

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ()



المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد
الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي
النوعي " رؤية مستقبلية "

إعداد

د/ خديجة عبد العزيز على إبراهيم
أستاذ مساعد بقسم أصول التربية
كلية التربية - جامعة سوهاج

DOI: 10.12816/EDUSOHAG . 2020.

المجلة التربوية - العدد السابع والسبعون - سبتمبر 2020م

Print:(ISSN 1687-2649) Online:(ISSN 2536-9091)

الملخص

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على ماهية الاقتصاد الإبداعي ونشأته وأهدافه وخصائصه، التعرف على دور الاقتصاد الإبداعي في تنمية الاقتصاد في مصر، و توضيح مجالات الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية وعلاقة كليات التعليم

الجامعي النوعي بتحقيقها، و التعرف على أهم المداخل التربوية التي تحقق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر، و التعرف على واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر وأهم معوقات تحقيقه، ثم وضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر مع توضيح آليات تنفيذها.

حدود الدراسة : اقتصرت حدود الدراسة على دراسة المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر ومدى تحقيقه على أرض الواقع وأهم معوقات تحقيقه، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة بلغ عددها (447) من الطلاب بكلية التربية النوعية بجامعة أسيوط وجامعة جنوب الوادي.

منهج الدراسة : استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

نتائج الدراسة: توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها ما يلي:

- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية ضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي حيث إن إجمالي تحقيق مداخل الاقتصاد الإبداعي كان ضعيفا.
- توجد عدة معوقات لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي وبدرجة كبيرة ومن أهمها المعوقات بالإمكانات البشرية والمعوقات المادية ، والمعوقات الإدارية والتشريعية ، والمعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع.

الرؤية المستقبلية المقترحة: في ضوء نتائج الدراسة النظرية ونتائج الدراسة الميدانية تم بناء ووضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر .

Abstract

Objectives: The present study aims to identify the concept, emergence, objectives, and characteristics of creative economy. It identifies the role of creative economy in developing the Egyptian economy and illustrates its fields, industries, and relationships of Faculties of Specific Education to their achievement. Moreover, it defines the reality, obstacles, and most significant educational approaches to the achievement of creative economy among the students of Faculties of Specific Education in Egypt. The study concludes with a proposed future perspective to the achievement of creative economy among the students of Faculties of Specific Education in Egypt and illustrates its implementation mechanisms.

Limits: The study was limited to the reality, obstacles, and most significant educational approaches to the achievement of creative

economy among the students of Faculties of Specific Education in Egypt. It was applied to a sample of (447) students at the Faculty of Specific Education at Assuit University and South Valley University.

Method: The author utilized the analytical descriptive approach.

Results: The field study illustrated the low achievement of creative economy among the students of Faculties of Specific Education because all approaches of creative economy were low.

- Many obstacles hinder the achievement of creative economy among the students of Faculties of Specific Education with a high degree, including the obstacles of human potential, finance, administration and legislation, and cooperation with society institutions.

Proposed future design: Based on the results of the theoretical and field studies, a proposed future design was developed to achieve creative economy among the students Faculties of Specific Education in Egypt .

المقدمة:

لقد وجد أن الاقتصاد هو محور تقدم الشعوب والأمم وكلما ازداد وتحسن الاقتصاد في المجتمع تطور وتقدم، والعكس صحيح، وتطور الاقتصاد في العالم من الاقتصاد الزراعي إلى الاقتصاد الصناعي ثم إلى اقتصاد المعرفة، وأخيراً ظهر الاقتصاد الإبداعي وهو مفهوم حديث للاقتصاد يقوم على أكتاف المبدعين والموهوبين ويستثمر إبداعاتهم ويحولها إلى مال مما يرفع المستوى الاقتصادي للفرد ثم المجتمع.

ولقد وجد علماء البحث والدراسة "أن جانب كبير من الأسباب المحققة للتقدم يعود إلى الاقتصاد الإبداعي وإلى الصناعات الإبداعية وإلى الفكر الإبداعي الخلاق الذي تحظى به الدول المتقدمة وإلى المجالات الإبداعية المتطورة التي وصلت إليها". (محسن الخضير، 2009، 4).

ومن ثم حدث اهتمام كبير في الدول المتقدمة بالاقتصاد الإبداعي بشكل كبير، ثم انتقل هذا الاهتمام إلى الدول النامية الساعية إلى التقدم والحقا بركب الدول المتقدمة، باعتباره اقتصاداً حديثاً يمثل فرصة كبيرة لهم للتوسع فيه وزيادة الدخل القومي لتلك الدول.

ويرى ريتشاد فلوريد أن الطبقة الاقتصادية الجديدة هي الطبقة الإبداعية وهي التي يقدر لها أن تسود الحياة الاقتصادية في القرن القادم، مقابلاً للطبقة العاملة التي سادت خلال العقود الأولى من القرن العشرين وطبقة الخدمات التي سادت في العقود اللاحقة، وإن كانت

الطبقة الإبداعية ليست كبيرة كطبقة الخدمات ، إلا أنها تمثل المحرك لنمو وتغيير الاقتصاد (جون هارتلي ، أبريل 2007 ، 9).

وبإصدار منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) عدة تقارير عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم في الأعوام 2008م، 2010م، 2013م، وآخر إصداراتها بالتعاون مع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) كتاب عن الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية بدول العالم والصادر عام 2018 م وبه تقرير عن الاقتصاد الإبداعي في عدد من الدول في العالم من عام 2002م ، حتى عام 2015م، وبذلك يكون الاقتصاد الإبداعي أخذ اهتمامًا عالميًا، ومرحلة جديدة من الاهتمام به على مستوى دول العالم المختلفة.

وقد عقد حوار السياسات العامة الرفيع المستوى بشأن الاقتصاد الإبداعي في خدمة التنمية في أبريل 2012م، في الدوحة باعتباره حدثًا لمؤتمر الأونكتاد (UNCTAD) الثالث عشر وكان الغرض من الحوار هو مواجهة دعم الحكومات في تعزيز اقتصاداتها الإبداعية كخيار إنمائي يمكن للنهوض بالنمو الاجتماعي والاقتصادي والتجارة والابتكار. (الأمم المتحدة ، 2012 ، 1).

وبعد اهتمام العالم ومنظماته العالمية بالاقتصاد الإبداعي فقد بدأ الاهتمام به في الدول العربية وإن كان تأخر ذلك الاهتمام كثيرًا، ونظرًا لحدثة مفهوم الاقتصاد الإبداعي في العالم فإنه تم تناوله بالدراسة من قبل بعض الباحثين وغالبيتهم من العاملين بالمجال الاقتصادي، ومن أهم الدراسات التي درسته دراسة لقاء عبود (2014م) وقامت بدراسة الصناعات الإبداعية في الوطن العربي باعتباره جوهر الاقتصاد الإبداعي وتوصلت إلى أن تلك الصناعات الإبداعية هي طريق الوطن العربي إلى النمو الاقتصادي المستدام وهي ثروات استثنائية للعديد من الاقتصاديات الغربية وأنها لم تحظ باهتمام يذكر من قبل بعض الدول العربية وأن آليات وصولها لهذا الاقتصاد وتفعيله مازالت ضعيفة.

ودراسة عمرو هدية (2015م) ، وهي دراسة أوضحت أهمية الاقتصاد الإبداعي، وأوصت بضرورة الاهتمام بالتصميم كصناعة إبداعية من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بالدول النامية.

ودراسة همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحابيس (2017م)، وتناولت بالدراسة الصناعات الإبداعية وعاداتها الاقتصادية، والاجتماعية والثقافية على المجتمع وتوصلت لعدة مقترحات لتعزيز الصناعات الإبداعية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي والعمل على حسن استغلال رأس المال البشري المتاح والأصول الثقافية المحلية وتعزيز الابتكار في المجتمع.

وجاءت دراسة أنصار رفاعي ، ثريا يوسف (2017) عن ريادة الأعمال الفنية في مجال التصوير لتفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي. وذلك باعتبار ريادة الأعمال الفنية مجالًا جديدًا سيسهم في المزيد من الصناعات الإبداعية التي تحقق الاقتصاد الإبداعي في مصر.

وقامت دراسة سلام على (2018م) بعمل تحليل جغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية وتوصلت إلى تبين توزيع هذه الصناعات بين بلدان العالم نظرًا لتباين العوامل الجغرافية والطبيعية والبشرية والاقتصادية والتاريخية في المعمورة.

وجاءت دراسة أخيرة قامت بها عبير رفاعي (2018م)، وهدفت إلى الكشف عن دور الصناعات الثقافية وبصفة خاصة صناعة الحرف التقليدية كمصدر للاقتصاد الإبداعي وكشفت

عن وجود ضعف لتأثير الصناعات الثقافية - صناعة الحرف التقليدية في بناء الاقتصاد الإبداعي المصري لوجود عدة معوقات لذلك.

ومن الدراسات الأجنبية التي أجريت عن الاقتصاد الإبداعي دراسة (Denatale, D. & Wassall, G. H., 2007) في (إنجلترا) ، حيث إن (إنجلترا) تعد نموذجًا للاقتصاد الإبداعي على المستويات المحلية والقومية والإقليمية والعالمية لأنها تهتم بهذا الاقتصاد الإبداعي وأنشأت مؤسسات لذلك الغرض غالبيتها غير ربحية، ومن أهم هذه المؤسسات مؤسسة إنجلترا الجديدة للفنون (NEFA) وتسمى "نيفا" وهي تدعم الإبداع والابتكار في إنجلترا، وتوصلت الدراسة إلى أن إنجلترا تحتفظ بميزة تنافسية من خلال ثرواتها الإبداعية، ولا بد من السعي نحو ضمان الوعي والالتزام من أجل الحفاظ على موارد الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية خاصة فئة المبدعين والمبتكرين والاهتمام بتنمية الثقافة لديهم لأنها أهم عنصر للإنتاج والإبداع.

و دراسة (Araya, D., 2010, 217) ترى أن السياسات التربوية والتعليمية في (الولايات المتحدة الأمريكية) تحتم على التعليم العالي بكل مؤسساته أن يتطور لتتم الدراسة به لمنظور الاقتصاد الإبداعي وأهميته ودوره تجاه الجوانب الاقتصادية في المجتمع مع التركيز على العلاقة بين الاقتصاد والثقافة، وضرورة احتضانه للجوانب الاقتصادية والثقافية والتكنولوجية وأن التنمية في جميع الأصعدة تعتمد على المعرفة والإبداع ، والإبداع يؤدي لصيانة أفكار جديدة ويتم تطبيقها لإنتاج أعمال فنية أصيلة ومنتجات ثقافية وإبداعية وظيفية.

وجاءت دراسة (Vesela, D. & Klimova, K., 2014, 413) عن (سلوفاكيا) حيث إنها دولة ليست غنية بالموارد المعدنية، وتعاني من نقص الموارد المالية وحاولت الخروج من الأزمة الاقتصادية باللجوء للاقتصاد الإبداعي، والذي يشمل جميع مجالات النشاط البشري القائمة على أساس الإبداع كقيمة أصيلة وهو جوهر الاقتصاد الإبداعي، والصناعات القائمة على الابتكار والإبداع والموهبة تعمل على خلق فرص العمل وخلق الثروة والهدف من هذه الدراسة تنمية الاقتصاد الإبداعي المستمد من سياقه الثقافي والاجتماعي والجغرافي ودعم الصناعات الإبداعية من خلال إصلاح التعليم وإزالة كل المعوقات التي تعوقه في ذلك، وضرورة إزالة الحواجز في العلوم والأبحاث وضمان حقوق الملكية الفكرية ضمانًا بالوصول إلى الإبداع في الصناعات ونضع ذلك موضع التنفيذ من خلال برامج الدراسة الجامعية المبتكرة المصممة على أساس مبدأ التخصصات المتعددة مع ربطها بالممارسة.

وسعت دراسة (White, D. S., et al., 2014, 46) إلى العمل على وضع وتقديم مقترح لمقاييس الأداء والنجاح في الاقتصاد الإبداعي وتوصلت إلى تقديم إطار مفاهيمي لتطوير الاقتصاد الإبداعي وكذلك التدابير والمقاييس التي يمكن استخدامها كأداة إدارية للتحكم في الأداء في الاقتصاديات الإبداعية.

وتوجد دراسة تناولت مراحل الصناعات الإبداعية واقتصاد الإبداع (مراحل) وهناك من يقسم الصناعات الإبداعية لأربع مجموعات: وهي المرحلة الأولى: وهي التي تسمى بالمجموعات الإبداعية ، وهي مجموعات الصناعات الإبداعية وتشتمل الإعلان والهندسة المعمارية والنشر والبرمجيات والفنون المسرحية والإنتاج الإعلامي والفن والتصميم والأزياء، والمرحلة الثانية: هي ظهور الخدمات الإبداعية ، وهي كل المنتجات الإبداعية ، والمرحلة الثالثة: هي تشرب الإبداع وظهور المواطنين المبدعين ثقافيًا وهم يشملوا المنتجين والمستخدمين ورواد الأعمال وهم كل من يتعامل مع الإبداع بصفة عامة، المرحلة الرابعة:

هي انتشار الاقتصاد الإبداعي وظهور المدن الإبداعية التي ترعى الإبداع وتوفر له النظم الداعمة ويتوفر الإبداع بكثافة في تلك المدن التعليم. (Hartley, J. et al. , 2015, 69 – 73)

وأجريت دراسة (Munro, E. , 2017, 14) بالمملكة المتحدة حيث إهتمت (المملكة المتحدة) وصناع القرار فيها بالاقتصاد الإبداعي من خلال برنامج للتدخل المستهدف بين الحكومة وواضعي السياسات فيها من جهة وبين الممارسين للأعمال الإبداعية من أصحاب المشاريع الصغيرة والشركات الصغيرة من جهة أخرى، والاهتمام بالاقتصاد الإبداعي في تزايد مستمر، والدراسة الحالية هي دراسة عن مكتب المشاريع الثقافية عن (غلاسكو) بإسكتلندا، وهو مركز يقدم المساعدات للمبدعين ويسهل الوصول للتدريب وتطوير المهارات، وأجريت الدراسة على العمل به والخدمات التي يقدمها والمعوقات التي تواجه المترددين عليه ومخاطر العمل التي قد يواجهونها.

و دراسة (Nurmalia.S& Ahyar,C.,2017) فكانت عن تصميم نموذج لريادة الأعمال في مجال الاقتصاد الإبداعي من أجل تمكين المرأة في (أندونيسيا) من العمل بالاقتصاد الإبداعي والمساهمة فيه.

وأما دراسة (Ghazi, E. L. &Goede, M., 2017) فهي دراسة عن تقييم الاقتصاد الإبداعي في جزيرة (كيش بإيران) باستخدام مؤشرات الاقتصاد الإبداعي المستندة على نظرية الطبقة الإبداعية ودورها في الصناعات الإبداعية الرائعة التي توجد في جزيرة (كيش) وتسلط الدراسة الضوء على الطبقة الإبداعية من الصغار في السن وتنمية الاقتصاد الإبداعي في جزيرة (كيش) كمفتاح للمدينة الإبداعية .

ثم جاءت دراسة هدفت إلى محاولة التركيز على فهم الفرص الجديدة للقدرة التنافسية من خلال وجهات النظر المختلفة حول الاقتصاد الإبداعي، وتوصلت إلى اختلاف المفهوم بشكل طفيف من بلد لآخر حسب مواردها المتاحة ، وتوجد مقاييس لمؤشرات أداء الاقتصاد الإبداعي تختلف من بلد لآخر وأن بلدان (البلقان) ما زالت تتعثر في قدرتها على تعزيز الابتكار والإبداع وكذلك اقتصاد الإبداع. (Ndou,V. et al. , 2019, 41) كانت تلك بعض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت بالدراسة الاقتصاد الإبداعي وأهميته وضرورته لتنميته المجتمع وأهمية دور التعليم تجاهه.

وتوجد بعض الدراسات التي تناولت دور التعليم في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في المجتمع وغالبيتها دراسات أجنبية منها دراسة (Liu, T. – C. , 2012) وتناولت بالدراسة دور التعليم المفتوح في الاقتصاد الإبداعي وأهم وجهات النظر العالمية وتحليل مقارن لها ، وذلك لمقارنة عالمية لاقتصاديات الإبداع وموقف التعليم المفتوح منها ومدى تطوير السياسات في التعليم الجامعي لكي تتوافق مع الخصائص الإقليمية.

وأوضحت تلك الدراسة أن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لها تأثير على الاقتصاد الإبداعي وذلك بسبب الانفتاح والحرية التي أتاحت والتطور في وسائل الإعلام بمساعدة الإنترنت مما أتاح مساحة للابتكارات الإبداعية من عرضها وتغذية الأفكار الجديدة وتشجيع الأفكار الجديدة وتلك البيئات المفتوحة ساعدت على الإبداع وشجعت.

توصلت إلى أن التعليم المفتوح يمكن أن يكون هذا التعليم بمثابة الرابط الأساسي بين التعليم والاقتصاد الإبداعي ويوفر تطوير التعليم المفتوح الموارد التعليمية وهو وسيلة عملية

وأثر هذا النهج على إنتاج المعرفة ووضع مفاهيم الانفتاح في العملية التعليمية مع توضيح موقف الثقافة الاجتماعية من منظور الانفتاح، ومفهوم الانفتاح: يعني أن التعليم المفتوح ملتزم بالانفتاح في تعليم المعرفة والتعليم المفتوح يحول أيضاً المفاهيم المفتوحة إلى البحث العلمي.

وتوصلت دراسة (D'Andrea, M., 2012) إلى أن الاقتصاد الإبداعي قد أثر على المناهج الدراسية وتم وضع مناهج دراسية منقحة في عام 2010م في (أدنتاريو بكندا)، حيث إن الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي والفنون انعكس على تطوير المناهج الدراسية في الصفوف (9-12)، والمنهج الدراسي يقدم مقررين جديدين للفنون من ضمن المناهج الدراسية بتلك الصفوف ويتعين على الطلاب اجتياز مقرر من تلك المقررات الفنية كشرط للتخرج من المدرسة الثانوية، ولكن الدراسة توصي بضرورة مطالبة المدرسة الثانوية بالمزيد من النظر إلى المناهج الدراسية وتطويرها من أجل النهوض بالاقتصاد الإبداعي في المجتمع. ودراسة (Gu, W., 2018) فهي دراسة عن تعليم الفنون من أجل تربية المواهب الإبداعية في الصين ويرى أنه طريق طويل حتى يتم تعليم الفنون في (قوانغشي بالصين) من أجل تطوير القدرات الإبداعية ورعاية المواهب الإبداعية لتعزيز التحول الاقتصادي إلى الاقتصاد الإبداعي.

يتضح من الدراسات السابقة الأهمية الكبيرة للاقتصاد الإبداعي واهتمام غالبية دول العالم المتقدم به، ويوجد ضعف في الاهتمام به في الدول النامية بصفة عامة، وفي مصر بصفة خاصة، وأنه يجب الاهتمام بهذا الاقتصاد الجديد الذي يعد ثروة يجب الأخذ بها ويجب أن تقوم المؤسسات التعليمية المختلفة بصفة عامة والجامعات بصفة خاصة بدور كبير في الإسهام في تحقيق الاقتصاد الإبداعي وتعزيزه في مصر من أجل العمل على دفع الاقتصاد المصري إلى الأمام.

ولقد وجدت الباحثة أن التعليم الجامعي النوعي هو أقرب أنواع التعليم الجامعي في دعم وتنمية وتحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر نظراً لاهتمامه بالمبدعين في عدة مجالات واستقطابه لهم بالكليات النوعية المختلفة، ومن ثم من شأنه أن يسهم بشكل كبير في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر ولذلك سوف يتم تناول مدى تحقيق التعليم الجامعي النوعي للاقتصاد الإبداعي في مصر وما هي المداخل التربوية لذلك؟ وما هي معوقات التحقيق؟ وما الرؤية المستقبلية لتحقيق اقتصاد الإبداع بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر؟

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

نظراً لاهتمام العالم بالاقتصاد الإبداعي ودوره في التنمية الاقتصادية في المجتمع بالتالي لا بد من الاستفادة منه في مصر والعمل على تحقيقه داخل مصر خاصة امتلاك المجتمع المصري لعدد كبير من المبدعين في جميع المجالات المختلفة وهم الوقود الحقيقي للاقتصاد الإبداعي والعمود الفقري له، وبالتالي لا بد من العمل على استثمارهم وتحويل مواهبهم وإبداعاتهم إلى مال.

وقامت بعض الدراسات بدراسة دور التعليم الجامعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي وكل تلك الدراسات أجنبية ولا توجد من بينها أي دراسات عربية، ومن تلك الدراسات دراسة (Atkinson, R. & Easthope, H., 2008) وتوصلت إلى أن التعليم الجامعي لا بد أن يقوم بالإسهام في التنمية في المجتمع عن طريق تدعيم الاقتصاد الإبداعي والمشاريع الإبداعية وتقديم الخطوط العريضة الخاصة به للطلاب وتوفير البنية التحتية التي تلزمهم

وتوفير خدمات التسويق لمنتجاتهم مع تنمية قدراتهم الإبداعية في المجالات الثقافية والفنية وأن يكون ذلك واضحاً في جدول السياسة العامة للجامعات مع تحقيق العدالة الاجتماعية بين الطلاب.

وأن من أهم آليات الجامعة لدعم الاقتصاد الإبداعي هي التعليم ثم البحث العلمي من أجل التطوير ثم توفير البنية التحتية وأن الاستثمار في التدريب من أهم آليات الجامعة لذلك الاقتصاد الإبداعي.

وترى هذه الدراسة أن من التجارب الناجحة لدور الجامعات (بأستراليا) تجاه الاقتصاد الإبداعي تجربة جامعة كوينزلاند التكنولوجية التي قامت برسم خرائط للصناعات الإبداعية لأستراليا مما يساعد على جذب الطلاب لهذا المجال بتعريفهم الأماكن المتاحة بها تلك الصناعات وأنواعها ومجالاتها المختلفة.

و دراسة (Araya, D., 2010) وأوصت بضرورة استكشاف التعليم الجامعي من منظور الاقتصاد الإبداعي ، وإعادة النظر في الديمقراطية في سياق الثقافة والإبداع، وتدويل التعليم الجامعي وضرورة إعادة تصور العلاقة بين التعليم الجامعي والاقتصاد الإبداعي وتكون الجامعة حاضنة له وللإبداع أمراً أساسياً لاستمراره وتدعمه الديمقراطية الثقافية حيث إن التعليم يواجه تحدياً كبيراً اليوم وهو تطوير النظم والسياسات التعليمية والتخطيط لها حتى تستطيع تسخير القدرات الإبداعية التي تكمن داخل البشر مع الاهتمام بالثقافة كأمر حتمي وضروري لتلك السياسة التعليمية التي يجب أن تهتم بالإبداع والابتكار والثقافة كأساس لاستدامة التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وترى هذه الدراسة أن المصنع كان هو المؤسسة الأساسية في عصر الاقتصاد الصناعي، أما الآن في عصر الاقتصاد الإبداعي فإن المؤسسة الأساسية له هي الجامعة والمؤسسات التعليمية من مدارس وجامعات لأنها هي المؤسسات الأساسية للابتكار والإبداع، وأوصت الدراسة بضرورة إصلاح التعليم من أجل عصر الإبداع والابتكار والاستعداد للابتكار والاستعداد للاقتصاد الإبداعي ، وأن الاقتصاد الإبداعي يتطلب سياسات تعليمية تسعى لذلك .

وهناك دراسة (Gilmore, A. & Comunian, R., 2016) التي درست العلاقات بين التعليم الجامعي والقطاعات الإبداعية والثقافية من أجل الاقتصاد الإبداعي حيث لا بد من التعاون والمشاركة في التدريس والمناهج الدراسية والسياسة الثقافية من أجل التنمية والبحث العلمي وتبادل المعرفة والنقاشات السياسية من أجل تحفيز الإبداع والابتكار ودعم التجمعات الثقافية وتنمية قطاع الاقتصاد الإبداعي وتوظيف الخريجين.

وأوضحت أنه لا بد أن يقوم التعليم الجامعي بدعم وتطوير القطاع الثقافي الإبداعي وعلى السياسة التعليمية أن تعمل على تطوير المهارات والمناهج الدراسية وتوسيع قاعدة المشاركة بينها وبين القطاعات الثقافية الإبداعية بالمجتمع من أجل تحقيق ذلك ومن أجل توظيف الخريجين منها.

وينضح من تلك الدراسات أهمية الدور الذي يجب أن يقوم به التعليم الجامعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه بصفة عامة وبالتعليم الجامعي النوعي بصفة خاصة لأنه هو الأقرب لاقتصاد الإبداع والصناعات الثقافية والإبداعية .

ويقوم الاقتصاد الإبداعي في جوهره على الصناعات الإبداعية وغالبيتها صناعات ثقافية إبداعية وهي تقوم في جزء كبير منها على الثقافة القومية والمحلية والتراث الثقافي ومصر دولة لديها مخزون تراثي وثقافي كبير جداً أكبر من أي دولة أخرى بالعالم ويمكنها

استثمار تلك الصناعات الإبداعية القائمة على الثقافة بشكل كبير بالاعتماد على المبدعين من أبناء المجتمع المصري والتعليم الجامعي النوعي لابد أن يسهم بقسط كبير في ذلك ليحقق الاقتصاد الإبداعي في مصر نظرًا لجذبه لعدد كبير من المبدعين في المجالات الفنية والنوعية المختلفة والتي من شأنها إثراء الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في مصر مما يرفع مستوى الاقتصاد المصري بدرجة كبيرة ويعمل على تقدم المجتمع.

ومن ثم نظرًا لزيادة اهتمام العالم بالاقتصاد الإبداعي والذي يصدر بشكل دوري تقارير سنوية عنه صادرة من الأمم المتحدة وعن (اليونسكو) وعن مؤتمر التجارة والتنمية (الأونكتاد) (UNCTAD) ويأتي بهذه التقارير تقييم مستوى دول العالم في الاقتصاد الإبداعي وحجم صادراتها وواراداتها من الصناعات الإبداعية ومدى الاهتمام بها ومدى تطورها بالدول المختلفة، ونظرًا لضعف الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي في مصر وفقًا لتقرير الاقتصاد الإبداعي الصادر عام 2018م عن الأمم المتحدة عن الاقتصاد الإبداعي بالدول في الفترة من عام 2002م، وحتى عام 2015م يلاحظ فيه حجم صادرات مصر من الاقتصاد الإبداعي تدهور من عام 2011م، وحتى عام 2014م حيث كانت تلك الصادرات (1152,54) مليون دولار في عام 2011م ووصلت إلى (1144.08) مليون دولار عام 2012م، ثم تدهورت فوصلت (1125.39) مليون دولار عام 2013م ثم توالى تدهورها وفي آخر إحصاء بلغت (1103.29) مليون دولار عام 2014م. (United Nations, 2018, 171 – 173)

ونظرًا للأهمية القصوى للدور الذي يجب أن يقوم به التعليم الجامعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه بصفة عامة كما أثبتت الدراسات السابقة وأهمية دور التعليم الجامعي النوعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه بصفة خاصة لأنه هو الأقرب لاقتصاد الإبداع وقرب الصناعات الثقافية والإبداعية لتخصصاته المختلفة.

بالتالي كان لابد من الاهتمام بتعزيز وتنمية الاقتصاد الإبداعي في مصر برعاية المبدعين وتوفير كل ما يلزمهم من تعليم وتدريب وإمكانات وبنية تحتية حتى يستطيعوا أن يحققوا لمصر اقتصادًا إبداعيًا يليق بمكانتها وثقافتها العريقة، والتعليم الجامعي النوعي لابد أن يقوم بدور كبير في ذلك لأنه أقرب أنواع التعليم الجامعي لجمعه كوكبة من المبدعين في مجالات مختلفة.

ونظرًا لأهمية هذا الموضوع وعدم قيام دراسات تربوية بدراسة هذا الموضوع المهم الذي سيسهم في نهضة الاقتصاد في مصر، بالتالي جاءت الدراسة الحالية للتعرف على أهم المداخل التربوية التي يمكن أن تحقق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر وواقعها ومعوقاتهما ثم تضع رؤية مستقبلية لتحقيقه.

تساؤلات الدراسة:

تبلورت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما الإطار الفكري للاقتصاد الإبداعي (ماهيته - نشأته - أهدافه - خصائصه - ودوره في تنمية الاقتصاد في مصر)؟
- 2- ما أهم مجالات (جوانب) الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية والثقافية؟
- 3- ما أهم المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي؟ وما معوقات تحقيقه؟
- 4- ما واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر؟
- 5- ما واقع معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر؟

6- ما الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر؟

النوعي في مصر؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق ما يلي:

- 1- التعرف على ماهية الاقتصاد الإبداعي ونشأته وأهدافه وخصائصه.
- 2- التعرف على دور الاقتصاد الإبداعي في تنمية الاقتصاد في مصر.
- 3- توضيح مجالات الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية وعلاقة كليات التعليم الجامعي النوعي بتحقيقها؟
- 4- التعرف على أهم المداخل التربوية التي تحقق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر.
- 5- التعرف على واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر وأهم معوقات تحقيقه.
- 6- وضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر مع توضيح آليات تنفيذها.

