitimité dans des savoirs académiques et scientifiques »

[1] Extrait du site internet : http://expertes.eu/propos/le-projet/

(Berrebi-Hoffmann et Lallement, 2009, p. 6), parfois attestée par des diplômes (par exemple pour l'expert-comptable). Il est celui qui, mandaté par le décideur, établit un diagnostic technique à propos d'un fait particulier. Il doit rendre un rapport en raison de son habileté dans un domaine spécifique, celui-ci correspondant souvent à un métier (Béroujou, 2008). Il apporte un éclairage qui réduit les incertitudes liées à la prise de décision. « La connaissance, fondée sur la compétence de l'expert et son objectivité, doit servir de base à une décision rationnelle » (Maxim et Arnold, 2012, p. 9). L'expert contribue à fonder l'autorité de la décision politique (Backouche, 2008). Compte-tenu de la manière dont les catégories d'expertise sont définies et des critères de validation de chacune, les expertes métier, recherche et société civile relèvent toutes de l'expertise scientifique, la distinction entre théorie et pratique suggérée au départ se trouvant par-là même minorée. Toutes sont légitimées dans leur domaine d'expertise par la publication d'un article ou d'un ouvrage.

Or, depuis quelques décennies, un autre modèle s'est développé et occupe une place importante dans la société. Qu'on l'appelle expertise de consensus (Théry, 2005), expertise participative (Trepos, 2002) ou encore co-construction (Ancori, 2009), « l'expert d'auxiliaire devient partenaire et même partenaire principal dans le processus de décision » (Castel, 1991, p. 179). Cette autre forme d'expertise, prend part au processus de décision, mais elle a également pour objet de contribuer à définir des normes. L'expert scientifique, armé de compétences techniques, est désormais consulté avec d'autres représentants de la société civile et politique, des citoyens ordinaires. Savoirs savants et savoirs ordinaires (Bantigny, 2011) sont tous deux pris en compte dans le débat public et politique. L'expertise profane des usagers côtoie désormais l'expertise savante ou technique autorisée, contribuant à la désacraliser (Blondiaux, 2008). On assiste, de fait, à l'ouverture de l'expertise à des « non experts » (Trepos, 2002, p. 11), à « des non-professionnels ou des experts amateurs » (Lima, 2009, p. 149). Jean-Yves Trepos (2002) évoque une concurrence des expertises, opposant experts et non experts. Il qualifie ces derniers de personnes ordinaires (usagers, citoyens, habitants, bénéficiaires ou ayant-droits) qui revendiquent une capacité d'expertise. Ainsi, il est facile d'établir une différence entre ceux qui « sont » experts au sens scientifique, de ceux qui « font » l'expert (Garric et Léglise, 2012). Ce modèle d'expertise n'est apparemment pas présent dans l'annuaire des expertes. Le projet s'appuie sur la dimension scientifique et de fait choisit de mettre en visibilité une partie seulement des expertes potentielles. L'annuaire est alors une communauté scientifique en devenir au sens de Flichy (1999, p.111-112) : « l'échange et la coopération se fait d'abord entre spécialistes ; c'est une communauté d'égaux où le statut de chacun repose essentiellement sur le mérite, évalué par les pairs ; c'est un monde à part, séparé du reste de la société ». Il ne sera réellement une communauté scientifique que lorsque la quatrième caractéristique définie par Flichy sera réelle dans le projet des expertes : elle concerne la coopération entre les membres. De fait, le lien social de participation élective peut être complété par une caractéristique communautaire.

