

التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية
ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية

Geographical Analysis of the Creative
Industry and its Role on Achieving the
Economic Development

أ.م.د. سلام فاضل علي
Asst.Prof.Dr. Salam Fadhil Ali

التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها
في تحقيق التنمية الاقتصادية

Geographical Analysis of the Creative
Industry and its Role on Achieving the
Economic Development

أ.م.د. سلام فاضل علي
جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد للعلوم
الإنسانية / قسم الجغرافية

Asst.Prof.Dr. Salam Fadhil Ali
University of Baghdad, College of Education
Ibn Rushd, Department of Geography

dr.salamfali@gmail.com

تاريخ الاستلام: ٢٤/٤/٢٠١٧
تاريخ القبول: ١٠/٨/٢٠١٧

خضع البحث لبرنامج الاستئصال العلمي
Turnitin - passed research

ملخص البحث

إن اقتصاد العالم اليوم في جوهره اقتصاد إبداعي، كما أن المورد الاقتصادي الرئيس الآن، ليس وسيلة الإنتاج، أو رأس المال، ولا الموارد الطبيعية ولا العمل فحسب بل المعلومات والمعرفة.

يهدف هذا البحث تقصي مفهوم الصناعات الإبداعية (النشاط الذي يعيد إنتاج أعمال ثقافية وإبداعية أصلية وفق مبادئ الإنتاج الصناعي والقيام بتسويقها كما تسوق السلع الصناعية، وتطورها التاريخي ومكوناته وبنيته ومصادرها، وتحليل توزيعها الجغرافي في اقتصاديات العالم المختلفة)؛ وذلك سعياً للإجابة عن سؤال رئيس: هل الصناعات الإبداعية أضحت مكوناً مهماً في التنافسية الاقتصادية لأي دولة من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير الوظائف، وتأثيرها في المجالات الاقتصادية الأخرى وتستطيع منتجاتها منافسة المنتجات الصناعية التحويلية التقليدية وتوفير مدخلات وسيطة تدخل في منتجات صناعية تحويلية وخدمات أخرى.

وتوصل البحث إلى أن للصناعات الإبداعية دوراً في تكوين الأساس الاقتصادي للدول من خلال مردوداتها الاقتصادية القادرة على إعالة العاملين فيها ومن ثم تحقيق قيمة مضافة قادرة على دفع عجلة التنمية في الدول إلى الأمام. فقد تضاعفت صادراته في العالم في المدة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٩ لتصل إلى ٧١٢ مليار دولار. وهي تنمو بمعدل ٨٪ سنوياً. وساهمت في العام ٢٠١٦ بما قيمته ١٨,٢ تريليون دولار أميركي في الإنتاج العالمي، (أي ٣٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي). ونظراً لتباين العوامل الجغرافية الطبيعية والبشرية والاقتصادية والتاريخية في المعمورة فقد تباين توزيع هذه الصناعات بين وحداتها السياسية وأنظمتها الاقتصادية.

اذ تعد كلا من الصين والولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا، وبريطانيا
والمانيا وفرنسا من أهم الدول المصدرة لسلع الصناعات الابداعية في عام ٢٠١٥
إذ تشكل صادرات الدول العشرة ما نسبته ٧,٧٣٪ من إجمالي صادرات العالم من
سلع الصناعات الابداعية في عام ٢٠١٥ .

Abstract

This research aims to explore the concept of creative industries (activity which restores the production of cultural and creative works of original according to the principles of industrial production and to be marketed as shopping and industrial goods) and its historical development, its components, structure, sources, analysis of the geographical distribution in the different economies of the world). In an effort to answer the key question is whether the creative industries Have become an important component of economic competitiveness in any country through its contribution to GDP and job creation; its impact on other economic areas and creative industries can compete with products from industrial products of Alto Traditional products and provide intermediate inputs intervention in industrial products manufacturing and other services.

The research found that creative industries play a role in shaping the economic base of countries through their economic income, which can support their employees and thus achieve added value capable of pushing the development of the countries forward. Its exports in the world doubled from 2002 to 2009 to reach \$ 712 billion. They grow at an annual rate of 8%. In 2016, it contributed \$ 18.2 trillion to world production (30% of world GDP). Due to the contrasting geographical, human, economic and historical factors in the world, the distribution of these industries varied between their political units and their economic systems ; China, the United States, Italy, Britain, Germany and France are among the most important exporters of creative goods in 2015. The top 10 countries account for 73.7% of the world's total exports of creative goods in 2015

Keywords: creative industry, economic development, geography, social factors

المقدمة

حققت الاقتصاديات المتطورة حول العالم قفزة بعيدة في الصناعات التحويلية، وفي الوقت نفسه حققن نمواً في الصناعات القائمة على المعرفة.

فقد اعترف مؤخراً بالصناعات الإبداعية مكوناً يزداد أهمية في اقتصاد المعرفة، وهذا يعني أن هذه الصناعات تلعب دوراً مهماً متنامياً في اقتصاد البلاد كله. وتظهر أهمية الصناعات الإبداعية أنه في العام ٢٠١٣ قدر صافي عائدات حقوق النشر الأميركية بـ ٧٩١ بليون دولار أميركي، ويعمل بها حوالي ٨ ملايين عامل، ويبلغ إسهامها في الصادرات: ٩٧، ٨٨ بليون دولار، أي ما يفوق صادرات السيارات والطائرات والصناعات الكيماوية والكمبيوتر.

ولكن الحدث الأكثر أهمية كان تحول الصناعات الإبداعية إلى مصدر هائل للثروة، فالقيمة لم تعد تأتي من تصنيع الأشياء، وإنما من المعلومات (نظم تشغيل الحواسيب)، وانتقلت السيادة من شركات مثل جنرال إلكتريك إلى أخرى مثل ميكروسوفت، وتحولت المعلوماتية إلى التفاعلية والتواصلية، وما تبع ذلك من أعمال ومشروعات عبر شبكة الإنترنت وشبكات الاتصالات، وأصبح الإبداع في هذه المرحلة أحد أصول السوق.

وبدأت الاقتصاديات المتقدمة تشهد انتقالاً كبيراً من الشركات الكبيرة إلى المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومن توجيه المديرين إلى توجيه المستهلك أو الفنانين والمؤلفين ومديري الإنتاج، وتمتد إلى الخدمات الصحية والتعليمية، وأصبح الاستهلاك جزءاً من دائرة الصناعات الإبداعية لا غايتها.

وأصبح التعليم عملية إبداعية لا ينظر إلى الطلاب باعتبارهم محتاجين للمعرفة فقط، ولكنهم محفزون للعملية التعليمية، وتحولت الصناعة من منتج إلى مدخل. وارتبطت الصناعات الإبداعية بوضوح مع خدمات أخرى: السياحة، والنقل،

والشحن، والطاقة، والمالية، والتأمين، والاتصالات، والمحاسبة، والشؤون القانونية، والرعاية الصحية، والإعلان، والبناء، والهندسة، والعمارة، وتكنولوجيا المعلومات، والضرائب، والتعليم، والتجارة الإلكترونية، والخدمات البيئية. ويضم العاملون الإبداعيون قوة عمل واسعة متعددة القوميات من الموهوبين، يستخدمون إبداعهم الفردي في التصميم، والإنتاج، والعرض، والكتابة، وهم يتراوحون بين مصممي الأزياء في ميلانو وعمال مصنع أحذية في إندونيسيا، ويعمل هؤلاء عند أنفسهم، وتشهد هذه القوة تزايد العمل المؤقت ولنصف الوقت، كما تشهد المزيد من التدويل.

• مشكلة البحث (Research Problem):

يمكن حصر مشكلة البحث و توضيح حدودها بالتساؤلات الآتية:
أولاً: هل الصناعات الإبداعية أضحت مكوناً مهماً في التنافسية الاقتصادية لأي دولة من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وخلق الوظائف، وتأثيرها في المجالات الاقتصادية الأخرى.

ثانياً: الصناعات الإبداعية مقتصرة على الدول ذات الاقتصاديات المتقدمة.
ثالثاً: هل تستطيع منتجات الصناعات الإبداعية من منافسة المنتجات الصناعية التحويلية التقليدية؟ و هل توفير مدخلات وسيطة تدخل في منتجات صناعية تحويلية وخدمات أخرى.

فرضية البحث (Research Hypothesis) :-

أولاً- أصبحت الصناعات الإبداعية ركناً مهماً من التنافسية الاقتصادية للكثير من البلدان، إذ توفر الفرص للاقتصاديات الناشئة للمشاركة في قطاعات ذات نسب نمو مرتفعة في الاقتصاد العالمي، فإن "الصناعات الإبداعية مهمة

للدول المتقدمة والنامية معاً وتقدم منافع محتملة للاقتصاديات الناشئة".
بالإضافة إلى توفير مدخلات ذات قيمة مضافة للاقتصاد الأوسع.
ثانياً- قطاع قادر على المساهمة في النمو ويملك تأثيراً مباشراً، فالنسب المتزايدة من التعليم والدخل أدت إلى ارتفاع الطلب على الثقافة، والإعلام، ومنتجات وخدمات الترفيه على مدار الثلاثين عاماً الأخيرة، والتي يجب تليتها.
ثالثاً- توفير مدخلات وسيطة تدخل في منتجات وخدمات أخرى. الخدمات الإبداعية مثل التصميم، والإعلان، وابتكار العلامات التجارية، والإعلام الإلكتروني والاتصالات كلها تشكل مدخلات أساسية (مدخلات جمالية) في الاقتصاد الذي أصبح "ثقافياً" بأكمله.
ان للصناعات الإبداعية دوراً في تكوين الأساس الاقتصادي من خلال مردوداتها الاقتصادية القادرة على إعالة العاملين فيها ومن ثم تحقيق قيمة مضافة قادرة على دفع عجلة التنمية إلى الامام .
وعلى الرغم من كون هذه الصناعات تعاني من منافسة البضائع المطروحة في الاسواق و المصنعة بطرائق تقليدية فإن ذلك لا يحول دون استمرارها بالإنتاج واستمرار الطلب عليها، و نظراً لتباين العوامل الجغرافية الطبيعية و البشرية و الاقتصادية والتاريخية في المعمورة فقد تباين توزيع هذه الصناعات بين وحداتها السياسية .

• هدف البحث (Research Objective):-

يهدف هذا البحث إلى تحديد ما نعينه بالضبط بمصطلح الصناعات الإبداعية؟
محاولة تعرف الصناعات الإبداعية والنهوض بها، و تعزيز دورها في بناء الاساس الاقتصادي للدول من خلال تحليل الواقع الحالي لهذه الصناعات باعتماد مؤشرات

عدة، و محاولة الكشف عن الاتجاهات المكانية لتوطنها و العوامل المؤثرة فيها و تحديد المشكلات التي تواجهها، و من ثم امكانية بناء نظرة مستقبلية لتوطنها و امكانية تنميتها.

١ - التطور التاريخي لمفهوم الصناعات الابداعية:-

يعرض هذا المبحث من البحث لمحة عامة عن مسار تطور المفاهيم الاصطلاحية الاكثر شيوعاً في هذا القطاع الاقتصادي، وهي مصطلحات (الصناعات الثقافية) و(الصناعات الابداعية) من خلال تطور مفرداتها عبر رصد الادبيات في هذا المجال ومراجعتها، وذلك من اجل تكوين فهم أعمق لها.

١-١ صناعة الثقافة:-

تعود اصول مصطلح "الصناعات الثقافية" بوصفه موضوعاً أكاديمياً إلى الثلاثينيات والأربعينات من القرن العشرين وذلك من خلال نص معنون "بالإنتاج الصناعي للمواد الثقافية" الذي نجده في كتاب "جدل العقل التنويري" لكل ، من ماكس هوركهايمر و ثيودور أدورنو، و كل منهما ينتمي إلى ما يعرف بمدرسة (فرنكفورت النقدية)^١، وقد فسرت افكارهم عن الصناعات الثقافية بأنها تتماشى مع المناخ السائد في اوروبا بعد الحرب العالمية الثانية الذي كان يحذر من تمدد الثقافة الامريكية وهيمنتها . وقد استخدم هذا المصطلح في هذه المرحلة بصيغة المفرد أي الصناعة الثقافية وذلك للدلالة على سلبية تحول الثقافة إلى قيمة تبادلية، لكن بدءاً من سبعينيات القرن العشرين تحول المصطلح إلى صيغة الجمع أي الصناعات الثقافية، إذ بدأ محللون عديدون يعترفون بأن عملية تحول الفن الى سلع لا يؤدي

دائماً الى المساس بطبيعة أشكال التعبير الثقافي وبالفعل فكثيراً ما قد يكون العكس من ذلك صحيحاً، اذ السلع والخدمات التي تنتج صناعياً تتسم بمزايا ايجابية عديدة واضحة.

ان أولى المحاولات الجادة لدراسة نمط العلاقة بين الثقافة والاقتصاد تعود الى اسهامات بومول و أوين ولاسيما بحثهما عن (الفنون الادائية تشريح لمشاكلها الاقتصادية) والمنشور في ١٩٦٥ وكتابهما (الفنون الادائية والازمة الاقتصادية) في ١٩٦٦ وقد حلل الكاتبان الاوضاع الاقتصادية للفنون الادائية في الولايات المتحدة الامريكية.^٢

وفي السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي برزت مدرسة (مركز برمنجهام للدراسات الثقافية المعاصرة) في بريطانيا، وقد عملت هذه المدرسة على تحويل مجرى التفكير في الصناعات الثقافية وعلاقة الثقافة بالتنمية ونادت بها اسمته المادية الثقافية.

وذلك بنزع البعد القيمي عن الثقافة وجعلها اكثر مادية ومن ابرز مفكري هذه المدرسة ريموند وليامز وستيورات هول.^٣

لذلك فإن مصطلح الصناعات الثقافية لم يعد ينطوي مع حلول الثمانينيات على المتضمنات السلبية التي كانت ترتبط به في الماضي وغدا يستخدم في الاوساط الاكاديمية واوساط المعنيين برسم السياسات بوصفه تعبيراً ايجابياً، فصار يستخدم للإشارة الى الاشكال لإنتاج واستهلاك مواد ثقافية تشتمل في اساسها على عنصر رمزي او تعبري.