أهمية الدراسة:

تتلخص أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:

- 1- تناول الدراسة لموضوع الاقتصاد الإبداعي والتأصيل الفكري له باعتباره من الاقتصاديات الحديثة والمهمة والتي يجب أن يتم الاهتمام بها بشكل أكبر مما هو عليه الآن في مصر.
- 2- توضح الدراسة الحالية للعاملين بالتعليم الجامعي النوعي المداخل التربوية التي يمكن اتباعها في التعليم الجامعي النوعي من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه.
- 3- توضح الدراسة العوائد الاقتصادية والاجتماعية التي ستعود على المجتمع المصري وذلك عندما تقوم كل كليات التعليم الجامعي النوعي بدورها تجاه الاقتصاد الإبداعي والموضح بهذه الدراسة.
- 4- تبين الدراسة لكل من العاملين بالتعليم قبل الجامعي وأولياء الأمور بالأسر المصرية والعاملين بالإعلام بمؤسسات المجتمع المدني أهم الأدوار المطلوبة منهم لدعم وتنمية الاقتصاد الإبداعي في مصر بشكل عام وبين طلاب التعليم الجامعي النوعي بشكل خاص.
- 5- توضح الدراسة الحالية أهم المتطلبات وأهم الإجراءات التي يجب توفرها الدولة من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي في المجتمع بصفة عامة وبين طلاب كليات التعليم الجامعي النوعي بصفة خاصة.
- 6- وضع رؤية مستقبلية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي في مصر مشتملة على الخطوات الإجرائية لتنفيذ ذلك على أرض الواقع.

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وذلك نظرًا لأنه أنسب مناهج البحث لموضوع الدراسة حيث إنه منهج "لا يقوم على مجرد جمع المعلومات والبيانات وتبويبها فقط، وإنما يمتد إلى تفسيرها، وكثيرًا ما يقترن الوصف بالمقارنات واستخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير، كما أن الباحث في المنهج الوصفي يستخلص الدلالات والمعاني المختلفة التي

تنطوي عليها البيانات والمعلومات التي جمعها، ويربط بين الظواهر وبعضها البعض مكتشفًا العلاقة بين المتغيرات المختلفة في الدراسة (حسام مازن، 2012، 286).

وقد قامت الباحثة في هذه الدراسة بجمع معظم الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة وتم التأصيل النظري لموضوع الدراسة، ثم البدء في إجراءات الدراسة الميدانية والتطبيق الميداني لأدوات الدراسة ثم المعالجة الإحصائية لها واستخلاص نتائج الدراسة ثم تفسيرها، ثم توظيف نتائج الدراسة النظرية والميدانية في بناء رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي في مصر. حدود الدراسة:

اقتصرت حدود الدراسة على دراسة المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر ومدى تحقيقه على أرض الواقع وأهم معوقات تحقيقه، وتم تطبيق الدراسة الميدانية إلكترونيًا على عينة من طلاب الشعب المختلفة بكلية التربية النوعية بجامعة أسيوط وكلية التربية النوعية بجامعة جنوب الوادي، وذلك لأنها أعرق وأقدم كليتين للتربية النوعية في صعيد مصر، وتم التطبيق الميداني في الفترة من 2020/3/10م وحتى 2020/4/15م، وتم تطبيق الاستبانة للتعرف على واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي وأهم معوقات تحقيقه على عينة من طلاب السنوات النهائية (الفرقة الثالثة والفرقة الرابعة) بتلك الكليتين بالشعب المختلفة بها. أدوات الدراسة:

وقامت الباحثة باستخدام وتطبيق استبانة من إعدادها موجهة إلى طلاب وطالبات السنوات النهائية (الفرقة الثالثة والفرقة الرابعة) بكليتي التربية النوعية بجامعة أسيوط وجامعة جنوب الوادي للتعرف على واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر وأهم معوقات تحقيقه. عينة الدراسة:

طبقت الباحثة الاستبانة التي قامت بإعدادها إلكترونيًا على عينة من طلاب وطالبات السنوات النهائية بالأقسام المختلفة بكليتي التربية النوعية بجامعة أسيوط وجامعة جنوب الوادي، وبلغ عدد الاستبانات الصحيحة التي تم تطبيقها والتي خضعت للمعالجة الإحصائية (447) استبانة.

مصطلحات الدراسة:

1- المداخل التربوية:

وتعرف الدراسة الحالية المداخل التربوية إجرائياً بأنها هي تلك السبل والطرق والآليات التربوية التي يجب أن تتبع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي.

2- الاقتصاد الإبداعي:

وتعرف الدراسة الحالية الاقتصاد الإبداعي إجرائياً بأنه هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد على أفكار المبدعين ويحولها إلى مال مستثمر في ذلك الثقافة المحلية والقومية والإمكانات المتاحة بها ورأس المال البشري المبدع لتحقيق وتطوير الصناعات الإبداعية والثقافية في المجتمع مما يؤدي إلى نهضة اقتصادية وبالتالي نهضة اجتماعية وثقافية. خطة السير في الدراسة:

بعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة والأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة ثم بلورت مشكلة الدراسة الحالية وسارت الدراسة وفقاً للخطوات التالية:

1- الإطار العام للدراسة:

وجاء للتعريف بالدراسة من خلال المقدمة وعرض الدراسات السابقة ثم مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وأهداف الدراسة وأهميتها، والتعريف بمنهج الدراسة وحدود الدراسة وعينتها، ومصطلحات الدراسة وخطة السير فيها.

2- الإطار النظري للدراسة:

وجاء الإطار النظري مكوناً من ثلاثة أجزاء وهي:

الجزء الأول: وتم به تناول الإطار الفكري للاقتصاد الإبداعي من حيث ماهيته ونشأته وأهدافه وخصائصه ودوره في تنمية الاقتصاد في مصر، وتم به توضيح أهم مجالات (جوانب) الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية والثقافية وضرورة قيام التعليم بتحقيقها بين طلابه وخاصة التعليم الجامعي النوعي وجاء هذا الجزء ليجيب عن التساؤلين الأول والثاني من تساؤلات الدراسة.

الجزء الثاني: وجاء به توضيح لعلاقة التعليم الجامعي النوعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي، وأهم المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي وأهم معوقات تحقيقها، وجاء هذا الجزء ليجيب عن التساؤل الثالث من تساؤلات الدراسة.

3- إجراءات الدراسة الميدانية:

وتم بهذا الجزء توضيح أهداف الدراسة الميدانية وإعداد أدواتها وتقنياتها وتطبيقها، وعينة الدراسة وأسلوب اختيارها وأسلوب المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة الميدانية.

4- نتائج الدراسة الميدانية:

وجاء بهذا الجزء نتائج تطبيق الاستبانة وهي واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي وأهم معوقات تحقيقه، وجاء هذا الجزء ليجيب عن التساؤلين الرابع والخامس من تساؤلات الدراسة.

5- بناء ووضع رؤية مستقبلية:

وتم بناء ووضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر مع توضيح آليات تنفيذ تلك الرؤية وأهم متطلبات تنفيذها ، وجاء هذا الجزء لكي يجيب عن التساؤل السادس والأخير من تساؤلات الدراسة. ثم اختتمت الباحثة الدراسة بقائمة المراجع العربية والأجنبية التي استعانت بها في إعداد الدراسة.

الإطار النظري:

أولاً: الإطار الفكري للاقتصاد الإبداعي (ماهيته ، نشأته ، أهدافه ، خصائصه ، دوره في تنمية الاقتصاد في مصر):
(أ) ماهية الاقتصاد الإبداعي ونشأته:

إن مفهوم الاقتصاد الإبداعي يربط بين الاقتصاد والإبداع، وقد يبدو للوهلة من غير المنطقي الجمع بينهما ، ولكن وجد العلماء أن هناك ركناً ركيناً من الاقتصاد يعتمد على المبدعين وأفكارهم وتحول من ثم إلى مال وترفع الاقتصاد بشكل كبير مما أدى إلى تسميته بالاقتصاد الإبداعي.

وأجمعت عدة دراسات منها (Schlesinger, p., 2017) ، (D'Andrea, M. , 2012) ، (Veselà, D. & Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, 292) ، (Klimovà, K. , 2014) أن مصطلح الاقتصاد نشأ في عام 2001م على يد الكاتب والإعلامي البريطاني (جون هوكنز).

وهو اقتصاد أفكار وليس اقتصاد أرض أو رأس مال و الاقتصاد الإبداعي له عدة مجالات وأنواع هي: الإعلان والعمارة ، والفنون ، والتحف والحرف والأزياء، والتصميم ، والسينما والموسيقى وفنون الأداء والنشر (D'Andrea, M. , 2012, 81)

و(جون هوكز) هو أول من سلط الضوء عام 2001م على الإبداع ونادى لاستخدامه من أجل كسب المال ، ويتضح ذلك من الاحتفال باليوم العالمي للإبداع والابتكار في يوم 21 أغسطس بداية من عام 2002م، وفي عام 2005م امتد هذا اليوم إلى أسبوع للابتكار والابداع العالمي، وفي عام 2009م وأعلن الاتحاد الأوروبي أن هذا العام هو سنة الإبداع الأوروبية ، والهدف من ذلك تحسين الإبداع بين السكان ، وفي جميع المجالات في التعليم، الثقافة ، ريادة الأعمال ، الإعلام، البحث ، السياسة الاجتماعية والإقليمية والريفية من أجل تعزيز تنمية الصناعات الإبداعية في (أوروبا)، وأنشئت مؤسسات لتعزيز الاقتصاد الإبداعي "منها منتدى الصناعات الإبداعية، ومعهد الاقتصاد الإبداعي في (كوشيتسه) عاصمة أوربا الثقافية لعام 2013م". (Veselà, D. & Klimovà, K. , 2014, 413)

ونشأ الاقتصاد الإبداعي في أثناء الأزمة المالية العالمية وكانت دافعاً لنشأة الاقتصاد الإبداعي إلى الإمام، وحيث إنه بالرغم من تقلص التجارة في العالم إلا أنه بدأ يقوى ويتضاعف بصورة خاصة

في أوربا (Prtatt, A. C. & Hutton, T. A, 2013, 87).

جاء هذا المصطلح وتم تعميمه وانتشرت ما تسمى الثقافة الإبداعية ودخلت عالم الاقتصاد لتولد الاقتصاد الإبداعي، وبدأت في أوربا شركات متعددة في ذلك الاتجاه واهتمت بالصناعات الإبداعية الأوروبية ليشمل الاهتمام كل الاتحاد الأوروبي (Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, 292)

وأن مصطلح الاقتصاد الإبداعي "بدأ يروج له (جون هوكنز) وكتب كتاب الاقتصاد الإبداعي Creative Economy عام 2001م وطبقه على (15) نشاطاً صناعياً يشمل مجالات متنوعة تبدأ بالفنون وتمتد لتشمل مجالات متنوعة تبدأ بالفنون وتمتد لتشمل مجالات العلم والتكنولوجيا ، ثم تبعه كتاب الصناعات الإبداعية (لجون هارتلي) عام 2007م، وكانت الانطلاقة الكبيرة لانتشاره باطلاق (اليونسكو) ثلاث تقارير متتالية عن الاقتصاد الإبداعي هي

أعوام 2008 م، 2010م، 2013 م، وتم فيها تناول الصناعات الإبداعية بشكل مفصل (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحاييس، 2017، 20).

وقد كان هذا المفهوم ولا يزال مفهوماً فضفاضاً يشمل ليس فقط السلع والخدمات الثقافية وإنما الدمى والألعاب ومجمل ميدان البحث والتطوير أيضاً، ويعرف هذا الاقتصاد بتنوع الأنشطة والعمليات الثقافية ويعني أيضاً بمظاهر الإبداع في مجالات قد لا تعتبر بالبداية ثقافية (الأمم المتحدة واليونسكو، 2013، 22).

يرى (هوكنز) أن الاقتصاد الإبداعي يقوم على الموهبة الإبداعية بشكل رئيسي وهي المواد الخام اللازمة له، وأنه اقتصاد حديث يعتمد عليه من البرامج إلى الأحذية وهو جوهر الاقتصاد المعاصر، حيث الآن 30 % من القوى العاملة في أمريكا يعملون في اقتصاد الإبداع (Araya, D., 2010, 220).

لقد كان الاقتصاد يعتمد على تدفقات رأس المال من الناحية الاقتصادية فترة طويلة، ولرأس المال أنواع مختلفة وهي: رأس المال المادي وهو المواد الخام، ورأس المال الاستثماري، وهو التمويل، والأرض وهي الملكية الوظيفية، ورأس المال البشري وهو المتعلمين من البشر، ورأس المال الاجتماعي وهو النوع الذي يأتي من الأشخاص الذي يتصرفون في مجموعات بشكل ما، أما العصر الحالي العصر الإبداعي فإن رأس المال فيه هو رأس المال الإبداعي وهو يختلف عن رأس المال البشري وقد يكون رأس المال الإبداعي ضمنياً في مفاهيم رأس المال البشري ولكن الإبداع أكثر من التعليم حيث إن الإبداع والابتكار يعتمدان بالإضافة للتعليم على التدريب. (Araya, D., 2010, 226)

ويعرف بأنه " هو خلق محركات النمو الجديدة وفرص العمل من خلال تقارب العلوم والتكنولوجيا مع الصناعة، والانصهار بين الثقافة والصناعة وازدهار الإبداع في الحدود ذاتها التي كانت تتخلل كل ذلك". (Editorial, 2015,4)

ويمكن القول أنه " اقتصاد يعمل على إعادة ترمين الإبداع كأحد مدخلات تكوين الثروة على مستوى الاقتصاد العالمي، ويرتبط ظهور الاقتصاد الإبداعي بما يسمى تنقيف Culturatlization الحياة الاقتصادية وساعد في ذلك التحول نحو التنظيمات الشبكية Networked (جون هارتلي، أبريل 2007، 50).

ويتطلب الاقتصاد الإبداعي تحولاً في فهمنا للثقافة فنحن أمام تحدى التفكير في الثقافة والإبداع بأشكالها المتعددة كعناصر أساسية للاقتصاد الإبداعي، وقطاعات الصناعات الإبداعية وهي مواقع ابتكار أساسية في محتوى الإنتاج والتوزيع الرقمي في عصر العولمة، والبنى التحتية الشبكية، (جون هارتلي، مايو 2007، 182).

وذلك يعني أن الثقافة القومية هي تراث عظيم ولا بد من محافظة المواطنين عليه والاندماج في ثقافة قومية مشتركة وأن الربط والدمج بين الثقافة والتراث الثقافي والإبداع ينتج عنه اقتصاد إبداعي هائل يسهم في تقدم الأمم.

وقد ساعد في انتشار اقتصاد الإبداع الثورة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويعرف الاقتصاد الإبداعي بأنه "اقتصاد المخترعين أصحاب الأفكار الابتكارية الخاصة وهو اقتصاد جمعي كلي في إطاره العام، وإن كان الأنشطة التي يمارسها هي جزئية في نطاقها الخاص، وهو اقتصاد متطور يعتمد على حركة الفكر وعلى نتاج هذا الفكر، ويضيف الجديد والأكثر فاعلية بالتالي لا بد من البحث عن أصحاب الملكات الإبداعية وتوظيفهم والتقدم بهم. (محسن الخضيري، 2009، 38).

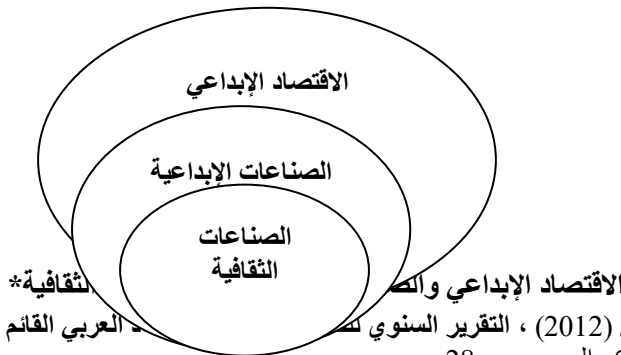
ويعرف (هوكنز) الاقتصاد الإبداعي بأنه القدرة على توليد شيء جديد ويعني إنتاج أفكار أو اختراعات ذات مردود اقتصادي وهي البضاعة أو الخدمة التي تحقق قيمة اقتصادية، وإن العلاقة بين الإبداع والاقتصاد تؤدي إلى ثروة استثنائية (جون هوكنز، 2009م).

ويعرف الاقتصاد الإبداعي في تقرير (الأونكتاد) (UNCTAD) (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية) عام 2010م بأنه "العملية التي يتم فيها تحويل الأفكار إلى أشياء ذات قيمة، أو هو استخدام الأفكار لإنتاج أفكار جديدة، ويمكن النظر إلى الإبداع على أنه عملية اجتماعية قابلة للقياس من الناحية الاقتصادية". (United Nations, 2010, 10)

والاقتصاد الإبداعي هو "مجال هام وجديد ومتنامي في مجال توليد القيمة المضافة وخلق فرص العمل وتزايد الثروة، بوصفه محركًا للاقتصاد وباعتباره معززًا للتنوع الثقافي من خلال تحويل الأفكار الثقافية الإبداعية إلى مشاريع عمل تجارية، وأصبح الاقتصاد الإبداعي أهم اقتصاديات العالم التي تهتم بالصناعات الثقافية الإبداعية التي باتت موردًا اقتصاديًا هامًا في اقتصاديات هذه الدول". (أنصار رفاعي، ثريا يوسف، 2017، 3).

وبذلك يمكن القول أن الاقتصاد الإبداعي هو الاقتصاد الذي يعتمد على أفكار المبدعين وتحويلها إلى مال مما يجعل للأفكار الإبداعية قيمة تسهم في تحقيق اقتصاد جم للفرد والمجتمع ويسهم في حل مشكلة البطالة في المجتمع ورفي مستوى الاقتصاد العام في المجتمع، ومن ثم يجب العمل على رعاية المبدعين وتنميتهم وتطويرهم بشكل مستمر مع توفير الدعم والمساندة اللازمة لهم بداية من اكتشافهم مرورًا بتنمية معارفهم ومهاراتهم وتعزيز الثقافة القومية لديهم وتوفير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اللازمة لعملهم.

وهناك بعض المصطلحات المرتبطة بالاقتصاد الإبداعي والمتداخلة معه ومنها الصناعات الثقافية، والصناعات الإبداعية والشكل التالي يوضح الاقتصاد الإبداعي وعلاقته بها. (لقاء عبود، 2014، 52).



وفيما يلي توضيح المصطلحين المذكورين أعلاه:

● الصناعات الثقافية:

يعتبر مصطلح الصناعات الثقافية مصطلحًا موازيًا لمصطلح الصناعات الإبداعية ومصطلح الصناعات الثقافية يقصد بها المنتجات الثقافية التي تعتمد على الثقافة وتشتمل على مجموعة من المواد الثقافية والمنتجات الثقافية وتشمل مجالات متعددة كالموسيقى والفنون والكتابة وإنتاج الأزياء وتصميمها والصناعات الإعلامية مثل الإذاعة والتلفزيون والنشر

والإنتاج والتوزيع السينمائي والتلفزيوني (الأمم المتحدة واليونسكو ، 2013 ، 22) ، وتشتمل الأعمال الفنية والعروض الموسيقية وغيرها من الأعمال التي تربط بين الثقافة والإبداع.

ويشير الاقتصاد الإبداعي إلى الصناعات التي تولد سلعا غير ملموسة وتتكون من مجموعة من الصناعات التي تجمع بين المعرفة والمعلومات والخيال والأفكار وهي الفنون والثقافة والأعمال التجارية والعلوم التكنولوجية ، والاقتصاد الإبداعي يشكل مجالا معقداً ومتنوعاً من الإبداع والابتكار بدءاً من صناعات حقوق التأليف والنشر مثل النشر والموسيقى والفنون البصرية / الأدائية ، والأفلام ، الإعلام ، العمارة ، الإعلان والتصميم هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى صناعات براءات الاختراع مثل الهندسة والتكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا المعلومات والمستحضرات الإلكترونية والصيدلانية (Araya, D., 2010, 220)، ويستخدم مصطلح الصناعات الثقافية للإشارة إلى البعد التجاري بالقطاع الثقافي الذي يجعل من الإبداع والفنون منتجاً مادياً". (لقاء عبود، 2014، 51).

تعرف الصناعات الثقافية الأساسية بأنها هي الصناعات التالية (الإذاعة، التلفزيون ، صناعات الأفلام ، الصناعات الموسيقية ، التسجيل والنشر ، والأداء المباشر والمطبوعات والنشر الإلكتروني بما في ذلك وسائل الإعلام والكتب والمجلات وقواعد البيانات وألعاب الفيديو والكمبيوتر والإعلان والتسويق والعلاقات العامة. (Klein, B. et al. , 2015, 4) ويمكن القول أن الصناعات الثقافية هي الصناعات القائمة على الثقافة محولة إياها إلى منتجات تحقق أرباح مادية واقتصاد مستمر ومتجدد.

● الصناعات الإبداعية:

يطلق تعبير الصناعات الإبداعية على مجموعة أكبر من المواد الإنتاجية بضمنها السلع والخدمات التي تنتجها الصناعات الثقافية والسلع والخدمات التي تعتمد على الابتكار بما في ذلك أنواع عديدة من منتجات البحوث والبرمجيات. (الأمم المتحدة واليونسكو، 2013م، 22).

وتعرف بأنها تلك الصناعات التي لها أصل من الإبداع والمهارة والموهبة التي يمتلكها الفرد، والتي لديها إمكانية للثروة وخلق فرص العمل من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية في تصميم المنتج مثل الرسم والأزياء والحرف والهندسة المعمارية والإعلان والتسويق. (Munro, E. , 2017, 15)

ولقد تجاوزت الصناعات الإبداعية حدود القطاع الثقافي لتشتمل على وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات المختلفة وذلك يعني أن الصناعات الإبداعية هي لب الاقتصاد الإبداعي وتشتمل على الصناعات الثقافية بالإضافة إلى الصناعات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنواعها المختلفة .

وهناك أيضاً بعض المصطلحات التي نشأت بعد نشأة الاقتصاد الإبداعي في دول العالم لا بد من التعرف عليها ومنها ما يلي:

● الطبقة الإبداعية:

يشير الاقتصاديون إلى أن ظهور الاقتصاد الإبداعي أدى إلى الأهمية المتزايدة للإبداع وظهرت الطبقة الإبداعية وهي طبقة جديدة من المثقفين والفنانين والمصممين وهي قوة اقتصادية صاعدة في الوقت الحاضر، ويعتقد الاقتصاديون أنها ستعيد تشكيل اقتصاد البلدان المتقدمة (Araya, D., 2010, 217)

وهي مجموعة من الأفراد ذوي الأفكار الإبداعية التي يمكن تحويلها إلى مال واقتصاد، وذلك لأنه يمكن تحويلها لسلع منتجة أو مشروعات اقتصادية تجلب دخلاً لأصحابها وكل العاملين معهم، ويتميز هؤلاء الأفراد بالموهبة والمثابرة وامتلاك تكنولوجيا المعلومات (على العراقي، 2015، 86).

"وهي طبقة بالإضافة للمبدعين تضم أنواعاً من المهنيين والعاملين والإداريين والتقنيين (وليس فقط العاملين في مجال الإبداع وفي ميادين الصناعات الثقافية والإبداعية وتنتج أنواعاً عديدة من المبتكرات ويكون هؤلاء الأفراد طبقة هي المنبع للطاقة الابتكارية والحيوية الثقافية (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحاييس، 2017، 26)، وأصبحت الطبقة الإبداعية تحظى بمكانة كبيرة في الوقت الحاضر في دول العالم المختلفة .

● المراكز الإبداعية:

انتشرت المراكز الإبداعية في عدة دول من العالم ، ومن أكثر الدول التي تنتشر بها هي (المملكة المتحدة) حيث أصبحت المراكز الإبداعية ظاهرة عالمية في غالبية المدن الإنجليزية، وقد أصبحت تلك المراكز طريقة جديدة لتنظيم عمليات تنمية وتطوير الاقتصاد الإبداعي، وهي تدعم الممارسات الإبداعية المتخصصة والمركز الإبداعي يقدم للمشروعات الإبداعية المصغرة فرصة التكامل مع الأطراف الأخرى لغرض الحصول على الموارد الهامة مثل الأدوات والخدمات المتخصصة أو مصادر الإلهام وذلك من أجل تطوير المشروعات والأعمال وتمثل منحني جماعياً للتعامل مع البيانات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية وكذلك عمليات الابتكار والإبداع". (المجلس الثقافي البريطاني ، 2016، 4) ، وتلك المراكز منها ما هو ربحي ومنها ما هو غير ربحي، وإن كانت الغالبية العظمى منها غير ربحية خاصة في بريطانيا.

● المدن الإبداعية:

يعرفها (جون هارتلي) بأنها فضاءات تظهر بها تجليات البيئة الإبداعية ظاهرة ، وتتمتع بعدة سمات منها وجود قطاع فنون وثقافة نابض بالحياة، وقدرة على توليد فرص العمل والإنتاج في الصناعات الثقافية والخدمات ومبادرات تخطيطية تهتم بتوزيع الموارد وفق الاحتياجات العالمية والمحلية، وتوسعاً فإن المدن الإبداعية تتصف بكيفية إعادة تخيل فضاءات محلية حضرية وتجديدها وتعديل الفرص فيها في إطار عالمي تنافسي (جون هارتلي، مايو 2007، 9).

يتمركز الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في المدن بصفة عامة فعلى سبيل المثال يتمركز في المملكة المتحدة في (لندن) ويتمركز في (كندا) في مدن (تورونتو، ومونتريال ، وفانكوفر) وهي أعلى مدن (كندا) من حيث العمالة وعدد السكان، وفي (آسيا) أيضاً يتمركز في (طوكيو وسيول ، ويكين وشانغهاي وبانكوك) ، وفي جميع دول العالم يتمركز بشكل كبير هذا الاقتصاد الإبداعي في المدن الكبرى وتسمى المدن الإبداعية.

(Prtatt, A. C. & Hutton, T. A, 2013, 87)

ويرجع انتشار الاقتصاد الإبداعي بالمدن الكبرى وذلك لأنها تتمتع بميزة امتلاك مجموعة متنوعة من المدارس والمنظمات البحثية المصممة لتقديم مجموعة من برامج الشهادات والمناهج التي تشجع على الإبداع وتوفر منصات وشبكة إبداعية مثل العلاقات في الأسواق

المتخصصة التي توفر ميزة تنافسية مع توفير المراكز والمختبرات وفرص حماية الملكية الفكرية مما يولد الإنتاج الإبداعي. (White, D. S., et al. , 2014, 51)

يزدهر الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في الدول الأوروبية أكثر من دول جنوب شرق آسيا ويرجع ذلك لأن بالمدن الآسيوية توجد بها وفرة مالية واقتصادية قوية نسبياً مما يجعلهم مؤيدون للصناعة أكثر من الصناعات الإبداعية التي يعتبرونها أقل أهمية. (Prtatt, A. C. & Hutton, T. A, 2013, 93)

بالرغم من انتشار الاقتصاد الإبداعي بالمدن الكبرى فإن هناك من يرى أنه يمكن استكشاف الصناعات الإبداعية والعمل على تنميتها بالمناطق الريفية والمحرومة والناحية. (Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, 295)

ويمكن أن يتم إنشاء عدة مدن إبداعية في جمهورية مصر العربية لامتلأها كل ما يلزم لذلك من ثروات بشرية وثقافية .
(ب) أهداف الاقتصاد الإبداعي:

يقوم الاقتصاد الإبداعي بدور مهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ولقد حث مؤتمر الأمم المتحدة الثالث عشر (الأونكتاد) (UNCTAD) المنعقد في أبريل 2012م، (بالدوحة) على ضرورة تواصل دعم الحكومات للاقتصاد الإبداعي لتعزيز اقتصادياتها الإبداعية وذلك كخيار إنمائي للمجتمع بأثره وأنه يحقق عدة أهداف للمجتمع منها ما يلي:

- 1- يشكل الاقتصاد الإبداعي نروة التنمية في المجتمع للجميع.
 - 2- يعتبر الاقتصاد الإبداعي صناعة خضراء تساهم في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمع.
 - 3- يشجع ويعزز الاقتصاد الإبداعي التنوع الثقافي ويساعد على التفكير بطريقة ديمقراطية.
- وقد أثبت مركز الأبحاث الاقتصادية وبحوث الأعمال بالملكة المتحدة أن الصناعات الثقافية قد ساهمت بمبلغ (5.9) مليار جنيه إسترليني في الاقتصاد البريطاني عام 2013م. (Munro, E. , 2017, pp. 14 - 25)

وبالتالي يعمل اقتصاد الإبداع كمحرك رئيس للاقتصاد المجتمع وبشكل كبير خاصة في مصر.

ويهدف الاقتصاد الإبداعي إلى تحقيق عديد من الأهداف وبعد الاطلاع على عدة دراسات منها (محسن الخضيرى، 2009، 19 - 27) ، (المجلس الثقافي البريطاني، 2010، 24)، (أنصار رفاعي ، ثريا يوسف، 2017 ، 3) ، (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحائس، 2017، 41 - 47) ، (لقاء عبود، 2014، 54 - 55) ، (عمر وهدية ، 2015 ، 165 - 170) ، (سامر قنطجى، 2016، 11 - 17) ، ويمكن تلخيص أهداف الاقتصاد الإبداعي فيما يلي:

- تحقيق انتعاش اقتصادي دائم ومستمر:
حيث إنه لا يمكن الاستغناء عن استهلاك منتجات الاقتصاد الإبداعي داخل المجتمع وتوليد الدخل للأفراد وزيادة عائدات التصدير.

- إيجاد فرص عمل: حيث من أهم القيم المضافة للاقتصاد الإبداعي أنه يعمل على خلق فرص عمل لعدد كبير من العاملين بالصناعات الإبداعية والثقافية المختلفة والعاملين بجميع

الأعمال المترتبة عليها من تسويق وتوزيع وفتح مجالات عمل لفرص عمل جديدة لم تكن موجودة من قبل.