Si l'annuaire recense les femmes selon leur domaine, en revanche, il ne possède pas de données relatives à leur âge. Notre enquête a permis de combler pour partie ce manque : 16,2% des répondantes ont de 25 à 35 ans, 33,5% de 35 à 45 ans, 29,7% de 45 à 55 ans et 20,5% ont plus de 55 ans. Ainsi, ces résultats révèlent que plusieurs générations de femmes sont inscrites dans l'annuaire des Expertes. Ce média peut alors être qualifié de transgénérationnel. Il rassemble des femmes de générations différentes autour de pratiques communes. De tels objets traversent les générations (Heilbrunn, 1999), ils s'affranchissent de la temporalité (Josion-Portail, 2014), ils sont caractérisés par une forme de transversalité que l'on retrouve « non plus uniquement de façon horizontale (autour de l'idée de rassemblement) mais également verticale (autour de l'idée d'enfantement, d'enchaînement dans le temps - générations familiales) » (Bahuaud et al., 2011). Les publics intéressés par cet objet transgérénationnel se caractérisent par « la simultanéité de leur conviction ou de leur passion, la conscience possédée par chacun d'eux que cette idée ou cette volonté est partagée au même moment par un grand nombre d'hommes » ou de femmes (Gabriel Tarde, 1901, in Carayol, 2005). Alors même que des chercheurs suggèrent que les conflits de générations expliquent pour partie la création des vagues successives de féminisme (Lamoureux, 2006), l'annuaire en ligne apparaît alors comme un média qui mobilise les femmes, quel que soit leur âge, quel que soit leur profil d'expertise, autour d'un projet commun. Cela n'est pas sans rappeler la fonction de solidarité intergénérationnelle, présente dans le lien de filiation défini par Paugam (2008), et traditionnellement assurée par la famille.

2. Les motivations des expertes

Dans la grande majorité des cas, être expert n'est pas une profession, cela ne s'apprend pas. On ne s'autoproclame pas non plus expert. On le devient parce que l'on a été sollicité et que l'on a répondu positivement. Pour autant, « le futur expert est le premier à se reconnaître comme tel (au moins potentiellement) » (Guittard et Welter, 2014, p. 105). Il y a donc bien un acte volontaire de la part de celui qui devient expert et c'est l'analyse de celui-ci qui nous intéresse. Or, peu de travaux interrogent les individus sur leur motivation à devenir experts. Le souhaitent-ils parce qu'ils se sentent légitimes pour exercer une activité d'expertise en raison de leurs compétences ? Ou alors recherchent-ils par ce biais à obtenir une forme de reconnaissance de la part de leurs pairs ? Ou encore, dans le contexte particulier du site *expertes.eu*, le militantisme fournit-il également une explication ? L'analyse qualitative du corpus collecté auprès des 190 répondantes a permis de faire émerger plusieurs thématiques, d'abord manuellement puis grâce au logiciel d'analyse TROPES. Elles expliquent les raisons pour lesquelles les femmes ont demandé leur inscription sur l'annuaire. Trois thèmes principaux sont apparus qui mêlent des motivations d'ordre militant et d'ordre personnel. D'abord, la promotion de la visibilité des femmes dans l'espace public et les médias. Ensuite, la reconnaissance des compétences des femmes-expertes. Enfin, la volonté d'appartenir à un réseau, à une communauté, avec pour objectif d'en tirer profit.

Tout d'abord, la volonté de militantisme est clairement affichée et revendiquée par de nombreuses répondantes, qui souhaitent par leur appartenance à l'annuaire contribuer à une meilleure visibilité des femmes dans l'espace public et dans la société en général. On peut citer pour exemple les items suivants : *« je trouve important qu'il y ait plus de femmes dans les médias, parce que les professionnels médiatisés dans mon secteur d'activité sont très majoritairement des hommes, parce que les experts sollicités sont trop souvent des hommes »*. Cela constitue, pour la grande majorité des répondantes, la première motivation qui les a conduites à demander leur inscription comme expertes. L'appartenance à l'annuaire répond ainsi à l'objectif de corriger une inégalité constatée entre les hommes et les femmes. Toutefois, la manière dont les réponses sont exprimées souligne la proximité des déclarations des expertes avec un féminisme social et politique, « fixé sur la question de l'égalité des droits dans tous les domaines », agissant pour la parité, plutôt qu'avec un féminisme de questionnement théorique ou un féminisme réellement militant, « axé sur des actions concrètes et engagé dans des luttes en faveur des libertés du corps » (Nahoum-Grappe, 2014, p. 93). En effet, la principale réponse donnée se rapporte à la visibilité des femmes dans les médias, mais ne défend aucun autre thème féministe. Une réponse résume cette idée : *« pour que le mot expert existe au féminin »*. Ainsi, de nombreuses femmes semblent considérer leur adhésion à l'annuaire des Expertes comme une action morale et non une action politique, à l'instar de ce qu'avait noté Josette Trat (2006) suite à un entretien réalisé avec une féministe de la LCR (Ligue Communiste Révolutionnaire). Elle expliquait que le féminisme était souvent considéré par les militantes comme « une forme de solidarité compassionnelle » plus que comme une véritable lutte engagée (p. 155), illustrant ainsi différents degrés d'engagement pouvant avoir un impact sur la nature et/ou la profondeur du lien social créé entre les femmes. Cette attitude s'inscrit également dans le contexte actuel où les actions relatives à la promotion de l'égalité des sexes évoluent, passant d'une approche spécifique à une approche intégrée[2], la première étant considérée comme « une approche militante passée » et la seconde comme « une démarche d'expertise » dans laquelle les acteurs se présentent comme des « experts de l'égalité » (Dauphin, 2008, p. 143).