وقد اشار بعض الكتاب مثل بيلي وشولز الى ان تنمية الصناعات الثقافية تحقق

تأثيرات في المدى القصير وذلك بجذب الزوار والمستهلكين المحليين هذا فضلاً عن تأثيراتها على المدى الطويل بخلق بيئة مفضلة تجذب الافراد والشركات وكذلك الاستثمارات.

وقد عملت منظمة الامم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) أيضاً على نشره في مختلف ارجاء العالم في أعوام الثمانينيات وأصبح يشمل طائفة واسعة النطاق من المجالات كالموسيقى والفنون والكتابة وانتاج الازياء وتصميمها والصناعات الاعلامية مثل الاذاعة والنشر والانتاج السينمائي والتلفزيوني. فإن لجميع هذه المجالات قيمة اقتصادية كبيرة فضلاً عن أنها وسائل لتناقل مدلولات اجتماعية وثقافية عميقة الغور.^٤

بناء على ما سبق التطرق له في مفهومى الصناعة والثقافة فإنه يمكن لنا أن نعتبر أن الصناعات الثقافية هي (الأنشطة التي تنتج و تُعيد إنتاج الأعمال الثقافية حسب مبادئ الإنتاج الصناعي) أي إن الأعمال الثقافية و الفنية الأصلية يمكن أن تحول صناعياً إلى سلع استهلاكية تعرض في السوق مثلها مثل السلع الصناعية الأخرى وذلك من خلال الإنتاج الضخم لها والذي يقابله حتما استهلاك جماهيري ضخم، وتعرف كذلك (بأنها) مجمل الأنشطة الإنتاجية والتبادلية للمواد الثقافية التي هي في تطور مستمر والتي تخضع للقواعد التجارية، وتكون فيها تقنيات الإنتاج متطورة بشكل كبير أو بشكل أقل لكن العمل فيها يكون خاضعاً أكثر للنمط الرأسمالي من خلال الفصل المزدوج بين المنتج وإنتاجه، وبين الأعمال الإبداعية وتنفيذها، وهذا الفصل ينتج فقدان العاملين المراقبة على إنتاجهم ونشاطهم^٥.

مما سبق الإشارة إليه من أن مصطلح الصناعات الثقافية يشير إلى النشاط الذي يسمح بإعادة إنتاج أعمال ومواد ثقافية حسب مبادئ الإنتاج الصناعي، فإن كل ما

يندرج تحت هذا المصطلح يجب أن ينطبق عليه هذا المفهوم ولذا نجد أن أهم أنواع الصناعات الثقافية تتمثل فيما يلي:

١- صناعة الكتاب. ٢- صناعة الصحافة المكتوبة. ٣- صناعة السينما. ٤- صناعة التلفزيون.

٥- صناعة الموسيقى. ٦- صناعة ألعاب الفيديو.^٦

١ - ٢ - الصناعات الابداعية:-

ولد مصطلح 'الصناعات الإبداعية' أول مرة في استراليا في عام ١٩٩٤ حينما ورد في تقرير (الامة المبدعة - السياسات الثقافية للكمونولث) واستعملته أول مرة على المستوى الوطني حكومة المملكة المتحدة البريطانية. في عام ١٩٩٨ عندما أصدرت وزارة الثقافة البريطانية وثيقة (خراط الصناعات الابداعية)^٧ كان المفهوم محاولة من أجل تغيير مصطلحات الجدل الدائر حول قيمة الفنون والثقافة. في حين كانت الفنون تدعمها الحكومات إلى حد ما ، إلا أنه كان يُنظر إليها على أنها هامشية في الحياة الاقتصادية ومعتمدة على الدعم الحكومي.

يطلق تعبير الصناعات الابداعية على مجموعة اكبر من المواد الانتاجية بضمنها السلع والخدمات التي تنتجها الصناعات الثقافية والسلع والخدمات التي تعتمد على الابتكار.

اعتقد المدافعون عن فكرة الصناعات الإبداعية أن وجهة النظر هذه ضيقة للغاية - فكلية النشاط الاقتصادي المتفرعة عن الإبداع والثقافة، بما فيه أشكاله التجارية، يجب أن تُؤخذ بعين الاعتبار من أجل فهم مساهمتها الحقيقية. تضمن هذا النشاط ليس الأشكال التقليدية للفن فقط ، مثل المسرح والموسيقى والفيلم، وإنما شركات

الخدمات أيضاً مثل الدعاية التي تتبع مهاراتها الإبداعية إلى شركات أخرى على الأغلب)، وعمليات التصنيع التي تغذي الإنتاج الثقافي، ومبيعات التجزئة للسلع الإبداعية. لقد نوقش أن الصناعات التي لها جذور في الثقافة والإبداع هي مصدر مهم ومتزايد في النمو للوظائف وخلق الثروة.

ولكن ما الذي نعنيه بالضبط بمصطلح الصناعات الإبداعية؟ إن أكثر التعريفات تداولاً هو ذلك الذي طورته دائرة الثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة، التي عرفت الصناعات الإبداعية في عام ١٩٩٨ على أنها ((الأنشطة التي تنبع من الإبداعية الفردية، والمهارة، والموهبة الفردية، والتي يمكنها أن تتطور لتجني المال أو الثروة وتخلق فرص العمل من خلال إنتاج واستغلال الملكية الفكرية)) أي بانها تلك الصناعة التي يكون مصدرها الإبداع الشخصي والمهارات والموهبة، هذا فضلاً عن مقدرتها الكامنة لخلق الثروة والوظائف وذلك عبر بناء الملكية الفكرية واستغلالها، ويلاحظ أن هذا التعريف صنف الإنتاج الثقافي كواحد فقط من أنواع الصناعات الإبداعية وهو في ذلك لا يختلف عن أي صناعة أخرى ما دامت قائمة على عنصر إبداعي.

وقد أخذ المصطلح بعده الأوسع عندما استخدمه الكاتب البريطاني جون هوكينز في عام ٢٠٠١ وذلك بوضعه معايير تصنيف ما أسماه الاقتصاد الإبداعي على ١٥ صناعة تشمل قطاعات الفنون والعلوم والتكنولوجيا وقطاع الألعاب الإلكترونية وغيرها.

في حين أخذ المصطلح بعده العالمي باستخدامه بواسطة المنظمات الدولية وذلك عندما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم ٢/٥٥ والذي يؤكد أهمية

الثقافة في التنمية وفي العامين ٢٠٠٨ و ٢٠١٠ صدرت طبعتان من تقرير الاقتصاد الابداعي في العالم والمنجز بواسطة وكالات الامم المتحدة المتخصصة ومنها اليونسكو وبرنامج الامم المتحدة الانمائي والمنظمة العالمية للملكية الفكرية ومؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية، وقد بين التقرير ان الاقتصاد الابداعي يعد من القطاعات سريعة النمو في الاقتصاد العالمي ويتميز كذلك بقدرته العالية في احداث التحولات وتوليد الدخل وخلق الفرص وزيادة عائدات التصدير^٨ وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) الصناعات الإبداعية على أنها ((دورات خلق، وإنتاج وتوزيع المنتجات/ البضائع والخدمات التي تستخدم الإبداعية ورأس المال الفكري كمدخلات رئيسة)). في تقريرها عن الاقتصاد الابداعي في عام ٢٠١٣ واوضحت فيه ان حجم التجارة العالمية من السلع والخدمات الصناعة الابداعية بلغ ٦٢٤ بليون دولار في عام ٢٠١٢ وبذلك يكون قد بلغ ضعف أرقامه المسجلة في عام ٢٠٠٢ وبلغ معدل النمو السنوي ٨,٨٪ على المستوى العالمي وزاد معدل نمو صادرات الدول النامية من السلع والخدمات ليصل الى ١٢٪ في المدة نفسها.

١-٣ العلاقة بين الصناعات الابداعية والثقافية:-

بناء على ما سبق التطرق له في مفهومي الصناعات الثقافية والصناعات الابداعية فانه يمكن لنا أن نعتبر أن الصناعات الثقافية هي الأنشطة التي تنتج وتعيد إنتاج الأعمال الثقافية حسب مبادئ الإنتاج الصناعي، أي إن الأعمال الثقافية والفنية الأصلية يمكن أن تحول صناعيا إلى سلع استهلاكية تعرض في السوق مثلها مثل السلع الصناعية التحويلية الاخرى وذلك من خلال الإنتاج الضخم لها والذي يقابله حتما استهلاك جماهيري ضخم.

اما العلاقة بين المصطلحين فقد بدأ الانتقال من استخدام الصناعات الثقافية الى استخدام تعبير الصناعات الابداعية في اواخر تسعينيات القرن العشرين وقد نشأ هذا الاستخدام أيضاً من ربط الابداع بالتنمية الاقتصادية الحضرية وتخطيط المدن. فقد سعت فكرة الصناعات الابداعية الى توضيح التقارب المفاهيمي والعقلي بين الفنون الابداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (الموهبة او النطاق الجماهيري) في اطار تقني جديد. وهي تجمع (اي الصناعات الابداعية) بين مصطلحين أقدم عمراً هما: الفنون الابداعية والصناعات الثقافية. تحت اطار نظرياً و مناهج للتحليل تعبر بدقة عن أوضاع المجتمعات الغربية ما بعد الصناعة والتي تتميز بزيادة نسبة الخدمات وصناعات التقنية الفائقة في الناتج المحلي الاجمالي.

وكثيرا ما استعمل مصطلح الصناعات الثقافية مع الصناعات الإبداعية للدلالة على الشيء نفسه وفي أحيان أخرى يجمعها مع بعضها باستخدام مصطلح الصناعات الثقافية والإبداعية، ويسود نقاش حول الفرق بين المصطلحين في الأوساط الأوروبية المهمة بالثقافة وسبب هذا النقاش هو محاولة تحديد كيفية إعداد الإحصائيات المرتبطة بالثقافة، وفي الواقع فإن الصناعات الإبداعية تختلف عن الصناعات الثقافية من حيث أن الأولى شديدة العموم، أما الثانية فهي خاصة بالأعمال والمواد الثقافية القابلة للإعادة الإنتاج وفق مبادئ الإنتاج الصناعي، ومن ثم يمكن لنا القول إن الصناعات الإبداعية هي مصطلح أكثر عمومية من الصناعات الثقافية لكن يمكن اعتبار هذه الأخيرة جزءاً من الصناعات الإبداعية، ويمكن القول بعبارة أخرى إن الصناعات الثقافية هي صناعات إبداعية لكن الصناعات الإبداعية ليست صناعات ثقافية.

٢- الفرق بين الصناعات التقليدية والصناعات الابداعية:-

- يرتبط قطاع الصناعات الإبداعية بجوانب أوسع من الإبداع الإنساني، وكيف يعزز الخيال الإنساني والابتكار والخبرة والعمل الإبداعي والاستهلاك الصناعات الإبداعية، وكيف يرتبط الإبداع اليومي بالمشروعات الكبيرة، ولذا تختلف الصناعات الإبداعية عن التصنيع التقليدي أو الصناعات الأولية من حيث^٩
- شركات ضخمة (الصناعات الإبداعية عادة ما تكون مشروعات صغيرة أو بين المتوسطة والصغيرة).
 - منظمة صناعياً (تنظم الصناعات الإبداعية حول المشروع وليس المصنع أو المكتب).
 - يوجهها المديرون (الصناعات الإبداعية يوجهها المستهلك).
 - تتحقق فيها القيمة المضافة من الانتاج (أما في الصناعات الإبداعية القيمة مصدرها هو الاستهلاك).
 - يوجد في قطاع محدد من الاقتصاد (تتشر الصناعات الإبداعية بصورة متزايدة في قطاعات خدمات أخرى (كالمالية والصحة والتعليم... الخ).
 - الصناعة تقوم على الانتاج في حين الصناعات الإبداعية تقوم على الاستهلاك.
 - الصناعة أيديها العاملة الافراد الماهرون وغير الماهرين من العمال والفنيين والمهندسين (أما الأيدي العاملة في الصناعات الإبداعية فهم الفنانون والعلماء والكتاب والموسيقيون والاساتذة).

شكل (١) الفرق بين مقومات الصناعات التقليدية والابداعية



المصدر:- من عمل الباحث

٣- تصنيف الصناعات الإبداعية:-

نظراً الى أن الصناعات الإبداعية عالم واسع من المنتجات والعمليات والملكية وسواها، فقد اختلف الباحثون في أمر تصنيفها لتباين وجهات نظرهم من جانب واختلاف أسس واعتبارات كل تصنيف من جانب آخر.

لذلك فقد وضعت عدة نماذج مختلفة لتوفير فهم منهجي للخصائص البنوية للصناعات الإبداعية، وقد يتباين استخدام تعبير الصناعات الإبداعية تبايناً كبيراً بحسب السياقات وكثيراً ما تتصدى المجتمعات المحلية للنماذج الشائعة وتحاول إعادة تشكيلها كي تناسب واقع ظروفها وثقافتها وأسواقها المحلية. فضلاً عن ان هذا التعبير يتطور بشكل دائم مع تنامي الاقتصاد الإبداعي.

واعترافاً بوجود هذا السياق المرن سوف نسلط الضوء على نظم التصنيف المختلفة ومتضمنها . وفي أدناه لمحة عامة عن النماذج التي استعرضتها اصدارات التقرير الاقتصادي الابداعي لعامي ٢٠٠٨ و ٢٠١١ .

١-١ نموذج مديرية الثقافة والاعلام والرياضة في المملكة المتحدة:-

- أ- الاعلان ب- الهندسة المعمارية. ت- سوق الاعمال الفنية والتحف الاثرية.
- ث- الصناعات الحرفية. ج- فن التصميم. ح- الافلام والفيديو. خ- الموسيقى.
- د- فنون الاداء. ذ- النشر. ر- البرمجيات. ز- العاب الفيديو والحاسوب.