- يحقق الاقتصاد الإبداعي تماسك المجتمع وترابطه:
حيث يعمل على ترابط جميع فئات المجتمع المختلفة التي تعمل كنسق منظم وذلك من خلال اتحاد كل منظمات المجتمع المختلفة الحكومية وغير الحكومية وجميع الأفراد لتحقيق الاقتصاد الإبداعي الذي سيعود بالنفع على الجميع.

- يعمل الاقتصاد الإبداعي على فوائد ثقافية في المجتمع:
ومنها الترابط الثقافي والالتفاف حول الثقافة القومية من عادات وطقوس وتحف وموسيقى وكل أشكال الثقافة المتنوعة بالمجتمع وذلك يؤدي في مجمله إلى احترام الآخر وفكره وثقافته واهتماماته مما يحقق الاندماج الاجتماعي لجميع الأفراد ويقضي على العوامل التي تؤدي إلى التميز الاجتماعي في المقام الأول وتعزز بالتالي المشاركة الاجتماعية والتفاعل بين الأفراد.

- يهدف الاقتصاد الإبداعي إلى تحقيق عوائد سياسية في المجتمع:
حيث إن زيادة الاندماج في الاقتصاد الإبداعي يؤدي إلى زيادة إمكانيات الدولة وقدرتها التنافسية في الاقتصاد العالمي وفي الأسواق العالمية بزيادة صادراتها من الصناعات الإبداعية مما يعود على الدولة بزيادة دورها في الاقتصاد العالمي وزيادة قدرتها التنافسية.
(ج) خصائص الاقتصاد الإبداعي:

يتصف الاقتصاد الإبداعي بمجموعة من الخصائص والمواصفات التي يختص بها ،
ومن أهم تلك الخصائص ما يلي: (محسن الخضيرى، 2009، 32-37) ، (Munro, E. , 2017, 16) ، (D'Andrea, M. , 2012, 81)

1- اقتصاد ينتشر في جميع أنحاء العالم ويخلق بعيداً طويلاً وعرضاً عبر الحدود، ويتطلب نوعاً من استدامة المكون التعليمي له وتجديده باستمرار حتى يفي بمتطلبات هذا الاقتصاد الجديد المختلف.

2- اقتصاد إنتاجي متطور: يتصف الاقتصاد الإبداعي بأنه اقتصاد ذو طبيعة ارتقائية فعالة ولقد اتصف بتلك الخاصية لأنه ينتج العديد من المنتجات الفكرية والخدمية والسلعية والتي تجد أسواقاً متعددة ومتكاملة وفعالة، وتتصف منتجاته بأنها منتجات جديدة ومستحدثة وفاعلة مما يجعله اقتصاداً متطوراً باستمرار وكل منتج به يقبل التطورات والتحسينات التي تحدث له بصفة مستمرة.

3- الاقتصاد الإبداعي بعيد عن النمطية الموجودة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى لأن من يعمل به يتمتع بالحرية ، ووجود التعاون في العمل، ولكن الحرية في العمل هي أكثر ما يحسد عليه الذين يعملون بالاقتصاد الإبداعي .

4- اقتصاد يعتمد على الملكات الفكرية والقدرات الإبداعية للأفراد: حيث إن جميع الأنشطة التي يمارسها الاقتصاد الإبداعي تعتمد على الموهبة بشكل رئيسي وتلك المواهب تدفع إلى المنتجات الإبداعية الأكثر إقتناعاً وتفوقاً وهو اقتصاد يتطور بما يضاف إليه من أنشطة ابتكارية جديدة وذلك يقوم على القدرات الإبداعية للخبراء والمتخصصين في المجالات المختلفة.

5- اقتصاد الإنتاج والتسويق يتم فيه بشكل فوري: جاء الاقتصاد الإبداعي منجزاً ومحققاً لتفاعلات كل من الحاجة والرغبة والقدرة ، وله القدرة على التعامل الحيوي الفعال واختراق الأسواق، وتحقيق نفاذية عالية، بشكل لا يستطيع أي قيود أن توقف تدفقه المتبادل بين أطرافه، وذلك يشير إلى أن التسوق فيه ابتكاري وإبداعي فعال وهو ما استدعى مشاركة فعالة للاقتصاد الإبداعي وبالتالي يعد الاقتصاد الإبداعي اقتصاداً مختصراً للوقت ويتم بشكل فوري وبدون فواصل ويتفاعل كامل ، وقد ساعده على ذلك التقدم المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

6- اقتصاد لحظي توافقي اتجاهي عام: هو اقتصاد تملؤه الحركة الواثبة وتعطي له اعتبارات اللحظة قدرات متفاعلة للتحقق، واعتبارات اللحظة كثيراً ما تؤدي إلى تفعيل الحاجة إلى الاختراع الذي يؤثر في اقتصاديات الابتكار وهو ما يعمل على جعل الاختراع أداة فعالة للتطوير وفي الوقت نفسه يعمل على إضافة قوة دفع هائلة لتطوير الاقتصاد، وذلك يؤدي إلى المزيد من الجهد المتواصل للوصول إلى المبدعين والمكتشفين والباحثين لتنمية مواهبهم وصقلها للوصول إلى الأفضل والأحسن والأرقى.

7- العمل الإبداعي غير آمن وغير مستقر، والعمل به يتطلب ساعات كبيرة للثقافة من أجل الإبداع فيه.

8- الاقتصاد الإبداعي لابد أن يتمتع كل من يعمل به (يحتاج العمل به) المزيد من الدافع والتصميم والإرادة ويتطلب العمل الجاد وتحمل المسؤولية والتمتع بمهارات عالية من المرونة الاستثنائية التي يتطلبها الاستمرار في العمل بتلك الصناعات الإبداعية.

9- اقتصاد حركي بل كثيف الحركة: هو اقتصاد حركي سواء في تنوعه الإنتاجي أو في ما يقدمه أو ما يتصل به ، ويعمل فيه ، وبصفة خاصة من جانب أصحاب المواهب الإبداعية وهو اقتصاد قائم عليهم وبهم، وبالتالي فإن هذا الاقتصاد يتصف بطبيعته الحركية وهو اقتصاد تتدافع فيه فواعله وعوامله بشكل متزايد، خاصة أن حركة الأشياء العاملة فيه متوافقة مع ارتباطاتها المتحركة سواء بالاستجابة أو التوافق مع احتياجات ورغبات العملاء، والمتعاملين في هذا الاقتصاد الإبداعي.

كانت تلك أهم خصائص الاقتصاد الإبداعي التي تميزه عن غيره من الاقتصاديات الأخرى في المجتمع.

(د) دور الاقتصاد الإبداعي في تنمية الاقتصاد في مصر:

يسهم الاقتصاد الإبداعي في نمو الاقتصاد في المجتمع بشكل كبير وذلك لأنه اقتصاد أكثر استقراراً وقد ساعدت الأزمة الاقتصادية العالمية على تعزيز مكانته ومكانة الإبداع الثقافي كقيمة اقتصادية مضافة كبيرة الحجم.

بالإضافة إلى دور الاقتصاد الإبداعي في توفير فرص العمل بالمجتمع والإسهام في حل مشكلة البطالة والعمل والتماسك الاجتماعي والعوائد الثقافية والاجتماعية له فإنه يلعب دوراً مهماً في تحقيق النمو الاقتصادي للدول المختلفة ولقد تفوقت في ذلك الاقتصاديات الغربية في الاهتمام به، ويرى (جون هارتلي) أن منتجات الصناعات الثقافية الإبداعية ستصعد إلى المرتبة الأولى في الحياة الاقتصادية والخدمات والمعلومات في المرتبة الثانية، والتصنيع في المرتبة الثالثة، والزراعة في المرتبة الرابعة (جون هارتلي، مايو 2007، 168).

وهذا ما أكدته بالفعل السنوات التالية لتوقعات (جون هارتلي) حيث إنه حسب تقرير الأونكتاد عام 2013م (United Nations & UNCTAD, 2013) فإنه أظهر أن الاقتصاد

الإبداعي قد ساهم في تحقيق التنمية وارتفع حجم التجارة العالمية من المنتجات بين عامي 2002م، 2011م، بما يزيد عن الضعف عام 2011م، حيث بلغ حجم التجارة العالمية من السلع والخدمات الإبداعية (624) بليون دولار ووصل معدل النمو السنوي خلال تلك الفترة (8.8) %، وزادت صادرات الدول النامية من الصناعات الإبداعية بنسبة (12.1) % سنويًا. وأوضح تقرير (الأمم المتحدة) الإنمائي بالتعاون مع (الأونكتاد) (United Nations & UNCTAD, 2010) الصادر عام 2010م بأن (الصين) قد حصلت على المركز الأول عالميًا في تصدير الصناعات الإبداعية بنسبة (20.8) %، وذلك في الفترة من 2002م وحتى 2008م، وجاءت (الولايات المتحدة الأمريكية) في المركز الثاني بنسبة (8.6) %.

واقتصاد الإبداع في صعود كبير في (الولايات المتحدة) في زيادة مستمرة وأن العاملين كانوا عام 1980م قرابة (10) % من القوى العاملة وتزايد ووصل إلى (20) % في عام 1990م، وفي الوقت الحالي في عام 2007م، وصل إلى (30) % وذلك من إجمالي العاملين بالقطاعات الاقتصادية الثلاثة في (أمريكا) وهي القطاعات الإبداعية والتصنيع والخدمات. (Araya, D., 2010, 219)

ووهناك من يلخص دور الصناعات الإبداعية والاقتصاد الإبداعي على النمو الاقتصادي فيما

يلي: (Daubaraitė, U. & Startienė, G., 2015, 131)

1- تقليل البطالة بين الشباب: محاربة البطالة وتخفيض نسبتها في المجتمع خاصة بين الشباب.

2- خلق القيمة المضافة والمساهمة في زيادة الناتج المحلي للإجمالي.

3- تمثل جزء من التجارة الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات من تلك الصناعة في التجارة الخارجية.

أما عن حجم الاقتصاد الإبداعي في (المملكة المتحدة) وهي من أعلى دول العالم في الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي فقد شهد عام 2015م نحو (1.8) % مليون وظيفة في قطاع الصناعات الإبداعية والثقافية وهو ما يعكس زيادة قدرها (5.5) % بين عامي 2013م، و عام 2014م، في حجم التوظيف في المملكة المتحدة في مجال الاقتصاد الإبداعي، وكان إجمالي القيمة المضافة للصناعات الإبداعية (84.1) مليار جنيه استرليني في عام 2014م وهو ما يمثل (5.2) % من اقتصاد المملكة المتحدة، وقد ازداد إجمالي القيمة المضافة للصناعات الإبداعية بما يعادل (8.9) % بين عامي 2013م، 2014م، ولم يتخطى هذه النسبة سوى في مجال الإنشاءات الذي سجل نسبة (10.2) %، وذلك مقارنة بـ (4.6) % في باقي اقتصاد المملكة المتحدة (المجلس الثقافي البريطاني، 2016، 12 - 13).

يتضح مما سبق الدور الكبير والقيمة المضافة الكبرى لاقتصاد الإبداع في تنمية

الاقتصاد في المجتمع في الدول الغربية وعلى رأسها المملكة المتحدة و(الصين) و(الولايات المتحدة الأمريكية).

ومصر في أمس الحاجة إلى هذا الاقتصاد الإبداعي لما تملكه من قدرات ومبدعين وثقافة قومية وتراث ثقافي غير متوفر لغيرها من الدول في العالم، وبالنظر إلى تقرير الاقتصاد الإبداعي الصادر عن الأمم المتحدة و(الأونكتاد) عام 2018م، فقد تم استخلاص الجدول التالي:

جدول رقم (1)

معدل أداء الاقتصاد الإبداعي ومعدل التجارة بالصناعات الإبداعية والثقافية في مصر في الفترة من 2002م-2015م*
القيمة بالمليون دولار

| 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | العام |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|---------------|
| 1103.29 | 1125.39 | 1144.08 | 1152.54 | 1074.63 | 1046.95 | 595.11 | 218.11 | 116.28 | 65.23 | الصادرات |
| 674.15 | 682.06 | 675.38 | 641.14 | 816.47 | 637.52 | 585.53 | 230.06 | 213.82 | 196.20 | الواردات |
| 429.14 | 443.33 | 468.70 | 511.40 | 258.16 | 1409.43 | 9.58 | -11.95 | -97.54 | -130.97 | توازن التجارة |

* أعدت الباحثة الجدول بالاعتماد على:

- United Nations & UNCTAD (2018), Creative Economy Outlook – Trends in International Trade in Creative Industries 2002 – 2015 , Country Profiles 2005 – 2014, United Nations: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 171 – 173.

يتضح من الجدول السابق:

- زيادة حجم الصادرات من الصناعات الإبداعية في مصر والذي تزايد في الفترة من عام 2005م حتى عام 2011م حيث بلغت (65.23) مليون دولار عام 2005م، وتزايدت بشكل تدريجي في السنوات التالية حتى وصلت أعلى معدل لها وهو (1152.54) مليون دولار في عام 2011م.

- تدهور حجم الصادرات من الصناعات الإبداعية في مصر في الفترة من عام 2011م وحتى عام 2014م حيث كانت (1152.54) مليون دولار في عام 2011م، ثم بعد ذلك تناقصت بشكل تدريجي في السنوات التالية لها حتى وصلت (1103.29) مليون دولار في عام 2014م.

- تزايد حجم الواردات من الصناعات الإبداعية في مصر في الفترة من عام 2005م حتى عام 2010م، حيث بلغت (196.20) مليون دولار في عام 2005م، ثم تزايدت تدريجياً حتى بلغت أقصى قيمة لها وهي (816.47) مليون دولار في عام 2010م.

- تناقص حجم الواردات من الصناعات الإبداعية في مصر في الفترة من عام 2010م ، وذلك بشكل تدريجي حيث كانت قيمتها (816.47) مليون دولار عام 2010م وتناقصت حتى وصلت (674.15) مليون دولار في عام 2014م.

- أما بالنسبة لمعدل توازن التجارة فقد كان أقل من معدل التوازن بين الصادرات والواردات في الصناعات الإبداعية هو (-130.97) مليون دولار ، وذلك في عام 2005م، وكان أعلى معدل لهذا التوازن هو (511.40) مليون دولار في عام 2011م، وتم تناقص هذا المعدل مرة أخرى ليصل إلى (429.14) مليون دولار في عام 2014م.

- كانت معظم الصادرات من الصناعات الإبداعية في مصر من منتجات صناعة الحرف الفنية ثم تليها التصميم ثم النشر بنسبة ضعيفة جداً.

- كانت معظم الواردات من الصناعات الإبداعية في مصر من منتجات التصميم في المرتبة الأولى ثم تليها منتجات النشر ، ثم الحرف اليدوية ثم الوسائط الإعلامية الحديثة ثم في المرتبة الأخيرة المنتجات السمعية البصرية.

- وذلك يعني أن مساهمة الصناعات الإبداعية والاقتصاد الإبداعي في الاقتصاد المصري مازالت ضعيفة بل تناقصت بصورة كبيرة في السنوات الأخيرة وذلك وفق آخر إحصاءات دولية متاحة عنها، وذلك يعني ضعف الاهتمام بهذا الجانب المهم من الاقتصاد، ولا بد من العمل على تعزيز وتنمية الاقتصاد الإبداعي في مصر ودعم كل الصناعات الإبداعية بكل الطرق وتفعيل دور التعليم بكل مستوياته وخاصة التعليم الجامعي النوعي في تعزيز تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الشباب والخريجين في مصر.

- أهم جوانب الاقتصاد الإبداعي التي يجب الاهتمام بها هي التي توجد وازدادت كثرة بها تكلف مصر الكثير من المال وهي صناعات النشر والتوزيع، وصناعة التصميم وصناعة الوسائط الإعلامية الحديثة ، وصناعات الحرف الفنية ، والصناعات السمعية البصرية.

(هـ) مجالات (جوانب) الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية:

تتنوع مجالات الاقتصاد الإبداعي وهذه المجالات تتنوع ما بين الإنتاج الفكري للموهوبين والمبدعين والإنتاج الخدمي والإنتاج السلعي وكل ما يمثل جانب من جوانب الاقتصاد الإبداعي، وكلما اتسعت مجالاته وتنوعت أنشطته كلما زاد تأثيره في الاقتصاد ككل، وأسهم إسهاماً مباشراً في زيادة فاعليته وتطوره بشكل متزايد (محسن الخضيرى، 2009، 39 - 40).

وهناك من يرى أنها تشمل كلاً من الأفلام، التليفزيون ، الفيديو الراديو ، التصوير، الموسيقى ، والفنون المسرحية والبصرية، المتاحف والمعارض والمكتبات ، والنشر ، البرمجيات وخدمات الكمبيوتر. (Munro, E. , 2017, 15)

وهناك من يرى أن الاقتصاد الإبداعي يشتمل على عدة اقتصاديات بداخله وهي: (محسن الخضيرى، 2009، 16 - 17).

- اقتصاد التراث الثقافي.
- اقتصاد فنون الأداء.
- اقتصاد الفنون المرئية.
- اقتصاد فنون الصناعات السمعية.
- اقتصاد النشر (المنشور).
- اقتصاد الهندسة المعمارية.
- اقتصاد التصميم.
- اقتصاد الابتكار والتعمير والتطوير.
- اقتصاد شبكة المعلومات الدولية.
- اقتصاد صناعة الأزمات.
- اقتصاد الخدمات الإبداعية (الإعلانات).

وهي جميعا اقتصاديات حديثة ومتطورة أضافت الكثير إلى اقتصاد الدول المتقدمة ، وخاصة لأنه يعتمد على المبدعين مما أدى لتسابق الدول المتقدمة على حيازة أكبر عدد من المبدعين والعباقرة وأصحاب الأفكار الإبداعية.

ولقد سبق توضيح العلاقة بين الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية والثقافية وهي تمثل جل وجوه الاقتصاد الإبداعي ولقد حظيت باهتمام كبير، وإن الاهتمام بها يعني الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي لأنهم تعبيران تقريباً لنفس المفهوم المقصود وهدفها واحد، وتعدت تصنيفات الصناعات الثقافية والإبداعية

ولقد حددت وزارة الثقافة في (البرازيل) خمس قطاعات إبداعية وما يرتبط بها من أنشطة ثقافية وهي: (Schiray, D. M. et al. , 2017, 512)

- 1- التراث: المواد المادية وغير المادية والأرشيف والمتاحف.
 - 2- التعبيرات: الحرف اليدوية، الثقافة الشعبية، والثقافية الأصلية. والثقافة الأفروبرازيلية، والمواد السمعية والبصرية والأدب.
 - 3- فنون الترفيه: والرقص والموسيقى والمسرح والسيرك.
 - 4- الفنون البصرية.
 - 5- الإبداعات الوظيفية: الأزياء والتصميم والهندسة المعمارية والمنشورات ووسائل الإعلام المطبوعة والسمعية والبصرية، والإنتاج الثقافي.
- وهناك من يرى أن الاقتصاد الإبداعي يشتمل على (13) قطاعاً هي: الإعلان، الهندسة المعمارية، وسوف الفن والتحف والحرف والتصميم وتصميم الأزياء والسينما، برامج الترفيه، والموسيقى، وفنون الأداء والنشر والبرامج والتلفزيون والإذاعة وجميع هذه الأنشطة لها أصولها الإبداعية. (Ghazi, E. L. &Goede, M., 2017, 1940)
- وأهم التصنيفات التي جاءت في تقارير الأمم المتحدة واليونسكو عن الاقتصاد الإبداعي في أعوام 2008م، 2010م، 2013م، وهي ما يلي: (الأمم المتحدة واليونسكو، 2013، 25 - 26).

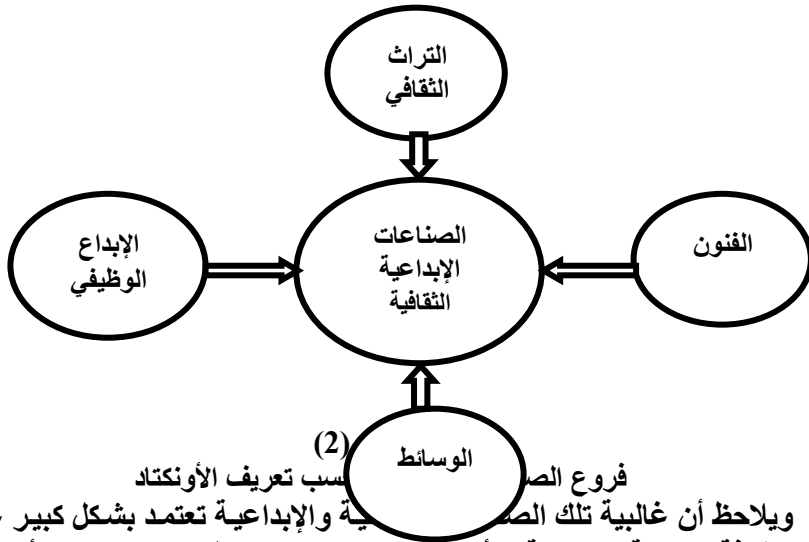
- 1- نموذج مديرية الثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة.
 - 2- نموذج النصوص الرمزية.
 - 3- نموذج الدوائر موحدة المركز.
 - 4- نموذج حقوق المؤلف الخاص بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية.
 - 5- نموذج معهد اليونسكو للإحصاء.
 - 6- نموذج المنظمة الأمريكية للفنون.
- وتصنيفات الصناعات الثقافية والإبداعية الستة السابقة قد اتفقت على عدد كبير من تلك الصناعات وفيما يلي أهم مجالات وأنواع الصناعات الثقافية والإبداعية التي تضمنتها تلك التصنيفات واتفقت وأجمعت عليها:

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| - الإعلان. | - التليفزيون والإذاعة. |
| - الموسيقى. | - النشر. |
| - الهندسة المعمارية. | - الفنون البصرية والسمعية. |
| - الأفلام. | - البرمجيات. |
| - فن التصميم. | - الصناعات الحرفية. |
| - فنون الأداء. | - متاحف وقاعات العرض. |
| - تصميم الأزياء. | |

وقد قسم تقرير الأمم المتحدة و(الأونكتاد) لعام 2010م (United Nations & UNCTAD, 2010) الصناعات الإبداعية إلى أربع مجموعات رئيسية هي:

- 1- التراث الثقافي: ويشمل عدة أنشطة منها الحرف الفنية والتعبير عن التقاليد والمهرجانات الثقافية وأمثالها.
- 2- الفنون: وتشمل الفنون البصرية مثل الرسم والنحت والتصوير والفنون الاستعراضية مثل الموسيقى والسيرك والمسرح والدمي المتحركة والرقص الشعبي.

- 3- الوسائط: وتشمل أوجه النشاط السمعي البصري كالتلفاز والمذياع والسينما والتسجيلات والطباعة والنشر مثل: الكتب والإعلام والمجلات.
- 4- الإبداع الوظيفي: ويشمل نشاط التصميم مثل الديكور والجرافيك ، والمجوهرات والملابس والوسائط الحديثة كالمحتوى الرقمي وألعاب الفيديو والبرمجيات والصور المتحركة والخدمات الإبداعية مثل الدعاية والإعلان والعمارة والبحث والتطوير.
- وقد تم اعتماد تصنيف(الأونكتاد) للصناعات الإبداعية والثقافية في التقرير الثقافي العربي الخامس الذي تناول الصناعات الثقافية الإبداعية في الوطن العربي كما بالشكل التالي: (مؤسسة الفكر العربي، 2012، 30)



فروع الصناعات الإبداعية والثقافية (2) حسب تعريف الأونكتاد

ويلاحظ أن غالبية تلك الصناعات الإبداعية والثقافية تعتمد بشكل كبير على التراث الثقافي والثقافة القومية والمحلية، وأنه يمكن استغلالها عن طريق المبدعين وأصحاب الأفكار الإبداعية وتحويلها إلى اقتصاد إبداعي يساهم في تنمية المجتمع وتقدمه.

وللتعليم دور كبير جداً في اقتصاد الإبداع وذلك لأن كل العاملين في اقتصاد الإبداع جميعهم يعملون بعقولهم ويجب أن تتوفر لديهم قدرات ومهارات إبداعية تؤهلهم للعمل بذلك القطاع المهم.

ويرى (جون هارتلي) أن "المدن تضم أعداداً كبيرة من الطلاب والعاملين في التعليم يجب تسليحهم بالاتجاه للعمل في الصناعات الإبداعية خاصة منهم من يتمسك بثقافته المحلية ويعتز بها، وداخلياً تناضل الجامعات للإجابة عما إذا كان بإمكانها إعداد الطلاب للاقتصاد الجديد، وكيفية تحقيق ذلك، ففصول التعليم التقليدية الكبيرة معدة على أساس تقديم معرفة للإنتاج والعمل الصناعي، وإن كان هناك تحركات محددة في اتجاه آخر وهو تدريس المختصين في الإبداع يعد نموذجياً لأن هناك الكثير الذي يدرس إلى جانب تربية وتدريب الموهوبين في فرع أو آخر من فروع التصميم والأداء والإنتاج والكتابة ، فالعمال المبدعون بحاجة لأن يتعلموا كيف يمتنون عملاً لا يتعاملون فيه مع صاحب عمل واحد، أو قد لا يبقوا في الصناعة نفسها، ومهنتهم قد تكون طول الوقت أو جزء من الوقت أو عن طريق المراسلة" (جون هارتلي، أبريل 2007، 36 - 37).

يتضح مما سبق أنه يقع على كاهل التعليم بصفة عامة والتعليم الجامعي بصفة خاصة والتعليم الجامعي النوعي بصفة أكثر خصوصية مسئولية كبيرة في إعداد المبدعين والموهوبين الملتحقين به وتربيتهم وتدريبهم للعمل في الاقتصاد الإبداعي بأنواعه المختلفة، ويكونوا محملين بجدارات وكفاءات تساعد على النجاح في ذلك ، والجزء التالي من الدراسة سوف يتناول ذلك بالتفصيل.

ثانياً: تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر:
أصبح جلياً قيام التعليم بالدور الرئيسي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي كما وأوضحت دراسة (Araya, D., 2010, 228) أن الاقتصاد الإبداعي يتطلب سياسات تعليمية تسعى لذلك ومن متطلبات اقتصاد الإبداع :

- وجود استراتيجيات ديمقراطية في الفرص والمكافآت.
- وسيطلب التعليم تحولاً هائلاً لتلك الغاية، ومن المتطلبات التعليم الجماعي لكل الفئات معاً من أجل التهجين الثقافي والتنوع الثقافي الذي يزيد من الإبداع والابتكار.
- ضرورة تصميم النظم التعليمية التي تدعم المعرفة وتكون مصممة لذلك لتحقيق النمو الإبداعي وليست تلك النظم التعليمية المعدة والمصممة للاقتصاد الصناعي.
- التعليم في سياق التدفقات الثقافية المستمرة يعمل على سيولة الإبداع والسماح بدمج ومزج التدفقات الثقافية كجزء من العمل على زيادة ودعم الاستمرارية في الإنتاج الثقافي القائم على الثقافة والابتكار وهي الأساس لأي نظام تعليمي وفي النهاية لا بد من إعادة تشكيل التعليم والديمقراطية الثقافية من أجل اقتصاد الإبداع.
- وإتجهت عدة دول إلى ضرورة قيام التعليم الجامعي بها بالمساهمة في تحقيق الاقتصاد الإبداعي ومنها كوريا حيث إن (كوريا) أوضحت أنه لتحقيق الاقتصاد الإبداعي في (كوريا) لا بد من شيء أساسي وهو التعليم من أجل اقتصاد الإبداع وإنتاج جيل من المفكرين والمبدعين من المواطنين ، وذلك في خطة جزئية للتعليم في (كوريا) مع العمل على توفير بيئة إبداعية والتخطيط لتطوير البنية التحتية الأساسية اللازمة لذلك وتشجيع العلوم والتكنولوجيا. (Editorial, 2015,4)
- وبصفة خاصة التعليم الجامعي نظراً أن أصبح شيئاً أساسياً لمن يريد أن يستمر عمله بالاقتصاد الإبداعي ويكمل تدريبه في مجال الصناعات الإبداعية لا بد من الحصول على التعليم الجامعي من مؤسساته في بريطانيا لأنه يجب أن ينمي لديهم المعرفة بطبيعة المهن الإبداعية ، ولقد أصبحت (المملكة المتحدة) مصدرًا موثوقًا به في خبرتها في الاقتصاد الإبداعي للدول الأخرى. (Munro, E. , 2017, 15)
- أصبح من الضروري أن يسهم التعليم الجامعي النوعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر ولكن لماذا التعليم الجامعي النوعي؟ وما هي المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه؟ وما هي المعوقات التي قد تواجهه؟ وجاء الجزء التالي ليوضح تلك الموضوعات بالتفصيل.

(أ) علاقة التعليم الجامعي النوعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر:
ينشئ المجتمع المؤسسات التعليمية المختلفة من أجل تحقيق أهدافه التعليمية والمجتمعية المختلفة، ولقد أنشأ التعليم الجامعي النوعي في مصر لضرورة ماسة وملحة في المجتمع المصري.