Ce faisant, cette tendance confirme les profondes transformations que le militantisme a connues au cours des dernières décennies (Martinot-Lagarde et Hériard Dubreuil, 2008) et qui sont illustrées par la mise en opposition d'un modèle de « militantisme affilié » et de « militantisme affranchi » (Ion, 1997). Les militants des années 2000 paraissent plus « distanciés, intermittents » que les militants des années 70 et 80 (Lefebvre, 2013, p. 10). L'engagement devient plus « labile et informel » (Lefebvre, 2013, p. 11). Les femmes expertes exprimeraient donc une forme d'engagement individuel « détachable et mobile » (Ion, 1997, p. 81) plus

---

[2] Dans les années 1980, un certain nombre de mesures et de dispositifs *spécifiques* ont été développés pour tenter de réduire les inégalités de sexe constatées dans la société. A la fin des années 1990, l'approche intégrée a complété les mesures spécifiques en proposant une véritable réflexion en amont. Elle favorise la mise en œuvre de politiques visant à empêcher les inégalités de sexe de se produire.

qu'une réelle volonté de mobilisation collective, qui émerge toutefois par le nombre de femmes rassemblées autour du projet. Elles ont réagi à une demande, celle de l'annuaire des expertes, qui avait construit sa campagne de communication autour d'un constat : seulement 20% des expert-e-s invité-e-s dans les médias sont des femmes. Celles-ci se sont senties concernées, elles ont manifesté leur soutien en s'inscrivant comme expertes, alors même que peu d'entre elles avaient milité auparavant. On observe ici une forme de militantisme « pragmatique » (Ion et al, 2005), qui répond à « l'urgence, l'efficacité et la radicalité » (p. 16). Il place l'action en premier lieu. Il conviendrait alors de parler de mobilisation autour du projet *expertes.eu* plutôt que de réel militantisme féminin.

Cette distance à l'égard du militantisme actif est confirmée par le fait que cette motivation n'est pas la seule affichée par les femmes pour souhaiter devenir expertes. Elle est même couplée quasi-systématiquement avec la volonté de rendre visibles les compétences des femmes. Les items *« agir pour la reconnaissance des femmes dans certaines professions, je pense posséder de réelles compétences dans ce domaine, il est important de montrer qu'il y a un vivier de femmes compétentes à interroger sur un sujet »* sont souvent cités. Ainsi, ce n'est pas seulement la visibilité des femmes qui est recherchée, mais c'est leur visibilité dans un contexte bien particulier : celui de l'expertise qui s'appuie sur la reconnaissance de compétences. Cela est conforme au choix d'une orientation scientifique du projet définie dans la première partie relative à l'identité des expertes. Ici, les femmes expriment également la volonté de partager et transmettre leurs connaissances et compétences sur un sujet donné. Cette motivation renvoie directement au rôle de l'expert, qui sera discuté dans la prochaine partie.

Une troisième motivation apparaît enfin dans les réponses, plus centrée sur un bénéfice individuel. Ainsi, les femmes choisissent de s'inscrire sur l'annuaire pour en tirer profit : *« pour gagner en légitimité et en reconnaissance, pour me faire connaître »*. Devenir experte pourrait alors constituer pour certaines femmes un moyen de « pénétrer la scène du pouvoir » (Backouche, 2008, p. 2). Et puis, elles voient également comme un avantage le fait d'appartenir à un *« réseau »*, à une *« communauté »*. A côté de la volonté d'engagement individuel, il semble que l'idée d'appartenir à un même groupe fait sens pour de nombreuses expertes. L'annuaire pourrait alors favoriser la création de lien social de deux types : le lien de participation organique (qui se construit entre acteurs de la vie professionnelle) et le lien de citoyenneté (qui se construit entre membres d'une même communauté) (Paugam, 2008, p. 63-64).