١-٢ نموذج النصوص الرمزية:-

اولاً-الصناعات الثقافية الاساسية:

- أ- الاعلان. ب- الافلام. ت- الانترنت. ث-الموسيقى. ج- النشر.
- ح-التلفزيون والاذاعة.

خ- العاب الفيديو والعاب الحاسوب.

ثانياً- الصناعات الثقافية الطرفية:

أ-الفنون الابداعية.

ثالثاً- الصناعات شبه الثقافية:

- أ-المنتجات الالكترونية الاستهلاكية. ب- تصميم الازياء. ت- البرمجيات. ث- الرياضة.

٣-٣ نموذج الدوائر الموحدة المركز:-

اولاً- الفنون الابداعية الاساسية:

أ- الادب. ب- الموسيقى. ت- فنون الاداء. ث- الفنون البصرية.

ثانياً- الصناعات الثقافية الاساسية الاخرى:

أ- الافلام. ب- المتاحف والمكتبات.

ثالثاً- الصناعات الثقافية الاوسع نطاقاً:

أ- خدمات التراث. ب- النشر. ت- التسجيلات الصوتية. ث- التلفزيون والاذاعة.

ج- العاب الفيديو والالعاب الحاسوب.

رابعاً- الصناعات ذات الصلة:

أ- الاعلان. ب- الهندسة ت- فن التصميم. ث- تصميم الازياء.

٣-٤ نموذج حقوق المؤلف للمنظمة العالمية للملكية الفكرية:-

اولاً- الصناعات الاساسية القائمة على حقوق المؤلف:

أ- الاعلان. ب الافلام والفيديو. ت- الموسيقى. ث- فنون الاداء. ج- النشر. ح- البرمجيات.

خ- التلفزيون والاذاعة. د- الفنون البصرية والتخطيطية.

ثانياً- الصناعات القائمة جزئياً على حقوق المؤلف:

أ- الهندسة المعمارية. ب- صنع الملابس والاحذية. ت- فن التصميم. ث- تصميم الازياء.

خ- السلع المنزلية. ح- الدمى.

ثالثاً- الصناعات المعتمدة على الصناعات القائمة على حقوق المؤلف:

١- المنتجات من مواد التسجيل الفارغة ب- المنتجات الالكترونية الاستهلاكية. ت- الآلات الموسيقية. ث- الورق. ج- اجهزة التصوير والاستنساخ ومعدات التصوير الفوتوغرافي.

١-٥ نموذج معهد اليونسكو للإحصاء:-

أولاً- الصناعات المدرجة في نطاق المجالات الثقافية الاساسية:

أ- المتاحف وقاعات عرض المواد الفنية والمكتبات. ب- فنون الاداء. ت- المهرجانات ث- الفنون البصرية والصناعات الحرفية. ج- فن التصميم. خ- النشر. ح- التلفزيون والاذاعة. د- الافلام والفيديو. ذ- فن التصوير الفوتوغرافي. ر- وسائط الاعلام التحوارية.

ثانياً- الصناعات المدرجة في نطاق المجالات الثقافية الموسعة:

أ- الآلات الموسيقية. ب- المعدات الصوتية. ت- الهندسة المعمارية. ث- الاعلان. ج- الاجهزة الطباعية. خ- البرمجيات. ح- اجهزة التسجيل السمعية- البصرية.

٤ - مجالات الصناعات الإبداعية وأقسامها:-

١-١ مجالات الصناعات الإبداعية:-

تتسم الصناعات الإبداعية إلى حد كبير بطبيعة مدخلات العمل: أفراد مبدعون، الإعلان، العمارة، التصميم، برمجة التفاعلية، سينما وتلفزيون، موسيقى، نشر، فنون أداء، ومن أهم مجالاتها:

١ - صناعات حقوق النشر: فن تجاري، فنون إبداعية، فيلم وفيديو، موسيقى، نشر، إعلام مسجل، معاملة بيانات، برامج إلكترونية.

٢ - صناعات المحتوى: تحددها بؤرة إنتاج الصناعة: موسيقى سابقة التسجيل، موسيقى مسجلة بالتجزئة، إذاعة وسينما، برمجة، خدمات إعلامية.

٣ - الصناعات الثقافية: تتحدد في ضوء وظيفة السياسة العامة والتمويل، المتاحف والقاعات، فنون وحرف بصرية، تعليم الفنون، إذاعة وسينما، موسيقى، فنون أداء، أدب، مكاتب.

٤ - المحتوى الرقمي: يتحدد عبر الجمع بين التكنولوجيا وبؤرة إنتاج الصناعة، فن تجاري، فيلم وفيديو، تصوير فوتوغرافي، ألعاب إلكترونية، إعلام مسجل، تسجيل صوت، تخزين المعلومات واسترجاعها.

٢-١ أقسام الصناعات الإبداعية:-

تنوع الصناعات الإبداعية بصورة كبيرة من حيث حجمها وتنظيمها ونشاطها الاقتصادية، وتقسم بصورة عامة إلى^{١٠}.

• المرئي-المسموع:-

يتكون قطاع المرئي والمسموع من مجموعة من الأنشطة التي تعتبر نسبياً قديمة وحديثة في آن واحد وفي خانة الأنشطة القديمة، يندرج كل من السينما، والتلفزيون، وفن التحريك، في حين تتكون الحديثة من الأنشطة المولودة إلكترونياً مثل ألعاب الحاسوب والمؤثرات الرقمية المختلفة.

• الخدمات الإبداعية:-

وتغطي بشكل أساسي الأنشطة المقدمة من "الأعمال للأعمال" مثل التصميم، والإعلان، والاتصالات، وهندسة العمارة. وتضيف الشركات التي تقدم هذه الخدمات القيمة للقطاعات الأخرى (المفروشات، السيارات، البناء، التجارة، البنوك، الخ) من خلال توفير مدخلات إبداعية تدخل في المنتجات، وخلق علامات تجارية أكثر جاذبية، وسهولة للاستخدام، وعملية ومرونة للمعاملات البنكية. كما في القطاعات الإبداعية الأخرى، فإن التكنولوجيا الرقمية تستمر في إجراء تغييرات كبيرة في عمليات الإنتاج في شركات الخدمات الإبداعية مثل برمجيات هندسية معمارية متطورة للغاية تتيح التصميم البارامتري (وتجعل الخطوط الفاصلة بين المجالات والقطاعات الفرعية هلامية) مثل تقاطع الرسوم المتحركة مع التلفزيون والأفلام، وامتداد الإعلان الرقمي والتصميم إلى قطاع تقنية المعلومات (وتخلق امكانيات جديدة في الاقتصاد ككل) مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد أو الصناعات الإضافية.

• الفنون الأدائية :-

وتغطي مجموعة واسعة من الفنون الأدائية المختلفة، بما فيها الرقص التقليدي والمعاصر (والموسيقى) التقليدية والمعاصرة أيضاً (والمسرح بأنماطه المختلفة) من "الإنتاج الرفيع" إلى العروض المسرحية في الشارع) وغيرها من الفنون الرفيعة مثل البالية والأوبرا. "المسرح الشعبي غير الرسمي أو غير المحكم" والذي يتيح مشاركة واسعة من الناس المهتمين وعرض مواهبهم تحديداً للفنانين الصاعدين، فهو يوفر المساحة للمواهب الجديدة، وهناك تقاطع في كثير من الأحيان بين الموهبة في المسرح والموسيقى والفيلم والتلفزيون ومنها الإعلانات

• الفنون البصرية :-

وتغطي العديد من الأنماط الفنية المتميزة، وتشمل "الأنماط الفنية التقليدية" مثل الرسم والنحت (والتي تضم أيضاً أنماطاً ومقاربات وأساليب مختلفة) فضلاً عن الأنماط التي ظهرت مؤخراً مثل الفيديو والفن والأداء الرقمي والفن المفاهيمي (حيث يتفوق المفهوم في أهميته على الجماليات)، ويميل الأخير تحديداً إلى أن يكون صعب الفهم أو التقدير عند الجماهير العامة بالمقارنة مع الأنماط الأكثر تقليدية من الفنون البصرية ، وهناك صناعات تعتمد على خدمات كثيفة الإبداع، مثل التصميم، وهو من أهم الصناعات الإبداعية تنوعاً وديناميكياً، وقد بلغ حجمه الاقتصادي عام ١٩٩٩ حوالي ١٤٠ مليار دولار.

شكل (٢) اقسام الصناعات الابداعية



المصدر :-من عمل الباحث

٥ - مصادر الصناعات الابداعية:-

١ - الإنتاج الفردي:-

هو الذي يقوم به أفراد بصورة شخصية وهو نوعان : الأول يكون هدفه النهائي غير اقتصادي وإنما لعوامل ثقافية أو شخصية وهو لا يدخل تحت مفهوم صناعة ابداعية. والثاني هدفه اقتصادي وقد لا يستخدمون الأطر المؤسسية الاقتصادية لتسويق منتجاتهم.

٢ - الإنتاج المؤسسي :-

وهو يشمل كل المحتوى الابداعي الذي تقوم المؤسسات والشركات بإنتاجه

وبمختلف أنواعها ولأغراض اقتصادية وفقاً لعوامل العرض والطلب وبهدف تحقيق ربح.

٣- الإنتاج المجتمعي:-

وهو يشمل كل ما ينتجه المجتمع من ابداع ، سواء منه ما تنتجه الدولة أو المؤسسات غير الربحية أو مجمل مؤسسات الصناعة الابداعية في مجتمع معين ، وفي الغالب يكون الإنتاج الحكومي من الابداع ليس بغرض الربح وإنما لأهداف اجتماعية وثقافية.

٦- مقومات الصناعات الابداعية ومكوناتها:-

إن أي صناعة لابد لها من مكونات وعناصر تعكس في مجملها بنية وهيكل هذه الصناعة ، والصناعة الابداعية بهذا المفهوم لها مكوناتها وعناصرها التي تشكل في مجملها بنية موحدة لها خصائصها المنفردة وتحتاج الصناعات الثقافية للعديد من المقومات التي لا تقوم إلا بها، منها البنية المؤسسية وتشمل وزارات الثقافة والاتصالات والمعلومات والهيئات الثقافية واتحادات الناشرين والكتاب وجمعيات البرمجيات ومراكز الترجمة.. الخ، وتعتبر الكوادر البشرية المبدعة والمبتكرة والمؤهلة للعمل في مجالات وأنشطة الصناعات الثقافية هي عماد هذه الصناعة. وتحتاج الصناعات الثقافية -لكي تنتشر- إلى المجتمع الواعي لأهميتها وقيمتها بحيث يقبل عليها ويحيد استخدامها ويلزم بمصادرها. وتحتاج كذلك إلى إطار تشريعي قانوني يحكم دورة بناء الصناعات الثقافية بداية من مرحلة الابتكار والإبداع وحماية حقوق المخترع والمبدع والمنتج على حد سواء، مروراً بعمليات التنظيم والإعداد والتجهيز والتحرير وإنتاج السلعة أو المنتج الثقافي حتى تصل إلى المستفيد النهائي من خلال

القنوات المناسبة للتسويق والتوزيع والإدارة المالية والشحن وغيرها. هذا فضلاً عن المواد الخام والبنية الأساسية التقنية، والأجهزة والحواسيب الخادمة، وشبكة الإنترنت وذلك لأغراض التسويق والتوزيع. وهذه البنية تتحدد وفقاً للمكونات الآتية^{١١}:

أ- المادة الخام:-

يمكن أن نعرف المواد الخام في الصناعة الإبداعية بأنها كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من أفكار ومعلومات ومخرجات إنتاجه الفكري الفردي أو الاجتماعي ، ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله.

ب- وحدات الإنتاج:-

وحدات الإنتاج يقصد بها الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه ، فهي تهتم بتنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي أي العملية الإنتاجية مثل الموزعين والناشرين والشركات التي تقوم بعملية الإنتاج. ووحدة الإنتاج في الصناعة الإبداعية تأخذ أبعاد وحدة الإنتاج نفسها في أي صناعة أخرى فقد تكون وحدة كبيرة وتدخل تحت مفهوم الصناعات الكبيرة أو وحدة متوسطة أو وحدة صغيرة ، وأحياناً أفراد ولكن يعملون في إطار اقتصادي ووفق أسس تنظيمية متعارف عليها . فهناك العديد من الأفراد الذين يقومون بتصميم برامج تطبيقية وبناء قواعد بيانات ، وغيرها من أنشطة الصناعة الإبداعية وقد يتولى بعضهم تسويقها أيضاً بنفسه أو عبر موقع خاص به على الإنترنت ومن ثم فهو يقوم بمختلف مهام العمل للعملية الصناعية وبصورة منفردة معتمداً على التكنولوجيا

المتاحة له صناعة وتسويقاً.

ج- أدوات وأساليب الإنتاج وسائل المعالجة وعرض المخرجات:-

وهي تشمل عمليات معالجة المحتوى : الرقمية والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات ، وتشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي ، وتنوع الأساليب المستخدمة في الصناعة الإبداعية وفقاً لنوع المحتوى وطبيعة المنتج والمستهدف وخبرة اليد العاملة المنتجة وقدراتها الإبداعية ، فهناك أساليب حاسوبية وبرمجية فقط وهناك أساليب تستخدم الوسائط الرقمية الإعلامية من فيديو وكاميرات وأجهزة المنتج وتجري المعالجة بوسائل متعددة مثل برامج المعالجة الحاسوبية للصور والملتيميديا وغيرها.

و يتم وفقها تحديد طريقة عرض وتسويق مخرجات الصناعة الإبداعية مثل الأقراص وغيرها من وسائط التخزين والعرض الرقمية أو عبر مواقع الإنترنت أو أفلام DVD الممغنطة و فيديو أو عبر أجهزة التلفزيون والهوائيات الفضائية والوسائل الإعلامية المختلفة الخ.