● نشأة التعليم العالي النوعي:

ومن المؤكد أن وجود الأنشطة المتنوعة في المؤسسات التعليمية وإتاحة الفرصة للتلاميذ لممارستها يُعد من أهم المصادر الفعالة في تزويد المجتمع بأجيال من المبدعين في كافة مجالات الحياة الفنية والرياضية والموسيقية والثقافية، وجاءت فكرة إنشاء الكليات النوعية أو التعليم الجامعي النوعي لإعداد الكوادر اللازمة من أخصائي الأنشطة المدرسية، المؤهلين علمياً وتربوياً ومهنيًا لإعادة الحياة لمجالات الأنشطة الطلابية في مؤسسات التعليم قبل الجامعي وكانت من أفضل الأفكار التي جاءت بها العقلية التربوية في مصر (كمال الدين محمد، 2010، 511).

وجاءت فلسفة إنشاء كليات متخصصة في مختلف مجالات التعليم النوعي لتحقيق ركائز التعليم المتميز والتي تعتمد على القدرة على التفكير بمستوياته الإبداعية والابتكارية، والقدرة على الاتصال والوعي بالتكنولوجيا والتفاعل النشط والسوي مع البيئة، والتذوق، والإدراك لقيم الفن والجمال وأساليب التعبير التي تعكسها الفنون إيجابياً على القيم الأخلاقية يسهم في نمو الذات وتنمية المجتمع (زينب صبره، 2008، 109).

ولقد نشأت فكرة إنشاء كليات مستقلة لإعداد المعلم النوعي تكون مدتها أربع سنوات تكون تبعتها لوزارة التعليم العالي، وقد صدرت القرارات (رقم 1096 في 1988/10/22م، ورقم 1163 في عام 1988م) وذلك لوضع الخطط الدراسية لها وازداد عدد كليات التربية النوعية، وضمت جميعها إلى الجامعات المصرية طبقاً لموقعها الجغرافي في عام 1998م أي بعد عشر سنوات من إنشائها. (إميل شنودة، 2007، 3).

ويعد التعليم العالي النوعي في مصر أحد مكونات تحقيق النهوض بالمجتمع القومي والإقليمي حيث إنه يمثل قاطرة التقدم بالمجتمع وذلك في ضوء عدة منطلقات من بينها أهمية هذا التعليم في تكوين خريج يستطيع - إذا أحسن إعداده - أن يسهم في النهوض بالمجتمع خاصة أن التعليم العالي النوعي يمد المجتمع بكوادر بشرية مدربة في مجالات عديدة ومدته بخبراء متخصصين في المجالات النوعية المختلفة التي أصبح المجتمع في حاجة ماسة إليها (محمد نصر، 2009، 5).

وإن كليات التربية النوعية مراكز لخدمة التعليم النوعي والمشتغلين به في مصر، وهي مؤسسات علمية وبحثية تخرج أجيالاً من المعلمين النوعيين في التخصصات المختلفة وتدعم البحث العلمي والتربوي النوعي، وتعزز من قيمه وتقاليده وتسهم بالدور الفعال في تهيئة مناخ الخلق والإبداع (إميل شنودة، 2007، 3).

كل ذلك يدعونا إلى الاهتمام بالمهارات النوعية التي يوجهها التعليم النوعي، ويقتضي ذلك حسن إعداد المعلم النوعي في ضوء فلسفة جديدة للتعليم والتدريب، واختيار مقررات تستهدف خلق عقول حرة صاحبة خيال وابتكار (زينب صبرة، 2008، 109).

يتضح مما سبق الضرورة التي أدت لوجود كليات التعليم النوعي في مصر ودورها الذي لا يمكن الاستغناء عنه بالمجتمع.

• أهداف التعليم الجامعي النوعي:

تتلخص تلك الأهداف فيما يلي: (خديجة بصفر، عزة خليل، 2010، 123).

- 1- إعداد مربّي وفنان ذو وعي بالتراث الإنساني القديم والمعاصر.
- 2- إعداد خريج لديه القدرة على الإنتاج الفني والتقني بما يخدم سوق العمل ويحقق مردود تنموي واقتصادي.

3- إعداد خريج ذو خبرة في الحياة المعاصرة ثقافياً واقتصادياً.

4- إعداد خريج نشط متمرس على القيادة التربوية والثقافية والاجتماعية.

وبالتالي نجد أن التعليم الجامعي النوعي تعليم يقوم في الأساس على إمداد خريجه بكم كبير من ثقافة مجتمعهم وتراثه ويعدّهم إعداد يعتمد على الابتكار والإبداع بدرجة كبيرة.

• أقسام كليات التربية النوعية:

وأهم الأقسام التي توجد بكليات التربية النوعية هي الاقتصاد المنزلي ويشمل على تصميم الملابس وتنفيذها وكذلك الصناعات الغذائية ، وقسم التربية الفنية، والتربية الموسيقية ، الحاسب الآلي ليعد معلم الحاسب الآلي ، وقسم تكنولوجيا التعليم ليعد أخصائي تكنولوجيا التعليم ، قسم الإعلام التربوي ليعد المتخصصين في الإذاعة والتلفزيون والمسرح وفي الصحافة ، تلك كانت أهم الأقسام بكليات التربية النوعية.

وجميع تلك الأقسام تقبل طلابها من المتميزين والمبدعين في المجالات المختلفة وبالتالي تلتحق بها فئة كبيرة من المبدعين من أبناء المجتمع، ويتم إعدادهم بشكل ينمي ذلك الإبداع والابتكار حتى يستطيعوا ممارسة كل أشكال الإبداع الفني المختلفة التي تسهم في تنمية المجتمع اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً خاصة الاقتصاد الإبداعي.

• أسباب ضرورة تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي:

أصبح من الضروري لمن يريد العمل بالإقتصاد الإبداعي أن يكمل تعليمه الجامعي وبصفة خاصة التعليم الجامعي النوعي ، وترى دراسة (White, D. S., et al. , 2014, 50) إن تخصصات الصناعات الإبداعية والإقتصاد الإبداعي هي الإعلان ، الهندسة المعمارية، الفن والتراث، الحرف والتصميم ، الموضة، الإعلام، والفيديو ، البرمجيات والموسيقى وألعاب الكمبيوتر يلاحظ أن معظمها يتطلب التعليم ما بعد الثانوي أي التعليم الجامعي لكي يصقل الإبداع والنجاح في الصناعات الإبداعية.

بعد اطلاع الباحثة على دراسات عن جميع أنواع التعليم المختلفة وعلى أهدافها، ونظام الدراسة بها وجدت أن أقرب أنواع التعليم الجامعي في مصر لتحقيق الإقتصاد الإبداعي هو التعليم الجامعي النوعي وذلك للأسباب التالية:

1- أن التعليم الجامعي النوعي يقوم بعمل اختبارات قدرات للطلاب المتلتحقين به ، وذلك يعني أنه ينتقي طلابه ويختار مجموعة كبيرة من الموهوبين والمبدعين في المجالات الفنية المختلفة وبالتالي يتطلب ذلك أن يتم الاستفادة منهم وأن يسهموا في تحقيق الإقتصاد الإبداعي في مصر.

2- التخصصات التي تدرس بكليات التربية النوعية هي نفسها مجالات الإقتصاد الإبداعي والصناعات الثقافية والإبداعية والتعليم الجامعي النوعي يقوم بإعداد طلابه في التخصصات النوعية وجميعها من تربية فنية وتربية موسيقية واقتصاد منزلي، وتصميم

الأزياء والإعلام المدرسي بأقسامه الإذاعة والتلفزيون والصحافة والتكنولوجيا والحاسب الآلي كل تلك التخصصات هي نفسها مجالات الاقتصاد الإبداعي التي سبق توضيحها بالتالي يوجد تطابق بين مجالات الاقتصاد الإبداعي والصناعات الثقافية الإبداعية والتخصصات بالتعليم الجامعي النوعي.

وذلك يجعل من الضروري تحقيق مجالات الاقتصاد الإبداعي لدى طلاب التعليم الجامعي النوعي.

3- كليات التعليم الجامعي النوعي تعد معلمي التخصصات النوعية لطلاب التعليم قبل الجامعي، وذلك يعني أنهم يسهموا بشكل مباشر في اكتشاف المبدعين من هؤلاء الطلاب والعمل على تربيتهم على الإبداع والابتكار مما يجعل لهم شأن عظيم في المستقبل بإعداد هذا الجيل المبدع الذي سيسهم في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في المجتمع المصري.

4- يمكن أن تكون كليات التربية النوعية المراكز للمبدعين وذلك لاجتماع أساتذة جامعات متخصصين أغلبهم مبدعين وكذلك طلاب مبدعون وموهوبون ومن ثم التفاعل بينهم سيؤدي حتمًا إلى تربية الإبداع والابتكار وتخرج أجيال من المبدعين يسهموا في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في المجتمع.

5- يمكن أن تسهم كليات التربية في تطوير الاقتصاد الإبداعي في مصر عن طريق أبحاث أعضاء هيئة التدريس في التخصصات النوعية المختلفة ومن ثم تسهم في تطوير المنتجات والسلع الإبداعية وصناعاتها الإبداعية والثقافية في مصر.

6- يمكن أن تكون كليات التربية النوعية بجميع إمكاناتها المادية والبشرية منارة لتنمية الإبداع والابتكار والحس الفني والتثقيف بالتراث الثقافي المحلي داخل المحافظات المختلفة التي توجد بها، وذلك في إطار دورها في خدمة المجتمع، أي تكون مراكز لاستقطاب الموهوبين والمبدعين من أبناء المجتمع من طلاب التعليم قبل الجامعي والتعليم الجامعي والعمل على تربية مواهبهم حتى يصبحوا مبدعين يسهموا في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر.

تلك كانت أهم الأسباب التي استخلصتها الباحثة الداعية لضرورة قيام التعليم الجامعي النوعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه.

(ب) أهم المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي في مصر:

توجد عدة آراء حول كيفية قيام العليم الجامعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه ومن هذه الآراء ما يلي :

وهذه الدراسة وجدت أنه لتطوير الاقتصاد الإبداعي في (إندونيسيا) لابد من عمل ما يلي: . .

(Kong, L., 2011, 57 – 58)

- إصلاح التعليم من أجل الاقتصاد الجديد ولابد من إعادة التفكير في مكونات التعليم العام والجامعي من أجل تدعيم اقتصاد الإبداع.

- تطوير عمليات التدريب للأفراد المبدعين بشكل يتناسب مع معطيات العصر ويجب العمل على رعاية الأفراد المبدعين والعمل على ذلك بالشراكة مع مؤسسات وساطة جديدة تقوم بذلك مع المؤسسات التعليمية مثل النقابات التدريسية للأفراد المبدعين من أجل دفع الاقتصاد الإبداعي في إندونيسيا. (Kong, L., 2011, 57 – 58) .

وهناك من يرى أن هناك ثمانية عوامل أهمها التعليم والقيادة والبنية التحتية ، والثقافة والسياسات الحكومية والابتكار التكنولوجي ، وشبكة الاتصالات والتنوع الثقافي.

(White, D. S., et al. , 2014, 49)

وحتى ينهض اقتصاد الإبداع لابد من وجود نهج منظم للتعليم الابتدائي والثانوي لتحديد مسار العمل على التركيز على تطوير العلوم ومنهج التكنولوجيا والهندسة والرياضيات، وذلك لأن التعليم بمثابة الإلزام في تلك الاقتصاديات.

* التعليم العالي النوعي (كليات المجتمع في أمريكا) تعليم STEM الجامعي تطويره مهم وصارم للغاية ، لهم لاقتصاد الإبداع.

* التركيز على التدريب المهني للوظائف المرتبطة بالاقتصاد الإبداعي في التعليم على المستوى الجامعي مع الاهتمام أيضاً بالمناهج الدراسية لتدعيم الاقتصاد القائم على المعرفة.

* ضرورة أن تضاف للبرامج الدراسية ما هي في حاجة له وهو التوازن بين النظرية والتطبيق وذلك بطريقة تبني خبرة في التواصل والتعاون والتفكير النقدي والإبداع.

White, D. S., et al. , 2014, 50)

وهناك من يرى أن هناك عوامل لتحقيق الاقتصاد الإبداعي منها : (Nurmala, S. &

Ahyar, C. , 2017, 90 – 91)

- الشراكة بين الحكومة والمؤسسات التعليمية والمبدعين.

- التنوع الثقافي لدعم الصناعات الإبداعية.

- الحفاظ على الملكية الفكرية لدعم العلماء والمبدعين.

- تشكيل قيم بناء وتطوير الصناعات الإبداعية لدى أفراد المجتمع.

وهناك أدوار مؤسسات التعليم الجامعي هي ما يلي: (Nurmala, S. & Ahyar, C. ,

2017, 90 91)

- دور التعليم في التشجيع على ولادة جيل من المبدعين لدعم الاقتصاد الإبداعي.

- دور البحث العلمي الذي يقدم مدخلات للصناعات الإبداعية.

- دور الخدمة العامة لتشكيل المجتمع مع المؤسسات لدعم الصناعات الإبداعية.

والبعض يلخص دور الجامعة تجاه الاقتصاد الإبداعي فيما يلي: (Oakley, K. & ward,

J. , 2018,312)

1- الجامعات هي الموقع الرئيسي لتطوير القوى العاملة المبدعة في مجال الاقتصاد الإبداعي.

2- الجامعات لديها رؤية ثقافية مفيدة للثقافة والإبداع من خلال أنشطة الجامعة الثقافية

المتنوعة.

3- تساعد الجامعة على نشر الوعي وتقديم رؤية واسعة عن العمل بالاقتصاد الإبداعي.

أصبح تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي ضرورة وأمرًا

لا بد منه للنهوض باقتصاد المجتمع وتحقيق العوائد المرجوة منه أسوة بالدول التي حققت

منافعًا اقتصادية كبيرة من هذا الاقتصاد الإبداعي، ويمكن أن يتم تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين

طلاب التعليم الجامعي النوعي عن طريق عدة مداخل تربوية وبعد اطلاع الباحثة على عدد

كبير من الأدبيات ذات الصلة بالاقتصاد الإبداعي بالتعليم الجامعي النوعي قامت ببلورة عدة

مدخل تربوية يمكن عن طريقها تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي

وهي:

1- مدخل نشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي.

- 2- مدخل الاستثمار في استقطاب وتنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي.
 - 3- مدخل تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي.
 - 4- مدخل توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم الجامعي النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين طلابه.
 - 5- مدخل تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي.
 - 6- مدخل الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي.
- وفيما يلي تقديم توضيح وشرح لكل مدخل على حدة.

المدخل الأول: نشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي:

إن مفهوم الاقتصاد الإبداعي مفهوم جديد وقد لا يكون هناك إلمام كامل به من جانب طلاب التعليم الجامعي النوعي ، بالرغم من أنه هو الاقتصاد الأنسب لهم والذي سوف يمارسونه بعد التخرج أو حتى أثناء الدراسة عند بعض الطلاب ومن ثم يجب أن يقوم التعليم بالتعلم الجامعي النوعي بدور توعوي للطلاب حول الاقتصاد الإبداعي بشكل كبير ولنشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي .

حيث أوصت إحدى الدراسات بأنه "يجب أن تساعد الجامعة على نشر الوعي وتقديم رؤية واسعة عن الاقتصاد الإبداعي حيث يتم إعطاء الطلاب والمجتمع القيم الأخلاقية اللازمة للعمل بالاقتصاد الإبداعي". (Oakley, K. & ward, J. , 2018,312)

يمكن أن يتم باستخدام جميع الأساليب المتاحة لذلك من صحافة جامعية أو غير المناهج الدراسية أو المسابقات الطلابية أو عبر المعارض الفنية والنماذج الناجحة من المبدعين ولا بد من نشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي حول كل الموضوعات المتعلقة بالاقتصاد الإبداعي ومنها ما يلي:

- 1- مفهوم وماهية الاقتصاد الإبداعي.
- 2- الأهداف التي يسعى لتحقيقها الاقتصاد الإبداعي.
- 3- خصائص الاقتصاد الإبداعي.
- 4- مجالات الاقتصاد الإبداعي.
- 5- دور الاقتصاد الإبداعي في التنمية الاقتصادية في المجتمع المصري.
- 6- أهمية رأس المال الإبداعي في الاقتصاد الإبداعي.
- 7- مفهوم الصناعات الثقافية الإبداعية.
- 8- أنواع الصناعات الثقافية الإبداعية.
- 9- مفهوم الطبقة الإبداعية وخصائصهم.
- 10- مفهوم المراكز الإبداعية ودورها.
- 11- مفهوم المدن الإبداعية ووظيفتها.

المدخل الثاني: الاستثمار في استقطاب وتنمية القدرات والمواهب الإبداعية
بين طلاب التعليم الجامعي النوعي:

يعتمد الاقتصاد الإبداعي بشكل رئيسي على رأس المال الفكري المتمثل في المبدعين وأصحاب القدرات الإبداعية وأن جميع الأفكار الإبداعية والمنتجات والاكتشافات الإبداعية تعتمد بشكل كبير على تلك القدرات الإبداعية ويطلق عليها رأس المال الإبداعي. - والاقتصاد الإبداعي هو اقتصاد قائم على الموهبة يعمل بها ويتقدم بها ويوظفها بشكل فعال بحيث تنتج وتبدع وتطور إنتاجها، وهو اقتصاد فعال لتنفيذ ما تم كشفه من منتجات المواهب ويعمل على تسويقها والتقدم بها ، وبالتالي فإن البحث على أصحاب الموهبة والملكات الإبداعية وتوظيفهم والتقدم بهم هو المهمة الرئيسية للاقتصاد الإبداعي. (محسن الخضيري ، 2009، 37 - 39).

- ولابد من إشاعة مناخ الموهبة والإبداع والابتكار بكليات التعليم الجامعي النوعي لتحقيق التقدم في استثمار قدراتهم والعمل على التسابق على امتلاك مواهب العباقرة والقادرين على الوصول إلى أفكار ابتكارية متجددة وتوفير المناخ الدافع لهم لتحقيق اقتصاد إبداعي وذلك بتوفير عنصرين رئيسيين هما جمع مجموعة العباقرة والمبدعين من الطلاب والباحثين المتميزين، ووضع مجموعة من الأسس والمؤسسات الداعمة للابتكار والإبداع (محسن الخضيري، 2009 ، 42)، وذلك داخل مؤسسات التعليم الجامعي النوعي.

- التعلم لمزيد من النمو الاقتصادي بحيث يهتم سواء كان تعليماً رسمياً أو غير رسمي بنمو الإنتاجية الإبداعية، والطلاب خاصة الجامعيين هم الذين يقودون المدن إلى جداول الإبداع العالمية كما يوجد في (لندن) حيث هؤلاء الطلاب يقودون التنوع الثقافي ويصلون لنصف مليون طالب هم طلاب دوليون يدرسون في (لندن) من دول متنوعة، وهؤلاء الطلاب المبدعون من تواصلهم الاجتماعي سواء بشكل فعلي على أرض الواقع أو عبر الإنترنت، ويتم الابتكار الإبداعي بشكل رسمي في (لندن) عن طريق تعليم الفنون وعن طريق مشاركة الإعلام، ودعم الشبكات التي تحمل تلك الإبداعات للأسواق المحلية والعالمية. (Hartley, J. et al. , 2015, 75)

واهتمت دول العالم بقياس الإبداع اللازم للاقتصاد الإبداعي بالمدن والمجتمعات ، وهو قياس يهدف إلى قياس رأس المال البشري من حيث الموهبة، الإنتاج والانفتاح والابتكار وأداء التكنولوجيا، وأهمها الموهبة والمشاركة وأداء التكنولوجيا ، وأهمها الموهبة والمشاركة وتم وضع عدة مؤشرات لقياس ذلك مثل مؤشر الإبداع في (هونج كونج)، مؤشر الإبداع الأوربي وغيرها من المؤشرات ولكن غالبيتها تدور حول مؤشرات قياس الموهبة والابتكار والإبداع والقدرة الإبداعية للابتكار التكنولوجي، والترابط الاجتماعي ومدى توفر البنية التحتية المؤسسة والاجتماعية، ومدى الانفتاح والتنوع الثقافي ، والنتائج الاقتصادية للأفكار الإبداعية وأهم شيء أيضاً هو قيم الأفراد والمؤسسات والمجتمعات وتوجهاتهم نحو الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية. (Ndou,V. et al. , 2019, 41)

- وإن عملية تمكين ودعم قدرات المبدعين بالصناعات الثقافية الإبداعية ، واحتضان تلك المواهب الجديدة أحد المتطلبات الأساسية ويتم من خلال الانطلاق على محورين أساسيين الأول هو التدريب المستمر لبناء قدرات المبدعين، وتنمية الجمهور وتسويق الفنون المتنوعة

باستخدام وسائل الإعلام ، والثاني هو تأسيس مراكز لتطوير المهن الفنية وتنمية المواهب واستغلالهم مستقبلياً". (عبير رفاعي، 2018، 251).

ويضاف لذلك رعاية المبدعين مادياً واجتماعياً وتوفير بدل مخاطر، وتنشيط الإعلان والتسويق لمنتجاتهم وإعافتهم من الضرائب وتشجيع المناطق الحرة". (عبير رفاعي، 2018 ، 276).

- وإن عملية اكتشاف المواهب والملكات الإبداعية من الطلاب للالتحاق بالتعليم الجامعي النوعي في غاية الأهمية ويجب أن يتم ذلك بمنتهى العناية والاهتمام في اختبارات قبول الطلاب التي يجب أن تنتقي وتجذب لها أفضل العناصر من المبدعين وأصحاب المواهب للانخراط بذلك النوع المهم من التعليم.

- ويمكن أيضاً استقطاب وجذب الطلاب أصحاب المواهب والقدرات الإبداعية من طلاب الكليات الأخرى بالجامعات المصرية التابعة لها تلك الكليات والعمل على استثمارهم والاستفادة من ملكاتهم الإبداعية لدعم الاقتصاد الإبداعي في مصر.

- إن عملية انتقاء المبدعين وجذبهم هي المرحلة الأولى في الاستثمار في القدرات الإبداعية في التعليم الجامعي النوعي، حيث تليها مرحلة مهمة وهي مرحلة احتضان تلك المواهب والملكات الإبداعية والعمل على تنميتها.

ومن ثم لاحتضان المبدعين وأصحاب الموهبة بالتعليم الجامعي النوعي لابد من إنشاء المراكز الإبداعية بتلك الكليات وذلك لما لها من أهمية في رعاية المبدعين وتقديم الرعاية لهم والدعم المادي والفكري وتكوين شبكة من العلاقات بينهم وبين بعض وبينهم وبين أفراد المجتمع وكذلك الباحثين بتلك الكليات وتنتشر المراكز الإبداعية بشكل كبير في عدة دول، ومن أكثر الدول التي بها مراكز إبداعية هي (بريطانيا) ومنها ما هو ربحي ومنها ما هو غير ربحي وهو الغالبية العظمى منها ولها نظام للعمل والتشغيل بتلك المراكز. وهي مراكز شبكية تحفز الصناعات الثقافية والإبداعية بشكل كبير على المستوى المحلي والإقليمي وذلك لتوفيرها البنية التحتية اللازمة للعمل بتلك الصناعات الثقافية الإبداعية بالإضافة لوجود المختصين ووجود خدمات الاحتضان للمبدعين والتسويق وغيرها من الخدمات الداعمة لهم ولأفكارهم ومشروعاتهم. (المركز الثقافي البريطاني، 2016، 4 - 8).

ومما سبق يمكن القول أن التعليم الجامعي النوعي يجب أن يقوم بعدة جهود للاستثمار في استقطاب وتنمية المواهب والقدرات الإبداعية تستنتجها الباحثة مما سبق وتستخلصها فيما يلي:

- 1- تطوير وتحديث اختبارات القبول بكليات التعليم الجامعي النوعي لاستقطاب الطلاب أصحاب الموهبة والقدرات الإبداعية للالتحاق بتلك الكليات.
- 2- وضع آليات لجذب واستقطاب الطلاب الموهوبين وأصحاب الملكات الإبداعية لكي يستفيدوا من إمكانات تلك الكليات في تنمية قبولهم.
- 3- إشاعة المناخ الإداري والتنظيمي الداعم للإبداع بكليات التعليم الجامعي النوعي من أجل تشجيع المبدعين من تنظيم مسابقات وجوائز ومكافآت للمبدعين المتميزين.
- 4- عقد مسابقات دورية بتلك الكليات لأفضل طالب مبدع ولأفضل عضو هيئة تدريس مبدع، ولأفضل قائد وإداري مبدع بتلك الكليات.
- 5- إنشاء مراكز للإبداع بتلك الكليات يكون لها نظام للعمل بها، وبها بنية تحتية ومتخصصون ويمكنها تقديم خدمة الاحتضان والدعم لأصحاب الأفكار الإبداعية والمشروعات الإبداعية

والأخذ بيدها حتى تنتج وتسوق لها منتجاتها عبر شبكة من العلاقات المحلية والدولية وتغطيتها حملات إعلامية.

6- توفير الدعم المالي للمبدعين لتنفيذ أفكارهم الإبداعية وأفضلها وتقديم الدعم الاجتماعي لهم بالرعاية لهم وتقبل أفكارهم الإبداعية ودعمها ماليًا عن طريق شركات داعمة ورعاية للإبداع في المجتمع المصري.

المدخل الثالث : تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي:

تعد ثقافة المجتمع هي الأداة الرئيسية لتماسك المجتمع وسياس أمان يحفظه من الانقسام والتحلل الذي تصاب به كثير من الشعوب وأنه أداة لإيقاظ الوحدة في المجتمع والحفاظ على قيمة وعاداته وتقاليده.

وبالإضافة لفوائد الثقافة السابقة فإنه قد أصبحت له فائدة تنموية كبيرة عندما ظهر الاقتصاد الإبداعي ، لظهور عدة صناعات ثقافية تعتمد في الأساس على ثقافة المجتمع وتراثه الثقافي وقد سبق توضيح أنواعها في الصفحات السابقة.

وبالتالي فإن الموروث الثقافي في المجتمع قد أصبح له دور حيوي وبالغ الأهمية في العديد من التفاعلات على الاقتصاد القومي ودفع الاقتصاد الإبداعي في المجتمع، حيث يقوم الموروث الثقافي بدور الحافز والباعث على الإبداع والابتكار" ومن ثم أصبحت هناك علاقة ارتباطية كبيرة بين التراث الثقافي واقتصاديات الإبداع ، وكل منهم مؤثر في الآخر وبالتالي لا بد من الفهم الجيد للتراث الثقافي حتى يتم توظيفه واستخدامه في الاقتصاد الإبداعي، ويمكن أيضًا إعادة ابتكار التراث الثقافي وتطويره وتحديثه لتحقيق اقتصاديات الإبداع والتطور الحضاري في المجتمع. (محسن الخضيرى، 2009 ، 113 – 129).

اهتمت دراسة (Denatale, D. &Wassall,G. H., 2007,19-20) بالمكون الثقافي للاقتصاد الإبداعي وأوضحت أنه لكي يتطور لابد من سد الفجوة الثقافية لدى الأفراد لأن الثقافة أهم عنصر للإنتاج والإبداع في الصناعات الثقافية ولا يمكن إنتاج منتجات ثقافية إبداعية بدون الإلمام بالجانب الثقافي وبشكل عميق.

وقد اهتمت الأمم المتحدة بضرورة التعاون في مجال الاقتصاد الإبداعي عالميًا وتوظيف التراث الثقافي للأمم من أجل النهوض باقتصاد الإبداع والعمل على تحسين القدرة التنافسية للمشروعات الإبداعية الصغيرة والمتوسطة الحجم بالتعاون مع الشركاء المحليين، ولتشجيع إدخال البعد الثقافي في الاقتصاد الإبداعي فقد حثت (اليونسكو) على الاهتمام بالمجالات ذات الأولوية وهي: (عمرى هدية ، 2015 ، 171).

- وضع الثقافة في صلب الاقتصاد.

- تقديم خدمات الدعم لحماية وتطوير قيم ثقافية تمثل التنوع الثقافي.

- تقديم المساعدة التقنية بحسب الطلب لتعزيز السياسات الثقافية.

وترى دراسة مرفت برعى (2007م) بأن التربية المتحفية للأطفال وزيارتهم للمتاحف يعمل تعريفهم بالتراث الثقافي لمجتمعهم وتطوره عبر العصور، وأوصت تلك الدراسة بإنشاء المزيد من تلك المتاحف لتسهم في المجتمع في تقديم الكثير والمزيد من الإشعاع الثقافي الذي يحقق عوائد اقتصادية على المجتمع ويعمل على تنميته.

ولقد تزايد ارتباط الإنتاج الثقافي بآليات الصناعات الإبداعية في الاقتصاد الجديد، وإن الحاجة تدعو إلى إعادة التفكير في الأسس التي تعزز وتدعم الإنتاج الثقافي، وإن ظهور الاقتصاد الإبداعي أدى إلى تحدى التفكير في الثقافة والإبداع بأشكالهما المختلفة كعناصر أساسية للاقتصاد الإبداعي ويرى (شاليني فنتوريللي) أن فهم الاقتصاد الإبداعي يتطلب إعادة التفكير بصورة جادة في طريقة فهمنا للثقافة وهي ترصد ثلاثة موارد تسود التفكير في الثقافة وهي: (جون هارتلي، مايو 2007، 182-183).

- الميراث الجمالي: وارتباطه بالامتياز في الفنون الجميلة.
- الميراث الأنثروبولوجي: وفهمه للثقافة كنظام رمزي متلقي ومشارك أو "طريقة شاملة للحياة بالنسبة إلى المجتمع.

- الميراث الصناعي أو التجاري : والذي ينظر إلى المنتجات الثقافية كسلع صناعية تباع للمستهلكين.

وإن الاهتمام بالثقافة والإبداع وزيادة دور الثقافة في الحياة الاقتصادية يطلق عليه (جون هارتلي) تثقيف الحياة الاقتصادية (جون هارتلي، مايو 2007، 173).