L'ensemble des réponses analysées révèle que l'annuaire en ligne a facilité le passage au féminisme, même distancié, de femmes qui n'avaient jamais milité auparavant et qui ne l'auraient probablement pas fait autrement. Le caractère scientifique du projet semble avoir été moteur, puisque les femmes ont répondu favorablement non seulement pour être plus visibles, mais aussi pour faire valoir leurs compétences. Pour autant, elles n'oublient pas qu'elles intègrent également une communauté et souhaitent en bénéficier. Les motivations des expertes oscillent donc

entre engagement individuel et mobilisation collective. Ce faisant, elles partagent des intérêts communs, ce qui permet, selon Serge Proulx (2004) de « faire le lien dans les collectifs électroniques ».

3. Les compétences et le rôle de l'expert-e

Qu'il soit scientifique ou profane, l'expert est celui qui « agit ponctuellement grâce à des compétences spécifiques, avec pour mission de formuler un jugement ou d'offrir une solution dans une situation troublée » (Trepos, 2002, p. 8). Quel que soit le type d'expertise, l'expert doit posséder des compétences singulières qui fondent sa sélection par le commanditaire (Garric et Léglise, 2012 ; Maxim et Arnold, 2012). Par ailleurs, nous l'avons déjà noté, l'expertise a évolué ces dernières années. La frontière entre savoirs profane et expert n'est plus aussi marquée qu'elle l'a été au 19ème siècle lorsque l'expert « puisait sa légitimité dans des savoirs académiques et scientifiques » (Berrebi-Hoffmann et Lallement, 2009, 6). Aujourd'hui, l'expertise profane est très souvent mobilisée, en complément de l'expertise scientifique. Elle donne la parole à des citoyens qui mettent en avant une expertise d'usage et, ce faisant, elle désacralise l'expertise scientifique (Blondiaux, 2008). On oppose désormais plusieurs termes : expertise savante ou technique autorisée et expertise profane, contre-expertise. Le site *expertes.eu* promeut une expertise scientifique eu égard aux critères utilisés pour la validation des expertes. Qu'en est-il des femmes inscrites dans l'annuaire ? Comment formulent-elles les compétences que l'on associe aux experts ? Quelles sont celles qu'elles souhaitent-elles rendre visibles dans l'espace public ? Et quelle définition donnent-elles au rôle d'expert ?

Les propositions de compétences faites par les 190 répondantes ont été organisées en trois catégories : celles qui relèvent des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être, prolongeant et complétant ainsi les travaux de Bootz et Schenk qui avaient expliqué que les compétences de l'expert reposent sur « des connaissances à la fois tacites (savoir-faire expérientiels, savoir-faire cognitifs, savoir-faire social) et explicites (savoirs théoriques) mobilisées dans le cadre de situations complexes » (2014, p. 82) et combinées entre elles. Attendu que les répondantes à notre enquête appartiennent à trois domaines - recherche, métier ou société civile – on pouvait s'attendre à des perceptions différentes quant aux compétences et aux rôles attribués aux experts. Toutefois, aucune différence majeure n'a été relevée dans l'analyse. Ainsi, si les définitions de l'expertise et de l'expert doivent être contextualisées car « le titre, les exigences et les implications diffèrent selon le domaine » (Guittard et Welter, 2014, p. 106), il n'en demeure pas moins qu'il est possible de lister des compétences génériques adaptables à tous.

Les savoirs regroupent les connaissances théoriques et techniques, ainsi que les outils, nécessaires à la résolution d'un problème dans un contexte professionnel donné. Sur ce plan, les répondantes expliquent que l'expert doit posséder *«une bonne connaissance de son sujet, la maîtrise technique du sujet, le savoir scientifique, une spécialité définie, etc.»*. Globalement, nous restons, ici, dans une

compréhension de l'expertise au sens académique et scientifique. L'expert est « un sujet supposé savoir et dire le vrai à propos d'une question précise s'inscrivant dans le domaine particulier de compétence dont il est crédité » (Ancori, 2009, p. 487). Très majoritairement, pour être expert, les répondantes considèrent qu'il faut posséder des connaissances pointues et des compétences techniques dans un domaine particulier, compétences dont beaucoup pensent qu'elles doivent être reconnues par les pairs. La notion de légitimité est centrale et renvoie à la dimension sociale de l'expert (Bootz et Schenk, 2014 ; Dubois et al., 2006). Elle est « le résultat d'une reconnaissance par d'autres de ce qui donne pouvoir de faire ou de dire à quelqu'un au nom d'un statut (on est reconnu à travers sa charge institutionnelle), au nom d'un savoir (on est reconnu comme savant), au nom d'un savoir-faire (on est reconnu comme expert) » (Charaudeau, 2005, p. 52).