وهكذا فإن التزاوج الذي جرى ويجري بين الحاسوب والاتصالات والتقنيات الإعلامية فضلاً عن حرية الإبداع في معالجة المنتج وعرضه وتسويقه الذي أفرز تكاملاً وتنوعاً في أساليب الصناعة الإبداعية وأشكال ووسائط مخرجاتها فتحت آفاقاً واسعة لتطور الصناعة الإبداعية وأساليب إنتاجها وعرضها حتى أن بعضه لديه أساليب وطرق إبداعية في الصناعة الإبداعية لا تتاح لغيره على الرغم أنه توفر

له الإمكانيات المتاحة لمنافسه نفسها ومن ثم فقد دخل الإبداع والابتكار عنصرا أساسيا في مكونات الصناعة الابداعية.

ج- العنصر البشري:-

الصناعة الابداعية كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري من الفنانين والمبدعين و المتخصص والمدرب ولكن فرقها عن غيرها أنها تعتمد على الإبداع بدرجة أساسية ومن ثم لا تكفي خبرة العنصر البشري العادية في تطوير الصناعة الابداعية وإنما لابد من توافر العنصر البشري القادر على الإبداع ؛ كون بنية الصناعة الابداعية والتنافس فيها تقوم على الجذب وليس على الجودة فحسب ، فالانجذاب للعبة أو برنامج تطبيقي يرتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بنائه وتحقيق عناصر التشويق والإثارة فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم ومن ثم فان تحديد الاحتياجات المختلفة) نفسية وثقافية ، وعلمية .. وتعد الصناعة الابداعية من الصناعات ذات الخصائص الشمولية في جانب قوة العمل فهي تجذب إليها المبرمج ، والفنان ، والمخرج السينمائي ، ومعد البرامج الإعلامية ومقدمها ، والمختصين في مختلف مجالات العلوم والمعرفة الإنسانية كونها تشمل مساحة الاهتمام البشري بمختلف جوانبها ، طبيب ، معلم ، مهندس ، كاتب ، فنان ، ووفقاً لمجال الصناعة الابداعية والمستهلكين لمنتجاتها يتم استخدام العنصر البشري في الصناعة الابداعية ولا يعني ذلك الاستغناء عن المؤهلات النوعية لدى العنصر البشري بل يجب أن يكون العنصر البشري في الصناعة الابداعية مؤهلاً بالتقنيات التي تحتاجها طبيعة عمله التخصصي ، إلى جانب ذلك فان من الأهمية أن تتوفر لديه المقدرة على الإبداع والابتكار ، وهو شرط تسعى لتحقيقه العديد من البلدان التي

تنافس في مجال الصناعة الابداعية حيث تعمل على تطبيق نظم تعليم وتأهيل تمكنها من بناء القدرات البشرية التي تحتاجها للاستمرار في المنافسة في الصناعة الابداعية وامتلاك زمام القيادة فيها مستقبلا.

د- السوق (العرض والطلب):-

الصناعات الابداعية تحتاج كغيرها من الصناعات إلى تحقيق عوامل السوق التي تتيح لها النمو والازدهار من خلال خلق عوامل الطلب وتوسيع نطاق العرض لها وفي إطار المنافسة الواسعة في هذا المجال يتسع نطاق العرض في سوق الصناعة الابداعية إذ يؤدي اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور الجاري في صناعة الإعلام ، وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد إلى خلق طلب متزايد على الصناعة الابداعية ومخرجاتها ، ويزيد من ذلك الاتجاه توسيع نطاق التعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتنامي الاعتماد عليها في إدارة الأعمال وتقديم الخدمات واتساع استخدامها في المجالات الاقتصادية والتجارية ، وبروز تطبيقات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غيرت مفاهيم كاملة في إدارة الأنشطة والأعمال ، فظهر التعليم الالكتروني ، والتجارة الالكترونية ، والسياحة الالكترونية ، ... الخ وهو ما يؤدي إلى تنامي الطلب على الصناعة الابداعية.

ذ- رأس المال:-

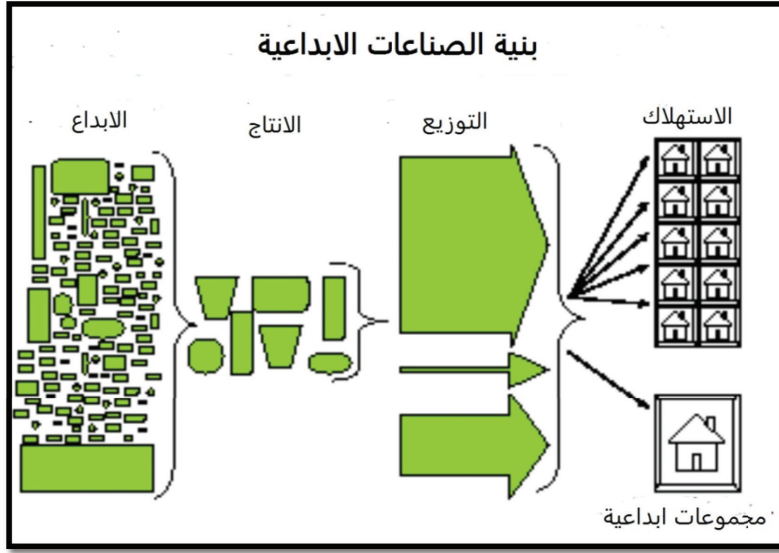
ويشمل رأس المال الثقافي بما في ذلك الموجودات الثقافية المادية مثل المواقع التراثية ورأس مال الثقافي غير المادي مثل الطقوس والتقاليد والموروث. وكذلك في الصناعة الابداعية كغيرها من الصناعات تحتاج إلى وفرة رأس المال

أي التمويل العام والخاص إلا أن حجم رأس المال يتفاوت كثيرًا حسب نوع مجال الصناعة الابداعية، فصناعة الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير وأصول كبيرة نسبيًا بالمقارنة مع صناعة التطبيقات البرمجية ، وصناعة ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني لقواعد البيانات غيرها من مجالات الصناعة الابداعية تحتاج إلى العنصر البشري المبدع باعتباره الاداة المهمة لصناعتها ، ولذا فان العنصر البشري المبدع وعنصر التنظيم والإدارة من أهم الأصول في الصناعة الابداعية إلى جانب التجهيزات الحاسوبية والبرمجية ووسائل الاتصال التي قد لا تحتاج إلى استثمار كبير بالمقارنة مع عنصري الكادر البشري وعنصر التنظيم.

ر- البنى الأساسية:-

جميع البلدان والمدن لديها بنى اساسية عامة لا غنى عنها لضمان كفاءة عمل الانظمة الحضرية في مجالات مثل النقل والاتصالات والاسكان والصحة والمياه والصرف وإمدادات الطاقة وحفظ القانون والنظام والخدمات المالية ، وتعتمد الصناعات الابداعية بالقدر نفسه على توافر هذه البنى الاساسية شأنها في ذلك شأن أي قطاع اقتصادي اخر .

شكل (٣) بنية الصناعات الابداعية



المصدر:- من عمل الباحث.

٧- الأبعاد والدوافع التي تحتم الاتجاه نحو الصناعة الابداعية:

هناك العديد من الأبعاد والدوافع التي فرضت وتفرض التوجه نحو الصناعة الابداعية والاهتمام بها وهي تمثل أبعاداً مهمة تؤدي للاهتمام بالإبداع وهي .

أ- البعد الاقتصادي :- تقاس أهمية قطاع معين في المساهمة بالتنمية الاقتصادية بحجم الزيادات الحقيقية في الناتج المحلي الاجمالي من سلع وخدمات ذات

صلة مباشرة بحياة الناس، وفي القدرة على توليد فرص عمل جديدة تسهم في تحقيق الرخاء الاقتصادي من خلال الآثار الاقتصادية لهذا القطاع على بعض متغيرات الاقتصاد الوطني والذي يسهم في تحفيز النشاط الاقتصادي إذ تحقق الصناعة الابداعية عوائد مرتفعة وتزايد باطراد أهميتها في اقتصاديات الدول.

ب- البعد التكنولوجي - : هناك نقلة نوعية ستتم بين الأنترنت والتلفزيون ويتم النقل لهذه المحتويات عبر شبكات نقل ذات السعات العالية مما يتطلب محتوى رقميا جديدا.

ج- البعد التربوي: الصناعة الابداعية والاهتمام به عنصر أساسي لعملية التربية والتعلم في ظل اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات؛ فهي وسيلة تحقيق غايات أربع وفقاً لتقرير اليونسكو وهي: تعلم لتعرف، تعلم لتعمل، تعلم لتكون، تعلم لتشارك الآخرين^{١٢}.

د- البعد السياسي: بدأت تظهر ملامح لخريطة سياسية عالمية جديدة على أساس المصالح المعلوماتية الجيومعلوماتية، إذ يتجه العالم في ظل العولمة ومجتمع المعلومات العالمي لتكوين تكتلات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية، وتعد الصناعة الابداعية عنصراً أساسياً فيها، وهي تنطلق في ذلك من بعد الابداع الذي يركز على وحدة اللغة والثقافة والمصالح الاقتصادية المشتركة ومن ثم يتجه الابداع ليكون محوراً مهماً في بنية الخريطة السياسية العالمية كونه منطلقاً هاماً للتحالفات السياسية والاقتصادية.

البعد الاجتماعي الى جانب الالهية والاثر الاقتصادي الذي تلعبه الصناعات

الإبداعية في أحداث تنمية اقتصادية فإن لهذه الصناعات أثراً لا يقل أهمية في الجانب الاجتماعي إذ أن الصناعات الإبداعية تساهم في تحقيق التوازن الجغرافي لعملية التنمية^{١٣}، فهي صناعات تتسم بالمرونة العالية في التوطن والتنقل بين مختلف المناطق ذلك لقلة متطلباتها من البنى الأساسية فضلاً عن قدرتها على التمرکز في المناطق ذات الكميات المحدودة من المواد الخام والمستلزمات الانتاجية الأخرى.

فضلاً عن تعزيز راس المال الاجتماعي وحماية حقوق الإنسان وتشجيع الحوار بين الثقافات والاعتراف بالهوية الثقافية في ظل العولمة وصراع الثقافات التي تتجه نحو التأثير السلبي على بعض المجتمعات وإفقادها هويتها، و البعد الثقافي نشر الثقافة المحلية للمجتمعات والبلدان والترويج لها وعولمتها.

و مجموعة دوافع تفرض الاهتمام بالإبداع ويمكن الإشارة إليها باختصار كما يلي:

• إضافة القيمة إلى الصناعات الأخرى، خاصة عبر التصميم والدعاية والعلامة التجارية.

• كونها موظفاً رئيساً للأشخاص ذوي الكفاءات العالية، ومن ثم هي جزء من (اقتصاد المعرفة) - ذلك الجزء من الاقتصاد الذي يوظف الخريجين الموهوبين

• المساهمة في إعادة إحياء البلدات والمدن.

• الربط والعمل مع التعليم الإضافي والعالي.

• ربط المجتمعات والناس معاً عبر الخبرات المشتركة.

ح- البعد الثقافي الحضاري:-

تعد هذه الصفة هي السمة التي يحرزها المنتج الابداعي من دون منافس فهو:

١- ذو بعد ثقافي: لأنه يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد والذي يعد وليد البيئة التي نشأ فيها، ويعد انعكاساً للواقع إذ يرتبط بالسماة النوعية لحياة الشعوب ونظامها وتقاليدها وشخصيات افرادها، وهو يعبر عن هويتها وبصماتها، كما انه متوارث عبر الاجيال المتعاقبة.^{١٤}

٢- ذو بعد حضاري: إذ ان المنتج يتضمن مختلف انماط الابداع التلقائي للشعوب والجماعات سواء كانت في الأوساط الاجتماعية بما تحويه من معتقدات وعادات وتقاليده التي تبرز سلوكاً اجتماعياً معيناً، أو ممارسة جماعية، وما يصحب ذلك من محسوسات معنوية أو ملموسات مادية تجمع بين البساطة والتلقائية اللتين تميزان شعباً معيناً، لذا نجد المنتج التقليدي يعتمد على ذوق سكانه الأوائل في رسم رموز للحيوانات والطبيعة وأشكال هندسية مختلفة واستعمال مواد والوان طبيعية تظهر في العديد من المنتجات كصناعة السجاد والصناعات الفخارية وغيرها.

وهنا تكمن اهمية الصناعات الابداعية ولا سيما في الدول المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع إذ ان بعضها تميل الى جمالية المنتج التقليدي والى الخصوصية مما تضيف قيمة لدى المستهلك بتفرده بتلك المنتجات أو التحف اليدوية والتي تفوق اسعارها اسعار المنتجات الحديثة

خ- البعد البيئي:

ان شعوب الدول النامية تعاني ربما اكثر من غيرها من مخاطر تدهور البيئة، فالיום

تبرز الحاجة أكثر مما سبق نتيجة استفحال تراكم الملوثات الى صناعات نستطيع ان نطلق عليها صديقة للبيئة (green consumers) التي تستطيع التعايش سلميًّا مع البيئة والمتمثلة بالصناعات الابداعية والتي تمتاز فضلاً عن استعمالها خامات سلمية من البيئة بقلّة فضلاتها-ان لم تكن منعدمة-، فضلاً عن ان الارتباط المهم بين الثقافة والبيئة في سياق التنمية المستدامة والموارد الطبيعية ويمكن اعتمادها إحدى حلول التنمية المستدامة للحفاظ على الموارد من الاستنزاف نتيجة الاستخدام غير العقلاني.

