



واقع تأنيث الإعلام السمعي البصري في الجزائر

دراسة ميدانية بإذاعة عنابة المحلية

The reality of feminization of the audiovisual media in Algeria Empirical study on Annaba local radio

بولوداني سهام *

جامعة باجي مختار - عنابة (الجزائر) ، bouloudanisihem@live.fr

تاريخ النشر: 2022/03/31

تاريخ القبول: 2022/02/22

تاريخ الاستلام: 2022/01/26

DOI : 10.53284/2120-009-001-003

الملخص

تتناول هذه الدراسة إشكالية ترتبط بظاهرة التأنيث المتزايدة في مهنة الإعلام، وهي الإشكالية التي تندرج ضمن رؤية جندرية في بحوث مورفولوجية المرسل في الدراسات الإعلامية. وتهدف الدراسة إلى كشف تأثيرات عملية التأنيث على ممارسة المهام الإعلامية والتحريرية في الإعلام السمعي البصري في الجزائر. وتعتمد الدراسة على دراسة استطلاعية بتطبيق أداة استمارة الاستبيان ضمن مسح شامل لمجموع الإعلاميات في إذاعة عنابة المحلية.

وتوصلت الدراسة إلى نتائج تتمحور حول واقع تأنيث الإذاعة، أن هناك لمسة أنثوية ظاهرة في ممارسة المهام الإعلامية.

كلمات مفتاحية: التأنيث، مهنة الإعلام، الجندر، السمعي البصري، إذاعة عنابة، عمل المرأة.

Abstract :

This study deals with the problem of feminization, constantly progressing, of the profession of journalism, a problem that is located in a vision of gender and in studies of morphology of the profession of journalism. It aims to probe the impacts of feminization on editorial activities in the local radio of Annaba, by practicing a questionnaire for all female journalists on the radio.

The study demonstrated the presence of feminine touch in the realization of journalistic missions at Annaba radio.

Key words : feminization, profession of journalism, gender, visual audio, radio of Annaba, woman's work.



1. مقدمة:

عرف الإنسان الإعلام منذ أزمنة قديمة، وانتقل من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الذي يركز على التكنولوجيات الحديثة، حيث كانت الصحف السبابة في تقديم نفسها كوسيلة وحيدة لتقديم الخبر وتداول الثقافة، لتأتي بعد ذلك الإذاعة في عشرينيات القرن الماضي فشكّلت نقلة نوعية هامة في الممارسة الإعلامية، وسرعان ما استحوذت على اهتمام المستمعين من خلال الشكل الجديد الذي قدمته وجعلها تخلق مناخا إعلاميا جديدا. وفي عام 1951م تجدد هذا التحول في الإعلام بمجيء التلفزيون الذي أحدث، باعتباره الصورة والصوت، تغييرا في المفاهيم والأفكار والرؤى المتعلقة بالنشاط الإعلامي والقائمين عليه. وتعد بذلك مهنة الإعلام من المجالات الوظيفية المستجدة في عالمنا المعاصر، حيث شهدت تلك المجالات حاجات مكثفة لطواقم العاملين التي تحتاج إلى مهارات في الإعداد والتحرير والتنسيق والإخراج وغير ذلك.

ويشهد العالم، اليوم، مرحلة إعلامية جديدة عنوانها الإنترنت التي تجمع بين المكتوب والمسموع والمقروء، وهي تستحوذ على قطاع هام من المتلقين. وفي كل هذا تتأثر الدول بكل العوامل المحيطة بها سواء كانت اقتصادية، اجتماعية أو ثقافية. وقد سمح تطوير "سوسيولوجيا الصحافة" بفهم ومساءلة الثقل الاقتصادي والاجتماعي وتأثيراته على الممارسة الإعلامية.

إن المعروف عن مهنة الإعلام أنها مهنة مرموقة؛ حيث تحظى غالبا بالتقدير الاجتماعي والمادي في الكثير من المجتمعات، وأنها مهنة المتاعب والصعاب؛ ويرجع ذلك لخصوصيتها وللظروف والعوامل المؤثرة فيها وما تتطلبه من مهارات خاصة تتناسب مع كل أنشطتها. ولهذا لطالما كانت مهنة حكرًا على الرجال خاصة في البيئة العربية ومنها الجزائر. إذ توصف مجتمعاتنا بـ "الذكورية" حيث تفرض التقاليد والأعراف تبجيلا للرجل وثنحه امتيازات تُحظر على المرأة التي يُنظر إليها بسلبية وأحيانا بدونية بالمقارنة مع الرجل، ومنه ما يتعلق بعمل المرأة.

وتتنمي الدراسات المتعلقة بقضايا المرأة إلى رؤية "جندرية" (وهو المصطلح الأنجلوساكسوني Gender الذي يعني النوع بمفهوم الجنس). ولطالما استفزت هذه الرؤية المناصرين والمعارضين على السواء. وحيث يتخذ هذا التجاذب أشكالاً سياسية، اجتماعية ثقافية، اقتصادية وخاصة ثقافية، يأتي في مقدمة أسبابه تلك النظرة الأخلاقية والاجتماعية التي ترافق وجود المرأة في كافة المجتمعات، ولو بتمثيلات مختلفة ونسبية.

وترتبط دراسات المرأة بعدة قضايا تمثل مشكلات واقعية؛ كعمل المرأة، المجتمع وجسد المرأة الذي يتخذ تفرعات مثل مواضيع التحرش الجنسي واستغلال جسدها والإغراء المرتبط به، و يأتي على رأس هذه الموضوعات قضية المكانة والدور التي تبحث، عادة، في الصورة النمطية للمرأة وإمكانية المساواة بينها وبين الرجل.