Par ailleurs, les savoirs sont souvent associés par les répondantes à l'expérience pratique d'un métier qui renvoie à la maîtrise du savoir-faire. L'expert est celui qui *« a de l'expérience professionnelle dans son domaine »*. Il est « celui qui a fait ses preuves, qui a éprouvé par son expérience sa capacité de spécialiste dans un domaine particulier et qui en tire une reconnaissance, voire une autorité » (Bantigny, 2011). Dans le savoir-faire, les répondants ont également listé des compétences transversales qui distinguent le spécialiste de l'expert : *« avoir la capacité d'analyser, avoir une vision globale de la situation, savoir synthétiser et problématiser, être capable de trouver une solution »*. On le voit, quel que soit le contexte, « l'expérience acquise, la reconnaissance institutionnelle, le rapport au pouvoir politique, la maîtrise des savoirs ou, encore, la revendication d'une proximité avec le *monde indigène observé* » sont des critères qui contribuent à l'affirmation de la qualité d'expert (Backouche, 2008, p. 2).

Enfin, les compétences relatives aux « qualités personnelles ainsi que l'engagement potentiel du candidat dans un milieu de travail, (…), les habiletés de travail d'équipe, de communication, de leadership, de service à la clientèle, d'adhésion aux valeurs de gestion, (…), la nature de ses relations interpersonnelles, ses habitudes au travail, sa détermination, sa capacité de gérer ses émotions et celles d'autrui » (Boudrias et Morin, 2011, p. 62) et qui définissent les savoir-être sont très présentes dans les réponses des expertes. Elles évoquent des compétences sociales et humaines : *« empathie, écoute, disponibilité, adaptabilité, curiosité, ténacité, rigueur, précision »*. Mais surtout les femmes interrogées parlent de la nécessité pour l'expert de savoir communiquer : *« empathie, pédagogie, verbalisation, adaptation à l'autre, vulgarisation, etc. »*. L'expert doit être capable de transmettre son savoir. *« C'est ce qui distingue le savant de l'expert »* expliquait une répondante.

Notre enquête a confirmé les travaux antérieurs de Shanteau (1992, p. 256-257) qui a défini cinq facteurs impactant les compétences des experts, que nous avons également cités : la connaissance d'un domaine (acquise par un savoir théorique mais également par l'expérience), les traits psychologiques (parmi lesquels l'assurance, une excellente maîtrise de la communication, la capacité à s'adapter à

de nouvelles situations, un sens aigu des responsabilités), des compétences cognitives (parmi lesquelles la capacité de concentration, la capacité à comprendre ce qui est pertinent, la capacité à identifier les exceptions aux règles, la capacité à travailler efficacement sous pression), les stratégies de prise de décision et les caractéristiques des tâches à réaliser. De même, à l'instar de Bootz et Shenk (2014) nous retrouvons l'existence d'une double dimension chez l'expert : cognitive (relative aux compétences qu'il possède) et sociale (mêlant sollicitation et légitimité).

S'agissant du rôle de l'expert, les répondantes l'envisagent de deux manières, non pas distinctes mais complémentaires. Il est un expert-spécialiste qui « intervient dans le cadre de la résolution de problèmes concrets, sur la base de compétences pointues ». Il est aussi un expert-savant qui « éclaire le processus de réflexion » (Bootz et Schenk, 2014, p. 93). Les compétences liées au savoir et au savoir-faire se combinent. Ce faisant, ce rôle semble correspondre au modèle de l'expertise d'engagement, dans laquelle « un spécialiste est mandaté à la fois pour proposer une analyse scientifique et établir un diagnostic et s'engager sur des propositions pour l'action » (Théry, 2005, p. 320). Au-delà de la présence dans l'annuaire, les expertes ont l'ambition d'être sollicitées pour leurs compétences. Apparaît ainsi dans le discours des expertes une volonté d'engagement individuel dans leur domaine d'expertise. Elles souhaitent, par leur présence sur l'annuaire être visibles dans l'espace public, contribuer davantage aux débats et être force de propositions sur les sujets pour lesquels elles ont des compétences. Il s'agit là d'une forme de féminisme qui pourrait être davantage exploitée par l'annuaire en ligne. A l'heure actuelle, il est une vitrine qui met à la disposition des médias notamment les coordonnées de femmes susceptibles d'intervenir sur des sujets précis. Une lettre d'information hebdomadaire associe également des femmes expertes aux sujets d'actualité. En revanche, peu d'informations sont communiquées sur les passages médias des femmes référencées et sur la manière dont elles ont s'engagent sur des sujets. Or, cela permettrait de crédibiliser leur qualité d'experte, dans la mesure où « la figure de l'expert n'est réellement instituée que lorsqu'une personne (ou une institution) sollicitée pour son expertise accepte de répondre à cette demande (Bootz et Schenk, 2012, p. 80).