وهناك من يرى أن هناك قيمة المضافة لاكتساب الثقافة هي: (Schlesinger, p. , 2017, 85)

- القيمة الجوهرية: وهي القيمة المهمة وهي إثراء الثقافة في حد ذاتها.
- القيمة الاجتماعية: تحسين التحصيل العلمي وتحسين مستوى الأفراد.
- القيمة الاقتصادية: وهي المساهمة في النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل بالأعمال الإبداعية الثقافية.

ويتلخص دور الثقافة في الاقتصاد الإبداعي في أن المجال الثقافي هو المفتاح للتنمية المستدامة وتعزيز وتوليد الصناعات الإبداعية ، وتسعى (اليونسكو) للمساواة بين الشمال والجنوب من حيث الموارد الثقافية والتراث الثقافي والثقافة المعاصرة حتى تجلب الإبداع والابتكار إلى الاقتصاد، ولقد أشارت خطة أمانة الاقتصاد الإبداعي في (البرازيل) عام 2011م، إلى دور الثقافة والتنوع الثقافي باعتباره ذات صلة وثيقة بالاقتصاد في المجتمع وأن الاستثمار في الاقتصاد الإبداعي في (البرازيل) يتطلب التنوع الثقافي ورعاية الإبداع مع الاستدامة، وأنشأت بالتالي أمانة دائمة للاقتصاد والإبداع داخل وزارة الثقافة عام 2012م. (Schiray, D. M. et al. , 2017, 512)

كما أن للثقافة تأثيرًا كبيرًا على الاقتصاد الإبداعي، والثقافة هي التي تخلق العديد من الوظائف والأرباح الكثيرة، ولذلك أصبحت الثقافة صناعة إبداعية مثل أي صناعة من الصناعات الأخرى ، بالتالي فإن الصناعات الثقافية مرتبطة بالأنشطة الثقافية أو بشكل أوسع بالقطاع الثقافي في المجتمع، وبذلك تتوثق علاقة الثقافة بالتنمية في المجتمع، إن الثقافة تقدم المرجعية الفكرية والأفكار الثقافية التي تحول إلى صناعات ثقافية، ويجب على كل من يطلب العمل في تلك الصناعات الاهتمام بالأنشطة الثقافية لأنها هي التي تولد له الأفكار الإبداعية التي تنتج صناعات ثقافية. (Greffe, X. ,2016, 73)

ويتضح مما سبق أهمية الثقافة وأنها أصبحت ينبوعًا للاقتصاد الإبداعي في العالم ويجب الاهتمام بالثقافة المحلية وتوظيفها في صناعات ثقافية وإبداعية في المجتمع والعمل على تطوير تلك الثقافة وتحديثها وإعادة استخدامها في الاقتصاد الإبداعي والعمل على تسويق تلك الثقافات المحلية ومنتجاتها الثقافية للمجتمعات الأخرى لتعريفهم بها.

والتعليم الجامعي النوعي يجب أن يهتم بغرس ثقافة المجتمع لدى طلابه وتعريفهم بالموروث الثقافي الضخم الذي امتلكه المجتمع المصري من الحضارات المتتالية على الأرض المصرية، ويرى محمد نصر أن المناهج التعليمية بكليات التعليم الجامعي النوعي يجب أن يتم ارتباطها بثقافة المجتمع التي تؤثر في فلسفة المجتمع ومن ثم في فلسفة التربية والتعليم وبالتالي تؤثر بشكل كبير في المنهج الدراسي (محمد نصر، 2009، 10 - 11).

وبالتالي توجد ضرورة تزويد المناهج الدراسية بالثقافة العامة والثقافة العلمية وكل التراث الثقافي الموروث حتى تلم به تلك الأجيال المبدعة بالتعليم الجامعي النوعي وينعكس في إنتاجها من الصناعات الثقافية الداعمة لاقتصاد الإبداع.

وفي دراسة حول الإعداد الثقافي بكلية التربية النوعية، وقد قصد الباحث بالإعداد الثقافي "الاهتمام بالمقررات الثقافية والاجتماعية والإنسانية، والمشاركة في الندوات والمسابقات وزيارة الأماكن التاريخية"، الأمر الذي يساعد على تنمية المعلومات العامة واكتساب عدد من القيم، وأنماط السلوك التي تحقق القبول الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى نقص عدد الساعات اللازمة للجانب الثقافي في إعداد الأخصائي بكليات التربية النوعية، وأن من قرر أهمية هذا الجانب تجاوزا نسبة (83 %)، وأن من أكد على وجود مثل هذا القصور وصلوا إلى نسبة (67 %). (كمال الدين محمد، 2010، 519).

ولتوظيف مدخل تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية والإبداعية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي فقد استخلصت الباحثة ما يجب أن يقوم به التعليم الجامعي النوعي تجاه ذلك فيما يلي:

- 1- تعريف الطلاب بالصناعات الثقافية والإبداعية القائمة على الثقافة المحلية والقومية بكل أنواعها.
- 2- غرس وتنمية الثقافات المحلية والقومية لدى طلاب التعليم الجامعي النوعي والاعتزاز بها.
- 3- تكليف الطلاب بأبحاث عن الثقافة وآثارها على الاقتصاد لتنمية الجانب الثقافي لديهم.
- 4- الاهتمام بالتربية المتحفية في التعليم الجامعي من أجل تعزيز وتعظيم الثقافة المحلية والقومية في نفوس طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر.
- 5- زيادة عدد الساعات الدراسية المخصصة للجانب الثقافي أثناء إعداد الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي في مصر نظراً لأهميتها لمجال تخصصاتهم.
- 6- ضرورة أن تنبثق جميع المناهج الدراسية بالتعليم الجامعي النوعي من ثقافة المجتمع وتدعمها وتنميتها.
- 7- ضرورة الانفتاح على الثقافات الأخرى للتعرف عليها ومن أجل الحفاظ على ثقافتنا القومية وعلى تميزها بين تلك الحضارات.
- 8- ضرورة توظيف الثقافة القومية في الأعمال المطلوبة من الطلاب ومن الباحثين من أجل الاستخدام الفعال لثقافتنا في الحياة الدراسية بالتعليم الجامعي النوعي.
- 9- ضرورة توجيه الطلاب إلى كيفية تحويل كل جوانب الثقافة القومية إلى اقتصاد إبداعي يسهم في تنمية المجتمع المصري.
- 10- ضرورة توجيه الطلاب إلى استخدام مستحدثات العصر الرقمي في الحفاظ على ثقافتنا القومية ونشرها وتوظيفها في الحياة الاقتصادية الرقمية ولدعم الاقتصاد الإبداعي في مصر.

المدخل الرابع : تطوير وتوظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بالتعليم الجامعي النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين طلابه:

حتى تتقدم الدول فإنها لا بد أن تعطي وزناً ذا أهمية للاقتصاد الإبداعي، حيث تقوم بالتركيز على الجامعات والمعاهد العليا المتخصصة وتقوم بوضع المقررات اللازمة لتحقيق طفرة نوعية في التعليم، كما أنها تعطي لمراكز التدريب المتخصصة أهمية خاصة في التعامل مع القضايا الرئيسية للاقتصاد الإبداعي، مما يؤدي إلى التعرف على أصحاب العقول النيرة من العباقرة ، والمفكرين أو في استثمار جهود جانب كبير من طاقة الشباب المقبلين على الحياة والمتفتحين لها والراغبين في تحقيق السبق الأدائي الذي يعملون عليه إلى الاقتصاد الإبداعي. (محسن الخضيرى، 2009 ، 45).

وفيما يلي توضيح جهود بعض الدول الأجنبية في تطوير منظومة التعليم والتدريب بالتعليم الجامعي لتحقيق الاقتصاد الإبداعي :

زاد التعليم الجامعي من دعم الفنون والعلوم الإنسانية مما زاد من الوعي بممارسة

المهن الإبداعية.

* تخفيضات التمويل على قطاع الفنون والثقافة دفعت الفنون والشركات الإبداعية إلى أن تسعى إلى مزيد من التعاون مع مؤسسات التعليم الجامعي وذلك كشريك جديد يقود معها السفينة مما أدى لفتح موارد وكفاءات جديدة لكليهما كانت واضحة في الإنتاج المشترك من حيث إدارتها وإنتاجها وقيمتها وتأثيرها.

* التعاون بين التعليم الجامعي وقطاعات الفنون ووضعت (إنجلترا) منح جديدة للبحث العلمي وذلك لإشراك الأكاديميين في البحث والتطوير الرقمي لمشاريع الفنون الإبداعية بالإضافة لدورهم في تدريس برامج خاصة بالفنون الإبداعية بالجامعات، مما يسفر عنه زيادة جودة الخريجين ومن ثم توظيفهم. (4 - 3, 2016, Gilmore, A. &Comunian, R.)

حث الاتحاد الأوروبي على أنه يجب ابتكار برامج للدراسة في القطاع الثقافي والإبداعي وضرورة التعليم والبحث واكتساب المعرفة حول تلك القطاع وضرورة توفير التعليم متعدد التخصصات وفهم الثقافات الأخرى. (Vesela, D. & Klimova, K., 2014, 414)

ومن البرامج الدراسية المبتكرة بالجامعات البرامج القائمة على الربط بين عدة تخصصات منها المجالات الفنية والاقتصادية والقانونية مع دراسة اللغات الأجنبية. (Vesela, D. & Klimova, K., 2014, 415)

ويجب أن يكون هناك تعاون وتكامل بين المؤسسات التعليمية والتي سوف تدعم التواصل بين الكليات والجامعات والأكاديميات الفنية حتى يتم التعاون بينها من أجل إنجاز هذه البرامج الدراسية المتعددة التخصصات.

يجب على التعلم التحول نحو تصميمه وإصلاحه حتى يقوم بتنمية المواهب الإبداعية

ولا بد من تغيير نظم التدريس لذلك كما يلي: (Gu, W., 2018, 1319- 1320)

- 1- تحقيق تدريب متعدد القطاعات والتخصصات داخل مؤسسات التعليم الجامعي.
- 2- اعتماد طرق تدريس إبداعية تعمل على تنمية الإبداع الثقافي والإبداع التقني والإبداع في الإدارة والتسويق وتنمية أصحاب المشاريع الإبداعية تدعو إلى ابتكار طرق التدريس التي تركز على التعليم الابتكاري وأن يكون التعليم متعدد التخصصات أثناء عملية التدريس ، والمناهج تكون ابتكارية وتشتمل على ريادة الأعمال ودمج الطلاب وتشجيعهم على

المشاركة في تنظيم المشاريع وأن تنشئ بالجامعات مؤسسات بها مركز خبراء متعدد التخصصات.

3- كسر الحدود الوطنية في إنتاج المواهب الدولية، حيث يجب الإلمام بكل الثقافات واللغات في الكليات والجامعات في (الصين) وفي الغرب وذلك في الكليات والجامعات وذلك لأن الجامعات منصات ضخمة للاطلاع الثقافي، وذلك سيؤدي إلى تحسين التعاون الدولي وزيادة القوة التنافسية لتصميم المواهب الإبداعية.

4- المطالبة بالتعليم مدى الحياة وتوفير المرونة في توفير فرص التعليم في أي وقت لهؤلاء الموهوبين والمبدعين في الصناعات الإبداعية، تعزيز المهارات الخاصة لهم عن طريق التدريب وتحويل التعليم الجامعي إلى تعليم مدى الحياة.

وأوصت دراسة (Schlesinger, p. , 2017, 83-84) بضرورة قيام التعليم الجامعي بما يلي لتحقيق الاقتصاد الإبداعي:-

- تقدم الجامعات مقررات عن الصناعات الإبداعية والثقافية وعن مفاهيم الاقتصاد الإبداعي مع الاهتمام بالبعد الرقمي.

- الاهتمام بالبحوث العلمية بكثافة في مجال الإبداع والاقتصاد الإبداعي وتطور ذلك جنباً إلى جنب مع الأجندة الحكومية وكل مراكز البحوث قامت بذلك ووضعت الاقتصاد الإبداعي على جدول أعمالها.

- تقوم الجامعات بدور الوسيط الثقافي مع مؤسسات المجتمع الأخرى في جميع المراحل حتى مرحلة الماجستير من أجل التعاون في نشر ثقافة الاقتصاد الإبداعي والاستفادة من البنية التحتية بمؤسسات المجتمع الأخرى ذات الصلة.

- وأوضحت الدراسة أنه قد أنشئت في خمس جامعات كبرى في (بريطانيا) خمس اتحادات لدعم الاقتصاد الإبداعي، أربعة منها مراكز تبادل المعرفة للإبداع ، والمجموعة الخامسة كمركز أبحاث مع إحالة الأبحاث الخاصة بالاقتصاد الإبداعي والأعمال الجديدة إليها.

وأما (كوريا) فقد وضعت ميزانية لإنشاء أقسام بالكليات للصناعات الثقافية في الكليات والجامعات الكورية لتنمية الصناعات الثقافية وتطويرها. (Editorial, 2015,6)

وأوصت بضرورة إعادة تأسيس المؤسسات العامة في (كوريا) وتحويل التعليم نحو الاقتصاد الإبداعي وضرورة تطوير الممارسات في الانتقال إلى نظام تعليمي يتناسب مع الاقتصاد الإبداعي، ويعمل هذا النظام في المجتمع لتحويل وتصميم الظروف للإبداع ، دون التدخل البيروقراطي للإدارات العليا ، ولابد من تقوية المجتمع المدني المفتوح الذي ينشر روح الإبداع مع تحقيق المواطنة الثقافية لتحقيق اقتصاد الإبداع وتطويره في كوريا.

(Editorial, 2015,8)

ويجب على التعليم الجامعي النوعي أن يهتم بإكساب طلابه المعارف والمهارات الخاصة بتحقيق الاقتصاد الإبداعي "حيث يجب على التعليم أن يتجاوب في ذلك ويحدث به تغييرات كبيرة في أصول التدريس وفي المقررات، وفي التقييم والخبرة التعليمية لكل من الأساتذة والطلاب، وأصبح التعليم خبرة إبداعية يحفزها الطالب نفسه، وهو تحول كبير، فليست البلد ولا مساحتها ولا مواردها الخام ولا سكانها هي التي تحدد التعليم والإبداع إنما تعتمد على تنظيمنا لأنفسنا لنشر التعليم وتشجيع الإبداع وروح المستثمر الصغير والابتكار (جون هارتلي، أبريل 2007، 38).

ومن ثم يجب أن يتبنى التعليم الجامعي النوعي منطلقات فكرية تقوم على تكاملية وشمول الجوانب المعرفية وما تتطلبه مهارات واتجاهات وجدانية بما تتضمنه من أخلاقيات تتيح للمتعلّم إزالة الحواجز بين المجالات الفنية ومجال الإبداع فيها، وعلى مؤسسات التعليم النوعي تنمية وممارسة الإبداع كمحور رئيسي للعملية التربوية وكاستثمار فكري على أسس علمية وتكنولوجية بتبن استراتيجيات التنمية الفكرية، ويتطلب معها فكر مبدع وتحديات مختلفة تغير التقاليد التربوية السائدة وتعديل طرق تكوين وتربية القدرات الإبداعية وطرق وأساليب إثارة وتحفيز الإبداع. (فهيمى دراج، 2016 ، 395).

وذلك يعني ضرورة تطوير المنظومة التعليمية وكذلك التدريسية بالتعليم الجامعي النوعي والبعد عن كل الطرق التقليدية ، والبحث عن طرق تدريسية ومقررات وطرق تقييمية كلها تعتمد على الإبداع بكل أشكاله وتعمل على تنميته لدى الطلاب.

وبالتالي يجب تطوير وتوظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بالتعليم الجامعي النوعي من أجل تنمية معارف ومهارات التعليم النوعي وذلك كما بالنقاط التالية التي استخلصتها الباحثة فيما يلي:

- 1- تضمين المناهج الدراسية معارف متنوعة عن الاقتصاد الإبداعي وأهم أهدافه ومجالاته.
- 2- أن تحتوي المقررات الدراسية على معلومات عن الصناعات الثقافية الإبداعية وأنواعها المختلفة ودورها في تحقيق الاقتصاد الإبداعي.
- 3- تضمين المقررات الدراسية معلومات ومعارف عن الموهبة وتنميتها للوصول بها إلى مرحلة الإبداع.
- 4- تطوير طرق التدريس بحيث تكون في حد ذاتها عملية تنمي الإبداع لدى المتعلمين بتلك الكليات.
- 5- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في العملية التعليمية لتدريب الطلاب عليها وتعريفهم عليها.
- 6- أن تتضمن الأنشطة الطلابية مسابقات بين الطلاب عن الإبداع ودوره في الاقتصاد الإبداعي.
- 7- إجراء فعاليات ثقافية بالكليات المختلفة من أجل نشر الثقافة القومية بينهم وتعريفهم بالموروث الثقافي للمجتمع.
- 8- تنظيم أنشطة طلابية يمكن من خلالها استقطاب الطلاب المبدعين والعمل على تنمية ملكاتهم الإبداعية والاستفادة منها.
- 9- تطوير المنظومة التدريسية بالكلية بتجهيز الورش اللازمة بالأجهزة التكنولوجية المتطورة من أجل تمكين الطلاب من مهارات إنتاجية اقتصادية إبداعية.
- 10- التوسع في التعليم التبادلي وذلك بالتعاون مع مؤسسات اجتماعية أخرى يتم تدريب الطلاب بها مثل الإذاعة والتلفزيون والمتاحف والمعارض وقصور الثقافة والمصانع من أجل التدريب في تلك المؤسسات وفي نفس الوقت يمكن لهذه المؤسسات أن تستفيد من الطلاب المبدعين ويتم الاستفادة منهم في تطوير العمل بتلك المؤسسات.
- 11- تطوير نظم التقويم والامتحانات بكليات التعليم الجامعي النوعي وذلك باستخدام الحاسب الآلي وأساليب تقويم تكنولوجية حديثة تقيس الإبداع عند الطلاب وتعمل على تنمية المهارات الإبداعية لديهم.

12- تطوير قدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس العاملين بكليات التعليم الجامعي النوعي وإمدادهم بكل ما يلزمهم منها للقدرة على غرس وتنمية قدرات ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابهم.

المدخل الخامس: تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي:

حتى ينجح الخريجون في الالتحاق بسوق العمل لا بد من إمامهم بكل الكفاءات والجدارات التي تلزمهم للتعامل في سوق العمل، ولقد ثبت أن عدم كفاءة وحرفية خريجي الجامعات المصرية في مختلف التخصصات وأدى إلى عدم سد احتياجات سوق العمل، مما ترتب عليه للأسف في السنوات الأخيرة أن أسواق العمل الخارجية بدأ تنصرف على طلب العمالة المصرية، وبدأت الأسواق العربية تستبدلها بعمالة أمهر وأوفر من دول جنوب شرق آسيا، وتزامن ذلك مع إغراق السوق المحلي بخريجين غير مؤهلين بسبب قلة تدريبهم وعدم مواكبتهم لمتطلبات سوق العمل الحديثة (زينب صبرة، 2008، 111).

- وإذا كان الاقتصاد التقليدي في حاجة إلى إعداد وتأهل الخريجين بشكل وصفات محددة، فبالتالي الاقتصاد الإبداعي يحتاج إلى خريجين مبدعين تم إعدادهم وفقاً لمناهج وطرق تدريسية إبداعية حتى ينمي ملكاتهم الإبداعية.

- ولقد أدى الاقتصاد الإبداعي إلى خلق فرص عمل كثيرة ومتنوعة وذلك يحتم على طلاب التعليم الجامعي النوعي معرفة تلك الفرص المتاحة محلياً وعالمياً حتى يتم الاستعداد لها باكتساب ما يلزمها من مهارات وقدرات إبداعية.

- والاقتصاد الإبداعي يتميز بأنه اقتصاد أصبح فيها التسويق والتسويق يتم بشكل إبداعي وفعال يصنع الأسواق ويتعهدا بالإضافة للاستمرارية والتعديل والتطوير والمشاركة الفاعلة له وإنه اقتصاد يتم بشكل فوري وبدون فواصل وبتفاعل كامل وكل تلك العمليات أدت لتحقيق مكانة الاقتصاد الإبداعي العالية في اقتصاد المجتمعات (محسن الخضيرى، 2009، 34).

وبالتالي يجب على طلاب التعليم الجامعي النوعي الإلمام بكل تلك المهارات الخاصة بالتسويق الإلكتروني الجديد والإبداعي وبآلياتها حتى يستطيعوا مواكبة ما يحدث في سوق الاقتصاد الإبداعي المحلي والعالمي.

- ومن أهم المشكلات التي تواجه المبدعين العاملين في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي هو التقليد والقرصنة وسرقة أفكارهم وإبداعاتهم، وبالتالي يجب على المبدعين العاملين بسوق العمل أن يتعلموا كيف يحموا أفكارهم وإبداعاتهم، وأن التوعية بالملكية الفكرية عن الموضوعات المهمة ومن المهارات التي يجب أن يكسبها لهم التعليم الجامعي النوعي.

إن سرقة الملكية الفكرية هي قضية مهمة وحقوق النشر والتأليف والتي يجب حمايتها ولكن تتعرض للسرقة مما يجعل ذلك معوقاً خطيراً أمام الابتكار والإبداع ويقف في طريق تعزيز النمو في الاقتصاديات الإبداعية، ويجب على الحكومات إيجاد حلول للمحافظة على حقوق التأليف والنشر والعلامات التجارية وبراءات الاختراع حتى يفضي ذلك إلى تحفيز الأنشطة الإبداعية. (White, D. S., et al., 2014, 48)

حقوق المؤلف للصناعات الثقافية من أهم المهارات التي يجب إدارتها في العصر الرقمي في محاولة للحفاظ على حقوق المؤلف والنشر وتبذل جهود ضخمة من أجل تأكيد

وتطبيق القانون كوسيلة للتسجيل وإنقاذ حقوق المبدعين والمحافظة عليها والعمل على إيقاف القرصنة التي تحدث وتم إغلاق مصادر غير قانونية واسترداد الدخل المسروق من أصحابه. (Klein, B. et al. , 2015, 7)

ولقد أثبتت دراسة (بأندونيسيا) وهي دراسة (كاثرين جويل، 2019) أن حوالي 11% فقط من المبدعين والجهات العاملة بالاقتصاد الإبداعي في إندونيسيا هم فقط الذين اكتسبوا كيفية المحافظة على حقوق الملكية الفكرية، ولذلك تنظم منظمة الويبو (Wipo) أنشطة توعوية في المدن في جميع أرجاء البلد لهذا الغرض وتعمل على الحفاظ عليها بالتعاون مع وسائط الإعلام، وتم تقديم تطبيق على الهاتف المحمول صادر عن الوكالة الدولية لحقوق الملكية الفكرية (Wipo) لكي يزود المستخدمين بمعلومات أساسية عن الملكية الفكرية الحفاظ عليها.

- ومن المهارات الأساسية المطلوبة بسوق العمل هي ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، وبالنسبة لطلاب التعليم الجامعي النوعي لا بد لهم من الإلمام بكيفية ريادة المشروعات الفنية الإبداعية في مجال تخصصاتهم.

يرى (جون هوكنز) أن الاقتصاد الإبداعي كنشاط ريادي يتطلب خمس عوامل للنجاح وهي: الرؤية، التركيز، البصيرة المالية، والفخر والإلماح. (Ghazi, E. L. &Goede, M., 2017, 1941)

العمل الريادي يعتبر سمة أساسية للنجاح في الصناعات الإبداعية، وتحول الانتباه إليه من أجل التغلب على كل المشكلات التي تواجه أصحاب الأعمال الإبداعية في سوق العمل بسبب التنافسية الشديدة وضغوطها.

يجب على التعليم الجامعي تعليم وتدريب طلابه على ريادة الأعمال الإبداعية، حيث إن العمال المثقفين والمبدعين يعملون لحسابهم الخاص وهم يمزجون بين العمل الحر والأعمال الخاصة، ومنهم أصحاب المشروعات الإبداعية الصغيرة والمتناهية الصغر وبالتالي لا مفر من الاتجاه لتعلم ريادة الأعمال الفنية كمتطلب رئيسي لكل من يعمل بالاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية، وذلك يحتاج إلى تعليم ريادة الأعمال بالتعلم العالي لأنها ليست مثل الموهبة التي تولد مع الإنسان، ويتطلب ذلك من مقدمي خدمات التعليم الجامعي العمل على تعليمها لطلابهم للتدريب عليها بشكل دقيق مع الاهتمام بالجانب الثقافي لديهم. (Munro, E., 2017, 17)

وإن النشاط الريادي في غاية الأهمية لرواد الأعمال المبدعين حتى يمكنهم من العمل بمرونة وامتلاك الخمس عوامل الحاسمة للنجاح وهي الرؤية، التركيز، الفطنة المالية، الفخر والإلحاح، ويجب على الأفراد المبدعين امتلاك مهارات الاتصال الممتازة ومهارات التواصل مع الآخرين (White, D. S., et al. , 2014, 47).

وهناك من يرى أنه لتحقيق ذلك لا بد من قيام التعليم الجامعي بالتالي: (Gu, W., 2018, 1318)

- لا بد من إضافة تعليم ريادة الأعمال في مناهج التعليم الجامعي حيث إن المعرفة بريادة الأعمال والتدريب على تنظيم المشروعات وتعزيز روح المادة من الأشياء المهمة لتنمية المواهب الإبداعية، ودمج الأفكار الريادية وكل ما يتعلق بأنشطة الريادة في برامج التعليم الجامعي.

- يمكن عمل وإنشاء منصة الأعمال وتصميم العديد من أشكال الحاضنات للأعمال لتشجيع الطلاب، وكذلك الشركات الإبداعية والربط بينهم من أجل دعم الابتكار والإبداع ومن أمثلتها الربط بين الطلاب والمنفعة الصناعية والإبداعية، والحاضنة التجارية تقوم بتوفير الدعم المهني للطلاب ورأس المال الذي يلزمهم للبدء في عملهم. (Gu, W., 2018, 1318)
- وإن التعليم الفني النوعي بالذات دوره مهم ويجب تطويره عن طريق سياسة التعليم والإدارة الاستراتيجية وذلك لقرابه من تخصصات الاقتصاد الإبداعي ومجالاته، وضرورة أن يلعب المجتمع كله دورًا تجاه تنمية القطاع الثقافي والإبداعي وإتاحة المعلومات والحقائق عن الإبداع ودوره في الاقتصاد الإبداعي. (Ghazi, E. L. &Goede, M., 2017, 1942)
- ومن أهم جدارات سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي إتقان التعامل من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن أهم أدواتها شبكات التواصل الاجتماعية لأنها تقوم بدور مهم للغاية تجاه اقتصاد الإبداع حيث تقوم بدور الوسيط لنشر القيم الثقافية للمنتجات الإبداعية وتعتبر قنوات لتوزيع مخرجات الإنتاج من الاقتصاد الإبداعي (المنتجات الإبداعية)، وبالتالي المواقع الإلكترونية لها عديد من الفوائد على الاقتصاد الإبداعي ودعمه والعمل على زيادته وانتشاره محليًا وعالميًا. (Sung, T. K., 2015, 91)
- كما تعمل تلك الشبكات الاجتماعية على دعم الإلهام والعمل المحلي، فهم الكفاح العالمي في ذلك الأمر، الاتصال التجاري، التعليم من أخطاء الآخرين، العثور على شركاء للمشاريع في المستقبل، الحصول على ردود الفعل من العقول المختلفة، تلبية احتياجات المجال الحقيقية، تكوين اسم ورسالة بين المنافسين في السوق. (Schneidman, D., 2016,9)
- ومن المهارات الحديثة اللازمة لسوق العمل المهارات الناعمة وتوجد عدة دراسات تناولتها بالدراسة منها دراسة (مؤمن عبد الواحد، 2016)، ودراسة (سعيد موسى، 2019)، ودراسة (صلاح شبير، 2016)، ودراسة (علا حجاج، 2014)، ودراسة (نعم رضون، 2019)، وكل تلك الدراسات أثبتت أهمية المهارات الناعمة Soft Skills للحصول على الوظائف في جميع المجالات سواء للعمل بالمدارس الحكومية مثل دراسة (واصف العدوان، 2014)، وأيضاً مهمة للعاملين بوزارة التربية والتعليم العالي كما في دراسة (مؤمن عبد الواحد، 2016)، وأيضاً تلك المهارات مهمة للمرأة العاملة كما في دراسة (نعم رضوان، 2019)، وأثبتت دراسة (علاج حجاج، 2014)، أن تلك المهارات الناعمة تساعد على اقتناص الوظائف الإدارية، ودراسة (صلاح شبير، 2016) أوضحت أهمية المهارات الناعمة والتوجهات الريادية لدى طلبة الكليات التقنية والمهنية في محافظات (غزة).
- وتعرف المهارات الناعمة بأنها هي تلك المهارات التي يمتلكها الشخص الناجح في العمل وهي السمات والكفاءات الإيجابية التي تعزز علاقات الشخص والأداء الوظيفي وتعطي قيمة للسوق، وتشمل قدرة الشخص على الاستماع الجيد والتواصل بشكل فعال وتحمل المسؤولية وإتقان استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل، وإتقان اللغة الإنجليزية، التمسك بالقيم الأخلاقية، والاحترام، وبناء الثقة والعمل بشكل جيد مع الآخرين وإدارة الوقت بفاعلية وتقبل النقد والعمل تحت الضغوط والود للآخرين وإظهار حسن الخلق، ومنها أيضاً مهارة العمل بروح الفريق، ومهارة التخطيط ومهارة التفاوض والاتصال والتواصل والتفكير الناقد وإدارة الأزمات (نعم رضوان، 2019، 115).