سمحت التحولات الاجتماعية بتحقيق مكاسب هامة للمرأة في مجال العمل ومنه في قطاع الإعلام. واتضحت زيادة نسبة الإعلاميات من الإقبال المتزايد للإناث وطرقهن لمجال التكوين والعمل في مجال الإعلام، وذلك لأسباب عديدة أهمها التغيرات الاجتماعية والقيمية التي طرأت على المجتمعات، ومنها الجزائر، وفرض المرأة لنفسها تدريجيا في مهن كانت حكرًا على الرجال. حيث عرفت العقود الأخيرة من القرن العشرين زيادة عدد الخريجات الجامعيات من كليات الإعلام لتبادرن إلى رفع أصواتهن إلى جانب الرجل الصحفي لتؤكدن بذلك قدرتهن على المشاركة في تنوير الأذهان والتثقيف. (كرامي، د ت، ص23)



ورغم الصعوبات التي ترتبط بممارسة الإعلام عامة والوسائل السمعية البصرية خاصة إلا أن المرأة في الجزائر قد فرضت منطقتها وحضورها مما يدفع إلى "تأنيث" قطاع السمعي بصري بشكل خاص لتتقلب الموازين ويصبح القطاع أنثويا أكثر منه ذكوريا. وبما أن العمل في الإعلام السمعي البصري لا يرتبط بقاعات التحرير بقدر ما يرتبط بالتغطية الميدانية وكل ما تطرحه من إشكالات وتحديات بالنسبة للمرأة، ومنه إشكالية هذا البحث:

- هل تسمح لنا الرؤية الجندرية من فهم خصوصيات عمل المرأة في الإعلام السمعي البصري في الجزائر؟ ويندرج هذا التساؤل ضمن رؤية تنتمي لسوسيولوجيا الصحافة تهدف إلى الإجابة على التساؤلات التالية: - ماهي ظروف عمل المرأة في الإذاعة المحلية بعنابة كقطاع سمعي بصري؟ - هل تكشف لنا الدراسة الاستطلاعية بإذاعة عنابة المحلية جانبا من التحولات المورفولوجية التي تحدثها ظاهرة التأنيث المتزايدة في القطاع الإعلامي الجزائري، عامة، والسمعي البصري خاصة؟ وهي الإشكالية والتساؤلات التي نعالجها بتطبيق المنهج الوصفي واستخدام أداة استمارة الاستبيان، كما تتم المعالجة ضمن العناصر التالية:

2. تأثيرات عمل المرأة في الإعلام:

في ظل عالم متغير يتنامى فيه التقدم العلمي والتكنولوجي محدثا ثورة في مجالي الإعلام والمعلومات من خلال البث الفضائي والأقمار الصناعية، وفي ظل مناخ يسوده الدفاع عن حرية الرأي والحق في التعبير الحر ومناصرة قضايا حقوق الإنسان ومناصرة مفاهيم العدالة والمساواة والحرية، يمكن التساؤل عن مدى استفادة المرأة من ذلك التقدم غير المسبوق. (رمزي، 2001)

وترتبط ممارسة المرأة لمهنة الإعلام برؤية جندرية تكشف بأن هذه الممارسة تواجه عوائق تتمظهر بنسب متفاوتة تبعا لقيم المجتمعات ويمكن حصرها في ما يلي:

أ. **العوائق السياسية:** وترتبط هذه المسألة بشكل مباشر بواقع قرب أو بعد المرأة في المجتمع عن مواقع القرار، فالمجتمع الذي يفتح المجال أمام المرأة لتحتل مكانه في مواقع صنع القرار تتمكن فيه هذه الأخيرة من الوجود في مهام ووظائف هامة في المجتمع، ومنها الإعلام. وعلى العكس فإن الإعلاميات تكن أقل حظا في المجتمعات التي لا تسمح بوصول المرأة إلى تلك المواقع الهامة مثل تمثيلها في السلطة التشريعية أو السلطة التنفيذية وكذلك في السلطة القضائية.

ورغم أن هذا الحضور الرسمي في الهيئات والسلطات لا يعكس بالضرورة واقع جميع فئات النساء في المجتمع والتي تكون الغالبية فيه تعيش أوضاع ضاغطة أو غير عادلة فيما يتعلق بحقوقها وأدوارها، إلا أن حضور المرأة في مواقع اتخاذ القرار يساهم إلى حد كبير في دفع مسيرة تقدم المرأة واتساع مشاركتها في ميادين الحياة و الفكر والإعلام ويساعد في إيصال صوتها ومطالبها وطموحاتها إلى الجهات التي تصنع القرار. (الإمام، 2005)

ولقد أثبتت شواهد التاريخ والوقائع الدور الكبير للمرأة في مجال السياسة والإعلام وتؤكد نجاحها في تحقيق التغيير الاجتماعي وتغيير النظرة التقليدية لها ولأدوارها.

ب. **العوائق الاجتماعية:** تواجه المرأة بشكل عام من المعوقات الاجتماعية التي تحول دون أدائها الأمثل في مجال العمل والإنتاج والتي قد تحول دون مشاركتها أصلا في العمل ويشكل العمل في مجال الإعلام وصفا خاصا ومميزا نظرا لاعتبارات عديدة تتعلق بالعمل وبالموقف الاجتماعي من طبيعة ذلك العمل. ففي المجال المرئي والمسموع والمقروء



العمل متواصل ويحتاج إلى متابعة دائمة ومستمرة وغير محددة بأوقات دوام محددة كما في الوظائف وأنواع العمل الإداري والتعليمي أو العمل في مجال الخدمات والصناعات، فالعمل في مجال التلفزيون أو الإذاعة يتطلب استمرار الحضور والمتابعة في ساعات عمل طويلة وقد تكون مسائية، كما يتطلب التعاون مع أعداد كبيرة من الفنانين أغلبهم من الرجال، كما يتطلب السفر كثيرا.

ج. كما أن الطبيعة والمواقف الاجتماعية في العديد من المجتمعات المحلية ترفض بشكل ضمني أو صريح جدا تلك الظروف الاجتماعية المحيطة بالعمل، أو ما يدعى بعلاقات العمل والمحيط الاجتماعي مما يربك الإعلاميات، ويؤثر في علاقتهن الأسرية وأدوارهن بشكل عام، كما يؤثر على أدائهن. (الإمام، 2005، ص25)

1.2. مهنة الإعلام نحو التأنث:

ورغم العوائق المذكورة وأخرى، استطاعت المرأة الوصول إلى مهام ووظائف كثيرة ومنها المرموقة في المجتمع والتي كانت حكرا على الرجال، وإن هذا الوصول قد أحدث تغيرات عميقة في المجتمعات والمهن ذاتها. ومن هذه المهن نجد الإعلام الذي تؤكد الدراسات والإحصائيات أنه يتجه، وبسرعة فائقة، نحو استقطاب أعداد أكبر من الإناث، وهو التغير الذي يرافق تغيرات أخرى، تساهم كلها في إعادة صياغة مورفولوجية المهنة.