Conclusion

L'expertise n'est pas un phénomène nouveau. Depuis le 18ème siècle, elle désigne « une activité particulière d'exercice diagnostique du savoir en situation problématique, dans le cadre d'une mission intégrée à un processus décisionnel dont l'expert n'est pas maître » (Théry, 2005, 312). Ses contours ont évolué et la figure de l'expert s'est transformée. Face aux experts scientifiques, dotés de compétences techniques, « des individus érigés ou auto-proclamés en experts sont devenus omniprésents dans la société contemporaine » (Garric et Léglise, 2012). Désormais, il n'est plus rare de voir apparaître côte à côte l'expertise scientifique et l'expertise

profane, mêlant ainsi savoirs théoriques et pratiques. La figure de l'expert s'est également féminisée. Pour autant, l'identité des experts pose question. Qui sont-ils ? Pourquoi des individus deviennent-ils experts ? Nous avons posé l'ensemble de ces questions à des femmes appartenant à un réseau d'expertes. Nous avons examiné qui elles sont, identifié ce qui les a motivées à devenir expertes. Nous avons étudié comment elles voient leur rôle et analysé les formes de lien social ainsi développées. Une collaboration avec l'annuaire en ligne *expertes.eu* nous a permis de recueillir les réponses de 190 femmes, desquelles nous tirons quelques résultats et pistes de réflexion. Ce faisant, nous avons contribué à améliorer la compréhension de la figure de l'expert en complétant les recherches antérieures puisque peu d'enquêtes avaient été réalisées jusqu'ici pour définir qui sont les experts.

Le terme *engagement* résume à la fois les motivations des femmes à devenir expertes, ainsi que leur perception de ce rôle ou encore les types de liens sociaux développés et leur profondeur. Notre étude a fait apparaître que les femmes se sont engagées individuellement dans le projet des expertes, en faveur d'une cause. Elles souhaitaient par cette action rendre visibles dans l'espace public et la société en général les compétences techniques, les savoir-faire, les savoir-être et les savoir-communiquer qu'elles possèdent dans des domaines spécifiques. On retrouve ici la définition de l'expertise d'engagement et également une forme de militantisme pragmatique, distancié, détachable. Pourtant, cette forme d'engagement individuel a produit des résultats pour la collectivité. D'abord, l'annuaire a amené des femmes qui n'avaient jamais agi en faveur du féminisme, et qui ne l'auraient peut-être pas fait autrement, à demander leur référencement en tant qu'expertes. Il a ainsi favorisé le rassemblement de 1900 d'entre elles autour d'un projet commun. Ce faisant, l'action en ligne a donné plus de visibilité au projet, dont on rappelle qu'il est né d'un annuaire papier de 400 femmes. Cet outil apparaît également comme un média qui a favorisé l'émergence de plusieurs types de liens sociaux entre ses membres. Il existe un lien transgénérationnel qui rassemble des femmes appartenant à plusieurs vagues féministes, autour d'une pratique commune : militer pour la visibilité des femmes dans l'espace public et les médias. En cela, il facilite les liens sociaux intergénérationnels. Un lien de participation élective se crée entre ces femmes qui ont souhaité faire partie de l'annuaire. Le souhait de développer son réseau favorise la création d'un lien organique. Et enfin, le projet lui-même va de pair avec un lien de citoyenneté. En conséquence, l'annuaire a permis de créer une communauté réelle de femmes expertes, qui sont des militantes féministes potentielles et dont il faut désormais solidifier le lien d'appartenance à la communauté pour les rendre plus actives. Reste également à analyser la profondeur des liens créés, en relation avec la forme d'engagement des femmes dans l'annuaire.