٨- التحليل الجغرافي للصناعات الابداعية في العالم:-

تضاعفت صادرات الصناعات الإبداعية في العالم في المدة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٩ لتصل إلى ٧١٢ مليار دولار. وبلغت في العام ٢٠٠٥ حوالي ٣,١ تريليونات دولار، وفي العام ٢٠٠٧ بلغت ٤ تريليونات دولار وفي العام ٢٠٠٩ بلغت نحو ٧,١ تريليونات دولار وهي تنمو بمعدل ٨٪ سنوياً.^{١٥}

في حين إن صادرات العالم من سلع الصناعات الابداعية اقتربت من ٥٣٨ مليار دولار خلال ٢٠١٥. وتشكل ما نسبته ٣,٣٪ من مجمل صادرات العالم السلعية، ومتوسط نمو في القيمة في السنوات الخمس الماضية في هذه السلع تحديداً ما نسبته تقترب من ٥٪. وأن معدل نموّ صادرات السلع الإبداعية بلغ ٩٩٪ على مستوى العالم، وأن هذه الصادرات ازدادت من ٢٠٤ بليون دولار إلى ٤٠٦ بليون دولار، وأن هذا النموّ تراوح بين ١-٪ لكندا و ٣١١٪ لدول غربي آسيا^{١٦} وكذلك ٢٠٤٪ للاقتصادات قيد التحوّل و ١٦٢٪ للصين؛ إلا أنّ صادرات الدول العربية من الصناعات الإبداعية التي بدأت تتطوّر معدلات نموها مؤخراً، ما تزال قليلة

القيمة، إذ بلغت ٦, ١٠ بليون دولار العام ٢٠٠٨.

وتعد كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا، وبريطانيا وألمانيا وفرنسا تعد من أهم الدول المصدرة لسلع الصناعات الإبداعية خلال عام ٢٠١٥ إذ تشكل الدول العشر الأهم ما نسبته ٧, ٧٣٪ من إجمالي صادرات العالم من سلع الصناعات الإبداعية في عام ٢٠١٥ وتعد الصين صاحبة أكبر حصة وتشكل صادراتها إلى العالم ما نسبته ٣٢٪ من إجمالي صادرات دول العالم في عام ٢٠١٥. بلغت قيمة صادراتها ٨٤, ٨٠٧ مليون دولار أميركي فيما بلغت حصة مجموعات الدول المتقدمة في الصادرات من السلع الإبداعية لعام ٢٠٠٨ نحو ٥٦٪ والدول النامية ٤٣٪ ودول أوروبا الشرقية ١٪؛ فضلاً عن توزّع صادرات الخدمات من الصناعات الثقافية للعام نفسه إلى ٨٣٪ من الدول المتقدمة و ١١٪ من الدول النامية و ٦٪ من دول أوروبا الشرقية أو ما يسمّى بالاقتصادات قيد التحوّل. ما يعني أنّ الدول المتقدمة هي التي تسيطر على تجارة الخدمات الثقافية.

أما عن الواردات، فقد أشارت الدراسة إلى تركّز الواردات العالمية من سلع الصناعات الإبداعية في عام ٢٠١٥ في ١٠ دول وبنسبة ٨, ٦٠٪ من إجمالي الواردات العالمية وتأتي أمريكا أولاً مستحوذة على ٩, ٢١٪، وبريطانيا ثانياً، وهونج كونج الصين ثالثاً، تليها ألمانيا. وفرنسا، وسويسرا، واليابان.

أما عن النسب المئوية لحصص أهمّ سلع الصناعات الإبداعية في الواردات عالمياً لعام ٢٠٠٨، فهي: التصميم (٠, ٥٩٪)، النشر (٧, ١١٪)، الحرف الفنية (٠, ٧, ٠٪)، الفنون البصرية (٩, ٦, ٠٪)، الفنون الاستعراضية (٧, ٦, ٠٪)، الوسائط الجديدة (٦, ٨, ٠٪)، السمعية البصرية (٢, ٠, ٠٪). ولوحظ أن نسبة النموّ في الواردات

من السلع الإبداعية لمنطقة غربي آسيا، ومن ضمنها دول مجلس التعاون الخليجي، هي الأعلى وأنها تساوي ١٨.٥٪^{١٧}

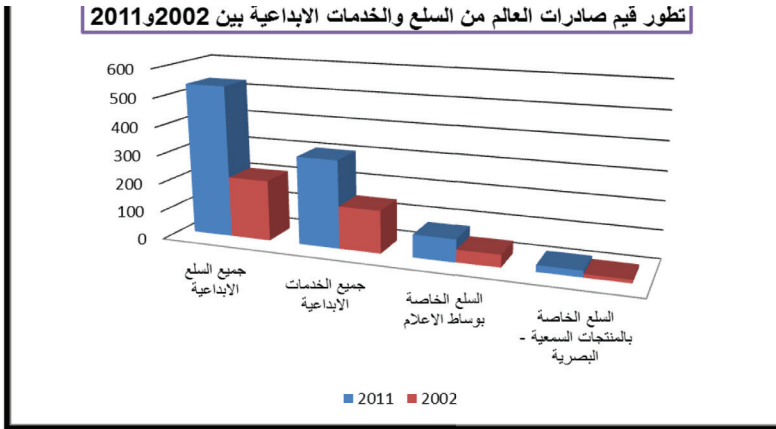
إن صناعات الابداعية ساهمت في العام ٢٠١٦ بما قيمته ٢, ١٨ تريليون دولار أميركي في الإنتاج العالمي، (أي ٣٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي)، فضلاً عن تركّز الزيادة في نصيب هذه الصناعات في القيمة المضافة العالمية في السنوات الأخيرة في ٥ اقتصادات رئيسة هي الولايات المتحدة، الاتحاد الأوروبي، اليابان، آسيا، الصين، بحيث تدير هذه الاقتصادات الخمسة ٩٠٪ من الإنفاق على البحث والتطوير في العالم. يفيد د. كيرك ف. غارنر الخبير الاقتصادي الأميركي أنّ ناتج الاقتصاد الإبداعى في الناتج الاقتصادى العالمى توزّع في الفترة بين العام ٢٠١٠ وحتى أواخر العام ٢٠١٥ وفقاً لآتي: على مستوى البرمجيات ٦٥٠ مليار دولار سنوياً. صناعة الأفلام ٣, ١ فيلم في العام تصل قيمتها إلى ٨١ مليار دولار سنوياً، قطاع الموسيقى جاوز ٨٢ مليار دولار سنوياً وتجاوزت قيمة الصناعة المسرحية ٦٥ مليار دولار سنوياً. أمّا الكتب والصحف والدوريات فتتجاوز إيراداتها السنوية ٢٣٢ مليار دولار في العالم.

ان من الصعب الحصول على إحصائيات حول الصناعات الإبداعية في العالم . بيد أن أفضل مصدر متوفر وموثوق هو تقرير المنظمة العالمية للملكية الفكرية لعام ٢٠١٣، والذي يوثق أهمية صناعات في العالم وتقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالتعاون مع «UNCTAD المنظمة المتخصصة بشؤون التجارة والتنمية الدولية الصادر في ديسمبر ٢٠١٣ .

والجدول (٢) والشكلان (٤,٥) يعرض ويلخص حجم التجارة في مجال

الصناعات الابداعية في العالم بحسب المجموعات الاقتصادية التي اعتمدها مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية وتبين الارقام ان قيمة التجارة العالمية في مجال المنتجات الابداعية في عام ٢٠١١ تجاوز ضعف مستواها في عام ٢٠٠٢ وكان متوسط المعدل السنوي للنمو في هذه المدة يبلغ ٩٪. وكان المتوسط السنوي للنمو في صادرات البلدان النامية في هذا القطاع في المدة المذكورة ١٢٪ فقد بلغ اجمالي قيمة هذه الصادرات من السلع والخدمات الابداعية ٢٢٧ مليار دولار امريكي في عام ٢٠١١ ما نسبته ٥٠٪ من اجمالي قيمة الصادرات العالمية.^{١٨}

شكل (٤) صادرات العالم من السلع والخدمات الابداعية ٢٠١١-٢٠٠٢



المصدر :- من عمل الباحث بالاعتماد على:-

UNESCO UNDP2013.Creative economy report widening local development pathways ,Paris



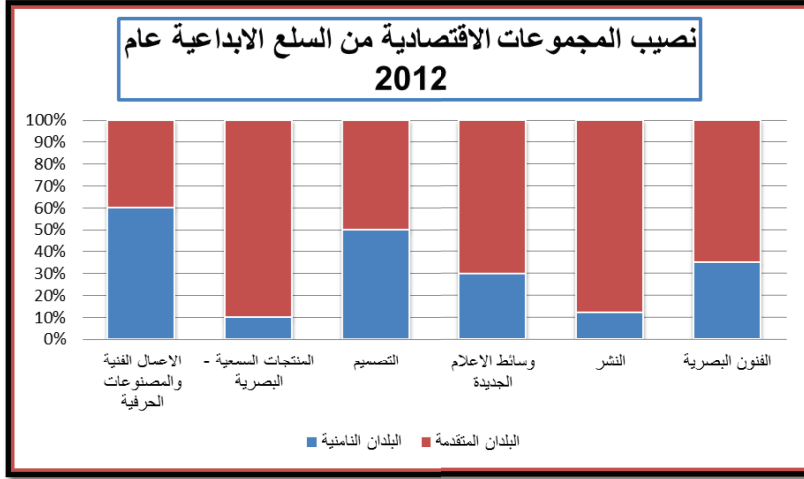
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله الذي جعل القرآن الكريم
أعز ما نزل على قلبه

البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية		البلدان المتقدمة		البلدان النامية		العالم		
٢٠١١	٢٠٠٢	٢٠١١	٢٠٠٢	٢٠١١	٢٠٠٢	٢٠١١	٢٠٠٢	
٣,٥٥٥	١,١٨١	٢٢٢,٥٩٧	١٢٣,١٦٩	٢٢٧,٨٦٧	٧٣,٨٩٠	٤٥٤,٠١٩	١٩٨,٢٤٠	جميع السلع الإبداعية
١٧٢	٤٥	١٠,٦٥٣	٨,٢٥٦	٢٣,٣٨٣	٩,٢٠١	٣٤,٢٠٩	١٧,٥٠٣	الأعمال الفنية والمصنوعات الخرفية
-	٢٦	-	٢,٤٧٨	-	٢٥٠	-	٢,٧٥٤	فنون الأداء
٢	٣	٤٠٠	٤١٧	٩٠	٣٥	٤٩٢	٤٥٥	المنتجات السمعية- البصرية
١,٨٠٠	٣٦٢	١٢٧,٢٣٩	٦٠,٩٧٠	١٧٢,٢٢٣	٥٣,٣٦٢	٣٠١,٢٦٢	١١٤,٦٩٤	التصميم
٢١٩	٢٣	٢٨,٩١٨	١٣,٠١٧	١٤,٦٠٧	٤,٤١٢	٤٣,٧٤٤	١٧,٥٠٦	وسائط الإعلام الجديدة
١,٣٢١	٦٩٠	٣٣,٦٥٠	٢٦,٠٦١	٨,١٠٦	٣,١٥٧	٤٣,٠٧٧	٢٩,٩٠٨	النشر
٣٠	٤٠	٢١,٦٣١	١١,٩١٦	٩,٤٥٦	٣,٤٧٤	٣١,١٢٧	١٥,٤٢١	الفنون البصرية



للتجارة والتنمية السلع الإبداعية، ٢٠١٣

شكل (٥) نصيب البلدان المتقدمة والنامية من السلع الابداعية عام ٢٠١٢



المصدر: - من عمل الباحث.

ولإعطاء صوره واضحه عن التوزيع الجغرافي للصناعات الابداعية في العالم ولاسيما في البلدان النامية سوف نتطرق الى التحليل الجغرافي على مستوى قارات العالم.

١-١ افريقيا:-

شهدت الصناعات الابداعية في عموم القارة الافريقية نمواً سريعاً في السنوات الاخيرة الماضية وقد جاء في تقرير عام ٢٠٠٨ عن الصناعات الابداعية ان نصيب اسهام افريقيا في صادرات السلع الابداعية والثقافية في العالم بلغ ١٪ وهذا يعزى الى محدودية القدرة على الدعم لتلك الصناعات في القارة؛ إذ ان واقع معظم الانتاج

الصناعي الابداعي فيها يجري ضمن القطاع غير النظامي، اذ ان الجزء الاكبر من الانشطة التجارية لهذه الصناعة يجري على ايدي منتجين صغار مستقلين.

وتستند هذه الصناعات بوجه عام الى الموارد الموجودة في مجالي التراث والصناعات الحرفية وفي اطار الانشطة ذات الصلة بالسياحة الثقافية، ونادراً ما تعطى الاولوية للصناعات الابداعية في مجال الافلام والموسيقى. وهذا بسبب القيود التي تعرقل نشاط تكوين قيمة في المجالات الابداعية وتشمل على وجه الخصوص نقص العاملين ونقص التسهيلات التقنية، وشحة الاموال الى حد كبير، وانعدام شبكات التوزيع وتزايد مستويات القرصنة الالكترونية فضلاً عن محدودية السوق المحلية ومنافسة الاسواق العالمية.

على الرغم من ذلك فإن افريقيا تضم بعض الاقتصاديات والمراكز الحضرية واسواق مثل كيب تاون وداكار ونيروبي وجوهانسبورغ كلها مدن يجري فيها التخطيط والتنفيذ لأنشطة لأجل إنعاش الاقتصاد الابداعي تقوم بها شركات تعنى بالثقافة والصناعة الابداعية كالشركات هاتف المحمول واشكال تطويع البث ذات النطاق العريض التي تسجل اسرع وتائر النمو في العالم. فضلاً عن بعض المشاريع برنامج التحول الثقافي التابعة للمجلس الثقافي البريطاني الذي ينفذ في كل من كينيا ونيجيريا وجنوب افريقيا، الذي يقوم على تشجيع الشركات العاملة في مجال الصناعات الابداعية على اعتماد الابتكار التكنولوجي وتوفير المشورة او الخبرة في مجال الاعمال الابداعية كله امور لها اثر في تنامي الصناعات

الابداعية في مدن افريقية المختلفة.