وتشهد مهنة الإعلام، عموما، التغيرات المورفولوجية (أو التكوينية) الهامة التالية:

- **الإنفجار الديموغرافي للمهنة** من خلال الزيادة المطردة لأعداد الصحفيين بسبب ديناميكية اقتصادية ساهمت في ازدهار القطاع كما ونوعا وحاجته لأعداد كبيرة من الإعلاميين.
- **التشبيب:** حيث تشير الأرقام في الكثير من الدول إلى زيادة نسبة الشباب بين ممارسي المهنة، حيث سجلت فرنسا مثلا، سنة 2000، أكثر من 55% من الصحفيين الفرنسيين ممن لا يتجاوز سنهم 40 سنة، وأكثر من 20% سنهم أقل من 30 سنة.
- **الاعتماد على حاملي الشهادات الجامعية والمتخصصة:** وهو الأمر الذي أبعد ممارسة مهنة الإعلام عن منطق مهني، ساد طويلا ومنذ ظهور الإعلام، وهو المنطق الذي يعتبر أن الموهبة الأدبية، وحدها، كافية لخلق صحفي.
- **ازدياد وطأة المنطق الاقتصادي والتجاري** في النشاط الإعلامي وفي كل مراحله، من جمع المعلومة إلى معالجتها وتحريرها إلى توزيعها أو بيعها.



■ **التأنيث:** حيث يرى Erik Neuveu أن هذا التغيير هو الأهم في مورفولوجية مهنة الإعلام والذي يصاحبه إقبال أنثوي متزايد على فضاءات التكوين الإعلامي، خاصة منها الأكاديمية. (وهو الطرح الذي يمكن إسقاطه على الواقع في الجزائر بملاحظة التفوق الكبير لنسب الإناث على نسب الذكور في أقسام التكوين الإعلامي).

وفي سياق تأنيث مهنة الإعلام، تسجل الدول الأنجلو ساكسونية ظهور وبروز جمعيات مهنية خاصة بالنساء الصحفيات؛ تعمل على تحقيق الإدماج المهني الأكبر للنساء في الإعلام، وتقدم دراسات حول المرأة الإعلامية، وتتابع صورتها في وسائل الإعلام.

وتتم عملية التأنيث في مهنة الإعلام لأسباب و عوامل مختلفة بين الأنظمة الإعلامية، كما يقع الأمر وفق مسارات متباينة، أو وفق تمازج لهذه الأخيرة، ويمكن حصر هذه المسارات كما يلي:

- **ديناميكية التأنيث "من الأسفل":** حيث يبدأ الأمر من نشاطات إعلامية مهنية دنيا، كالمساعدة في التحرير أو كمحررة عادية في الأقسام المغمورة.
- **ديناميكية التأنيث بالتخصص في النوع:** وهي ديناميكية تعتمد على التعاطف بين النساء بسبب نوع الجنس، ويتم التأنيث من خلال التخصص في قضايا النساء منذ البداية؛ كشؤون المرأة والعائلة والبيت التي تعتمد على، عادة، على نساء إعلاميات.
- **ديناميكية التأنيث "من فوق":** ويتحقق من خلال حصول نساء على مؤهلات علمية ومهنية عالية تسمح لهم بتأسيس أعمالهم الخاصة، ومنها الإعلام.
- **كما يمكن إضافة ديناميكية رابعة** عرفتها الدول الغربية مع ظهور ونمو الحركات النسوية في النصف الثاني من القرن العشرين، وهو الأمر الذي أدى إلى ظهور مؤسسات إعلام من طرف النساء وللنساء. وتشير دراسات فرنسية إلى عملية التأنيث السريعة للصحافة اليومية الجهوية، حيث تجاوزت النصف منذ عام 2007. وهي العملية التي لم تسبب ظهور وسائل إعلام جديدة فحسب، بل أدت إلى تغيير أساليب التحرير الصحفي. (Beatrice & autres, 2009)

ويعتقد Erik Neuveu أن متغير الجندر أو الجنس يلقي بثقله، وبشكل ملحوظ، على شروط و كفاءات توزيع المناصب والمهام في الأقسام التحريرية بين الرجال والنساء في فرنسا. وفي ذات السياق، فإن الدراسة للهيكل التنظيمية الرسمية لمؤسسات الإعلام أظهرت أن هناك ضعف في حضور النساء واحتلالهن لمناصب المسؤولية في المؤسسات الإعلامية (مدير، مدير نشر، مدير تحرير، رئيس تحرير أو قسم...)، أو حتى المناصب النوعية (كاتب افتتاحية، كبار المراسلين، إدارة الأقسام السياسية...)، وفي المقابل يسجل حضور المرأة في مراتب المسؤولية في الأقسام الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية. (Neuveu, 2000, p183)

من هنا أثبتت الدراسات في سوسيولوجية الصحافة فرضية أن الجندر يؤثر على توزيع الاختصاصات المهنية في الإعلام؛ وذلك بمنطق "السياسة للرجال والباقي للنساء".



وفي حين تتسع رقعة التأنيث في الإعلام في العديد من الدول العربية والغربية، لازالت بلجيكا، مثلاً، تعمل في الإعلام بمفارقة عدم التناسب الجندري بين التكوين الإعلامي والعمل في المهنة؛ فبينما يسجل التكوين غلبة نسبة الإناث على نسبة الذكور، تنقلب الأمور بشكل جلي في الممارسة المهنية، فيلاحظ النقص الكبير للإناث في العمل لدرجة اعتبار قطاع الإعلام البلجيكي قطاعاً ذكورياً، فيتسم بصعوبة ظروف العمل على المرأة بوجود تقسيم للمهام في قاعات التحرير على أساس الجنس، ومعوقات في طريق وصول النساء لمناصب المسؤولية صعوبة التوفيق بين الحياة الشخصية والحياة المهنية بالنسبة للمرأة. (Le Cam Florence & autres, 2020, p9)

2.2. أسلوب إعلامي أنثوي:

أصبح تأنيث قاعات التحرير ومؤسسات الإعلام واقعا منذ أعوام، وهي الظاهرة التي تصاحبها أعراض؛ كعدم المساواة في المعاملة وفي الدخل مثلما يحصل في الولايات المتحدة الأمريكية، أو التخندق في مهام ونماذج نمطية مثلما يقع في فرنسا ودول أخرى. في هذا السياق ترتبط بعملية تأنيث مهنة الإعلام العديد من الإشكاليات والتساؤلات التي من أهمها؛ إشكالية تأثير التأنيث على عمل الأقسام التحريرية من خلال ظهور وفرض "أسلوب أنثوي" في الكتابة الإعلامية وحتى في تسيير المؤسسة الإعلامية.