La principale limite de notre travail constitue dans le même temps sa principale richesse : il s'agit de l'échantillon qui est uniquement composé de femmes. C'est une limite parce que la généralisation des résultats à l'ensemble de la population des experts, hommes et femmes, exige que soit abordée la question de l'impact du genre sur les réponses. Le contexte, également, empêche cette généralisation, les femmes

œuvrant avec un objectif militant, même si celui-ci est distancié. Pour autant, les résultats sont également riches et contribuent à une meilleure compréhension de la figure de la femme en tant qu'experte, alors même qu'elle a été très peu considérée dans les travaux relatifs à l'expertise, ceux-ci étant souvent déclinés au masculin. On parle de l'expert comme d'un « homme de terrain, homme pragmatique, homme d'expérience » (Garric et Léglise, 2012), un « homme de compétences, homme d'éthique » (Lima, 2009). Les femmes, lorsqu'elles sont mentionnées, sont cantonnées à un rôle plus stéréotypé. Claire Blandin rappelle utilement que « la parole « experte » est présente dans la presse féminine depuis les débuts de celle-ci au XIXème siècle » (2011), reléguant de fait les femmes aux sujets féminins pour un public féminin. Comme on l'a évoqué déjà pour la représentation des femmes dans les médias, l'expertise semble elle-aussi avoir été un monde masculin jusqu'à très récemment, la question du genre étant très peu abordée.

Dans la continuité de ce travail, se pose la question de la perception de ce groupe d'expertes par les hommes et les femmes, par les médias (principale cible), par les pouvoirs publics. Se pose également la question de son efficacité. : a-t'il contribué à renforcer la visibilité des femmes dans la société ?

Références

Ancori, B. (2009). Expertise et citoyenneté : les grecs anciens et nous. De l'agora antique aux forums hybrides modernes. *Revue d'anthropologie des connaissances, 3, 3,* 485-529.

Backouche, I. (2008). Devenir expert. *Genèses, 1, 70,* 2-3.

Bahuaud, M., Destal, C., Pecolo A. (2011). L'approche générationnelle de la communication : placer les publics au cœur du processus ». *Communication et organisation*, *40,* 5-18.

Bantigny, (2011). Usages, mésusages et contre-usages de l'expertise. Une perspective historique. *Histoire@Politique*, *2, 14,* URL : www.cairn.info/revue-histoire-politique-2011-2-page-3.htm

Barbier, M. et al. (2013). Pour une Approche pragmatique, écologique et politique de l'expertise. *Revue d'anthropologie des connaissances, 7, 1*, 1-23.

Barbier, M., Granjou, C. (2005). Quand l'expertise scientifique construit la précaution : le cas des maladies à prions. *Droit et société*, *2, 60,* 331-351.

Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. Paris, PUF, 3ème édition.

Beroujou, A. (2008). Comment la science vient aux experts. L'expertise d'écriture au xviie siècle à Lyon. *Genèses*, *1, 70,* 4-25.

Berrebi-Hoffmann, I., Lallement, M. (2009). À quoi servent les experts ? *Cahiers internationaux de sociologie*, *1, 126,* 5-12.

Biscarrat, L., Coulomb-Gully, M. & Méadel, C. (2017). Ce que soulèvent les chiffres. La place des femmes dans les médias : retour sur enquêtes. *Le Temps des médias, 29,2,* 193-207. doi:10.3917/tdm.029.0193.

Blandin, C. (2011). Médias : paroles d'experts / paroles de femmes. *Histoire@Politique*, *14, 2,* 122-134. doi:10.3917/hp.014.011.

Blondiaux, L. (2008). Le profane comme concept et comme fiction politique. in Fromentin, T. et Wojcik, S. (dir.), *Le Profane en politique,* Paris, L'Harmattan « Logiques politiques », 37-51.

Bonnet, M. (2006). L'expertise d'usage des habitants : une impossible reconnaissance ? *Economie & Humanisme, 376,* 61-63

Bootz, JP., Schenk, E. (2014). L'expert en entreprise : proposition d'un modèle définitionnel et enjeux de gestion. *Management & Avenir, 1, 67,* 78-100.

