

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قسنطينة 3



كلية: علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم: الصحافة

الرقم التسلسلي:

الرمز:

مذكرة ماستر

التخصص: صحافة

الشعبة: إعلام واتصال

الاتصال والإعلام وتظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية

جريدة "النصر" نموذجا

تحت اشراف:

أ.حجاج حسان

مقدمة من طرف الطالبتين:

بزاز ماجدة

بهلول خديجة

السنة الجامعية: 2015/2014

دورة جوان

فهرس المحتويات

1	المقدمة.....
	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها النظري
6	1-1 الإشكالية.....
10	1-2-1 أهمية الموضوع.....
10	1-3-1 أسباب اختيار الموضوع.....
11	1-4-1 أهداف الدراسة.....
11	1-5-1 فروض الدراسة.....
13	1-6-1 الإطار المفاهيمي.....
13	1-6-1-1 الإتصال.....
14	1-6-1-2 الإعلام.....
15	1-6-1-3 الاتصال الثقافي.....
15	1-6-1-4 الثقافة.....
16	1-6-1-5 التظاهرة الثقافية.....
16	1-7-1 منظور الدراسة.....
17	1-7-1-1 النظرية البنائية الوظيفية.....
17	1-7-1-2 نشأة البنائية الوظيفية.....
18	1-7-1-3 فروض البنيوية الوظيفية.....
18	1-7-1-4 مبادئ البنيوية الوظيفية.....
19	1-7-1-5 الأسس التي تقوم عليها البنيوية الوظيفية.....
19	1-7-1-6 أشكال البنيوية الوظيفية.....
20	1-7-1-7 التحليل الوظيفي لعلاقات الاتصال والإعلام.....
20	1-7-1-8 تقييم النظرية.....
20	1-7-1-9 علاقة النظرية الوظيفية بموضوع الدراسة.....

الفصل الثاني: الاتصال والإعلام الثقافي

1-2 الاتصال الثقافي ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

1-1-2 الاتصال ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

2-1-2 تعريف الاتصال الثقافي ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

3-1-2 دور الاتصال الثقافي 34

4-1-2 العلاقة بين الاتصال والثقافة 35

5-1-2 تأثيرات الاتصال الثقافي CONTACT CULTUREL/KULTUR KONIAKT 36

6-1-2 إستراتيجية الإتصال الثقافي "STRATEGG CULTURE CONTACT" 37

7-1-2 البعد الدولي في استراتيجية التواصل الثقافي 37

8-1-2 الصلة بين الإعلام والاتصال والثقافة 38

2-2 الإعلام ووسائله 39

1-1-2 الإعلام 39

2-2-2 التداخل بين الإتصال والإعلام 46

3-2-2 الإعلام الثقافي: 47

4-2-2 علاقة الإعلام بالمنظومة الثقافية: 48

5-2-2 وظائف الإعلام الثقافي 48

6-2-2 الهيمنة الثقافية ووسائل الإعلام 49

7-2-2 وسائل الإعلام ودورها في نشر الثقافة 49

8-2-2 وسائل الإعلام والحفاظ على الثقافة العربية: 52

9-2-2 مصادر الثقافة الإعلامية 53

10-2-2 توصيات نحو أجندة للإعلام الثقافي 55

الفصل الثالث: قسنطينة عاصمة لثقافة العربية

1-3 الثقافة: 64

1-1-3 تعريف الثقافة 64

2-1-3 خصائص الثقافة 64

65	3-1-3 عناصر الثقافة
65	4-1-3 عموميات الثقافة وخصوصياتها
66	5-1-3 إنتاج الثقافة
66	6-1-3 ثوابت الثقافة
67	7-1-3 الثقافة العربية ومبادئها
68	8-1-3 خصائص الثقافة العربية
68	9-1-3 أهداف ثقافة الأمة العربية
68	10-1-3 وظائف الثقافة العربية
69	2-3 العواصم الثقافية
69	1-2-3 نشوء فكرة العواصم الثقافية في العالم
69	2-2-3 العواصم الثقافية والمبادرة العربية:
70	3-2-3 تنظيم العواصم الثقافية
71	4-2-3 أهداف العواصم الثقافية
74	5-2-3 شروط اختيار العواصم الثقافية العربية والإسلامية
74	6-2-3 دور العواصم الثقافية
74	7-2-3 العواصم الثقافية الإسلامية
76	8-2-3 أهداف العواصم والمدن الإسلامية
77	9-2-3 إستراتيجية العواصم الثقافية
78	10-2-3 العواصم الثقافية ورهانات المستقبل
79	3-3: قسنطينة عاصمة لثقافة
79	1-3-3 البعد التاريخي لاسم قسنطينة
80	2-3-3 أعلام الفكر في مدينة قسنطينة
81	3-3-3 المكتسبات السياحية التاريخية
82	4-3-3 المكتسبات المادية والحضارية في مدينة قسنطينة
84	5-3-3 المؤسسات الثقافية في مدينة قسنطينة
86	6-3-3 أهداف تظاهرة قسنطينة عاصمة للثقافة العربية
86	7-3-3 شعار مدينة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015