ولهذا بدأ الحديث عن فرضية "كتابة صحفية أنثوية"، يراها البعض أنها تغيير إيجابي في فرض المهارات النسائية، ويراه البعض الآخر أنها مجرد آليات تسويقية تهدف إلى استغلال النساء في استقطاب عدد أكبر من الجماهير؛ وهو ما قد ينطبق على القنوات العربية. بملاحظة الزيادة الكبيرة من النساء التي تحتل الشاشات التلفزيونية.

لا يفرق التكوين الإعلامي بين ذكر وأنثى، فهو يقدم نفس التقنيات النمطية والمُندَجة، ولذلك يصبح الميدان المهني هو ما تتمظهر فيه الفروقات في تنفيذ مهام الإعلامي ومهاراته. وفي هذا كشفت الدراسات الغربية التي تجرأت وطرحت أسئلة من مثل: - ماذا يكتب الصحفيون وماذا تكتب الصحفيات؟ - كيف يكتب الصحفي وكيف تكتب الصحفية؟ كشفت هذه الدراسات العديد من الحقائق في قضايا الإعلام والجندر.

تندرج هذه الأسئلة وأخرى ضمن البحث عن تأثيرات التأنيث على العمل الإعلامي عامة و على التحرير الإعلامي خاصة. ومن الناحية النفسية والاجتماعية يُعتقد أن منطق الجندر يمكن أن يعمل على خلق تجاذب واستقطاب بين "الكتابة الذكورية" و "الكتابة الأنثوية" في وسائل الإعلام، وذلك استنادا إلى ما يسمى ب "السجل الانفعالي" الخاص بكل مهنة ومتمنيتها. فالسجل الانفعالي للمرأة في مهن (تُعتبر أنثوية) كالتمريض أو السكرتارية يُحيلنا إلى قدرات المرأة في الصبر والمؤازرة والتكتم والترويح، وهي انفعالات تختلف عن تلك التي تتميز بها مهن تُعتبر "ذكورية" والتي ترتبط بما يمكن اعتباره عنفا وظيفيا كمهن الأمن والجراحة وغيرها. (Neuveu, 2000, p185)

من هنا، أصبحت كتابات المرأة في الإعلام ترتبط، عادة أو غالبا، بشؤون البيت والأمومة، الطفولة والصحة، والاستهلاك وغيرها. كما يُسجّل ارتباط كتابات المرأة بالأحداث البطيئة غير الساخنة.



وتتميز الكتابة الأثنوية في الإعلام بميول نفسية أكثر، من خلال تحويل المعلومات إلى سيناريو؛ فالروبورتاج الأثنوي يتميز بتقدير "الحياة العادية" للأشخاص، وهو يصور جانبا من الحياة. كما توصف الكتابة الأثنوية بـ "الصحافة الإثنوغرافية" كتصوير تجربة شخص دخل مرحلة التقاعد أو تجربة معلم جديد في مهنته... إلخ.

وتعتمد هذه المنتجات الصحفية على ميولات سردية وأدبية واضحة، وهو ما تسميه الصحافة الأنجلوأمريكية بـ soft news، وهو النوع الذي يلقي رواجاً تجارياً هاما ويستقطب الجمهور بشكل مربح للمؤسسات الإعلامية لما يتميز به من خصائص نفسية. (Neuveu, 2000, p187)

2-3: المرأة والعمل الإعلامي في الجزائر:

مرت الجزائر بالكثير من التغيرات العميقة في نظامها الإعلامي، حيث واكب إعلامها كل الأحداث التي عرفت بها البلاد قبل وبعد الاستقلال. ولعبت السياسة والقوانين الإعلامية دورا هاما في رسم خارطة الممارسة الإعلامية في الجزائر والتي تعلق بتجميع الفاعلين في العملية الإعلامية. وقد أفرزت التحولات القانونية مرحلتين متباينتين هما؛ مرحلة الأحادية الحزبية التي تميزت بسيطرة الدولة على وسائل الإعلام التي كانت تعمل على نطاق ضيق فلا تسمح بالنقد أو الرأي المخالف، ومرحلة أخرى شهدت انفتاحا ملموسا في آفاق الممارسة الإعلامية سواء في القطاع العام أو الخاص.

إن المكانة التي احتلتها المرأة الجزائرية في النظام الإعلامي ودورها في ظهور الصحافة النسائية، لا يمكن فصله عن الظروف التي من خلالها تطور الإعلام في الجزائر، وعليه لا بد علينا أن نقدم لمحة عن مراحل تطور هذا الأخير وانعكاساته على انخراط المرأة الجزائرية في العمل الصحفي.

3. تطور عمل المرأة الجزائرية في الإعلام:

تعد المرأة الجزائرية ناقلة للقيم التي تعتبر إرثا للأمة، في التاريخ الموجود في كل مكان، هي المجاهدة المقاتلة في فترة حرب التحرير الوطني، وهي العاملة المتفانية في عملية التنمية الوطنية في السبعينات، والمواطنة المندفعة في نضالها للحصول على حقوق المواطنة "كاملة" في الثمانينات، وأخيرا مقاومة.

إن للمرأة الجزائرية مكانة متميزة عبر التاريخ والذي سبرز جانبا منه، حيث سيتضح من خلال الدور الذي أدته في مجال الإعلام و ما حقق هذا القطاع من تطور، وتميز دخول المرأة إلى عالم الصحافة بالتطور الكبير منذ الاستقلال، حيث كان العدد في الستينات لا يتجاوز عدد أصابع اليد، وفي الثمانينات بدأت المرأة في هذا المجال لتكون نسبة النساء الصحفيات في ذلك الوقت لا تمثل شيئا بالنسبة للرجال، فلم تتجاوز 5% بالنسبة لعدد الرجال، في حين كان عدد الصحفيات المسؤولات لا يتجاوز 1% بالنسبة لعدد النساء الإجمالي وليس بالنسبة للعدد الإجمالي بين الرجال والنساء. (Beatrice & autres, 2009)



كانت وزارة الإعلام في الجزائر المسئول المباشر على الصحفيين وكانت أحيانا تسمى وزارة الإعلام والثقافة وأحيانا وزارة الإعلام فقط. وتنظيما، لم تكن هناك نقابات للصحفيين قبل عام 1991، بل كان هناك ما يعرف بـ "الاتحاد الوطني للصحفيين الجزائريين"، الذي كان تابعا للحزب الحاكم حيث سجل في كل مرحلته التاريخية اسما نسائيا أو اسمين فقط.