ولقد أجمعت الدراسات على تلك المجموعة من المهارات الناعمة اللازمة للعمل وحثت على ضرورة إكسابها للطلاب الجامعيين لأنها ضرورية لهم ليس للالتحاق بسوق العمل فقط ولكن للنجاح فيه والاستمرارية والتطور في العمل ، ومن ثم يجب على التعليم الجامعي النوعي إكساب تلك المهارات لطلابه بالإضافة للمهارات الصلبة **Hard Skills** وهي مهارات التخصص الأكاديمي الذي تخصص فيه في مرحلة دراسته الجامعية.

ومن ثم يجب على التعليم الجامعي النوعي إكساب طلابه مجموعة من الكفاءات والمهارات التي تلزمهم للعمل بسوق العمل بالاقتصاد الإبداعي ويمكن للباحثة تلخيص تلك الكفاءات فيما يلي:

- 1- تعريف الطلاب بفرص العمل المتاحة للعمل بالاقتصاد الإبداعي على المستوى المحلي والقومي داخل مصر.
- 2- تعريف الطلاب بأهم الصناعات الثقافية والإبداعية المطلوبة منتجاتها على المستوى العالمي والسوق الدولي.
- 3- تدريب الطلاب على مهارات التسويق الإلكتروني لأنها من أهم السمات المطلوبة بسوق العمل حتى يتم الترويج للسلع الإبداعية وبشكل سريع مستغلين في ذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- 4- تعريف الطلاب بحقوق الملكية الفكرية وكيفية المحافظة على حقوقهم وإبداعاتهم المختلفة.
- 5- ضرورة إمام الطلاب بكيفية تسجيل براءات الاختراع الخاصة بهم في مجال تخصصاتهم المختلفة.
- 6- نوضح للطلاب أهم الإجراءات التي يجب إتباعها في حالة تعرضهم إلى القرصنة وسرقة أفكارهم الإبداعية.
- 7- ضرورة تعريف الطلاب بكل معارف ومهارات ريادة الأعمال الفنية والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بهم.
- 8- تعريف الطلاب بأهم المهارات الناعمة المطلوبة لاقتناص الفرص الوظيفية الإبداعية في المجتمع والنجاح فيها.
- 9- عقد دورات تدريبية بالتعليم الجامعي النوعي لتدريب الطلاب وإكسابهم أهم المهارات الناعمة المطلوبة حالياً لسوق العمل بالاقتصاد الإبداعي.

المدخل السادس : الشراكة مع مؤسسات المجتمع التربوية وغير التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي:

إن التعليم الجامعي النوعي يستطيع القيام بالكثير من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابه، لكن لا بد من الشراكة مع بقية مؤسسات المجتمع الأخرى التي تدعم دوره وتساعد في إنجاز ذلك بسرعة وسهولة، حيث إن الاقتصاد الإبداعي يتطلب الترابط بين أفراد المجتمع وبين هيئاته المختلفة وهذه الشراكة في غاية الأهمية وهي ما يجعل المجتمع منتظماً كخلية النحل كل له دوره وكل له وظيفته ، وكل له أهدافه في إطار عام حركي متسق، وهو ما يحقق من خلال ما يلي: (محسن الخضيرى، 2009 ، 22).

- زيادة دور المنظمات المدنية في المجتمع.

- زيادة دور المنظمات غير الحكومية في المجتمع.

- زيادة دور ومشاركة الأفراد في إدارة المجتمع.

ولا بد من شراكة كل هيئات ومؤسسات المجتمع لدعم الجامعات في تحقيق الاقتصاد الإبداعي حيث في (كوريا) تمت شراكة بين الجامعات ووزارة العمل ومع الإعلام ومؤسساته حيث أقرت وزارة العمل ووزارة التعليم في (كوريا) خطة أو إنتاج نظام بيئي داعم للاقتصاد الإبداعي يشجع المواهب الإبداعية ويشمل ذلك برامج تعليمية للتأكيد على الأهداف والأحلام الفردية ونمو مواهب جديدة ، وتعزيز روح المبادرة ورفع الروح المعنوية ومساعدة العاملين في المنازل ليحصلوا على خبرة عملية خارج المنزل ونظام التعليم في (كوريا) نظام بيئي للمغامرة والابتكار والإبداع لأنهما المفتاح لخلق فرص العمل والتنمية في كوريا، والتعليم له علاقة قوية بصناعات المحتوى الإبداعي خاصة في عصر الإعلام الاجتماعي الحديث.

(Editorial, 2015,5)

ودفعت (كوريا) اهتمامها بالاقتصاد الإبداعي ليس إلى المدارس والجامعات فحسب بل إلى وسائل الإعلام الاجتماعية لغرس ثقافة جديدة عن الصناعات الإبداعية المتعلقة بالثقافة الشعبية كمنطقة للثقافة في الاقتصاد الإبداعي مع الاهتمام بالتحول لذلك في التعليم والتعلم وتعليم المتعلمين والمعلمين من خلال الشبكات الاجتماعية والمدارس والجامعات وتوجد منصات مفتوحة وتقنيات مفتوحة الوسائل لتعريف بالحق في التعليم الإبداعي وتعزيز التنوع الثقافي لتشكيل مجتمع إبداعي شامل حيث يمكن للمجتمع إنشاء اقتصاد إبداعي والوصول له والاستفادة منه. (Editorial, 2015,5)

وفي إطار اهتمام الاتحاد الأوروبي باقتصاد الإبداع باتخاذ العديد من التدابير نحو الشراكة لتحقيقه حيث خصصت الأموال لتنمية الصناعات الثقافية والإبداعية وأنشأ صناديق لتمويل المناطق المحرومة والبيئات متعددة التخصصات ، وأنشأ برنامج لدعم وتنمية المهارات اسمه ERASMUS PLUS و عدة برامج تمويلية أخرى ، اهتم بالتعليم والتدريب وبرامجه التي تعزز روح المبادرة وتساعد في الوصول إلى التمويل والأسواق للشركات الصغيرة، ويهدف أيضاً إلى تعزيز البحث والابتكار في مجال الثقافة والتراث الثقافي ، وإنشاء شبكة إقليمية لدعم الاقتصاد المحلي وربط العلاقات بين القطاع العام والقطاع الخاص حيث إن درجة التماسك الاجتماعي والروابط الأفقية والعلاقات بين المؤسسات هي التي تحدد جودة المجتمع المدني مما ينعكس على تطوير اقتصاديات الإبداع بها. (Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, ,293)

ومن ثم فإن لكل فرد في الاقتصاد الإبداعي دوره الذي يحققه بذاته منفرداً أحياناً وكما يحققه بالتعاون مع الآخرين أحياناً أخرى، ومن خلال الاعتماد المتبادل بين الأفراد مما يحقق التفاعل الإيجابي والمنشور في المجتمع والذي يؤدي إلى احترام كل شخص للآخر ولدوره. وذلك لأن العمل بالاقتصاد الإبداعي هو عمل جماعي وذلك "لأنه لا يقتصر العمل الإبداعي على الفنانين والعلماء والعمال والحرفيين فقط وحسب ، بل يجب أن يشارك الجميع فيه وأن يتاح لهم تطوير نشاطهم الإبداعي والحر والتوسع فيه، حتى يستطيعوا الشعور بالرضا عن حياتهم، كما يتعين على الجامعات والمدارس التقنية التي تدعم النشاط الإبداعي للعلوم والفنون في المدينة أن تعمل بوصفها البنية التحتية للدعم الخلاق" (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحاييس، 2017 ، 31).

ويجب أن يقوم التعليم قبل الجامعي بدور في غرس بعض معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه بتلك المرحلة العمرية المهمة.

وهذا ما يؤكد تقرير المركز الثقافي البريطاني الذي يؤكد علي أنه بالإضافة إلى الحضور القوي والملتزم للجامعة، فإن نجاح الاقتصاد الإبداعي المحلي سيعتمد على الأغلب على تعليم ابتدائي وثنائي جيد بالإضافة إلى التحفيز الذي تقدمه متاحف وصالات الفن وصالات العروض الموسيقية، وغيرها من المؤسسات الفنية والثقافية وقد تم عمل برنامج للشراكات الإبداعية، وهو برنامج رئيسي في المدارس البريطانية، يحقق الفوائد التي يمكن أن تنتج عن تشجيع طلاب المدارس للعمل مع رواد الأعمال الإبداعية (المركز الثقافي البريطاني، 2010، 39-40).

وأضافت دراسة (نجلاء أدهم، 2012، 1521) أنه لا بد من الشراكة مع مؤسسات المجتمع الخارجي، وأن ذلك يحدث من أجل تدريب الكوادر البشرية ولا بد من ضرورة ارتباط المؤسسات التعليمية بخدمة المجتمع بالانتشار خارج التدريب لإيجاد طرق وآليات لفرص عمل جديدة، وعلى سبيل المثال التربية الفنية مثلاً تسعى لمعالجة مشكلات المجتمع من خلال الأنشطة التدريبية المتعددة لتتيح لهم فرص عمل في المجتمع.

وبالتالي يجب أن يقوم التعليم الجامعي النوعي بإقامة شراكات مع الأسر لتوعيتهم بالاقتصاد الإبداعي ومزاياه عن طريق دعوتهم لحفلات وندوات وكذلك عمل الشراكة مع التعليم الأساسي والثانوي لاستقطاب الطلاب المبدعين للجامعة خاصة في ظل إنشاء جامعات الطفل المصرية لتدريبهم وتربية موهبتهم بشكل سليم، وتوعية العاملين بالتعليم قبل الجامعي بما يجب القيام به تجاه الاقتصاد الإبداعي وتنميته لدى طلابهم.

ويجب أن تقوم شراكة مع الوسائل الإعلامية المختلفة التي يجب أن تنشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي وتروج له وتعرف الطلاب والمواطنين به وبجوانبه المختلفة التي يمكن ممارستها بعرض نماذج ناجحة من رواد الاقتصاد الإبداعي في المجتمع.

ويجب أيضاً على مؤسسات المجتمع المدني أن تقوم بدورها في دعم وتنمية الاقتصاد الإبداعي في المجتمع ومنها الجمعيات الخيرية والتي يجب أن تحذو حذوا الجمعيات الخيرية (غير الربحية) في بريطانيا التي تدعم الاقتصاد الإبداعي وتقدم له المساندة المادية والمالية حتى ينجح المبدعون وتنجح أعمالهم ومن أهمها مؤسسة (نيفا) (NEFA) هي مؤسسة (نيو إنجلاند للفنون) وتعمل على إثراء المجتمعات في (إنجلترا) وخارجها، ويتحقق ذلك من خلال منح الأموال للفنانين والمنظمات الثقافية وتحليل مساهماتهم الاقتصادية، العائدة عليهم على جماهيرهم كشريك إقليمي للوقف الوطني للفنون في (إنجلترا). (Schneidman, D., 2016,9)

والأحزاب السياسية يجب أن تقوم بدور توعوي وأيضاً مساعدة المبدعين من رواد العمل والاقتصاد الإبداعي بشكل أوسع لقربها من متخذي السياسات والقرار في المجتمع. والنقابات المهنية المختلفة تستطيع القيام بالكثير في ذلك الأمر، حيث يمكن أن تقوم كل نقابة مهنية بتعريف أعضائها بأهم الصناعات الثقافية والإبداعية التي تنتمي إلى تخصصهم وكيف يمكنهم النهوض بها من خلال عقد ندوات ومحاضرات ومؤتمرات لذلك الأمر مع تقديم الدعم والمساندة لهم والبنية التحتية التي تلزمهم لنجاح أعمالهم الإبداعية.

ومما سبق يمكن تلخيص أهم الأدوار والمهام التي يجب القيام بها للمشاركة بين التعليم الجامعي النوعي وبين مؤسسات المجتمع المختلفة من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه فيما يلي:

- 1- زيادة دور الأسرة في اكتشاف الموهوبين والمبدعين من أبناءهم.
 - 2- دعم الأسرة للأفكار الإبداعية لأبناءهم لتحقيق اقتصاد الإبداع.
 - 3- التعاون بين كليات التعليم النوعي والأسرة في زيادة الوعي بالاقتصاد الإبداعي.
 - 4- قيام التعليم قبل الجامعي بالتعاون مع التعليم الجامعي في نشر أهم المعارف والمهارات عن الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
 - 5- قيام وسائل الإعلام بنشر الوعي بأهم مفاهيم الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب وأولياء الأمور بالمجتمع.
 - 6- أن تقوم وسائل الإعلام بتقديم نماذج ناجحة من رواد الأعمال الفنية المبدعين لتدعيم الاقتصاد الإبداعي لدى الطلاب.
 - 7- قيام الجمعيات الخيرية بدعم الاقتصاد الإبداعي بدعم ومساندة المبدعين أصحاب الأفكار الإبداعية الاقتصادية.
 - 8- قيام الأحزاب السياسية بنشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي والدعم المعنوي والمالي للمبدعين في المجتمع.
 - 9- قيام النقابات المهنية بعقد ندوات ومحاضرات عن الاقتصاد الإبداعي وآلياته لدى أعضائها.
 - 10- قيام كل نقابة مهنية بتعريف أعضائها بأهم مجالات العمل بالاقتصاد الإبداعي التي تقع في مجال تخصصهم وتدريبهم عليها.
 - 11- قيام أعضاء هيئة التدريس بالمساهمة في نشر الوعي بين أبناء المجتمع بالاقتصاد الإبداعي في كل مؤسسات المجتمع من مدارس وإعلام وأحزاب سياسية ونقابات مهنية.
- (ج) معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر:

يعتبر الاهتمام بالاقتصاد الإبداعي ضعيف على مستوى الدول العربية والدول النامية بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة وضعف حجم التجارة في الصناعات الثقافية الإبداعية في مصر كما سبق توضيحها، ولكن تفوقت في ذلك الدول الغربية ومنها (بريطانيا) و(الولايات المتحدة الأمريكية) و(الصين) .

فعلى سبيل المثال أوضحت دراسة (Munro, E. , 2017, 16-23) وجود ضعف في تنمية جوانب الاقتصاد الإبداعي لدى خريجي التعليم الجامعي (بالمملكة المتحدة) حيث إن الخريجين الجدد الذين يسعون إلى بناء عمل خاص بهم في الصناعات الإبداعية اتضح أنهم يسعون لطلب جلسات المشورة الفردية بالإضافة لاستنزاف الموارد في التدريب بسبب عدم قدرة مؤسسات التعلم الجامعي في (بالمملكة المتحدة) على توفير ما يلزم لتدريب الخريجين المبدعين مما جعلهم يلجأون إلى الوسطاء في مجال الثقافة والإبداع ليقدّموا لهم الدعم والمساعدة والمشورة والتدريبات اللازمة مما أدى لوجود المزيد من أنظمة الوساطة المتعددة في (بالمملكة المتحدة).

"لا تزال هناك فجوة لدى الخريجين في المهارات بين ما يمكنهم عمله وما ينبغي أن يقدموه وهذه الفجوة نتيجة للاحتياجات التدريبية التي لم تحقق تنمية المهارات في الأبحاث الحديثة الصادرة عن هيئة تنمية المهارات الإبداعية والثقافية في (إسكتلندا) " (SDS). وأرجعت الدراسة ذلك لعدة معوقات وحواجز حيث أن الاقتصاد الإبداعي تواجهه حواجز كثيرة حيث أكثر من 40 % من العمال المبدعين قالوا أنه يقابلهم معوقات وحواجز في العمل مقارنة ، 16 % فقط من العاملين في المهن بالقطاعات الأخرى. ومن مشكلات ومعوقات الاقتصاد الإبداعي عدم الاستقرار في العمل والمغامرة وعدم وجود تأمين صحي للعاملين بهم، الخوف والاحترق الذي يحدث لهم بسبب تغيير الحياة الوظيفية . (Kong, L., 2011, 56)

وأيضاً يوجد ضعف في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في الدول النامية والدول العربية ومن بينها مصر إلى وجود عدة معوقات تواجهه وبعد اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة وأدبيات متعددة منها: (الأمم المتحدة والأونكتاد، 2013، 36) ، (إسلام على، 2018 ، 243 – 244) ، (لقاء عبود، 2014 ، 57 – 58) ، (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحاييس، 2017 ، 48 – 50) ، (Flew, T., 2014, 12) ، (Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, 293) استخلصت أهم تلك المعوقات وهي ما يلي:

- 1- المشكلة الأساسية في تجاهل صانعي القرارات لتنمية الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي وحتى ينمو هذا الاقتصاد يتطلب التزاماً مدنياً من الدولة وتبنيه وسن القوانين والتشريعات التي تحميه.
- 2- ضعف ثقافة الابتكار والإبداع والاعتماد على النفس وتوظيف العقول وقلة الاستثمار البشري بتلك الدول للموهوبين والمبدعين.
- 3- اعتماد الصناعات الإبداعية على المعرفة وتوظيف التكنولوجيا ولكن يوجد ضعف في ذلك بتلك الدول.
- 4- انعدام الحماية لحقوق المؤلف وذلك لأن الاستثمار في الصناعات الإبداعية الثقافية لا يستطيع النمو والتطور وبشكل مستدام إلا بعد صيانة حقوق الملكية والمحافظة عليها.
- 5- نقص الدعم المؤسسي ونقص التنظيمات الهامة التي يجب أن تدعم الاقتصاد الإبداعي خاصة في مصر حيث لا توجد مؤسسات داعمة أو مراكز لرعاية المبدعين أو منظمات لحماية حقوقهم الفكرية.
- 6- افتقار بعض الدول إلى بعض احتياجات الاقتصاد الإبداعي مثل مهارات التسويق وريادة الأعمال الفنية وتصديرها وتسهيل وصول منتجاتها الفنية إلى الأسواق العالمية.
- 7- لا تمتلك تلك الدول الخامات الأولية اللازمة لكثير من الصناعات الإبداعية من سلع وأدوات وآلات ومواد خام فمثلاً الطباعة والنشر بالوطن العربي تحتاج للورق وحسب تقرير التنمية الثقافية فإن إنتاج العرب من الورق اللازم للطباعة والنشر لا يتعدى (35-40)% من حاجتهم له.
- 8- ضعف التمويل وضعف دعم الإنفاق الحكومي في الصناعات الثقافية الإبداعية في هذه الدول والتي تحتاج لبنية تحتية كبيرة خاصة قطاع الثقافة والفنون وغيرها من مجالات الاقتصاد الإبداعي.

- 9- نقص الوعي المجتمعي بالاقتصاد الإبداعي الذي يعد الداعم الرئيسي لهذا الاقتصاد والذي يجب أن يشمل كل فئات المجتمع لكي تتنبه إلى هذا الاقتصاد وتعمل على الاستثمار فيه.
- 10- نقص البنية التحتية الأساسية ، وذلك مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والربط الشبكي بين المجتمع وبين الدول وبعضها البعض وذلك يتطلب دعمًا حكوميًا لذلك.
- 11- نقص القدرات البشرية المبدعة وفجوة في المهارات حيث تلك القدرات البشرية المبدعة هي العمود الفقري لاقتصاد الإبداع و نقص معلوماتها ومهاراتها وضعف روح المبادرة لديها يقلل دورها بالاقتصاد الإبداعي.
- 12- ضعف التعاون الدولي من أجل تنشيط الاقتصاد الإبداعي والاستفادة من خبرات الدول السباقة في هذا المجال ومن مؤسساتها التي أنشأتها لهذا الغرض مثل منظمة (ويبو) (WIPO) لحقوق الملكية، ومنظمة (نيفا) (NEFA) نيفا للمبدعين والمبتكرين (بريطانيا) وغيرها من المؤسسات الرائدة في هذا المجال.
- 13- قلة وجود الجمعيات الخيرية الداعمة للاقتصاد الإبداعي بتلك الدول ومنها مصر مما يضعف منه بالرغم من تواجد تلك المنظمات والجمعيات الغير هادفة للربح بالدول المتقدمة بالاقتصاد الإبداعي مثل بريطانيا.
- 14- صغر حجم السوق المحلية وصعوبة الوصول إلى الأسواق العالمية، وذلك لأن الخدمات المحلية والمنتجات الإبداعية تحتاج إلى تسويقها في الخارج حيث التنافسية العالية التي تتطلب مهارات عالية في التسويق العالمي وتمويل كبير عن طريق شركات استثمارية متخصصة.
- تلك كانت مجموعة من معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي في الدول النامية ومنها مصر مما يضعف من دوره في المجتمع، ويحرم الدولة من اقتصاد بكر يجب أن تدخل فيه مصر بقوة لامتلأها المقومات الكثيرة التي تحتاج إلى توظيفها واستغلالها بالشكل العلمي المخطط له.
- والمعوقات السابقة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي وصناعاته الإبداعية تعوق تحقيقه في المجتمع بأكمله وخاصة بين طلاب وخريجي التعليم الجامعي النوعي ، ويضاف إليها بعض المعوقات التي ترجع إلى التعليم الجامعي النوعي وتعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه بالإضافة للمعوقات سابقة الذكر ، وقد اطلعت الباحثة على تلك المعوقات التي أشارت إليها عدة دراسات وأدبيات ومنها (محمد نصر، 2010، 29-30)، (مهنى غنايم ، 2018)، (إميل شنودة ، 2007، 12) ، (محمد نصر ، 2009، 5-7) ، (كمال الدين محمد، 2010، 518-520)، (إميل شنودة ، 2011، 10 - 11)، واستخلصت الباحثة تلك المعوقات فيما يلي:
- 1- قصور في انتقاء وقبول الطلاب بالتعليم الجامعي النوعي حيث يجب أن تتم عملية الاختبار بحيث تقتصر على الطلاب الموهوبين والمبدعين بالفعل، ولكن المعايير الموضوعية غير دقيقة واختبارات القبول ومقاييسه بها كثير من القصور.
 - 2- قصور في انتقاء واختيار أعضاء هيئة التدريس بتلك الكليات وقصور في عملية إعدادهم وتدريبهم على التكنولوجيا الحديثة.
 - 3- نقص التمويل اللازم لتلك الكليات للقيام بكل أنشطتها التربوية على الوجه الأكمل.
 - 4- نقص الإمكانيات المادية من مبانٍ ومرافق ومعامل وورش و مواد خام لكي يتم إتمام التعليم والتدريب بها بشكل فعال.

- 5- ضعف وقصور تربية ورعاية الموهبة والإبداع بتلك الكليات التي يجب أن تتم بشكل يعمل على تنمية الموهبة ودعم الابتكار والإبداع لدى الطلاب نظرًا لنقص الإمكانيات بتلك الكليات المختلفة.
 - 6- ضعف المناهج والمقررات الدراسية وعدم مواكبتها لكل ما هو حديث حيث يجب أن تكون متطورة ومواكبة للتقدم العلمي والثقافي في العالم.
 - 7- ضعف اهتمام تلك الكليات بالجانب الثقافي وضعف تنميته، وإهمال التراث الثقافي وغرسه لدى الطلاب وعدم تنمية الجانب الثقافي لديهم حتى يستطيعوا استثماره في صناعات ثقافية إبداعية وفق تخصصاتهم.
 - 8- استخدام طرق تدريس وتكنولوجيا تعليم ليست حديثة أو مواكبة للتقدم التكنولوجي بالعالم المحيط ، حيث يجب أن تكون عملية التدريس والتعليم والتعلم بتلك الكليات كلها ترعى الموهبة وتنميتها وتدفع الإبداع والابتكار لدى هؤلاء الطلاب الملتحقين بها.
 - 9- ضعف منظومة التدريب بالتعليم الجامعي النوعي وقصور الجانب العملي والتربوي : حيث إن مؤسسات التعليم الجامعي النوعي تهتم بالجانب النظري والفلسفي وتهمل الجانب العملي التطبيقي، وقد يرجع ذلك لنقص التمويل وضعف الإمكانيات اللازمة للتدريب العملي من كوادر بشرية ومعامل وأجهزة ومواد خام.
 - 10- عدم وجود مراكز للتميز وللابداع بتلك الكليات تخدم الطلاب وترعي مواهبهم وكذلك الطلاب في بقية الكليات الأخرى بالجامعات المصرية.
 - 11- الضعف الشديد في مواكبة التعليم الجامعي النوعي لتحولات العصر الرقمي وضعف الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تقدمت بشكل غير مسبوق وأصبحت ضرورية لأجل توظيفها في العمل والإنتاج بشكل إبداعي وتوظيفها في تسويق المنتجات وتعريف المستهلك بها في الداخل والخارج.
 - 12- قصور منظومة البحث العلمي وعدم سيرها وفقًا لخريطة بحثية داخل مؤسسات التعليم الجامعي النوعي مما لا يؤدي إلى ثمار علمية وبحثية جديدة تخدم الثقافة المحلية والقومية والاقتصاد الوطني.
 - 13- قصور التعاون بين مؤسسات التعليم الجامعي النوعي ومؤسسات المجتمع الأخرى وضعف الاستفادة منها في إعداد وتدريب الطلاب مثل الإدارات التعليمية والمؤسسات الثقافية والمؤسسات الصناعية داخل المجتمع.
 - 14- ندرة وجود قواعد بيانات ومعلومات أساسية ودقيقة عن كل ما يتصل بمؤسسات التعليم الجامعي النوعي من حيث نظم القبول والدراسة والامتحانات والمناهج والبرامج والأنشطة وإعداد المعلم والطلب الاجتماعي على التعلم الجامعي النوعي واحتياجات السوق العصرية.
 - 15- قلة القيادات في التعليم الجامعي النوعي المسنولة عن وضع الخطط والسياسات ومتابعة التنفيذ وتقويمه حتى يتم الارتقاء بتلك المؤسسات نظرًا لدورها الكبير في المجتمع المصري وتحقيق التنمية المستدامة به.
- و تلك المعوقات السابقة التي تعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي وهي متعددة ومتنوعة ومنها ما يتعلق بالموارد البشرية بالتعليم الجامعي النوعي من طلاب وأعضاء هيئة التدريس والمدرسين ، ومنها ما يتعلق بالبنية التحتية ومنها

ما يتعلق بالتمويل، ومنها ما يتعلق بنقص السياسات والتشريعات الداعمة لاقتصاد الإبداع والبعض يرجع للمجتمع الخارجي المحيط بالتعليم الجامعي النوعي.

إجراءات الدراسة الميدانية:

أولاً : أهداف الدراسة الميدانية:

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على:

1. واقع تحقق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي .
2. التعرف على واقع معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي ثانياً: أدوات الدراسة الميدانية:

لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية استخدمت الباحثة استبانة من إعدادها موجهة للطلاب والطالبات بالسنوات النهائية بالفرقة الثالثة والفرقة الرابعة بكلية التربية النوعية بجامعة أسيوط وكلية التربية النوعية بجامعة جنوب الوادي للتعرف على واقع تحقق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي وأهم معوقات تحقيقه.

وفيما يلي خطوات إعداد تلك الاستبانة :

وتم بناء الاستبانة باتباع قواعد بناء الاستبانات من حيث شكل العبارات وطولها وقواعد كتابتها.

(أ) صدق الاستبانة :

توجد طرق مختلفة للتأكد من صدق الأداة ولقد استخدمت الباحثة منها ما يلي :

- 1- صدق المحتوى: وهو التأكد من جميع العبارات تنتمي إلى المحاور التابعة لها وجميع المحاور الفرعية تنبثق من المحور الرئيس ، وأن جميع المحاور الرئيسية في الاستبانة تخدمها بشكل مباشر، وللتعرف على ذلك فقد تم تحكيم الاستبانة وعرضها على مجموعة خبراء في التربية للتأكد من صحتها والتعرف على ما إذا كانت البنود تقيس وتغطي جميع الجوانب المختلفة للموضوع محل الدراسة والبحث والمراد دراسته وتمثله تمثيلاً صادقاً من عدمه وتم تعديلها وفقاً لأرائهم.
- 2- الصدق الذاتي : الصدق الذاتي للاستبانة :

وهو يقيس الصدق الداخلي لبنود الاستبانة وهو يساوي الجذر التربيعي للثبات وجاء

كالتالي:

$$\text{الصدق الداخلي (الذاتي)} = \sqrt{\text{معامل الثبات}} = 0.89 = 0.94$$

(ب) ثبات الاستبانة :

تم حساب معامل ثبات الاستبانة عن طريق حساب معامل (ألفا كروبناخ) عن طريق برنامج SPSS ، وقد وجد أن معامل ثبات الاستبانة قد بلغ (0.89)، وهو معامل ثبات مرتفع وملامم للاستبانة.

(ت) الصورة النهائية للاستبانة :

بعد إجراء التعديلات على الاستبانة جاءت في صورتها النهائية مكونة من (79) عبارة مقسمة لمحورين رئيسيين كالتالي: أنظر ملحق رقم (1) .

المحور الأول: وجاء للتعرف على واقع تحقق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي .

واشتمل هذا المحور على (59) عبارة مقسمة إلى ستة محاور فرعية.

المحور الثاني: وجاء للتعرف على واقع معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي.

واشتمل هذا المحور على (20) عبارة مقسمة إلى أربعة محاور فرعية.

والخيارات المتاحة على المحور الأول تسأل عن درجة تحقق العبارة وتحتها ثلاثة خيارات هي: (كبيرة – متوسطة – ضعيفة)، وأيضا المحور الثاني كانت الخيارات عليه تسأل عن درجة تواجد المعوقات وتشمل ثلاثة خيارات هي: (كبيرة – متوسطة – ضعيفة).