٢-١ اسيا:-

لا يمكن الحديث عن البلدان في اسيا كأنها كتلة واحدة فقد شهدت منطقة شرق اسيا ولاسيا في البلدان التي توصف بالنمو والمتمثلة في سنغافورة وهونغ كونغ وكوريا الجنوبية وتايوان التي اعتمدت مفهوم الصناعات الابداعية في اواخر اعوام التسعينات من القرن الماضي وقبلت الحكومات على نحو سريع بمقولة ان الاقتصاد الابداعي اقتصاد سريع النمو ويوفر قيمة مضافة ويشكل عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية الاقتصادية.

ففي إندونيسيا ثمة اهتمام زائد بالصناعات الإبداعية، إذ تم إنشاء وزارة جديدة في الحكومة الإندونيسية هي وزارة السياحة والاقتصاد الإبداعي Tourism and creative economy وعينت عالمة الاقتصاد المعروفة هناك الدكتورة ماري بانجستو (Mari pangestu) بصفتها أول وزيرة تعيّن في هذا المنصب في عام ٢٠١١، وقد كانت وزيرة للتجارة وكذلك وزيرة للتعاون والصناعات الصغيرة والمتوسطة قبل ذلك. وقد تم تحديد القطاعات التي تعمل فيها هذه الوزارة الجديدة في أكثر من خمسة عشر مجالاً: الفنون وأسواق العاديات والتحف، فنون الأداء، الحرف اليدوية، الأفلام والفيديو والتصوير الفوتوغرافي، الأزياء، الألعاب التفاعلية، الإعلان، التصميم، البرمجيات والكومبيوتر، الموسيقى، العمارة، النشر، التلفزيون والراديو، البحوث والتطوير. وهي تقريباً المجالات أو القطاعات التي يشتمل عليها التصنيف البريطاني فيما عدا إضافة ذلك القطاع الأخير الخاص بالبحوث والتطوير في القطاعات الثلاثة عشر الأخرى، الذي لا يتضمنه التصنيف

البريطاني بالإضافة إلى اهتمام هذه الوزارة أيضاً بالسياحة في شكلها العام، كذلك ما يتعلق منها بالسياحة الثقافية على نحو خاص.

٣-١ أمريكا الجنوبية:-

تتمتع قارة أمريكا الجنوبية بقدر كبير من التنوع الثقافي، إلا أنه لم يبدأ اعتبار الإبداع والثقافة مورداً اقتصادياً إلا في وقت قريب في كل من المكسيك وبيرو وأوروغواي التي أخذت بالاعتراف بإمكانات هذا القطاع، في حين مازال هناك دول متعددة لم تبدأ بعد كما في بوليفيا واکوادور وبارغواي ودول أمريكا الوسطى وهذا بسبب ميراث خاص يربط الثقافة بقضايا تتعلق بالحقوق الاجتماعية ونوعية الحياة بعيداً عن الحسابات الاقتصادية. وتعاني جميع بلدان القارة من عجز كبير في موازين مدفوعاتها على الصعيد السلع والخدمات الثقافية والإبداعية.

إلا أن هناك بالفعل إطار للصناعات الإبداعية في كل من الأرجنتين والبرازيل وشيلي وكوبا وكولومبيا. وضعت كلها أو بعضها سياسات للصناعات الإبداعية معنية بفن التصميم والمواد البصرية -السمعية ووسائل التكنولوجيا الرقمية والفنون والتراث التي يغلب عليها جانب التقليد.

ووفقاً لبيانات المعهد الوطني للإحصاء في الأرجنتين كان متوسط معدل النمو في قطاع الصناعات الإبداعية يبلغ ٧,٨٪ في المدة ٢٠٠٣-٢٠١١. وارتفع نصيب أسهم القطاع في الناتج المحلي الإجمالي من نسبة ٢,٤٧٪ عام ٢٠٠٤ إلى نسبة ٤٪ في عام ٢٠١١، ولقد حظي هذا النمو في مجال الصناعات الإبداعية بالدعم بصورة أساسية من قطاع الخدمات والأنشطة في مجالات تكنولوجيا المعلومات والمكتبات

والمتاحف وخدمات الاعلان وقطاع المواد السمعية - البصرية الذي شهد اكبر قدر من النمو ويضم حالياً ١٩٪ من مجموع الوظائف في الصناعات الابداعية.

١-٤ الدول العربية:-

يتصف الوطن العربي بتنوع هائل من الناحيتين الثقافية والاثنية والعرقية والنظم الاقتصادية والسياسية، وهذا التنوع لعب دوراً بالثقافة بوجه عام والصناعات الابداعية بوجه خاص.

ان التاريخ يذكرنا بأن الابداع والتعبير كانا يمارسان في الوطن العربي اذ الصناعة الابداعية كصناعة النشر كانت تمارس في المنطقة العربية منذ القرن التاسع عشر، لكن كما هو الحال في باقي القطاعات الاقتصادية يمكن ان تؤدي اشكال انعدام الاستقرار والخوف من المخاطرة والتردد في الاستثمار الطويل ومحدودية السوق وعدم ملائمة الاليات المالية والقصور في تطبيق قوانين حقوق المؤلف وغيرها امور كلها تؤدي الى انكماش الاقتصاد ولاسيما في قطاع الصناعات الثقافية والابداعية.

إن الصناعات الابداعية في الدول العربية لا تكاد تحظى باهتمام يذكر، ومركزها في الاقتصاد القومي ضعيف، والعائدات منها ليست كبيرة، ولا توجد قاعدة بيانات ولا إحصائيات دقيقة للدخل القومي منها. وفي حين تشكل الصناعات الثقافية ما بين ٥,٥٪ وحتى ١٠٪ من قيمة المنتجات في العالم، فإنها لا تشكل قيمة تذكر في الدخل القومي العربي، وقد مرّ مركز التجارة العالمي قيمة صادرات الدول العربية لعام ٢٠١٥ بنحو ٢١ مليار دولار. وعلى مستوى الدول العربية تبين ان الإمارات تستحوذ على أكثر من ٧٥٪ من مجمل قيمة صادرات الدول العربية من

السلع الإبداعية، المرتبة الأولى بين الدول العربية واحتلت دولة الإمارات المرتبة التاسعة عالمياً فيما احتلت البحرين (٤٣) وعمان (٤٧) والسعودية (٥٠) وقطر (٥٤) والكويت (٦٤) وتكاد تنحصر في صناعات متوسطة وصغيرة مع بعض الاستثناءات التي تشير إلى صناعات كبيرة، ومع ذلك فإن بعض فروع الصناعات الإبداعية تعمل بشكل جيد نسبياً وتصدر منتجاتها مثل مجلات نشر الكتب والمنتجات السمعية - البصرية وأنشطة الفن المعماري وبقدر اقل من ذلك في مجالات التصميم والازياء والاعلان.^{١٩}

ففي بلدان المغرب العربي ولاسيما في الجزائر والمغرب وتونس فقد تم الاعتراف في عام ٢٠٠٩ بالأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية حيث يوجد في مدن عديده تركيز كبير على التراث الثقافي ويزدهر قطاع الصناعات النشر وانتاج الافلام والصناعات الحرفية ذات الطابع الفني، اذ ان قطاع النشر والطباعة يستخدم ٢٪ من القوى العاملة ويسجل رقماً للمبيعات يتجاوز ٣٧٠ مليون دولار بينما كانت قيمة معاملات السوق في مجال صناعة الموسيقى تزيد على ٥٤ مليون دولار في عام ٢٠٠٩، مصر تنتج من ٥, ٠٪ إلى ١٪ من حجم الصناعات الإبداعية التي تتضمن نشر الكتب والصحف والمجلات العلمية والسينما والأدب.

أما في مشرق العالم العربي فقد اصبح لبنان منتجاً رئيساً في صناعة الترفيه ولا سيما في مجالات السينما والموسيقى والادب على الرغم من الدعم المحدود الذي تقدمه الدولة الان ، هذا التطور في مجال الصناعات الإبداعية يعود الى المستوى الثقافي والتعليمي لسكانه ووجود تقاليد لحرية الفكر والكلام فيه فضلاً عن المكانة التاريخية لبيروت بوصفها مركزاً للإبداع مما اعطتها مناخاً وسمعة ملائمين.^{٢١}

وتعتبر البلدان الغنية في النفط في منطقة الخليج من الدول التي قامت باستثمارات كبيرة في مجال التنمية الحضرية المرتبطة بالثقافة وفي مجال البنى الأساسية الضخمة في الاقتصاد الابداعي مثل الامارات العربية المتحدة واحتلت دولة الإمارات المرتبة التاسعة عالميا لمجموع الصادرات وإعادة التصدير من سلع الصناعات الإبداعية وبقية وصلت إلى ١, ١٦ مليار دولار وتشكل ما نسبته ٣٪ من مجمل صادرات العالم من السلع الإبداعية، فيما بلغت إجمالي قيمة التجارة الخارجية للدولة من سلع الصناعات الإبداعية ما يقارب ٧, ٣٠ مليار دولار خلال ٢٠١٥ وتشكل ما نسبته ٧٪ من إجمالي تجارة الإمارات غير النفطية.^{٢٢} وحددت البنود المتعلقة بالصناعات الإبداعية ضمن النظام المنسق لتصنيف السلع عددا من الصناعات، منها: المجوهرات وأجزائها ومصنوعاتها، والعطور، والالمنيوم، والمنسوجات والسجاد، والاثاث، والمنتجات الخزفية والسيراميك، ومستحضرات التجميل، ومنتجات زجاجية، ومواد اعلانية، والثريات، والحقائب وغيرها.

فإن دولة الإمارات العربية احتلت المرتبة الثامنة بقيمة صادرات بلغت ٤, ٧٦٠ مليون دولار. واحتلت المرتبة الخامسة في صادرات التصميم مع معدل زيادة ٤٨٪، والتاسعة في صادرات الفنون الاستعراضية، والثامنة في صادرات الوسائط الجديدة.

وللوقوف على واقع اقتصاد الصناعات الإبداعية في دول الخليج العربي اختار التقرير^{٢٣} قطاع الإعلان مؤشراً مهماً سواء على نشاط الصناعات الثقافية أم على دور هذا النشاط في الاقتصاد الوطني، فرصد عائدات هذا القطاع وقيمتها في المدة بين ٢٠٠٦ و٢٠١٢، ولاسيما في دول الخليج ليتبين أن أعلى قيمة للعام ٢٠١٢ مثلاً، كانت لدولة الإمارات والتي تقارب ٢ مليون دولار، تليها السعودية (٤٨٤, ١ مليون دولار).

أما ترتيب دول الخليج العربي وبعض الدول العربية في المؤشر الفرعي لتنافسية السياحة العالمية المتعلق بالسياحة الثقافية (المواقع الثقافية والتراثية العالمية، الملاعب الرياضية، المعارض العالمية الصادرات من السلع الإبداعية) فيشير إلى حصول الإمارات على المرتبة ٤٢ عالمياً من بين ١٣٥ دولة تليها السعودية فعمان ثم البحرين فقطر ثم الكويت التي حصلت على المرتبة ١٢٦. المراتب الخمس التالية وفق الترتيب.

مع العلم أن العرب يملكون طاقات إبداعية جبارة، وكذلك كل الأراضية اللازمة التي تؤهلهم ليكونوا عرباً في مقدمة ركب دول الاقتصاد الإبداعي المزدهر في العالم، لكن معضلة العضلات هنا أنه لا توجد سياسات ثقافية عربية جديّة ممهدة لإنشاء اقتصاد إبداعي عربي فاعل و منتهج ويسعى إلى تكامل حقيقي بين الطاقات البشرية الإبداعية في مختلف أقطار الوطن العربي الكبير.

وفي تقرير أعدته مؤسسة الفكر العربي بالتعاون مع المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا ومركز دراسات الخليج أشار إلى أنه يصدر سنوياً كتاباً لكل (١٢) ألف عربي، بينما هناك كتاب لكل (٥٠٠) انجليزي، وكتاب لكل (٩٠٠) ألماني، وهذا يعني أن معدل القراءة في العالم العربي لا يتعدى ٤٪ من معدل القراءة في بريطانيا، كما أن العالم العربي لا يصنع أكثر من (٣٥ - ٤٠ ٪) من حاجتنا إلى الورق، ويستورد (٦٥ ٪) في واحدة من الصناعات الثقافية المهمة.

وأشار التقرير إلى أن عدد المدونات العربية على شبكة الإنترنت حوالي (٤٩٠) ألف مدونة، وهي نسبة لا تتعدى (٠.٧ ٪) من مجموع المدونات عالمياً. ويبلغ عدد المواقع العربية المسجلة على الإنترنت عام (٢٠٠٧) حوالي (٤١٧٤٥) موقعاً وهذا لا يشكل سوى (٠.٢٦ ٪) من إجمالي عدد المواقع العالمية. ويشير التقرير إلى أن

مجموع الفضايات العربية يربو على (٤٨٢) فضائية والمتخصص منها (١٩٪) دينية و(١٨٪) أغاني، في حين لم تشغل القنوات الأدبية والثقافية سوى (٤.٨٪) منها. أما عدد الكتب التي نُشرت في العالم العربي عام (٢٠٠٧) فبلغ (٢٧٨٠٩) كتب تمثل الكتب المنشورة في العلوم من هذا الرقم حوالي (١٥٪) بينما تصل نسبة الكتب المنشورة في الأدب والأديان والإنسانيات (٦٥٪).

وهناك مؤشرات تدلّ على تحسّن مكانة بعض الدول العربيّة ضمن اقتصادات المعرفة، بما قد يجعلها بلداناً واعدة على هذا الصعيد، فإن مقارنة الإنفاق الحكومي على الثقافة في دول مجلس التعاون وبعض الدول العربية بمعظم الدول الأوروبية، تشير في المقابل إلى تراوح متوسط الإنفاق الوطني على الثقافة في الدول العربيّة في ٢٠٠٠-٢٠٠٥ بين (٠,٣٪) و(١,٢٪) من الناتج الإجمالي المحلي، أي انخفاض حجم هذا الإنفاق، وعدم تجاوزه في السعودية مثلاً، نسبة ١١,٠٪ في العام ٢٠١١، هذا في الوقت الذي وصل فيه حجم الإنفاق على النشاط الديني في بلدان عربيّة أخرى مثل الكويت وقطر إلى ١,١٪ للأول و٢,٣٪ للثاني، وذلك بحسب معطيات العام ٢٠٠٨.