وفي نهاية الثمانينات تأسس المجلس الأعلى للإعلام وكان يتشكل من الصحفيين المنتخبين وبعض المسؤولين الإداريين في المؤسسات الإعلامية، أو في وزارة الإعلام، وكان ثلاثة أرباع أعضاء المجلس يُنتخبون، حيث لم يكن للمرأة دور ولا أي تمثيل فيه.

و في السنوات الأخيرة تعثرت الجهود التي كانت تعمل من اجل اتحاد أو نقابة شاملة، ونتج عن هذه المحاولات عدة نقابات انقسم حولها الصحفيون ولم تسجل أكثر من ثلاثة أسماء نسائية، وكان الأمر نفسه يقال عن "جمعية الدفاع عن أخلاقيات المهنة".

وفي سنوات التسعينات وبالذات سنة 1990، تم إنشاء الصحافة المستقلة في الجزائر وتعددت العناوين الصحفية المكتوبة حيث أطلق 17 عنوانا يوميا، و45 جريدة أسبوعية ليصبح العدد في سنة 1992 إلى 103 عنوانا أي بسحب مليون وخمسمائة نسخة، أما سنة 2002 فقد وصل عدد العناوين إلى أكثر من 250 عنوانا أي بسحب 2 مليون نسخة يوميا منها 40 جريدة يومية، تسحب منه جريدة الخبر لوحدها 500 ألف نسخة يوميا حيث لم تتجاوز فيها المؤسسات المرؤوسة من النساء إلا اثنتان، ومنصب واحد لرئاسة التحرير تشرف عليه امرأة. (الحرش)

وأثناء مرحلة التعددية السياسية والإعلامية التي اختارت الجزائر أن تنتهجها رغم صعوبة انطلاقها، وبفضل الوعي والتطور الثقافي الذي وصلت تحقق مع ممارسة حرية التعبير، ظهر ما يُعرف بالصحافة المتخصصة، حيث يعد التخصص إحدى المميزات الأساسية للصحافة المستقلة وتطورت الصحف المتخصصة الأسبوعية، الدورية و الشهرية. وتعتبر مكسبا مهنيا في تطور الصحافة الجزائرية، حيث لمست الصحافة المتخصصة الميادين الاقتصادية والثقافية والفنية الاجتماعية و العلمية و التقنية التي لم يكن لها مكان قبل 1988، وفي ظل هذا التنوع والتعدد في الساحة الإعلامية صدر عدد من الجرائد والمجلات الموجهة للمرأة، بالإضافة إلى مجلة "الجزائرية" العمومية والتي تأسست وعملت قبل تاريخ 1988.

وعلى سبيل المثال نذكر بعض المجلات والجرائد النسائية التي صدرت في ظل التعددية والتي منحت المرأة الإعلامية في الجزائر فرصة الكتابة في مجالات مختلفة سواء كانت اجتماعية، سياسية، أو اقتصادية، خاصة من خلال ما تنشره المجلات النسائية المتنوعة.

■ **مجلة نون:** صدرت عام 1990 وهي مجلة فصلية تصدر عن المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية بالتعاون مع جمعية تضامن المرأة العربية، وقد جاءت هذه المجلة تقليدا للمجلة التي كانت تصدرها جمعية تضامن المرأة العربية في مصر برئاسة الدكتورة نوال السعداوي. وكانت تسير على نفس خطاها و نمطها التحريري، بل كانت تنشر بالاتفاق مع المجلة الأم بالإضافة إلى الموضوعات الخاصة بالمرأة الجزائرية. وقد تميزت المجلة بموضوعاتها الجادة ومخاطبتها لعقل المرأة لا مظهرها كما تفعل غيرها من المجلات النسائية التجارية.



■ **مجلة أنوثة:** صدرت في 8 مارس 1991، في اليوم العالمي للمرأة، تولت رئاسة التحرير فيها الإعلامية "نفيسة لحرش" وقد صدر العدد الأول من مجلة "أنوثة" كمجلة شهرية نسائية شاملة مستقلة، ولكنها لم تستمر بسبب الصعوبات المادية التي واجهتها والتي لم تسمح سوى بصدور بضعة أعداد منها، فتوقفت لفترة لتعود من جديد عام 1993، وكانت عودتها في شكل جريدة نصف شهرية. صدر العدد الأول منها في النصف الثاني من فيفري 1933، ثم عادت إلى الصدور في شكل مجلة، حيث عرف صدورها تذبذبا وعدم انتظام. ومن ناحية المضمون فهي مجلة ذات مضمون جاد يهدف إلى مساعدة المرأة معرفة ونيل حقوقها، وقد تميزت الموضوعات التي تناولتها بالجرأة، فهي تخاطب عقل المرأة لا أنوثتها على الرغم من أن اسمها أنوثة، وبقيت صورة المرأة المناضلة من أجل الحصول على حقوقها و الساعية إلى أن تكون مساهمة في بناء مجتمعها، وهي المثقفة والواعية بمشاكل بلدها.

وتعددت العوامل التي ساهمت في ظهور هذه المجلة كما تقول الإعلامية "نفيسة لحرش" رئيسة تحريرها والتي ارتبط تأسيسها للمجلة بتجربتها الخاصة في مجلة الجزائرية"، وكانت الصحافة النسوية ترتبط بأهداف نضالية وبحث عن ترقية المرأة باستغلال إمكانيات الإعلام في ذلك. (لحرش)

ومن جهة أخرى لعبت العوامل الاقتصادية دورها في ظهور فكرة الصحافة المستقلة بالإضافة إلى مساعدة الدولة. ففي البداية تم التشجيع على المبادرة والمشروع لكن سرعان ما همشت وذلك راجع لاهتمام الدولة بالصحافة السياسية، بالإضافة إلى كون الواقع السياسي الذي مكن من بعث المجلة لتكون فرصة للمرأة للتعبير من خلالها عن ذاتها وفكرها و إعلامها، والدفع بها للدخول إلى المعترك السياسي لتدخل العوامل الثقافية المتمثلة في ارتفاع نسبة النساء المثقفات و الفاعلات في كل الميادين، لكن توقفت هذه المجلة عن الصدور عام 2004، ورجع هذا التوقف لأسباب مالية.