ثالثاً: عينة الدراسة وأسلوب اختيارها:

أ- أسلوب اختيار العينة:

1- تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الطلاب والطالبات بكليتي التربية النوعية بجامعة أسيوط وبجامعة جنوب الوادي وذلك لأنهما أقدم كليتين للتربية النوعية تم إنشاؤها في صعيد مصر كله .

2- تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية الطبقية وهي عينة يتم اختيارها في حالة وجود صفات مختلفة بين عناصر المجتمع ، حيث يتم بتقسيم المجتمع إلى طبقات متجانسة ثم يتم اختيار عينة عشوائياً من كل طبقة بشرط تتناسب العينة مع حجم كل طبقة، وهذه الطبقات لها علاقة بالمشكلة محل الدراسة . (أحمد عامر ، 2007 ، 224).

3. حيث أن التعليم الجامعي بكليات التربية النوعية ينقسم إلى أربع فرق دراسية والباحثة قامت باختيار عينة من طلاب وطالبات الفرقة الثالثة والفرقة الرابعة ومن جميع التخصصات (الأقسام) بتلك الكليات .

ب- المجتمع الأصلي للعينة:

3- حيث تم اختيار العينة لتطبيق الاستبانة عينة من الطلاب والطالبات بكليتي التربية النوعية بجامعة أسيوط وبجامعة جنوب الوادي وذلك لأنهما أقدم كليتين للتربية النوعية تم إنشاؤها في صعيد مصر كله ، والعينة من الطلاب والطالبات الدارسين بالفرقة الثالثة والفرقة الرابعة ومن جميع التخصصات بتلك الكليات وبلغ عدد الاستبانات التي تم تعبئتها وخضعت للمعالجة الاحصائية هي (447) استبانة ، والجدول التالي يصف العينة:

جدول رقم (2)

وصف عينة الدراسة الميدانية وفقاً للفرقة والجنس والتخصص

| البيان | العينة | عدد العينة | النسبة المئوية من العينة الكلية % |
|------------------|--|------------|-----------------------------------|
| الفرقة | الفرقة الثالثة | 296 | 66.2% |
| | الفرقة الرابعة | 151 | 33.8% |
| | الإجمالي | 447 | 100% |
| الجنس | ذكور | 88 | 19.7% |
| | إناث | 359 | 80.3% |
| | الإجمالي | 447 | 100% |
| التخصص (القسم) | التربية الفنية | 313 | 70% |
| | التربية الموسيقية | 53 | 11.9% |
| | الاقتصاد المنزلي | 70 | 15.6% |
| | تكنولوجيا التعليم | 11 | 2.5% |
| | الإجمالي | 447 | 100% |
| الجامعة | كلية التربية النوعية - جامعة أسيوط | 126 | 28.2% |
| | كلية التربية النوعية - جامعة جنوب الوادي | 321 | 71.8% |
| | الإجمالي | 447 | 100% |

أما بالنسبة لحجم العينة بالنسبة للمجتمع الأصلي فكانت العينة الكلية (477) طالبًا من إجمالي عدد طلاب الفرقة الثالثة والرابعة بكليتي التربية النوعية بالجامعتين والبالغ عددهم (1829) طالبًا أي بلغت النسبة المئوية للعينة من المجتمع الأصلي نسبة (24.44%) كما بالجدول التالي:

جدول رقم (3)
وصف عينة الدراسة الميدانية بالنسبة للمجتمع الأصلي

| البيان الكلية- الجامعة | الفرقة الثالثة | الفرقة الرابعة | إجمالي عدد المجتمع الأصلي | عدد العينات | النسبة المئوية للعينة من المجتمع الأصلي % |
|---|----------------|----------------|---------------------------|-------------|---|
| كلية التربية النوعية بجامعة أسيوط | 376 | 484 | 860 | 126 | 15% |
| كلية التربية النوعية بجامعة جنوب الوادي | 499 | 470 | 969 | 321 | 33.1% |
| الإجمالي | 875 | 954 | 1829 | 447 | 24.44% |

رابعاً: تطبيق أداة الدراسة الميدانية:

قامت الباحثة بتطبيق الاستبانة بشكل الكتروني وذلك بعد أخذ الموافقات الرسمية لنشر رابط الاستبانة الالكترونية على المواقع الرسمية بكليات التربية النوعية بجامعتي أسيوط وجنوب الوادي وتم استمرار نشرها في الفترة من 2020/3/10م وحتى 2020/4/15م، وبلغ

عدد الاستبانات التي تم تعبئتها وخضعت للمعالجة الإحصائية هي (447) استبانة موزعة كما ورد بجدول وصف العينة السابق .

خامساً: المعالجة الإحصائية لاستجابات العينة على أداة الدراسة الميدانية:

بعد إتمام التطبيق الميداني تم المعالجة الإحصائية لنتائج تطبيق الاستبانة كما يلي:

1. تم حساب نسبة متوسط الاستجابة لنتائج تطبيق الاستبانة وحساب حدود الثقة لعينات الدراسة الميدانية كما يلي :

1- حساب تكرارات استجابات أفراد العينة تحت درجات التحقق الثلاثة (كبيرة- متوسطة- ضعيفة).

2- أعطيت الأوزان الرقمية لكل درجة موافقة كما يلي:

| درجة التحقق (التواجد) | كبيرة | متوسطة | ضعيفة |
|-----------------------|-------|--------|-------|
| 3 | 2 | 1 | |

- 3- تم ضرب التكرارات تحت كل درجة موافقة في الوزن الرقمي المناظر له.
 4- ثم تم جمع حاصل الضرب السابق لكل بند على حدة والحصول على الدرجة الكلية للبند.
 5- الحصول على نسبة متوسط الاستجابة وذلك بقسمة الدرجة الكلية للبند على عدد أفراد العينة مضروباً في 3 وهو أعلى وزن رقمي.

نسبة متوسط ~~Error~~

ثانياً: حساب حدود الثقة لكل عينة فرعية والعينة الكلية كما يلي:

الخطأ ~~Error~~ (فؤاد أبو حطب وآمال صادق ، 1991 ، 314-319)

حيث: أ = نسبة متوسط شدة الموافقة على البند 0,67

$$ب = 1 - أ = 0.33$$

ن = عدد أفراد العينة.

وتم حساب حدود الثقة من المعادلة التالية: (فؤاد أبو حطب وآمال صادق ، 1991 ، 319-322)

الحد الأعلى للثقة = $0.67 + (\text{الخطأ المعياري} \times 1.96)$

الحد الأدنى للثقة = $0.67 - (\text{الخطأ المعياري} \times 1.96)$

وبحساب حدود الثقة لعينة البحث الكلية وجد أنها هي (0.71 ، 0.63).

وإذا كانت نسبة متوسط الاستجابة تساوي الحد الأدنى وهو (0.63) أو أقل منه كانت النتيجة أن العبارة تتحقق (أو توجد) بدرجة ضعيفة ، وإذا كانت نسبة متوسط الاستجابة لى العبارة تساوي الحد الأعلى وهو (0.71) أو أكبر منه كانت النتيجة أن العبارة تتحقق (أو توجد) بدرجة كبيرة ، وإذا انحصرت بين القيمتين كانت النتيجة أن العبارة تتحقق (أو توجد) بدرجة متوسطة .

نتائج الدراسة الميدانية:

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على الاستبانة جاءت النتائج كما يلي:

المحور الأول: واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي :

(أ) مدخل نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي .

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (4)

واقع نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي

| م | العبارات | نسبة متوسط الإستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|---|----------------------------------|----------------------|-------------|---------------|
| | أثناء دراستك بالكلية تعرفت على : | | | |

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|----|---|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | مفهوم وماهية الاقتصاد الإبداعي. | 0.66 | متوسطة | 6 |
| 2 | الأهداف التي يسعى الاقتصاد الإبداعي لتحقيقها. | 0.73 | كبيرة | 1 |
| 3 | خصائص و مجالات الاقتصاد الإبداعي. | 0.72 | كبيرة | 2 |
| 4 | أهمية رأس المال الإبداعي في الاقتصاد الإبداعي. | 0.71 | كبيرة | 3 |
| 5 | مفهوم و أنواع الصناعات الثقافية والإبداعية. | 0.70 | متوسطة | 4 |
| 6 | دور الاقتصاد الإبداعي في حل مشكلة البطالة في المجتمع المصري. | 0.69 | متوسطة | 5 |
| 7 | مفهوم المراكز الإبداعية ودورها في تربية ورعاية المبدعين . | 0.66 | متوسطة | 7 |
| 8 | مفهوم المدن الإبداعية ووظيفتها في تحقيق الاقتصاد الإبداعي . | 0.63 | ضعيفة | 10 |
| 9 | أهم المتطلبات اللازمة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي الصناعات الثقافية والإبداعية في المجتمع. | 0.65 | متوسطة | 8 |
| 10 | أهم معوقات الاقتصاد الإبداعي الصناعات الثقافية والإبداعية في مصر وفي التعليم الجامعي النوعي . | 0.63 | ضعيفة | 11 |
| 11 | مفهوم حقوق الملكية الفكرية للمبدعين وكيفية حمايتها في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي . | 0.65 | متوسطة | 9 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.67 | متوسطة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة على العبارات أرقام (2 ، 3 ، 4) بأنها تتحقق بدرجة كبيرة وذلك يعني أن الطلاب بكليات التعليم النوعي على وعي بالأهداف التي يسعى الاقتصاد الإبداعي إلى تحقيقها وخصائصه وأهم محاولاته وأهمية رأس المال الإبداعي في الاقتصاد الإبداعي، وذلك قد يرجع لقرب مجال دراستهم من الاقتصاد الإبداعي والاهتمام بالمبدعين بتلك الكليات ومعرفتهم لأهمية موهبتهم ..
- جاءت نسبة متوسط الاستجابة على العبارات أرقام (1 ، 5 ، 6 ، 7 ، 9 ، 11) بأنها تتحقق بدرجة متوسطة وذلك يعني إمام الطلاب بتلك العبارات كان متوسط.
- أما العبارتين رقم (8 ، 10) فكانت نسبة متوسط الاستجابة عليهما بأنها تتحققان بدرجة ضعيفة وذلك يعني أن الوعي بمفهوم المدن الإبداعية ووظيفتها وأهم معوقات اقتصاد الإبداع ضعيف عند الطلاب.
- بلغ إجمالي متوسط الاستجابة على محور نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب (0.67) وذلك يعني تحققه بدرجة متوسطة وأنه يحتاج إلى مزيد من الجهود لنشر الوعي به بشكل أكبر مما هو عليه الآن بين الطلاب بكليات التعليم النوعي من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي لديهم ، وقد يرجع نقص ذلك الوعي إلى كثرة أعياء أعضاء هيئة التدريس بتلك الكليات وانشغالهم بتدريس المقررات الدراسية التقليدية ، وضعف تبني إدارات الكليات لمفهوم الاقتصاد الإبداعي والعمل على نشره والتوعية به بين الطلاب .

والدراسة الحالية تتفق في ذلك مع دراسة (Oakley, K. & ward, J. , 2018,312) التي أوصت بأنه "يجب أن تساعد الجامعة على نشر الوعي وتقديم رؤية واسعة عن الاقتصاد الإبداعي حيث يتم إعطاء الطلاب والمجتمع القيم الأخلاقية اللازمة للعمل بالاقتصاد الإبداعي".

(ب) مدخل الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب.
بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (5)

واقع الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|---|--|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | يتم تطوير وتحديث لاختبارات القبول بكليات التعليم النوعي لاستقطاب الطلاب أصحاب الموهبة والقدرات الإبداعية للالتحاق بتلك الكليات. | 0.69 | متوسطة | 1 |
| 2 | توجد آليات لجذب واستقطاب الطلاب الموهوبين وأصحاب الملكات الإبداعية لكي يستفيدوا من إمكانات تلك الكليات في تنمية قبولهم. | 0.65 | متوسطة | 2 |
| 3 | يتم إشاعة المناخ الإداري والتنظيمي الداعم للإبداع بكليات التعليم النوعي تنظيم مسابقات وجوائز ومكافآت للمبدعين المتميزين. | 0.60 | ضعيفة | 6 |
| 4 | تعقد مسابقات دورية بتلك الكليات لأفضل طالب مبدع ولأفضل فكرة إبداعية تصلح لعمل اقتصادي إبداعي. | 0.62 | ضعيفة | 3 |
| 5 | تنظم مسابقات دورية لأفضل عضو هيئة تدريس مبدع، ولأفضل قائد إداري مبدع بتلك الكليات. | 0.61 | ضعيفة | 4 |
| 6 | توجد مراكز للإبداع بتلك الكليات يكون لها نظام للعمل على رعاية وتربية المبدعين من كليات التعليم النوعي وكل كليات الجامعة . | 0.60 | ضعيفة | 7 |
| 7 | توجد بمراكز الإبداع البنية التحتية والمتخصصون لتقديم خدمة الاحتضان والدعم والمشورة العلمية لأصحاب الأفكار والمشروعات الإبداعية حتى تنجح. | 0.61 | ضعيفة | 5 |
| 8 | توفير الدعم المالي للمبدعين لتنفيذ أفضل أفكارهم الإبداعية على أرض الواقع وتحويلها لمشروعات صغيرة . | 0.55 | ضعيفة | 9 |
| 9 | تقديم الدعم الاجتماعي للمبدعين أصحاب الأفكار والمشروعات الإبداعية ذلك بتقبل أفكارهم ودعمها معنويًا والترويج لها في المجتمع المصري . | 0.60 | ضعيفة | 8 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.61 | ضعيفة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

– جاءت نسبة متوسط الاستجابة على العبارة رقم (1 ، 2) بأنهما يتحققان بدرجة متوسطة وذلك يعني أن تطوير وتحديث نظم القبول بكليات التعليم النوعي كان متوسطًا وكذلك آليات استقطاب الطلاب الموهوبين وأصحاب الملكات الإبداعية أيضًا متوسطة، وذلك قد يرجع لضعف تطوير نظم القبول وقلة تحديثها من أجل البحث عن الموهوبين والمبدعين بين الطلاب المتقدمين للالتحاق بتلك الكليات وبالتالي يصبح معيار المجموع هو الأقوى ويقل عدد المبدعين المقبولين بتلك الكليات .

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة على باقي عبارات المحور ضعيفة وذلك يعني قلة وضعف تحققها في الواقع، ويعني ذلك ضعف دور كليات التعليم النوعي في القيام بدورها في تنمية

القدرات والمواهب الإبداعية بالرغم من أهمية ذلك الدور لأن الاقتصاد الإبداعي يقوم على رأس مال إبداعي وهو المبدعين والذين يجب البحث عنهم بعناية ثم تنمية قدراتهم الإبداعية التي سوف تحول إلى مال و اقتصاد إبداعي في المستقبل.

- بلغت نسبة متوسط الاستجابة على إجمالي محور الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية لدى الطلاب بالضعيفة حيث بلغت (0.61) وذلك يعني ضرورة العمل على تحقيق هذا المحور بكليات التعليم النوعي في مصر والاستثمار في تنمية القدرات والمواهب والإبداعية بين الطلاب لتحقيق الاقتصاد الإبداعي لديهم .

وتتفق الدراسة الحالية في ذلك مع دراسة (Gu, W., 2018,1319- 1320) التي ترى انه يجب على التعلم الجامعي التحول نحو تصميمه وإصلاحه حتى يقوم بتنمية المواهب الإبداعية ولا بد من تغيير نظم التدريس وتحقيق تدريب متعدد القطاعات والتخصصات داخل مؤسسات التعليم الجامعي، واعتماد طرق تدريس إبداعية تعمل على تنمية الإبداع الثقافي والإبداع التقني والإبداع في الإدارة والتسويق وتنمية أصحاب المشاريع الإبداعية، وأن تكون المناهج ابتكارية وتشتمل على ريادة الأعمال ودمج الطلاب وتشجيعهم على المشاركة في تنظيم المشاريع وأن تنشأ بالجامعات مؤسسات بها مركز خبراء متعدد التخصصات، وكسر الحدود الوطنية في إنتاج المواهب الدولية، حيث يجب الإلمام بكل الثقافات واللغات في الكليات والجامعات في (الصين) وفي الغرب وذلك في الكليات والجامعات وذلك لأن الجامعات منصات ضخمة للاطلاع الثقافي، وذلك سيؤدي إلى تحسين التعاون الدولي وزيادة القوة التنافسية لتصميم المواهب الإبداعية، المطالبة بالتعليم مدى الحياة وتوفير المرونة في توفير فرص التعليم لهؤلاء الموهوبين والمبدعين.

المداخل التربوية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم الجامعي النوعي

(ج) مدخل تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (6)

واقع تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب

| م | العبارات | نسبة متوسط الإستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|----|--|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | غرس الثقافات المحلية والقومية التي تقوم عليها الصناعات الثقافية والإبداعية لدى الطلاب. | 0.66 | متوسطة | 2 |
| 2 | تنمية الثقافات المحلية والقومية بكل أنواعها عبر العصور لدى طلاب الكليات التعليم النوعي. | 0.67 | متوسطة | 1 |
| 3 | تكليف الطلاب بأبحاث عن الثقافة وأثارها على الاقتصاد لتنمية الجانب الثقافي لديهم . | 0.65 | متوسطة | 3 |
| 4 | الاهتمام بالتربية المتحفية في كليات التعليم النوعي من أجل تعزيز وتعظيم الثقافة المحلية والقومية في نفوس الطلاب . | 0.61 | ضعيفة | 8 |
| 5 | توجد عدد ساعات دراسية كافية مخصصة لتنمية الجانب الثقافي لدى الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر نظرًا لأهميتها لمجال تخصصاتهم. | 0.63 | ضعيفة | 5 |
| 6 | تنبثق جميع المناهج الدراسية بكليات التعليم النوعي من ثقافة المجتمع وتدعمها وتنميتها. | 0.65 | متوسطة | 4 |
| 7 | تنظم فعاليات ثقافية لتعريف الطلاب على الثقافات الأخرى مع الحفاظ على ثقافتنا القومية وعلى تميزها بين تلك الحضارات. | 0.61 | ضعيفة | 9 |
| 8 | توظيف الثقافة القومية في الأعمال الإبداعية المطلوبة من الطلاب ومن الباحثين من أجل الاستخدام الفعال لها. | 0.62 | ضعيفة | 6 |
| 9 | توجيه الطلاب إلى كيفية تحويل كل جوانب الثقافة القومية إلى اقتصاد إبداعي يساهم في تنمية المجتمع المصري. | 0.62 | ضعيفة | 7 |
| 10 | توجيه الطلاب إلى استخدام مستحدثات العصر الرقمي في الحفاظ على ثقافتنا القومية وتوظيفها في الاقتصاد الإبداعي في مصر. | 0.61 | ضعيفة | 10 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.63 | ضعيفة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- وكانت نسبة متوسط الاستجابة على العبارات أرقام (1 ، 2 ، 3 ، 6) بأنها تتحقق بدرجة متوسطة، أما بقية عبارات المحور فأنها تحققت بدرجة ضعيفة.
- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على إجمالي المحور (0.63) وذلك يعني أنه يتحقق بدرجة ضعيفة ، وذلك يرجع إلى اهمال المخزون الثقافي الكبير الموجود في مصر من قبل المؤسسات التعليمية ومناهجها وبرامجها المختلفة والتي يجب أن تعمل على غرسه وتنميته وتطويره واستغلاله بشكل جيد لدى طلابها ، وذلك يتطلب العمل على تحقيقه على أرض الواقع بشكل تتضافر فيه الجهود وضرورة قيام كليات التعليم النوعي بالاهتمام بتنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين طلابها، حيث أشارت خطة أمانة الاقتصاد الإبداعي في (البرازيل) إلى دور الثقافة والتنوع الثقافي في الاقتصاد وأن الاستثمار في الاقتصاد الإبداعي في (البرازيل) يتطلب التنوع الثقافي ورعاية الإبداع مع الاستدامة، وأنشأت بالتالي أمانة دائمة للاقتصاد والإبداع داخل وزارة الثقافة عام 2012م.

(Schiray, D. M. et al. , 2017, 512)

وتتفق الدراسة الحالية في ضرورة تنمية الجانب الثقافي لدى الطلاب لتحقيق الاقتصاد الإبداعي مع دراسة (Greffe, X. ,2016, 73) التي ترى أن الثقافة أصبحت صناعة إبداعية مثل أي صناعة من الصناعات الأخرى ، بالتالي فإن الصناعات الثقافية مرتبطة بالأنشطة الثقافية أو بشكل أوسع بالقطاع الثقافي في المجتمع ، إن الثقافة تقدم المرجعية الفكرية والأفكار الثقافية التي تحول إلى صناعات ثقافية، ويجب على كل من يطلب العمل في تلك الصناعات الاهتمام بالأنشطة الثقافية لأنها هي التي تولد له الأفكار الإبداعية التي تنتج صناعات ثقافية.

وأيضاً تتفق مع دراسة (Vesela, D. & Klimova, K. , 2014, 414) التي ترى أنه يجب أن تقوم دول الاتحاد الأوروبي بابتكار برامج للدراسة بالجامعات في القطاع الثقافي والإبداعي وضرورة التعليم والبحث واكتساب المعرفة حول تلك القطاع وضرورة توفير التعليم متعدد التخصصات وفهم الثقافات الأخرى.

(د) مدخل توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين طلابها.

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (7)

واقع توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين طلابها

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|---|---|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | تضمن المناهج الدراسية معارف متنوعة عن الاقتصاد الإبداعي وأهم أهدافه ومجالاته. | 0.67 | متوسطة | 4 |
| 2 | تحتوي المقررات الدراسية على معلومات عن | 0.69 | متوسطة | 1 |

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|----|---|----------------------|-------------|---------------|
| | الصناعات الثقافية الإبداعية وأنواعها المختلفة ودورها في تحقيق الاقتصاد الإبداعي. | | | |
| 3 | تضمن المقررات الدراسية معلومات ومعارف عن الموهبة وتنميتها للوصول بها إلى مرحلة الإبداع. | 0.67 | متوسطة | 5 |
| 4 | يتم تطوير طرق التدريس بحيث تكون في حد ذاتها عملية تنمي الإبداع لدى المتعلمين بتلك الكليات. | 0.69 | متوسطة | 2 |
| 5 | تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في العملية التعليمية لتدريب الطلاب عليها وتعريفهم عليها. | 0.66 | متوسطة | 6 |
| 6 | تتضمن الأنشطة الطلابية مسابقات بين الطلاب عن الإبداع ودوره في الاقتصاد الإبداعي. | 0.61 | ضعيفة | 9 |
| 7 | تنظيم أنشطة طلابية يمكن من خلالها استقطاب الطلاب المدعين والعمل على تنمية ملكاتهم الإبداعية والاستفادة منها. | 0.64 | متوسطة | 8 |
| 8 | تطوير المنظومة التدريبية بالكلية بتجهيز الورش اللازمة بالأجهزة التكنولوجية المتطورة من أجل تمكين الطلاب من مهارات إنتاجية اقتصادية إبداعية. | 0.61 | ضعيفة | 10 |
| 9 | يتم تطوير نظم التقويم والامتحانات بكليات التعليم الجامعي النوعي وذلك باستخدام أساليب تقويم تقيس الإبداع عند الطلاب وتعمل على تنميته لديهم. | 0.66 | متوسطة | 7 |
| 10 | تطوير قدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس العاملين بكليات التعليم الجامعي ليستطيعوا غرس وتنمية قدرات ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابهم. | 0.68 | متوسطة | 3 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.66 | متوسطة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة متوسطة على العبارات أرقام (1 ، 2 ، 3 ، 4 ، 5 ، 7 ، 9 ، 10) أي غالبية عبارات المحور وذلك يعني أنها لم تحقق بالشكل الكافي ويتطلب العمل على تحقيقها.
- جاءت نسبة متوسط الاستجابة ضعيفة على العبارتين رقم (6 ، 8) وذلك يعني ضعف قيام أنشطة الطلاب بعقد مسابقات عن الإبداع ودوره في الاقتصاد الإبداعي، وضعف تطوير المنظومة التدريبية بتلك الكليات لقلة ما يلزمها من تجهيزات ومواد خام وأجهزة حديثة.
- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور (0.66) وذلك يعني تحقيقه بدرجة متوسطة ، وقد يرجع ذلك إلى أن التعليم بتلك الكليات يتم بشكل تقليدي وطرق تدريس تقليدية ووسائل تعليمية تقليدية وكذلك طرق تقويم تقليدية مما يؤدي إلى ضعف تنمية مهارات ومعارف الاقتصاد الإبداعي لدى الطلاب ، وقد يرجع أيضاً إلى ضعف الامكانيات

المادية والبشرية اللازمة لتحقيق ذلك ، مما يتطلب من كليات التعليم النوعي العمل على توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بها من أجل تنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي ووضع خطوات إجرائية تحقق ذلك.

والدراسة الحالية تتفق في المطالبة بتفعيل و توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بالتعليم الجامعي النوعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي مع الدراسات السابقة التي نادت بتفعيل دور التعليم الجامعي بكل مكوناته في تحقيق الاقتصاد الإبداعي ومنها دراسة (Vesela, D. & Klimova, K. , 2014, 415) التي توصي بضرورة إنشاء البرامج الدراسية المبتكرة بالجامعات القائمة على الربط بين عدة تخصصات منها المجالات الفنية والاقتصادية والقانونية مع دراسة اللغات الأجنبية، ويجب أن يكون هناك تعاون وتكامل بين المؤسسات التعليمية والتي سوف تدعم التواصل بين الكليات والجامعات والأكاديميات الفنية حتى يتم التعاون بينها من أجل إنجاز هذه البرامج الدراسية المتعددة التخصصات.

وتتفق الدراسة الحالية أيضا مع دراسة (Schlesinger, p. , 2017, 83-84) التي أوصت بضرورة قيام التعليم الجامعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي عن طريق تقديم مقررات عن الصناعات الإبداعية والثقافية وعن مفاهيم الاقتصاد الإبداعي مع الاهتمام بالبعد الرقمي ، و الاهتمام بالبحوث العلمية بكثافة في مجال الإبداع والاقتصاد الإبداعي ، وأن تقوم الجامعات بدور الوسيط الثقافي مع مؤسسات المجتمع الأخرى في جميع المراحل حتى مرحلة الماجستير من أجل التعاون في نشر ثقافة الاقتصاد الإبداعي والاستفادة من البنية التحتية بمؤسسات المجتمع الأخرى ذات الصلة.