١-٥ أوروبا:-

يقدم المناخ الاجتماعي والثقافي والفني والتكنولوجي والاقتصادي المناسب دعماً كبيراً للإبداع، ففي مثل ذلك المناخ تزدهر المؤسسات وأساليب الحياة الإبداعية. ويعمل المناخ المناسب وجو الحرية والتفهم على تيسير حدوث التخصيب المشترك بين العديد من الأشكال الفنية، وقد تجلّى ذلك عبر التاريخ ببروز الصناعات إبداعية المحتوى، بداية من النشر والموسيقى حتى السينما وألعاب الفيديو، هكذا

يعمل الاجتماعي والثقافي المناسب على خلق آلية جديدة تجذب المستويات المتنوعة من الجمهور وتيسر النقل السريع للمعرفة والأفكار. اذ تسهم الصناعات الإبداعية بحوالي ٣٪ من الاقتصاد الخاص بالاتحاد الأوروبي، وتبلغ القيمة السوقية لهذه الصناعات هناك حوالي ٦٠٠ بليون دولار، ويعمل فيها حوالي ٦ ملايين نسمة. وفي المملكة المتحدة، من المتوقع أن يشكّل عمال المعرفة في العام ٢٠١٤ حوالي ٤٥٪ من قوة العمل بعدما كانت النسبة ٣١٪ في العام ١٩٨٤؛ فيما تتراوح نسبة عمال المعرفة إلى إجمالي قوة العمل في دول الاتحاد الأوروبي بين ٢٥٪ في البرتغال و٤٧٪ في هولندا^{٢٤} وقد أولت ألمانيا، وهي دولة كبيرة في قطاع التصنيع، اهتماما بالغا بتطوير الصناعات الثقافية الإبداعية التي تبرز مكانتها في الاقتصاد الألماني يوما بعد يوم. في المدة من عام ٢٠٠٩ إلى عام ٢٠١٢، وحققت الصناعات الثقافية في ألمانيا نموا متواصلا. صحيح أن نسبة مساهمة الصناعات الثقافية الإبداعية في نمو الاقتصاد الألماني ما زالت أقل من مساهمة صناعة الخدمات المالية وقطاع تصنيع الماكينات وصناعة السيارات وغيرها من الصناعات، ولكنها تجاوزت مساهمة الصناعة الكيماوية وصناعة القطارات، وغيرهما من الصناعات التقليدية.

ويهتم هذا القطاع بشكل حاسم بالابتكار، خاصة ما يتعلق منه بالأدوات والشبكات. ويُعد الجمهور الخاص بدول الاتحاد الأوروبي صاحب ثاني أعلى نسبة مشاهدة للتلفزيون في العالم، وهو ينتج أفلاماً أكثر من أية منطقة أخرى في العالم ويعد برنامج أوروبا المبدعة Creative Europe الجديد والمقترح من البرامج المهمة التي سوف تساعد على الحفاظ على التراث الثقافي للدول الأعضاء في الاتحاد، كذلك العمل على زيادة التوزيع للأعمال الإبداعية داخل أوروبا وخارجها، وسوف تقترح اللجنة المشكلة الخاصة بهذا البرنامج توفير دعم حالي مناسب يقدمه بنك الاستثمار

الأوروبي لتقديم فرص ودراسات جدوى مالية للصناعات الثقافية والإبداعية هناك.

١-٦ الولايات المتحدة الأمريكية:-

ثمة مجموعة من الخصائص التي ميزت الاقتصاد الإبداعي منذ خمسينيات القرن العشرين في الولايات المتحدة، يذكرها ريتشارد فلوريدا في كتابه «عن الطبقة المبدعة»؛ وأهمها: الاستثمار المنتظم في الإبداع في شكل إنفاق على مجال البحوث والتطوير زاد من ٥ بلايين دولار عام ١٩٥٣ إلى أكثر من ٢٥٠ بليون دولار عام ٢٠٠٠ وبضبط عامل التضخم (إحصائياً) فإن هذه الاستثمارات كانت - وما تزال - تنمو بمعدل يصل إلى ثمانمائة في المائة (٨٠٠٪) في تلك المدة وربما بعدها. كذلك زادت ثمار البحوث وأينعت، على نحو متسق، منذ بدايات القرن التاسع عشر في الولايات المتحدة، وتسارعت وتيرتها على نحو خاص منذ عام ١٩٥٠، فوصل عدد براءات الاختراع التي يتم الحصول عليها سنوياً إلى الضعف، كل عام، في تلك المدة التي تمتد منذ عام ١٩٠٠ إلى ١٩٥٠، وزادت من ٢٥٠٠٠ إلى ٤٣٠٠٠، ووصلت إلى ثلاثة أمثالها (١٥٠٠٠٠) عام ١٩٩٩ وهي زيادة تقدر بحوالي ٢٥٠٪. وشهدت قوة العمل الموجهة نحو الإبداع التكنولوجي، في شكل علماء ومهندسين، نمواً واضحاً أيضاً، إذ زاد عددهم من ٤٢٠٠٠ في عام ١٩٠٠ إلى ٦٢٥٠٠٠ في عام ١٩٥٠ ثم إلى خمسة ملايين عام ١٩٩٩. وازداد عدد الأفراد الذين يكسبون عيشهم اعتماداً على الإبداع الفني والثقافي على نحو هائل، عبر مسار القرن الماضي، وبشكل خاص منذ عام ١٩٥٠ إذ زاد عدد الفنانين التشكيليين والكتاب الذين يمارسون فنون الأداء (المسرح - السينما... إلخ) هناك، من حوالي ٢٠٠,٠٠٠ عام ١٩٠٠ إلى ٥٢٥,٠٠٠ عام ١٩٥٠ ثم إلى ٢,٥٠٠,٠٠٠ عام ١٩٩٩، وهي زيادة تعادل

٣٧٥٪ منذ عام ١٩٢٠. وبشكل عام كان هناك حوالي ٢٥٠ فنانا بالنسبة لكل مائة ألف أمريكي عام ١٩٠٠، وزاد عددهم إلى ٣٥٠ عام ١٩٥٠ ثم إلى ٥٠٠ عام ١٩٨٠ ثم إلى ٩٠٠ عام ١٩٩٩،^{٢٥}

لقد كانت مجلة «Business Week» هي التي قدمت مصطلح «الاقتصاد الإبداعي» في أغسطس عام ٢٠٠٠. أما جون هوكنز صاحب كتاب «الاقتصاد الإبداعي» (٢٠٠١) فقد استخدمه للإشارة إلى خمس عشرة صناعة إبداعية تشمل على قطاعات البرمجيات والبحوث والتطوير والتصميم والصناعات إبداعية المحتوى كالسينما والموسيقى، وهى الصناعات ذات الصلة الوثيقة بحقوق الملكية الفكرية وبراءات الاختراع وحقوق النشر والتصميم وغيرها، وقد قدر الدخل السنوي لهذه الصناعات فى العالم عام ١٩٩٩ بحوالى ٢,٢٤ تريليون دولار، كان نصيب الولايات المتحدة منه حوالى ٩٦٠ بليون دولار (أكثر من ٤٠٪ من الناتج الإجمالي) وهو الأمر الذى يفسر السبب الذى يجعل الولايات المتحدة تنفق حوالى ٤٠٪ أيضًا مما ينفقه العالم كله على مجال البحوث والتطوير. واهتم بعض الأفراد والمؤسسات والدول بما يسمى بالقوة العاملة الإبداعية؛ فمثلاً حاول ريتشارد فلوريدا R. Florida في دراسة له أن يكشف فيها السبب في اجتذاب بعض المدن الأمريكية مثل سان فرانسيسكو المنتجين المبدعين، وقال إن النسبة العالية من الطبقة المبدعة تقدم مدخلاً أساسياً للإنتاج الإبداعي الذي يسعى المستثمرون وراءه، كما أنه حاول أن يستكشف أهمية ذلك التعدد والتنوع الثقافي الموجود في المدن التي درسها، مثلاً وجود تنوع ديني وعرقي وحالة من التسامح إزاء المختلفين عن النمط السائد في بعض المدن. هكذا تتجلى قيادة الولايات المتحدة وهيمنتها على المجالات الإبداعية، إضافة إلى هيمنتها الكبيرة أيضًا على عمليات التطور في الإبداع المرتبط

بالتكنولوجيا الجديدة وأساليب التصنيع الجديدة التي هي مسؤولة عن قدر كبير من ازدهار الأمة في التنافسية الخاصة بالاقتصاد العالمي منذ ثمانينيات القرن العشرين.

يشير تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بالتعاون مع "الأونكتاد"، المنظمة المتخصصة بشؤون التجارة والتنمية الدولية الصادر في ديسمبر ٢٠١٣ ووفقاً للأرقام الدولية المجمعة إلى أنه يصل حجم السلع والخدمات الثقافية المصدرة سنوياً حوالي ٦٤٠ بليون دولار، تسهم الولايات المتحدة وحدها بحوالي ١٤٢ بليون دولار من هذه السلع والخدمات بما يفوق ما صدرته من سلع وخدمات في مجالات الزراعة والطيران وما يتصل بهما، ويعمل في الاقتصاد الأمريكي حوالي ٢٧ مليون فرد على نحو مباشر أو غير مباشر وتهتم ما يقرب من ٧٥٠ ألف مؤسسة في الولايات المتحدة بالإبداع والتوزيع في مجال الفنون فقط ويعمل فيها حوالي ١, ٣ مليون فرد يمثلون ٢, ١٪ من القوة العاملة هناك، وتعد ولاية كاليفورنيا صاحبة ثامن اقتصاد في العالم وقد أسهم الاقتصاد الإبداعي فيها بأكثر من ٣ بلايين دولار في الدخل المحلي والضرائب عام ٢٠١٢^{٢٦}.

هكذا يلعب الإبداع دوراً مهماً في إدارة الموارد البشرية؛ لأن الفنانين وغيرهم من المبدعين المتميزين يمكنهم، كما أشار «دي بونو»، استخدام التفكير الجانبي، أي التفكير بطرائق غير تقليدية أو نمطية من أجل تقديم الأفكار والنتائج الجديدة التي يمكن توظيفها بعد ذلك في صناعات ثقافية وإبداعية مهمة. كذلك تتطلب الوظائف الجديدة مهارات جديدة ذات طبيعة عالمية أو مرتبطة باقتصاد العولمة الجديد، إذ يمكن لأصحاب هذه الوظائف العمل في أي مكان حر يكون قريباً أو بعيداً عن مكانهم الأصلي.

١٠ - المشاكل التي تواجه الصناعات الإبداعية في الدول النامية:-

١- المشكلة الأساسية تتمثل في تجاهل صانعي السياسات تنمية الصناعات الإبداعية في أغلب الأحيان ، على الرغم من الخطاب المنمق الشكلي - إذ إن إجمالي النفقات الحكومية ”.. على الثقافة والأنشطة الثقافية وصل إلى أقل من ١٪ من موازنة الحكومة“. ٣١ بالإضافة إلى ذلك، فما يزال هناك خلل كبير في تطبيق وتنفيذ التزامات البلاد من ناحية حقوق الملكية الفكرية - وذلك لعدد من الأسباب، منها مستوى الالتزام المتدني الذي تبديه لغة الحكومة حيال الموضوع، والعمليات القانونية المعقدة والكلفة العالية للمنتجات الإبداعية المستوردة إلى البلاد.

٢- صغر حجم السوق المحلية وصعوبة الوصول إلى الأسواق العالمية: إن الطلب على بعض خدمات الصناعات الإبداعية محدود ولا ينمو بالسرعة الكافية للاستفادة من عدد من مزودي الخدمات الموجودين في بعض القطاعات الفرعية مثل المرئي والمسموع والخدمات الإبداعية. في المقابل، فإن عدم وجود طلب كاف في الوقت الحالي لكثير من الفنون البصرية والأدائية يعيق تقدمها. ويخضع الوصول إلى الأسواق في الخارج لتنافسية عالية جداً ويتطلب التمويل لتسويق واستدامة شركة إلى أن تبدأ في جني عوائد الاستثمار.

٣- التمويل: يشكو أغلب المشاركين في الصناعات الإبداعية من مشاكل تتعلق بالسيولة المالية، وأنهم يفتقرون إلى الأموال اللازمة للتسويق وتطوير الأعمال. لا يقوم قطاع البنوك والممولون في البلاد حالياً بإقراض الأعمال القائمة على موارد الملكية الفكرية، والتي تملك عوائد مختلفة للاستثمار وأوقات مختلفة للدفع والاسترداد. ويقتصر دعم قطاع الأعمال للفنون البصرية والأدائية على ما

هو "معروف" و"مشهور". وقد تكون بعض من الحلول التمويلية متشابهة بين القطاعات الفرعية المختلفة، بينما يجب أن تصمم حلولاً أخرى لتلائم خصيصاً قطاعات فرعية مختلفة من الصناعات الإبداعية. ويعد الدعم الحكومي محدوداً على مستوى الصناعات الإبداعية كلها، سواء نُظر إليه من حيث الحوافز المقدمة للأفلام أو تلك المقدمة للفن العام. أخيراً، عبر بعض المشاركين عن تراجع الدعم الحكومي الأجنبي للفنون البصرية والأدائية أيضاً.