■ **جريدة السمرة:** جريدة أسبوعية نسائية مستقلة شاملة ظهرت عام 1992، وهي ذات اتجاه ديني إصلاحية، تهم بمشكلة المرأة واهتماماتها الفكرية وتجاوزتها إلى الموضوعات العامة والقضايا المصرية الخاصة بالمرأة والأسرة.

■ **جريدة نصف الدنيا:** وهي جريدة أسبوعية مستقلة، نسائية متنوعة، صدر العدد الأول منها في أكتوبر 1994 وهي تصدر من ولاية قسنطينة، وهي جريدة خدمات متنوعة، تهم بأخبار الفن وموضوعاته اهتماما كبيرا بحيث تعتبر المادة الفنية من أهم المواد التي تنشرها، حيث احتلت هذه المواد الثمانية صفحات من الجريدة، ومعظم هذه المادة تأتي من القاهرة. عنيّت الجريدة باهتمامات المرأة من تجميل وماكياج ومطبخ وتجارب إنسانية. تخرص نصف الدنيا على إقامة صلات بينها وبين القارئ من خلال أبواب عدة منها "منك وإليك"، واعترافات بالهاتف، بالإضافة إلى صفحات الخدمات (طلب زواج، تعارف). إن الصورة التي تطرحها نصف الدنيا للمرأة هي المرأة المهتمة بأنقتها ومظهرها، والراغبة في تعلم مهارات تفيدها. (إبراهيم، 1996، ص 127)

■ **مجلة نيسة:** هي مجلة نسائية شهرية، تولت إدارة تحريرها امرأة "سليمة غزالي"، أما رئيس تحريرها فهو رجل "شمس الدين صياح"، ناطقة باللغتين العربية والفرنسية، حيث نفس العدد يضم صفحات باللغة العربية وأخرى باللغة



الفرنسية، وقد صدر أول عدد منها في جانفي 1991، وهي مجلة تتحدث عن النساء وإلى النساء، دون الرجال. وبعيدا عن الذوبان في التسوية الضيقة أو في التبعية، وعلى الرغم من أن مجلة "نيسة" تدرج ضمن مواضيعها "الطبخ" لكنها تقول بان كل شيء ميسر، انطلاقا من المطبخ الذي يتطلب يوما من التفرغ، والإمكانيات والخطب حول "الطبيعة الأنثوية".

وعن مجلة نيسة تستطرد هيئة التحرير قائلة: إنها سياسية لكنها ليست مناصرة، "نيسة" تأخذ حريتها من هويتها الأمازيغية-العربية وانتمائها إلى الإنسانية. (rédaction, 1 jan 1991, p1)

■ مجلة "Hawa Magazine": الناطقة باللغة الفرنسية تجمع في مواضيعها بين فاعلية المرأة في المجتمع واهتماماتها الدينية وأخرى وجهت للأسرة مثل مجلة "Bien être" الصادرة كذلك باللغة الفرنسية.

■ مجلة دزيريات "Dzeriet": مجلة نسائية متعددة الخدمات نظرا لتنوع المواضيع التي تتناولها والتي تتوزع بين العلم والمجتمع و الجمال والموضة والصحة والمطبخ، كانت في البداية تصدر باللغة الفرنسية ثم أصبحت تصدر باللغتين العربية والفرنسية. ويرجع عدم اعتمادها لنقص التمويل.

ومن ابرز الأسماء الإعلامية التي عُرفت منذ الاستقلال في السمعي البصري الصحفية "نؤارة جعفر"، وتعد الصحفية الأولى من تخصص إعلام التي دخلت القناة الإذاعية الأولى عام 1987، ولقد ارتبط اسمها ببرنامج "لقاء الأحد" الذي كانت تطرح في القضايا المأساوية التي يعاني منها الشعب. وهو البرنامج الأول من نوعه قبل أحداث الخامس أكتوبر وقبل التعددية الذي لم يتعرض لمقص الرقابة، والذي كان يعرض على المباشر تدخلات المستمعين التي تكون في بعض الأحيان ساخنة.

واستمر البرنامج سنتين حيث كانت نؤارة آنذاك رئيسة التحرير الوحيدة في القناة الأولى، ثم مقدمة لبرنامج "مرأة" الذي كان يبث كل خميس منتصف النهار الساعة الواحدة. واعتبرت بذلك الصحفية الأولى التي نشطت حصصا ذات ميول سياسي. (H.Malika, p27)

أما عن الصحافة المكتوبة فبرزت "سليمة تلماني" صحفية يومية "الوطن" باللغة الفرنسية، وقد كانت صحفية محترفة ومحورة جريئة مع سياسيين ومسؤولين في الدولة الجزائرية، هذا ما جعلها تكرم بالولايات المتحدة الأمريكية من طرف مؤسسة دولية للنساء في مجال الإعلام، وتلقت إلى جانب ثلاث صحفيات جائزة الشجاعة في الصحافة سنة 2004. (H.Malika, p27)

وبالنسبة لعدد الإعلاميات الجزائريات اللواتي يتوزعن عبر مختلف المؤسسات الإعلامية في الإذاعة والتلفاز والصحافة المكتوبة الحكومية والمستقلة، فهو في تزايد مستمر رغم الظروف الصعبة وعدم استقرار العمل الصحفي، ومن جهة أخرى تُقر وزارة العمل والضمان الاجتماعي أن 50 % من الصحفيين غير مصرح بهم، ومن المؤكد أن انفتاح مجال الإعلام في بداية التسعينات قد سمح بتوظيف الشباب الحاصلين على الشهادات رجلا ونساء.