87	3-3-8 برنامج الافتتاح تظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية لأيام 15-16-17 أفريل
87	3-3-9 تحضيرات قسنطينة عاصمة للثقافة العربية
	الفصل الرابع: مجال البحث العلمي وإجراءاته الميدانية
95	4-1-مجالات الدراسة.....
95	4-1-1-المجال المكاني للدراسة
100	4-1-2: المجال الزمني لدراسة
100	4-1-3: المجال البشري لدراسة (عينة الدراسة).....
107	4-2 منهج الدراسة
109	4-3 أدوات جمع البيانات
109	4-3-1 الاستبيان QUESTIONNAIRE
110	4-3-2 الملاحظة
111	4-3-3 تحليل المحتوى
111	4-3-4 المقابلة
	الفصل الخامس: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة
118	5-1 المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية.....
631	5-2- نتائج الدراسة.....
163	5-2-1- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
164	5-2-2- النتائج في ضوء الأهداف
165	5-3- النتائج العامة
166	الخاتمة.....
167	التوصيات.....
178	الملاحق.....

ملخص الدراسة

تناولت الدراسة موضوع "صورة البلدية عند المواطن الجزائري"، ل بلدية وادي العثمانية نموذجا، حيث انطلقت هذه الدراسة من التساؤل التالي : ما هي صورة البلدية عند المواطن الجزائري ؟ مركزة على المواطن بوادي العثمانية، لتحديد ملامح الصورة الذهنية وطبيعتها و العوامل التي تقف وراء تشكلها ،في إطار النظرية الوظيفية و بالاعتماد على المنهج الوصفي و الاستبيان كأداة لجمع البيانات مرفقة بالملاحظة موجه لعينة من الجمهور الخارجي تبلغ 150 مفردة وعينة من الجمهور الداخلي تبلغ 42 مفردة .

و محصلة الدراسة النتائج التالية :

1-صورة بلدية وادي العثمانية سلبية: عند موظفيها تتميز بسوء الإدارة و التسيير و تفتقد للثقة و المصداقية والرضا العام عند المواطنين بسبب ضعف الأداء على المستوى التنموي بالدرجة الأولى و نقص وعي المواطن بصلاحيات و أدوار البلدية ،وغياب الاتصال و الحوار من جهتها .

2- صورة البلدية مرتبطة بمدى رضا المواطن على أداء المجالس البلدية.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية ، البلدية ، المجلس الشعبي البلدي ، بلدية وادي العثمانية .

Les mots clés : l'image mentale, la commune ,l'assemblée populaire communal , la commune de Oued Athmania

Résumé

Le sujet traité dans cette étude est l'image de la commune chez le citoyen Algérien, la commune de Oued el Athmania a été choisi comme exemple, la question au début de l'étude est la suivante :

Quelle est image de la commune chez le citoyen Algérien ?

Le citoyen de Oued El Athmaniaa été ciblé par cette afin de déterminer les caractéristiques de l'imagerie mentale et sa nature ainsi que les facteurs derrière sa formation dans le cadre de la théorie fonctionnelle et en se basant sur l'approche descriptive et l'inventaire comme un outil pour la collecte des données et accompagner par l'observation et orienter vers une partie du public extérieur qui compte 150 individus et partie de public intérieur comptant 42 individus.

Les résultats obtenus par l'étude est comme suit :

1. L'image de la commune de oued El Athmania est négative : par rapport aux employés elle est caractérisée par la mauvaise gestion, le manque de confiance et de crédibilité et l'insatisfaction en général chez le citoyen à cause de la mauvaise prestation au niveau du développement en premier degré et l'inconscience chez le citoyen par rapport aux pouvoirs et aux rôles de la commune ainsi que le manque de contact et dialogue de sa part.
2. L'image de la commune est liée aux taux de satisfaction du citoyen sur le rendement de l'assemblée populaire communal