



/ :



.



.

1

2

3

4

5

«⁶ »

.(Benghozi et Duvaurox, 1994)

-
7

8

9

« »

.(Adorno and Horkheimer, 1974)

Lacroix)

.(et al, 1997

10

. 11

. 12

. 13

"

"

. 14

16"

"

. 15

4

. . /

17

18

20

19

21

22

23

" "

24

25

26

"

27

28

Mattelart et)

(Piemme, 1982

.(Adorno et Horkheimer, 1994)

" "

" "

.(Huet et Armel, 1978)

29

" "

30

31

)

(

()

-

-

32"

"

(Lacroix et al, 1997)

: _____

:

(Tremblay, 1990)

: -1

.(Regourd, 1992)

: _____ **-2**

" .

34"

...

(Augustin, 1997)

35

: _____ **-3**

" "

()
(Tremblay, 1990)

: -4

()

)

(

.(

)

(Tremblay, 1990)

(

)

.

:

-1

:

"

"

:

-2

-1.2

:" " ...

-

-

-2.2

" "

:

:_

:_

:_

:_

()

()

()

: _____

)

(...

()

" " :
37

(télétravail) ³⁸

" "

" "

: _____

" "

" " " "

- (mondialisation)

(globalisation)

" "

)

-

" "

.(

:

.(Mattelart et al, 1997)

()

(Globalisation)

Pro- :

)

(le contenant)

(sommateur

()

" "

Groupes)

" " .

(multimédia

(GATT :)

.(Mattelart et al, 1997)

" " 39

" "

:

:

. . .

-

-

.()

" "

" "

-

" "

.

.

⋮

40

41

42

43

45

44

46

47

48

⋮ _____

⋮

⋮

⋮ _____

⋮

⋮ _____

()

: : _

.

.

:

(O'connor, 2000)

(Herscovici, 1997)

:

_____ : 1

(NICT : New Information and Communication Technologies) : 2
 (Internet)
 (information society) (Information Age) : 3

" "

: 4
: 5
:

.(Oukil, 1997) :

	(Industries Culturelles=Cultural industries)	: 6
))	: 7
	(: 8
	(: 9
Marchés et entreprises fictives ou virtuelles= Virtual) <<	: 10
	(markets/firms	: 11
	.2001	: 12
	(Questions pour un Champion)	: 13
" "	(Electronic editing = Edition electronique)	: 14
/	/	: 15
	(Mouse / Souris) " "	: 16
Electronic)	(Book	: 17
Nora et Mink,)	(1972	: 18
-	" " (2000)	: 19
	(Porter, 1990) (Rosenberg, 1982)	: 20
	(Technological gap = gap technologique)	: 21
	(Informational gap)	: 22
	(Know-how)	: 23
(Rosenberg, 1982) <<<< (Know-why)	:(2001)	: 24
	.11:	: 25
Sociétés Postindustrielles ou informationnelles = Post industrial)	: 26
	(societies	: 27
	(In real time = En temps réel)	: 28

Bi- " " : 26
 -cultural management = Management Bi ou Multi Culturel : 27
 : 28
 (1999 :) : 29
 (ALESCO) (UNESCO) : 30
 (Economics of knowledge = Economie de la connaissance) : 31
 Act Local and Think Global = Agir Localement et Penser) : 32
 (Globalement : 33
 (Augustin, 1682) : 34
 : 35
 (Maslow) : 36
 : 37
 (Tele-travail = tele-work) : 38
 (O'Connor, 2000) : 39
 : 40
 : 41
 () : 42
 " : () : 43
 : 44
 : 45
 : 46
 (Stewart, 1981) <<<< : 47
 : 48
 : 49
 (Management de la diversité=Diversity management) <<<

:

- Adorno, T. et Horkheimer, M. (1974):
La raison dialectique, Edition Galymard, Paris.
- Augustin, G. (1982): "Les industries culturelles: un Handicap ou une nouvelle chance pour le développement culturel", In: Unesco (1982), pp. 21-35.
- Benghazi, J.P. et Duvaux D.S. (1995):
Les économies de la culture,
Problèmes économiques, no. 2422, Mai, pp. 19-29.
- Herscovici, A. (1997):
« Economie des réseaux et restructuration de l'espace », Science de la Société, no. 40, pp. 25-34
- Huet, A. et Armel (1978, 1984):
Capitalisme et industries culturelles,
Presse Universitaire de Grenoble.
- Lacroix, J.G. et G. Tremblay, (1997) :
« The information society and cultural industries theory »
Current Sociology, vol. 45, no. 4, October.
- Lacroix, J.G., Lefebvre, A., Miegé, B. Moeglin, P. and G. Tremblay (1997):
"Industries culturelles et société de l'information"
Sciences de la Société, Presses Universitaires de Mirail,
no. 40.
- Lacroix, J.G.
"Autoroutes de l'information et transition vers le mode de régulation : discuté programmé »,
Science de la Société, no. 40, pp. 39-54.
- Mattelart, A. (1997):
« Communication – Monde »,
In: La Nouvelle Idéologie Globalitaire, Edition Casbah, Alger, pp. 81-92.
- Mattelart, A. et Piemme, J.P. (1982):
Les industries culturelles, genèse d'une idée, In: Unesco, pp. 45-54.
- Nora et Mink, (1972) :
L'informatisation de la Société, Documentation Française.
- O'Connor, J. (2000):
Definition of cultural industries, www.mmu.ac.uk/h-ss/mipc

-
- Oukil, M-S.
- (1997): «Chocs et Contre-chocs Culturels», Colloque International, Agadir, Maroc.
 - (Forthcoming): L'innovation technologique en Algérie : Résultats globaux d'une enquête, CREAD.
- Porter, M. (1990):
The Competitive Advantages of Nations,
Free Press, U.S.A.;
- Rosenberg, N. (1982):
"Inside the Black Box": Technology and Economics,
Cambridge University Press;
- Regourd, S. (1992):
La télévision des Européens,
La documentation française, Paris.
- Stewart, F. (1981):
«Arguments for the Generation of Technology by Less-
Developed Countries»,
AAASS, vol. 32, pp. 97 - 109;
- Tremblay, G.
- (1990): {Sous la Direction} « Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada », P.U. du Québec,
 - (1997): « La théorie des industries culturelles face au progrès de la numérisation et de la convergence », Science de la Société, no. 40, pp. 11-24.
- UNESCO (1982):
Les Industries Culturelles: un enjeu pour l'avenir de la culture, Paris.

Abstract (French):

LES INDUSTRIES CULTURELLES ET LEURS DIMENSIONS STRATEGIQUES

En plus des dimensions connues, les auteurs de ce présent article proposent de conférer aux industries culturelles deux autres dimensions: L'une est d'ordre stratégique et a trait à la puissance économique basée essentiellement sur la production des connaissances et des innovations technologiques et sociales. L'autre concerne les exigences permettant de construire efficacement un marché commun culturel Arabe.

Abstract (English):**CULTURAL INDUSTRIES AND THEIR STRATEGIC DIMENSIONS**

Besides the known dimensions, the authors of this paper suggest two other critical but strategic dimensions of cultural industries. One has to do with the economic power, being most plausibly constructed or at least reinforced only on the basis of production of knowledge, and supporting technological innovations. The other is related to requirements of success for an eventual common Arab cultural market.

=====