وفي القطاع العمومي الذي يستحوذ على أكبر عدد من الصحفيين نظرا للاستقرار الذي يتمتع به المجال السمعي البصري العمومي، وكذلك التلفزيون الجزائري الذي يضم 3 قنوات، اثنتان منها رقمية؛ قناة الجزائر والجزائرية الثالثة، إضافة إلى التلفزة الوطنية يسجل العنصر النسوي حضورا قويا، بحيث يقارب عدد الصحفيات 74.06% حسب إحصائيات سنة 2003 مقارنة بعام 2002، حيث قدرت نسبة الصحفيات ب 18.05% ممثلة في 466 إعلامية. (Ilhem, 2005)

أما فيما يتعلق بنسبة الإعلاميات في التلفزيون الجزائري إلى تاريخ 18 فيفري 2007 حسب إحصائيات إدارة الموظفين بالتلفزة الوطنية، فيقدر العدد الإجمالي للنساء العاملات في التلفزيون الجزائري 930 امرأة، وعدد الصحفيات يقدر ب 338 من مجموع 594 إعلامي، وعلى هذا الأساس فإن الإعلاميات يشكلن 57.24% من مجموع الإعلاميين في التلفزيون وهو ما أحدث نقلة نحو التأنيث كحال التلفزيونات في العالم.

أما الإذاعة الجزائرية بقنواتها الأولى والثانية والثالثة، ومختلف المحطات الجهوية الأربعة بقنواتها الجهوية الـ32، فعدد النساء الصحفيات يفوق عدد الرجال، والمجموع الوطني بالإذاعة يقدر 77.8% من النساء الصحفيات وذلك حسب إحصائيات عام 2003. (Ilhem, 2005)

وقد شكلت النساء حسب إحصائيات 2003 بالصحافة المكتوبة 30%، مع تسجيل امرأة واحدة في منصب مديرة للنشر في هذا القطاع، أما الصحافة المستقلة بتنوعها، فكانت منذ سنوات المجال الذي يقصده العنصر النسوي بصورة كبيرة، حيث سجل على الأقل 5 نساء في مناصب مدير التحرير أو مدير نشر وتقدر نسبة النساء ب 60.02% من مجموع الصحفيين العاملين في القطاع.

أما بخصوص تواجد الصحفيات في وكالة الأنباء الجزائرية، فيقدر عددهن ب 90 صحفية مقابل 207 صحافي، أي بنسبة 43.4%. أما بالنسبة للمراسلات فيعتبر عددهن قليلا نظرا لظروف العمل، نقص الاهتمام، والذهنيات السائدة بالمدن الداخلية، حيث سجلت إحصائيات 2003؛ 25 امرأة صحفية مقابل 70 رجلا، ويشكل العدد الإجمالي للمراسلات 15.15% و 31.25% في المراكز الكبرى للصحافة. و للإشارة فإن هذه الإحصائيات أخذت بعين الاعتبار الصحفيات الدائمات فقط.

4. نتائج الدراسة الميدانية: المرأة الإعلامية بإذاعة عنابة المحلية وواقع التأنيث:

تمت الدراسة الميدانية، في شكل بحث وصفي استطلاعي (نظرا لانعدام تقريبا لدراسات سابقة في الإشكالية المطروحة)، في شهر ديسمبر من سنة 2021، وتم تطبيق استمارة أسئلة عن بعد وبمساعدة إحدى الصحفيات، وذلك لصعوبة دخول الإذاعة والتواصل المباشر بسبب إجراءات مكافحة انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19).

وسمحت الدراسة الاستطلاعية التي جرت على مجموع النساء الإعلاميات العاملات بإذاعة عنابة، ويعني ذلك تطبيق المسح الشامل على مجموع الصحفيات والمنشطات وعددهن 11 إحدى عشر مفردة، وهي الدراسة الاستطلاعية التي استقصتهن عن واقع عملهن كإعلاميات في مؤسسة الإذاعة كجزء هام من المنظومة السمعية البصرية في الجزائر، سمحت



بالبحث في جوانب هذا الواقع المهني وارتباطه بالاجتماعي وحتى المادي، بالإضافة إلى ظروف التغطية الإعلامية الميدانية وخصوصياتها بالنسبة للمرأة الإعلامية في مؤسسة الإذاعة.

ووصلت الدراسة إلى تسجيل كافة البيانات المتعلقة بالتكوين الجندري للموارد البشرية لإذاعة عنابة، وذلك بإحصاء العاملين الدائمين ودون احتساب العاملين المؤقتين في أي صنف من المناصب المهنية، ونعرض هذه البيانات كما يلي:

- تم تنصيب امرأة (وهي صحفية سابقة بالإذاعة) على رأس المؤسسة سنة 2021، ويتعلق الأمر بالسيدة "سعاد ماجري" كأول مدير امرأة لإذاعة عنابة الجهوية منذ تأسيسها سنة 1997.
- تتولى رئاسة قسم الإنتاج امرأة: ويضم هذا القسم خمس 5 مخرجات إذاعيات؛ وهو المجموع الكلي لمناصب الإخراج، أي أن كل مهام الإخراج هي حصرية للإناث.
- في مهام التنشيط الإذاعي سجلنا وجود ثلاث 3 سيدات في مقابل منشط واحد رجل.
- وتتولى إدارة المالية امرأة، مع وجود ثلاث 3 سيدات في الإدارة.
- أما قسم الأخبار فيترأسه رجل، ويعمل مع ثمانية 8 صحفيات نساء وخمسة 5 صحفيين رجال.
- وفي المهام التقنية للإذاعة، يتولى رئاسة قسم الهندسة الصوتية رجل، يعمل إلى جانبه في القسم خمسة 5 مهندسين كلهم رجال.
- كما سجلنا في هذا الاستطلاع أربعة 4 سائتين و خمسة 5 عمال أمن كلهم رجال.
- تعمل إذاعة عنابة الجهوية بالدوام النهاري الذي ينتهي على الساعة السادسة والنصف مساءً، وهو أمر يحصل لصالح الإعلاميات لعدم إضطرارهن للعمل بالدوام الليلي، والذي يعتبر من أكبر العقبات في عمل المرأة الإعلامية.
- ازدادت التركيبة الأثنية لإذاعة عنابة الجهوية خاصة مع تولي إدارتها امرأة، وقد سمح تطبيق استمارة الاستبيان على مجموع الصحفيات بما في ذلك المنشطات (فقط) من الوصول إلى المعطيات التالية:

- **السن:** أظهرت الدراسة إلى أن سن النساء الإعلاميات في الإذاعة يتراوح بين 30 و 50 سنة، وهو ما يتوافق مع الطرح الذي يرى أن العمل الإعلامي يشهد ظاهرة التشبيب، والملاحظ أن فريق الإعلاميين في إذاعة عنابة لم يتدعم منذ السنوات الأولى لتأسيسها بإعلاميين جدد ماعدا المتعاقدين في بعض الحصص. ذلك أن الموظفين الذين بدأت بهم الإذاعة كانوا شبابا، وأغلبهم لم يغادروا المهنة مما يدل على اتخاذ مهنة الإعلام كمهنة مستقرة وتصنع مسارا مهنيا، خاصة وأنها تتبع الوظيفة العمومية.
- **الحالة المدنية والعائلية:** بينت نتائج الاستطلاع أن جميع الإعلاميات بالإذاعة متزوجات ولديهن أطفال، وهو ما يُظهر ملائمة المهنة الإعلامية مع الحياة الاجتماعية للمرأة وعدم تعارض الشقين من الحياة، فممارسة الإعلام السمعي البصري في الإذاعة المحلية لم يعد عملا يرتبط بالاستقرار والصعوبة، وهو ما يفند أطروحة أن العمل الإعلامي يحول دون زواج المرأة، وأن القبول الاجتماعي أصبح واقعا. كما صرحت 5 من بين 8 صحفيات أنهن يوفّقن بين الحياة العائلية والمهنة بسهولة، بينما اعتبرت ثلاثة منهن أن الأمر يتم بصعوبة.



- **المستوى التعليمي والتخصص:** جميع الإعلاميات جامعات وحاصلات على شهادة الليسانس على الأقل، وسجلنا 4 من 8 صحفيات من تخصص علوم الإعلام والاتصال.
- **الموقف من المهنة:** صرحت أغلبية الإعلاميات أنهن لا يمانعن البقاء في مهنة الإعلام إلى نهاية المسار المهني، وأن هذه الأخيرة لم تعد مرتبطة بالخطر (مثلما كان الحال في سنوات سابقة خاصة في عشرية التسعينيات من القرن الماضي) ولا مرتبطة بالرفض الاجتماعي، كما يدل ذلك على تناقص المتاعب في مهنة ارتبطت بالمتاعب، كما أن الجو العام الذي توفره المؤسسة العمومية في الإعلام هو أكثر استقرارا كغيرها من المهن في الوظيفة العمومية.
- **الميولات التحريرية:** صرحت 6 من 8 إعلاميات بالإذاعة المحلية عنابة بأنهن تفضلن العمل في المواضيع الثقافية، الاجتماعية، المعيشية والبيئية، وعدم اهتمامهن بالمواضيع السياسية، في مقابل تصريح صحفيتين بأنهما ترغبان في العمل التحريري في المواضيع السياسية والشؤون المحلية.
- **التمييز بين النوعين في المهام:** صرحت 3 من 8 من الإعلاميات في إذاعة عنابة أنهن يلمسن تمييزا بينهن وبين الزملاء الرجال في توزيع المهام الإعلامية في الإذاعة، خاصة ما يتعلق بالتغطيات الخارجية، حيث يتم مراعاة الجنس في ذلك.
- **ظروف العمل:** تعاني الإعلاميات من طول ساعات العمل وضغوطه النفسية والتنقلات بين المواقع وعدم توافقه مع الحياة الاجتماعية للمرأة، رغم أن المؤسسة تراعي ذلك نسبيا من خلال برمجة عملهن في فترة النهار وعدم وجود مناوبة ليلية.
- **الميول بين التنشيط والتحرير:** أظهر الاستطلاع أن 6 من 8 إعلاميات بإذاعة عنابة تفضلن مهمة التنشيط الإذاعي على التحرير والإعداد، وهو ما يتوافق مع طبيعة الإعلام الإذاعي الذي يعتمد أساسا على الحديث المستمر.

5. خاتمة:

يتطور الإعلام كل يوم وبسرعة هائلة بسبب تطور الوسيلة، خاصة، والتكنولوجيا التي ترافقها، ومعها تنمو الدراسات والأبحاث التي ترصد تأثيرات هذا التطور. إن هذه الدراسات لا يمكنها أن تحقق التراكم العلمي الفعال في فهم المشكلات الإعلامية الاتصالية، خاصة في المنطقة العربية والجزائر، دون أن توسع مجال رؤيتها إلى جميع جوانب هذه الإشكاليات. ولذلك يتوجب، اليوم، الحرص على تطوير سوسيولوجيا المرسل في الإعلام في منطقتنا، لتوسيع فرص الفهم العلمي للبنية التكوينية للمرسل والتحويلات التي يخضع لها، وذلك من خلال طرح كل المواضيع دون استثناء ودون قولبتها إيديولوجيا أو قيميا.

إن هذه الدراسة الاستطلاعية ليست موقفا من المرأة أو للمرأة، بل هي إسهام بسيط في سبيل فهم أحد الظواهر الراسخة، اليوم، في مهنة الإعلام وهي ظاهرة التأنيث.

كما أثبتت الدراسة أن الكثير من التحويلات في المهام والأساليب الإعلامية تحدث بسبب ما تفعله اللمسة الأنثوية المتزايدة في العمل الإعلامي.



6. قائمة المراجع:

■ المراجع العربية:

إسماعيل إبراهيم. (1996). الصحافة النسائية في الوطن العربي.

سمير كرامي. (بلا تاريخ). الصحافة النسوية. بيروت.

محاسن الإمام. (2005). الوضع الإعلامي والقانوني للمرأة العربية و النوع الاجتماعي. المغرب: دار توبقال للنشر.

ناهد رمزي. (2001). المرأة والإعلام في عالم متغير. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

نفيسة لحرش. (بلا تاريخ). النوع الاجتماعي والإعلام، ثلاثية التكوين والممارسة والبحث. تم الاسترداد من

<http://www.ammanet.net>

■ المراجع الأجنبية:

Beatrice , D.-G., & autres. (2009). Le journalisme au prisme du genre: une problématique féconde. *Questions de communication*, vol 5.

H.Malika. (s.d.). Une femme d'avant-garde. *Hawa*, N°2.

Ilhem, B. T. (2005). Femme dans les médias algériens. *rapport présenté au séminaire régional sur l'égalité des genres dans le journalisme*. Maroc: Fédération international des journalistes.

La rédaction. (1 jan 1991). rompre avec les slogans. *Nyssa*.

Le Cam Florence , & autres. (2020). *Etre femme et journaliste éd de l'université de Bruxelles*. coll journalisme et communication.

Neuveu, E. (2000). Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession. *Revue des Sciences Sociales du Politique Politix*, n° 51.