Boudrias, JS., Morin, D. (2011). Démystifier les inventaires de personnalité. *Gestion, 3, 36,* 61-73.

Bouillon, JL. (2012). L'expertise scientifique en société : regards communicationnels. *Hermès, La Revue, 3, 64,* 14-21.

Bouzon, A. (2012). L'expertise en situation. *Questions de communication, 2,* 3-6.

Calvès, G. (2004). *La discrimination positive*. Paris, PUF « Que sais-je ? », n° 3712.

Carayol, V. (2005). Principe de contrôle, communication et temporalités organisationnelles. *Études de communication, 28,* 77-89.

Castel, R. (1991). Savoirs d'expertise et production de normes. in Chazel, F. et Commaille, J. (eds.), *Normes juridiques et régulation sociale,* Paris, LGDJ (Droit et société), 177-188.

Charaudeau, P. (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir,* Paris, Vuibert.

Dauphin, S. (2008). Promotion de l'égalité des sexes en France : continuité et rupture. *Cahiers du Genre, 1, 44,* 139-164.

Dubois, S., Mohib, N., Oget, D., Schenk E., Sonntag, M. (2006). Connaissance et reconnaissance de l'expert. <halshs-00439662>.

Flichy, P. (1999). Internet ou la communauté scientifique idéale. *Réseaux*, *17, 97,* 77-120.

Garric, N., Leglise, I. (2012). Analyser le discours d'expert et d'expertise. in Leglise, I. & Garric, N. (eds), *Discours d'experts et d'expertise,* Suisse, Peter Lang, 1-16.

Gavard-Perret, ML. et alii (2008), *Méthodologie de la recherche, Réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion,* Paris, Pearson Education.

Guittard, C., Welter, A. (2014). Définition et sélection de l'expert IT : Approches cognitives et sociales. *Management & Avenir, 1, 67*, 101-121

Heilbrunn, B. (1999). Les marques transgénérationnelles. *Décisions marketing*, *18*, 81-84.

Ion, J. (1997). *La fin des militants ?* Paris, Ed. de l'Atelier.

Ion, J., Franguiadakis, S., Viot, P. (2005). *Militer aujourd'hui*. Paris, Ed. Autrement, coll. CEVIPOF/Autrement.

Josion-Portail, M. (2014). Générations … Opportunités et enjeux pour les marques. *La revue des marques*, *85, janvier*.

Lamoureux, D. (2006). Y a-t-il une troisième vague féministe ? *Cahiers du Genre, 3, hors-série 1,* 57-74.

Lefebvre, R. (2013). Le militantisme socialiste n'est plus ce qu'il n'a jamais été. Modèle de « l'engagement distancié » et transformations du militantisme au Parti socialiste. *Politix, 2, 102*, 7-33.

Lima, L. (2009). Les frontières de l'expertise. *Cahiers internationaux de sociologie, 1, 126,* 149-155.

Martinot-Lagarde, P., Heriard Dubreuil, B. (2008). De nouvelles formes d'engagement. *Revue Projet, 4, 305,* 48-54.

Maxim, L., Arnold, G. (2012). Entre recherche académique et expertise scientifique : des mondes de chercheurs. *Hermès, La Revue, 3, 64,* 9-13.

Nahoum-Grappe, V. (2014). Le paradoxe du féminisme ambiant. *Hermès, La Revue, 3, 70,* 93-99.

Paugam, S. (2008). *Le lien social*. Paris, PUF.

Proulx, S. (2004). Les communautés virtuelles construisent-elles du lien social ? *Colloque international « L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation »*, Université Jean-Moulin, Lyon, 19-20 novembre 2004.

Shanteau, J. (1992). Competence in experts : the role of task characteristics. *Organizational behaviour and human decision processes, 53,* 252-266.

Sintomer, Y. (2008). Du savoir d'usage au métier de citoyen ? *Raisons politiques, 3, 31,* 115-133.

Thery, I. (2005). Expertises de service, de consensus, d'engagement : essai de typologie de la mission d'expertise en sciences sociales. *Droit et société, 2, 60,* 311-327.

Trat, J. (2006). La responsable féministe, la « mauvaise tête » dans les organisations mixtes. Note de recherche. *Cahiers du Genre, 3, hors-série 1,* 143-158.

Trepos, JY. (2002). L'expertise comme équipement politique de la société civile. *Questions de communication*, *2,* 7-18.