٤- فجوة ونقص في المهارات: تحدث المشاركون عن مجموعة من الفجوات والنقص في المهارات في جميع القطاعات الفرعية، إذ يوجد عاملون يملكون الحد الأدنى من الجودة في المهارات، ولكنهم ليسوا منتشرين في كل القطاعات. إلى جانب ذلك، فإن الفجوة والنقص يصبح أكثر حدة في الشركات التي تحتاج إلى إنتاج أعمال تنافسية على مستوى العالم. وكان هناك الكثير من التعليقات حول الفنانين البصريين والأدائيين بالتحديد الذين لا يملكون مهارات الأعمال المطلوبة لإدارة أعمال تجارية.

٥- غياب الوعي المجتمعي: يؤثر غياب أو انخفاض مستوى الوعي العام على كل مجموعة فرعية بطريقة مختلفة. ويشكل العراقيون مجموعة متباينة في الأدواق والقدرة

٦- انعدام الحماية بموجب قوانين حقوق المؤلف ولاسيما في البلدان النامية التي تعد عاتقا امام نمو الصناعات الابداعية.

الاستنتاجات

١- تعود اصول مصطلح "الصناعات الثقافية" بوصفه موضوعا أكاديميا إلى

الثلاثينيات والأربعينات من القرن العشرين، ولد مصطلح 'الصناعات الإبداعية' بوصفه نشاطا اقتصاديا أول مرة في استراليا في عام ١٩٩٤ حينما ورد في تقرير (الامة المبدعة - السياسات الثقافية للكومنولث) وأخذته أول مرة على المستوى الوطني حكومة المملكة المتحدة البريطانية. في عام ١٩٩٨، وقد أخذ المصطلح بعدة الاوسع عندما استخدمه الكاتب البريطاني جون هوكينز في عام ٢٠٠١ وذلك بوضعه معايير تصنيف ما اسماه الاقتصاد الابداعي على ١٥ صناعة تشمل قطاعات الفنون والعلوم والتكنولوجيا وقطاع الالعاب الالكترونية وغيرها، في حين أخذ المصطلح بعده العالمي باستخدام المنظمات الدولية له وذلك عندما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم ٢/٥٥ والذي يؤكد اهمية الثقافة في التنمية.

٢- تضاعفت صادراته في العالم في المدة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٩ لتصل إلى ٧١٢ مليار دولار . وهي تنمو بمعدل ٨٪ سنوياً. وساهمت في العام ٢٠١٦ بما قيمته ٢, ١٨ تريليون دولار أميركي في الإنتاج العالمي، (أي ٣٠٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي).

٣- ويعد كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا، وبريطانيا والمانيا وفرنسا من أهم الدول المصدرة لسلع الصناعات الإبداعية في عام ٢٠١٥ إذ تشكل الدول العشرة الاهم ما نسبته ٧٣, ٧٪ من إجمالي صادرات العالم من سلع الصناعات الإبداعية عام ٢٠١٥ وتعد الصين صاحبة أكبر حصة وتشكل صادراتها إلى العالم ما نسبته ٣٢٪ من إجمالي صادرات دول العالم في عام ٢٠١٥. بلغت قيمة صادراتها ٨٠٧, ٨٤ مليون دولار أميركي

٤- تتباين صادرات الصناعات الابداعية بين الانظمة الاقتصادية حيث بلغت حصة مجموعات الدول المتقدمة في الصادرات من السلع الإبداعية لعام ٢٠١٥ نحو ٥٦٪ والدول النامية ٤٣٪ ودول أوروبا الشرقية ١٪؛ فضلاً عن توزّع صادرات الخدمات من الصناعات الثقافية للعام نفسه إلى ٨٣٪ من الدول المتقدمة و ١١٪ من الدول النامية و ٦٪ من دول أوروبا الشرقية أو ما يسمّى بالاقتصادات قيد التحوّل. ما يعني أنّ الدول المتقدمة هي التي تسيطر على تجارة الخدمات الثقافية.

٥- تتركز الواردات العالمية من سلع الصناعات الابداعية في عام ٢٠١٥ في ١٠ دول وبنسبة ٦٠٪ من إجمالي الواردات العالمية وتأتي أمريكا أولاً مستحوذة على ٢١,٩٪، وبريطانيا ثانياً، وهونج كونج الصين ثالثاً، تليها ألمانيا. وفرنسا، وسويسرا، واليابان.

٦- ان أهمّ سلع الصناعات الإبداعية في الواردات عالمياً لعام ٢٠٠٨، هي: التصميم (٥٩,٠٪)، النشر (١١,٧٪)، الحرف الفنيّة (٧,٠٪)، الفنون البصرية (٦,٩٪)، الفنون الاستعراضية (٦,٧٪)، الوسائط الجديدة (٨,٦٪)، السمعية البصرية (٠,٢٪).

التوصيات

١- ان ما وصلت اليه الدول المتقدمة من نمو وازدهار اقتصادي تجنى ثماره شعوب تلك الدول اليوم لم يكن ليتحقق من دون المساهمة الفاعلة والكبيرة لهذه الصناعات إذ كانت وما زالت اداة تنموية فاعلة تمثل عصب الاقتصاد فيها.

٢- يمكن للصناعات الابداعية ان تكون حلاً للمشكلات الاقتصادية ذات الصلة بارتفاع معدلات البطالة وضعف القاعدة الاقتصادية نظراً الى تدهور الصناعات التحويلية باعتبارها مصدراً لضخ دم جديد في الهيكل الاقتصادي وتعمل على خلق الملايين من فرص العمل، وعلى زيادة الطاقة الانتاجية القائمة، وتعمل على خلق طاقة انتاجية جديدة، ورفع المستوى المعيشي لأصحابها والعاملين فيها، الامر الذي ينعكس على التوازن التنموي والجغرافي داخل البلد الواحد.

٣- الصناعات الابداعية محركات لتحقيق التنمية البشرية المستدامة ، نظراً للدور المهم الذي يمكن ان تقوم به الانشطة الثقافية وتعلم الفنون والمشاركة المجتمعية في النواحي الثقافية في تعزيز التلاحم الاجتماعي وتحسين الاحوال المعيشية في المناطق الحضرية.

٤- وهناك خمس طرائق أساسية يمكن من خلالها أن تقوم الثقافة والفنون بدفع الاقتصاديات المحلية إلى الأمام؛ وهي:- جذب الزوار. ٢- خلق الوظائف. ٣- تطوير المهارات. ٤- الجذب والمحافظة على الصناعات والأعمال في الأماكن المحلية ٥- تطوير المواهب والقدرات الإبداعية.

٥- تعاني الصناعات الابداعية من مجموعة مشاكل ولاسيما في الاقتصاديات النامية

والمشكلة الأساسية تتمثل في تجاهل صانعي السياسات تنمية الصناعات الإبداعية في أغلب الأحيان فضلاً عن صغر حجم السوق المحلية وصعوبة الوصول إلى الأسواق العالمية وضعف التمويل وانعدام الحماية الفكرية والابداعية .

٦- إننا نحتاج في الدول العربية والعراق الآن الى عقل جديد، وتفكير جديد، وخيال جديد، فلم تعد الطرق التقليدية في التفكير والتعبير والسلوك والانتاج صالحة لهذا العصر الجديد أو القرن الجديد، اننا نحتاج الى مدن ابداعية جديدة تهتم بالصناعات الثقافية والابداعية، ويتم إنشاء جامعات ومؤسسات جديدة بها، مدن تمتد من زاخو شمالا الى البصرة جنوبا، ديالى شرقاً الى الانبار غرباً.

الهوامش

- ١- من المدارس الفلسفية والاجتماعية ظهرت في أربعينيات القرن الماضي في ألمانيا .
2-UNESCO 2012.Measuring the economic contribution of cultural industries ،UNESCO institute of Statistics ،Montreal.pp9
- ٣-المصدر نفسه ص ١١ .
4-UNESCO UNDP2013.Creative economy report widening local development pathways ،Paris.
- 5-Gaëtan TREMBLAY، Les industries de la culture et de la communication au Québec et
au Canada، presse de l'université du Québec، Québec (Canada)،
1990، p44.
- 6-Philippe BOUQUILLION، Bernard MIEGE et Pierre MOEGLIN،
L'industrialisation des
biens symboliques، les industries، créatives au regard des industries
culturelles ، PUG،
Grenoble
- ٧-جون هارتلي ، الصناعات الإبداعية -كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة
بدر السيد سليمان الرفاعي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ٢٠٠٧، ص ١٨١ .
- 8- UNESCO UNDP2013،pp11.
- ٩-جون هارتلي ،الصناعات الإبداعية، الجزء الأول، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، علم
المعرفة ،العدد ٣٣٨، ص ٣٢ .
- ١٠-فارس النمري، مجموعة BOP للاستشارات، تطوير الصناعات الإبداعية في الاردن ،اتحاد

- المعاهد الاوربية لدعم الثقافة، ايلول، ٢٠١٣، ص ١٣.
- ١١- المحتوى الرقمي العربي الفرص والأولويات والتوجهات"، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا الإسكوا، ٢٩ أغسطس ٢٠٠٥ م.
- ١٢- الفجوة الرقمية «، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، د. نبيل علي، سلسلة عالم المعرفة العدد (٣١٨) أغسطس ٢٠٠٥.
- ١٣- لا تعني التنمية الزيادة فقط في الانتاج السلعي، بل تعني كذلك تنمية البشر واثارة وتحفيز قدراتهم الفطرية وزيادة ثقتهم بأنفسهم، فلا يمكن النظر اليها بوصفها عملية التراكمات المادية للثروة فهي اكثر من التوسع في عملية التصنيع او الزيادة في التحضر والتقنية وارتفاع مستويات المعيشة ونمو الاستهلاك، اي انها تحمل مضموناً أكبر من التعبير عنها بمستويات الدخل الفردي، لذلك فان التنمية يجب ان تتم تحت شروط القيم والابعاد الثقافية للحياة الاقتصادية والاجتماعية التي لها تأثيرات كبيرة على تنمية القدرات البشرية (مصطفى حجازي، التخلف الاجتماعي، مدخل الى سيكولوجية الانسان المقهور، المركز الثقافي العربي، ط ٩، ٢٠٠٥، ص ١٠).
- ١٤- الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، د. نبيل علي، سلسلة عالم المعرفة العدد (٣١٨) أغسطس ٢٠٠٥.
- ١٥- "التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية" عن مؤسسه الفكر العربي وعنوانه: "الاقتصاد العربي القائم على المعرفة"
- ١٦- (الدول العربية في آسيا+تركيا)
- صناعة المعرفة العربية...هل من مستحيل؟ برنامج <http://agfund.org/opinion> - 17
- الخليج العربي للتنمية ٦، ٢٠١٣
- 18- UNESCO UNDP 2013. Creative economy report widening local development pathways، Paris. pp 182.
- ١٩- برنامج الامم المتحدة الانمائي، تقرير عن التنمية البشرية في العالم العربي، ٢٠١٣، ص ١٠.
- 20- http://rabat.unesco.org/IMG/pdf.Industries_culturell_maroc.

٢١- مؤسسة الفكر العربي ٢٠١٢.

22- <http://arabic.arabianbusiness.com/>

٢٣- تقرير أعدته مؤسسة الفكر العربي بالتعاون مع المؤسسة العربية للعلوم والتكنولوجيا ومركز دراسات الخليج، ٢٠١٠.

24- <http://www.albawabhnews.com/>

25- <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/350460.aspx>

26- UNESCO UNDP2013.Creative economy report widening local development pathways ،Paris.

المصادر

(٧) مصطفى حجازي، التخلف الاجتماعي،

مدخل الى سيكولوجية الانسان المقهور،

المركز الثقافي العربي، ط٩، ٢٠٠٥.

(٨) مؤسّسة الفكر العربي "التقرير العربي

الخامس للتنمية الثقافية" عن عنوانه:

الاقتصاد العربي القائم على المعرفة

المصادر الاجنبية:-

المصادر العربية:-

(١) برنامج الامم المتحدة الانمائي، تقرير عن

التنمية البشرية في العالم العربي، ٢٠١٣.

(٢) جون هارتلي ، الصناعات الابداعية -

كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا

والعولمة ، ترجمة ، بدر السيد سليمان

الرفاعي ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت،

٢٠٠٧.

1) au Canada، presse de

l'université du Québec،

Québec (Canada)، 1990.

2) biens symboliques، les

industries، créatives au

regard des industries

culturelles ، PUG،

3) Gaëtan TREMBLAY، Les

industries de la culture

et de la communication

au Québec et

4) <http://rabat.unesco.org/>

(٣) جون هارتلي ، الصناعات الابداعية

الجزء الاول، ترجمة بدر السيد سليمان

الرفاعي، علم المعرفة ، العدد ٣٣٨

(٤) فارس النمري، مجموعة BOP

للاستشارات، تطوير الصناعات

الابداعية في الاردن، اتحاد المعاهد الاوربية

لدعم الثقافة، ايلول، ٢٠١٣، ص ١٣.

(٥) الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع

المعرفة، د. نبيل علي ، سلسلة عالم المعرفة

العدد (٣١٨) أغسطس ٢٠٠٥.

(٦) المحتوى الرقمي العربي الفرص

والأولويات والتوجهات» ، اللجنة

الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

الإسكوا، ٢٩ أغسطس ٢٠٠٥ م.

report widening local
development pathways
،Paris.

IMG /pdf .Industries
culturell maroc..

11) UNESCO UNDP2013.
Creative economy
report widening local
development pathways
،Paris.pp182.

5) [http://agfund.org/
opinion](http://agfund.org/opinion)

6) [http://arabic.
arabianbusiness.com/](http://arabic.arabianbusiness.com/)

7) [http://www.
albawabhnews.com/](http://www.albawabhnews.com/)

12) [http://www.ahram.org.
eg/NewsQ/350460.aspx](http://www.ahram.org.eg/NewsQ/350460.aspx)

8) Philippe BOUQUILLION،
Bernard MIEGE et
Pierre MOEGLIN،
L'industrialisation des

9) UNESCO 2012.
Measuring the economic
contribution of cultural
industries ،UNESCO
institute of Statistics
،Montreal.

10) UNESCO UNDP2013.
Creative economy