وترى الدراسة الحالية أنه لا بد من أن تقوم بذلك كليات التعليم النوعي أسوة بما حدث في كوريا حيث وضعت ميزانية لإنشاء أقسام بالكليات للصناعات الثقافية في الكليات والجامعات الكورية لتنمية الصناعات الثقافية وتطويرها ، وأوصت بضرورة تحويل التعليم نحو الاقتصاد الإبداعي وضرورة تطوير الممارسات في الانتقال إلى نظام تعليمي يتناسب مع الاقتصاد الإبداعي. (Editorial, 2015,6-8)

(هـ) مدخل تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل مع الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (8)

واقع تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل مع الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|---|---|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | تعريف الطلاب بفرص العمل المتاحة للعمل بالاقتصاد الإبداعي على المستوى المحلي والقومي داخل مصر. | 0.62 | ضعيفة | 5 |
| 2 | تعريف الطلاب بأهم الصناعات الثقافية والإبداعية المطلوبة منتجاتها في السوق المحلي والدولي. | 0.63 | ضعيفة | 3 |
| 3 | تدريب الطلاب على مهارات التسويق الإلكتروني حتى يستطيعوا الترويج لسلعهم الإبداعية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والشبكات الاجتماعية. | 0.59 | ضعيفة | 7 |
| 4 | تعريف الطلاب بحقوق الملكية الفكرية وكيفية المحافظة على حقوقهم وإبداعاتهم المختلفة. | 0.64 | متوسطة | 1 |

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|-----------------------------|--|----------------------|-------------|---------------|
| 5 | توضح الطلاب بكيفية تسجيل براءات الاختراع الخاصة بهم في مجال تخصصاتهم المختلفة. | 0.60 | ضعيفة | 6 |
| 6 | توضح أهم الإجراءات التي يجب إتباعها في حالة تعرض الطلاب إلى القرصنة وسرقة أفكارهم الإبداعية. | 0.57 | ضعيفة | 8 |
| 7 | يتم تعريف الطلاب بكل معارف ومهارات ريادة الأعمال الفنية والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بهم. | 0.63 | ضعيفة | 4 |
| 8 | يتم تعريف الطلاب بأهم المهارات الناعمة المطلوبة للعمل بالاقتصاد الإبداعيو تدرّبهم عليها. | 0.64 | متوسطة | 2 |
| 9 | تعريف الطلاب بأهم أماكن الصناعات الثقافية والإبداعية في مصر وبلورة خريطة لتلك الصناعات لدعم الاقتصاد الإبداعي في مصر . | 0.59 | ضعيفة | 9 |
| المتوسط الإجمالي على المحور | | 0.61 | ضعيفة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة متوسطة على العبارتين رقم (4 ، 8)، وكانت ضعيفة على بقية عبارات المحور وذلك يعني ضعف تحقق تلك العبارات.
- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور (0.61) وذلك يعني تحققه بدرجة ضعيفة، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام غالبية المؤسسات التعليمية بالجانب التعليمي فقط ولا تبحث عن متطلبات سوق العمل ولا تعمل على تليتها في الخريجين من تلك الكليات بالرغم من أهميتها الشديدة.
- ولا بد من العمل على تنمية كفاءات التعامل مع سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بشكل كبير وذلك لأهمية تلك الكفاءات والتي تمثل جانباً مهماً لكل من يعمل بالاقتصاد الإبداعي حتى يستطيع النجاح بسوق العمل لا بد من امتلاكه تلك الكفاءات من ريادة أعمال ومهارت ناعمة والقدرة على المحافظة على حقوقه الفكرية والقدرة على تسويق منتجاته إلكترونياً و الاستمرار في المنافسة في سوق العمل المتجدد باستمرار.
- (و) مدخل الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
- بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول رقم (9)

واقع الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب

| م | العبارات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها | ترتيب العبارة |
|----|--|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | تقوم الأسرة باكتشاف الموهوبين والمبدعين من أبنائها وتدعمهم معنوياً. | 0.64 | متوسطة | 3 |
| 2 | تدعم الأسرة الأفكار الإبداعية التي لدى أبنائهم لتحقيق اقتصاد الإبداع. | 0.65 | متوسطة | 1 |
| 3 | يتم التعاون بين كليات التعليم النوعي والأسرة في زيادة الوعي بالاقتصاد الإبداعي. | 0.59 | ضعيفة | 8 |
| 4 | يتعاون التعليم قبل الجامعي مع التعليم الجامعي النوعي في نشر أهم المعارف والمهارات عن الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب. | 0.61 | ضعيفة | 5 |
| 5 | تنشرو وسائل الإعلام الوعي بأهم مفاهيم الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب وأولياء الأمور بالمجتمع. | 0.60 | ضعيفة | 6 |
| 6 | تقدم وسائل الإعلام نماذج ناجحة من رواد الأعمال الفنية المبدعين لتدعيم الاقتصاد الإبداعي لدى الطلاب. | 0.65 | متوسطة | 2 |
| 7 | تقوم الجمعيات الخيرية بدعم الاقتصاد الإبداعي ومساندة المبدعين أصحاب الأفكار الإبداعية الاقتصادية. | 0.59 | ضعيفة | 9 |
| 8 | تقوم الأحزاب السياسية بنشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي والدعم المعنوي والمالي للمبدعين في المجتمع. | 0.55 | ضعيفة | 10 |
| 9 | تعقد النقابات المهنية ندوات ومحاضرات عن الاقتصاد الإبداعي وآلياته لدى أعضائها. | 0.60 | ضعيفة | 7 |
| 10 | تقوم كل نقابة مهنية بتعريف أعضائها بأهم مجالات العمل الاقتصادي الإبداعي التي تقع في مجال تخصصهم وتدريبهم عليها. | 0.63 | ضعيفة | 4 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.61 | ضعيفة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة متوسطة على العبارات أرقام (1 ، 2 ، 6) وذلك يعني أن شراكة الأسرة مع كليات التعليم النوعي متوسطة سواء في اكتشاف الموهوبين والمبدعين من أبنائها أو دعمهم معنوياً على ما يقدمونه من أفكار إبداعية ، وكذلك دور الإعلام في تقديم نماذج إبداعية ناجحة كان أيضاً متوسطاً، وجاءت نسبة متوسط الاستجابة ضعيفة على بقية عبارات المحور.
- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور (0.61)، وذلك يعني تحققه بدرجة ضعيفة ، وقد يرجع ذلك لضعف التشبيك بين المؤسسات المختلفة في المجتمع وضعف

علاقة كليات التعليم النوعي بتلك المؤسسات ، وقد يرجع لضعف تعاون تلك المؤسسات المجتمعة مع كليات التعليم النوعي في مصر.

ويتطلب ذلك من مؤسسات المجتمع القيام بالشراكة والمشاركة مع كليات التعليم النوعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب ويجب أن تقوم تلك الكليات بتوضيح المطلوب من كل مؤسسة في المجتمع حتى يتحقق الاقتصاد الإبداعي بينهم، ولا بد أن تمتد تلك الشراكة مع الأسرة ووسائل الاعلام والتعليم قبل الجامعي ومؤسسات المجتمع المدني من جمعيات خيرية ونقابات مهنية وأحزاب سياسية.

والدراسة الحالية تتفق في ذلك مع نتائج الدراسات السابقة والتي أوضحت أهمية تلك الشراكة وآلياتها في الدول المختلفة ومنها رأي (محسن الخضيرى، 2009 ، 22) حيث يرى لابد من الشراكة مع المنظمات المدنية في المجتمع، وزيادة دور المنظمات غير الحكومية في المجتمع، وزيادة دور ومشاركة الأفراد في إدارة المجتمع من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي.

و في (كوريا) تمت شراكة بين الجامعات ووزارة العمل ومع الإعلام ومؤسساته حيث أقرت وزارة العمل ووزارة التعليم في (كوريا) خطة أو إنتاج نظام بيني داعم للاقتصاد الإبداعي يشجع المواهب الإبداعية ، ودفعت (كوريا) اهتمامها بالاقتصاد الإبداع ليس إلى المدارس والجامعات فحسب بل إلى وسائل الإعلام الاجتماعية لغرس ثقافة جديدة عن الصناعات الإبداعية المتعلقة بالثقافة الشعبية كمنطقة للثقافة في الاقتصاد الإبداعي مع الاهتمام بالتحول لذلك في التعليم والتعلم وتعليم المتعلمين والمعلمين من خلال الشبكات الاجتماعية والمدارس والجامعات وتوجد منصات مفتوحة وتقنيات مفتوحة الوسائل لتعريف بالحق في التعليم الإبداعي وتعزيز التنوع الثقافي يمكن المجتمع من إنشاء اقتصاد إبداعي. (Editorial, 2015,5)

وفي الاتحاد الأوروبي تم اتخاذ التدابير نحو الشراكة لتحقيقه حيث خصصت الأموال لتنمية الصناعات الثقافية والإبداعية وأنشأ صناديق لتمويل المناطق المحرومة والبيئات متعددة التخصصات ، وأنشأ برنامج لدعم وتنمية المهارات اسمه (ERASMUS PLUS) و عدة برامج تمويلية أخرى ، ويهدف أيضاً إلى تعزيز البحث والابتكار في مجال الثقافة والتراث الثقافي ، والعلاقات بين المؤسسات هي التي تحدد جودة المجتمع المدني مما ينعكس على تطوير اقتصاديات الإبداع بها. (Boccella, N. & N. & Salerno, I. , 2016, 293)

وتتفق الدراسة الحالية مع تقرير المركز الثقافي البريطاني الذي يؤكد أنه يجب أن يقوم التعليم قبل الجامعي بدور في غرس بعض معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه بتلك المرحلة العمرية المهمة ، وإن نجاح الاقتصاد الإبداعي المحلي سيعتمد على الأغلب على تعليم ابتدائي وثانوي جيد وقد تم عمل برنامج للشراكات الإبداعية، وهو برنامج رئيسي في المدارس البريطانية، يحقق الفوائد التي يمكن أن تنتج عن تشجيع طلاب المدارس للعمل مع رواد الأعمال الإبداعية (المركز الثقافي البريطاني، 2010 ، 39-40).

وتتفق الدراسة الحالية أيضاً مع دراسة (نجلاء أدهم، 2012 ، 1521) التي ترى أنه لابد من الشراكة مع مؤسسات المجتمع الخارجي ، ولا بد من ضرورة ارتباط المؤسسات التعليمية بخدمة المجتمع بالانتشار خارج التدريب لإيجاد طرق وآليات لفرص عمل جديدة، وعلى سبيل المثال التربية الفنية مثلاً تسعى لمعالجة مشكلات المجتمع من خلال الأنشطة التدريبية المتعددة لنتيح لهم فرص عمل في المجتمع.

وتتفق الدراسة الحالية أيضا مع دراسة (Schneidman, D., 2016,9) التي أكدت أنه يجب على مؤسسات المجتمع المدني أن تقوم بدورها في دعم وتنمية الاقتصاد الإبداعي في المجتمع ومنها الجمعيات الخيرية والتي يجب أن تحذو حذوا الجمعيات الخيرية (غير الربحية) في (بريطانيا) التي تدعم الاقتصاد الإبداعي وتقدم له المساندة المادية والمالية حتى ينجح المبدعين وتنجح أعمالهم ومن أهمها مؤسسة (نيفا) (NEFA) هي مؤسسة (نيو إنجلاند للفنون) في إنجلترا.

إجمالي المحور الأول: واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي تتضح استجابات عينة الدراسة على إجمالي هذا المحور ومحاوره الفرعية كما بالجدول التالي:

جدول رقم (10)

إجمالي واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي

| م | المحور الفرعي | نسبة متوسط الاستجابة | درجة تحققها |
|----|---|----------------------|-------------|
| أ | مدخل نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي . | 0.67 | متوسطة |
| ب | مدخل الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب. | 0.61 | ضعيفة |
| ج | مدخل تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب. | 0.63 | ضعيفة |
| د | مدخل توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين طلابها. | 0.66 | متوسطة |
| هـ | مدخل تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل مع الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب. | 0.61 | ضعيفة |
| و | مدخل الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب. | 0.61 | ضعيفة |
| | المتوسط الإجمالي على المحور الرئيسي | 0.63 | ضعيفة |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة حول محور واقع تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي (0.63) وذلك يعني تحققه بدرجة ضعيفة ، وذلك يعني أن إجمالي جميع مداخل الاقتصاد الإبداعي تتحقق بدرجة ضعيفة مما يعني ضرورة العمل على تحقيق جميع مداخل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم النوعي بشكل جاد ووضع خطوات إجرائية لتحقيق ذلك الاقتصاد الجديد بين الطلاب بكليات التعليم النوعي.

وتتفق الدراسة الحالية في هذه النتيجة مع دراسة (Munro, E. , 2017, 16-23) التي أوضحت وجود ضعف في تنمية جوانب الاقتصاد الإبداعي لدى خريجي التعليم الجامعي بالمملكة المتحدة حيث إن الخريجين الجدد الذين يسعون إلى بناء عمل خاص بهم في الصناعات الإبداعية اتضح أنهم يسعون لطلب جلسات المشورة الفردية واستنزاف الموارد في التدريب بسبب عدم قدرة مؤسسات التعلم الجامعي في المملكة المتحدة على توفير ما يلزم الخريجين المبدعين مما جعلهم يلجأون إلى الوسطاء في مجال الثقافة والإبداع ليقدموا لهم الدعم والمساعدة والمشورة والتدريبات اللازمة مما أدى لوجود المزيد من أنظمة الوساطة المتعددة في المملكة المتحدة.

المحور الثاني: أهم معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي.

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

(أ) المعوقات المتعلقة بالإمكانات البشرية بكليات التعليم النوعي
بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول (11)

واقع المعوقات المتعلقة بالإمكانات البشرية بكليات التعليم النوعي

| م | المعوقات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة وجودها | ترتيب العبارة |
|-----------------------------|--|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | ضعف مدخلات كليات التعليم النوعي من الطلاب لقصور نظم انتقاء وقبول الطلاب الموهوبين والمبدعين منهم . | 0.74 | كبيرة | 1 |
| 2 | قصور في اختيار أعضاء هيئة التدريس العاملين بكليات التعليم النوعي. | 0.67 | متوسطة | 2 |
| 3 | ضعف مستوى أعضاء هيئة التدريس بتلك الكليات وخاصة في التعامل مع نظم المعلومات و التكنولوجيا الحديثة. | 0.66 | متوسطة | 5 |
| 4 | قلة وجود المتخصصين علمياً في تربية ورعاية الموهبة والإبداع بتلك الكليات . | 0.69 | متوسطة | 3 |
| 5 | القصور في كفاءات أعضاء هيئة التدريس اللازمة لتدريب الطلاب على مجالات الاقتصاد الإبداعي وصناعاته. | 0.68 | متوسطة | 4 |
| المتوسط الإجمالي على المحور | | 0.69 | متوسطة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- كانت نتيجة العبارة رقم (1) بأنها توجد بدرجة كبيرة وذلك يعني ضعف مدخلات كليات التعليم النوعي من الطلاب بسبب قصور نظم انتقاء الطلاب الموهوبين والمبدعين للالتحاق بتلك الكليات، أما بقية عبارات المحور فإنها توجد بدرجة متوسطة.

- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور الفرعي (0.69) وذلك يعني وجود معوقات متعلقة بالإمكانات البشرية بكليات التعليم النوعي وكلها توجد بدرجة متوسطة، وفيما يخص الطلاب فهي توجد بدرجة كبيرة مما يعني ضرورة العمل على تطوير الإمكانات البشرية بكليات التعليم النوعي حتى تقوم بدورها في تحقيق الاقتصاد الإبداعي.

(ب) المعوقات المتعلقة بالإمكانات المادية بكليات التعليم النوعي

بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول (12)

واقع المعوقات المتعلقة بالإمكانات المادية بكليات التعليم النوعي

| م | المعوقات | نسبة متوسط الإستجابة | درجة وجودها | ترتيب العبارة |
|---|--|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | نقص وضعف الإمكانيات المادية اللازمة للتدريب العملي من ورش ومعامل ومواد خام. | 0.77 | كبيرة | 2 |
| 2 | عدم وجود مراكز للتميز وللإبداع بتلك الكليات تخدم الطلاب المبدعين بتلك الكليات والكليات الأخرى بالجامعة. | 0.74 | كبيرة | 4 |
| 3 | الضعف الشديد في توفير متطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اللازمة للتحويل الرقمي والعمل بالاقتصاد الإبداعي. | 0.75 | كبيرة | 3 |
| 4 | نقص التمويل اللازم لتلك الكليات للقيام بكل أنشطتها التعليمية والتدريبية الداعمة لاقتصاد الإبداع. | 0.78 | كبيرة | 1 |
| 5 | القصور في المناهج والمقررات الدراسية الداعمة لاقتصاد الإبداع وعدم مواكبتها للتقدم العلمي والثقافي في العالم. | 0.71 | كبيرة | 5 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.75 | كبيرة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة على جميع عبارات هذا المحور بأنها توجد بدرجة كبيرة وذلك يعني وجود المعوقات المتعلقة بالإمكانيات المادية بكليات التعليم النوعي والتي تعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بدرجة كبيرة ولا بد من العمل على القضاء عليها ، وقد يرجع ذلك لضعف الميزانية المخصصة للإنفاق على تلك الكليات والتي يجب أن تكون ميزانية كبيرة لوجود جانب تدريبي وعملي بتلك الكليات في عدد كبير من مقرراتها مما يستلزم تمويل كبير من أجل توفير كل متطلباته ولوازمة حتى يتم بنجاح.
- (ج) المعوقات الإدارية والتشريعية بكليات التعليم النوعي بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت النتائج كما يلي:

جدول (13)

واقع المعوقات الإدارية والتشريعية بكليات التعليم النوعي

| م | المعوقات | نسبة متوسط الإستجابة | درجة وجودها | ترتيب العبارة |
|---|---|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | اهتمام إدارات كليات التعليم النوعي بالجانب النظري والفلسفي بدرجة أكبر من الجانب العملي التطبيقي. | 0.67 | متوسطة | 5 |
| 2 | ندرة وجود قواعد بيانات ومعلومات بمصر وبكليات التعليم النوعي عن كل ما يتصل بالاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية والثقافية وأماكنها في مصر. | 0.74 | كبيرة | 1 |
| 3 | قلة اهتمام قيادات كليات التعليم النوعي بالاقتصاد | 0.71 | كبيرة | 3 |

| م | المعوقات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة وجودها | ترتيب العبارة |
|---|---|----------------------|-------------|---------------|
| | الإبداعي والصناعات الإبداعية والثقافية عند وضع الخطط والسياسات التعليمية. | | | |
| 4 | القصور في اللوائح الدراسية لقله المقررات الدراسية والساعات التدريسية الخاصة بتنمية الجانب الثقافي بتلك الكليات. | 0.70 | متوسطة | 4 |
| 5 | ضعف توجيه إدارات الكليات للتحويل الرقمي واستخدام تكنولوجيا التعليم التي تنمي الإبداع والابتكار لدى الطلاب. | 0.73 | كبيرة | 2 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.71 | كبيرة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- جاءت نسبة متوسط الاستجابة على العبارات أرقام (2 ، 3 ، 5) بأنها توجد بدرجة كبيرة ،
والعبارتين أرقام (1 ، 4) فإنهما توجدان بدرجة متوسطة.
- بلغ إجمالي نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور (0.71) وذلك يعني وجود معوقات إدارية وتشريعية بكليات التعليم النوعي بدرجة كبيرة وتعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بها ولا بد من العمل على التخلص منها حتى يتحقق بشكل جيد.

(د) المعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع
بعد إجراء المعالجة الإحصائية لاستجابات عينة الدراسة على هذا المحور جاءت
النتائج كما يلي:

جدول (14)
واقع المعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع

| م | المعوقات | نسبة متوسط الإيجابية | درجة وجودها | ترتيب العبارة |
|---|---|----------------------|-------------|---------------|
| 1 | ضعف الشراكة بين كليات التعليم النوعي والإدارات التعليمية ومؤسسات المجتمع الأخرى من أجل تعريف المبدعين بالاقتصاد الإبداعي ومجالاته. | 0.74 | كبيرة | 3 |
| 2 | قصور قيام مؤسسات المجتمع الثقافية والمؤسسات الصناعية بالشراكة مع كليات التعليم النوعي في إعداد وتدريب طلابه على الاقتصاد الإبداعي وصناعات المختلفة. | 0.74 | كبيرة | 4 |
| 3 | قصور المؤسسات الإعلامية في القيام بدورها في نشر الوعي بالاقتصاد الإبداعي وصناعات المختلفة في المجتمع. | 0.74 | كبيرة | 5 |
| 4 | ضعف قيام مدارس التعليم قبل الجامعي بإمداد طلابه المبدعين بأفكار ومبادئ بالاقتصاد الإبداعي. | 0.76 | كبيرة | 1 |
| 5 | ضعف قيام الأسر في مصر بالاهتمام باكتشاف ورعاية المبدعين من أبناءهم. | 0.75 | كبيرة | 2 |
| | المتوسط الإجمالي على المحور | 0.74 | كبيرة | |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

جاءت نسبة متوسط الاستجابة كبيرة على جميع عبارات هذا المحور، وذلك يعني وجود معوقات متعلقة بالشراكة بين كليات التعليم النوعي و مؤسسات المجتمع حيث بلغت نسبة متوسط الاستجابة على هذا المحور (0.74) مما يعني ارتفاع معدل وجود تلك المعوقات مما يعرقل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي.

إجمالي المحور الثاني: معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي

يتلخص إجمالي نتائج مدى وجود تلك المعوقات في الجدول التالي:

جدول (15)

معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي

| م | المعوقات | نسبة متوسط الاستجابة | درجة وجودها |
|---|--|----------------------|-------------|
| أ | المعوقات المتعلقة بالامكانات البشرية بكليات التعليم النوعي | 0.69 | متوسطة |
| ب | المعوقات المتعلقة بالامكانات المادية بكليات التعليم النوعي | 0.75 | كبيرة |
| ج | المعوقات الإدارية والتشريعية بكليات التعليم النوعي | 0.71 | كبيرة |
| د | المعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع | 0.74 | كبيرة |
| | المتوسط الإجمالي على المحور الرئيسي | 0.73 | كبيرة |

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

بلغ إجمالي متوسط الاستجابة على محور معوقات تحقيق الاقتصاد الإبداعي (0.73) وذلك يعني وجودها بدرجة كبيرة ولا بد من العمل على القضاء على جميع تلك المعوقات البشرية والمعوقات المادية والمعوقات الإدارية والتشريعية والمعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع، حتى يتحقق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر. ووجود تلك المعوقات في طريق تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلاب التعليم الجامعي النوعي ليس في مصر فقط بل يوجد في عدة دول أخرى والدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في وجود تلك المعوقات ومن تلك الدراسات (الأمم المتحدة والأونكتاد، 2013، 36)، (إسلام على، 2018، 243 - 244)، (لقاء عبود، 2014، 57 - 58)، (همت عبد العزيز، عبد الوهاب الحاييس، 2017، 48 - 50)، (Flew, T., 2014, 12)، (Boccella, N. & Salerno, I., 2016, 293) وأن تلك المعوقات توجد بالدول الأخرى وهي أيضا توجد في مصر والاختلاف في درجة وحدة هذه المعوقات بين مصر والدول الأخرى. وبالتالي لا بد من السعي نحو العمل على القضاء على تلك المعوقات حتى يمكن تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر.

ملخص نتائج الدراسة الميدانية:

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية ضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلاب كليات التعليم النوعي حيث إن إجمالي تحقيق مداخل الاقتصاد الإبداعي كان ضعيفا. - وإن اختلفت درجة تحقق كل مدخل عن الآخر كما سبق توضيحه حيث إن هناك مدخلين تحققا بدرجة متوسطة وهما مدخل نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي ومدخل توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب. - أن بقية مداخل تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي فقد تحققت بدرجة ضعيفة وهذه المداخل هي:

- مدخل الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب.
- مدخل تنمية الثقافة لتحفيز الصناعات الثقافية الإبداعية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
- مدخل تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل مع الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
- مدخل الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب.
- توجد عدة معوقات لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي وبدرجة كبيرة من أهم تلك المعوقات التي تعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي وهي:

- المعوقات المتعلقة بالإمكانات البشرية بكليات التعليم النوعي.
- المعوقات المتعلقة بالإمكانات المادية بكليات التعليم النوعي.
- المعوقات الإدارية والتشريعية بكليات التعليم النوعي.
- المعوقات المتعلقة بالشراكة مع مؤسسات المجتمع.

ونظرًا لضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي بمدخله المختلفة بين طلاب كليات التعليم النوعي، وذلك لوجود عدة معوقات مختلفة تعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي، بالرغم من أهمية الاقتصاد الإبداعي الكبرى في تحقيق التنمية الشاملة في المجتمع المصري والذي يجب أن تخطو مصر فيه بخطوات جادة أسوة بالدول الأخرى نظرًا لحاجة الاقتصاد المصري له، وأنه يجب تحسين حجم التجارة بالاقتصاد الإبداعي والتي تعد متدنية في مصر كما سبق توضيحه وفق آخر تقرير للأمم المتحدة عن الاقتصاد الإبداعي. ومن هنا تأتي أهمية العمل على وضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر، ومن ثم فإن الجزء التالي من الدراسة سوف يتم فيه توضيح وشرح أهم مكونات تلك الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر.

رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب كليات التعليم النوعي في مصر:

بعد أن أظهرت الدراسة الحالية في إطارها النظري أهمية الاقتصاد الإبداعي في تحقيق التنمية الشاملة بالمجتمع، وأن هناك العديد من الدول التي اهتمت به وحققته من ورائه أرباحًا كبيرة على رأس هذه الدول (الصين) و(الولايات المتحدة الأمريكية) و(المملكة المتحدة)، وقد قام التعليم الجامعي بتلك الدول بدور كبير في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بها، واتضح ضعف الاهتمام بهذا الاقتصاد في مصر وضعف مستواها بين الدول في تقرير الاقتصاد الإبداعي الذي صدر عام 2018م وذلك يحتم الاهتمام به والعمل على تحقيقه في مصر، واتضح من الدراسة الميدانية ضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي ووجود عدة معوقات تعوق تحقيقه، في الوقت الذي تقوم فيه الجامعات بالدول المهتمة بالاقتصاد الإبداعي بدور مهم وكبير في تحقيقه وتنميته بتلك الدول، ومن ثم يجب أن تقوم كليات التعليم الجامعي بصفة عامة وكليات التعليم النوعي بصفة خاصة بدور كبير في تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلابها، ومن ثم جاء الجزء التالي من الدراسة ليضع رؤية مستقبلية مقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر. منطلقات الرؤية المستقبلية المقترحة:

ترتكز الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم

النوعي في مصر على مجموعة من المنطلقات والأسس وهي ما يلي:

1. ضعف مستوى مصر في الاقتصاد الإبداعي وفقاً لتقرير عام 2018م، وضعف مستوى تجارتها في الصناعات الإبداعية حيث تزايدت الواردات منها وقلت الصادرات مما يعني ضعف مستواها بين دول العالم في الاقتصاد الإبداعي حيث إنها لم تحصل على ترتيب بين دول العالم النامي.

2. ضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم الجامعي النوعي وخاصة أن تلك الكليات تحتوي على عدد كبير من المبدعين ورأس المال الإبداعي وبدرجة كبيرة، وبالتالي لابد من السعي إلى توظيف إبداعاتهم في الاقتصاد الإبداعي.

3. وجود عدة معوقات تعوق تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي، ومن ثم لابد من وجود آليات للتخلص منها وإزالتها من طريق تحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر.

4. حاجة مصر الماسة إلى هذا النوع من الاقتصاد الأخضر الذي سيسهم بشكل كبير في حل عدة مشكلات اقتصادية في مصر، ومنها القضاء على مشكلة البطالة واستثمار طاقات المبدعين في مصر.

5. امتلاك مصر لموروث ثقافي عبر العصور يمكن أن يستثمر ويحول لصناعات إبداعية وثقافية تنال إعجاب العالم لتمييزها وخصوصيتها الثقافية.

6. تمتلك مصر المواد الخام اللازمة للاقتصاد الإبداعي من خامات طبيعية متوفرة بها ويمكن أن تستثمر في الاقتصاد الإبداعي مقارنة بالدول الأخرى التي لا يوجد لديها مواد خام أو ثروات طبيعية يمكن أن تستفيد منها في صناعات الاقتصاد الإبداعي.

7. وجود ضعف في دعم مؤسسات المجتمع للتعليم الجامعي النوعي في تعزيز وتنمية الاقتصاد الإبداعي في مصر، ومن ثم لابد من وضع رؤية لكيفية تعاون تلك المؤسسات مع التعليم الجامعي النوعي وكلياته المختلفة ، ووضع آلية لهذا التعاون من أجل تنمية وتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي.

المشاركون في تنفيذ الرؤية المستقبلية المقترحة:

حتى تنجح هذه الرؤية لابد من قيام كليات التعليم النوعي وجميع العاملين بها من قادة وإداريين وأعضاء هيئة التدريس بالمهام المطلوبة منهم وهي الجزء الأكبر من المهام ، ولابد من مساهمة جميع أفراد المؤسسات الاجتماعية التي يجب أن تشارك كليات التعليم النوعي في تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابها ومنها أفراد الأسرة المصرية، ورجال الإعلام والقائمين على أمور الجمعيات الخيرية والمسئولين بالانقابات المهنية ، ورجال السياسة بالأحزاب السياسية، ولا ننسى الدور المهم للتعليم قبل الجامعي الذي يجب أن يغرس بذور معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابه حتى يستطيع التعليم الجامعي النوعي أن ينميها وتقطف ثمارها.

محاور الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر:

تتمثل محاور الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي في مصر في عدة محاور وتشمل عدة مداخل لتنمية وتحقيق الاقتصاد الإبداعي لديهم والمحاور هي ما يلي:

المحور الأول: نشر الوعي بأبعاد الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر .

حيث إن عملية تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي تتطلب في البداية وعيهم به والإلمام بالمعارف والمهارات اللازمة لتحقيقه، ويجب أن يقوم التعليم الجامعي النوعي بإكساب الطلاب المزيد من المعلومات حوله حتى يفعلوا به وتتكون لديهم الدافعية لممارسته ويكتسبوا كل ما يلزمهم من معارف تحقق هذا المجال المهم من مجالات الاقتصاد في مصر ومن ثم يجب تحقيق هذا الوعي وأهم آليات تحقيق هذا المحور ما يلي:

- أن يتعرف الطلاب على مفهوم وماهية الاقتصاد الإبداعي من خلال المقررات الدراسية.
- أن توضح للطلاب الأهداف المتعددة التي يسعى لتحقيقها الاقتصاد الإبداعي.
- أن يوضح أعضاء هيئة التدريس بتلك الكليات للطلاب أهم خصائص الاقتصاد الإبداعي ومميزاته عن أنواع الاقتصاد الأخرى.
- أن يلم الطلاب بأهم مجالات الاقتصاد الإبداعي من خلال دراستهم بالأقسام المختلفة بتلك الكليات.

- أن يُعرف أعضاء هيئة التدريس الطلاب على دور الاقتصاد الإبداعي في التنمية الاقتصادية في المجتمع المصري من خلال توفير التقارير والمنشورات المهمة بذلك الاقتصاد والتي تصدر عن المنظمات الدولية المختلفة .

- أن يشرح أعضاء هيئة التدريس لطلابهم بكليات التعليم النوعي أهمية رأس المال الإبداعي في الاقتصاد الإبداعي.

- أن توضح الهيئة المعاونة لأعضاء هيئة التدريس للطلاب مفهوم الصناعات الثقافية الإبداعية من خلال التدريبات العملية المختلفة بالكلية.

- أن يتعرف الطلاب على أنواع الصناعات الثقافية الإبداعية من خلال زيارتهم لأماكن تلك الصناعات في المحافظات المختلفة

- أن يدرك الطلاب أهمية الطبقة الإبداعية وأهم خصائصهم من خلال دراسته للمقررات التربوية والنفسية .

- أن يوضح أعضاء هيئة التدريس للطلاب مفهوم المراكز الإبداعية ودورها في الاقتصاد الإبداعي عن طرق إقامة أنشطة طلابية عنها وتنظيم الزيارات الميدانية للتعريف بها على أرض الواقع

- أن يتعرف الطلاب على مفهوم المدن الإبداعية ووظيفتها في الاقتصاد الإبداعي من خلال تكليفهم بإعداد أبحاث عنها .

المحور الثاني: الاستثمار في تنمية القدرات والمواهب الإبداعية بين الطلاب بكليات التعليم النوعي:

إن رأس مال الاقتصاد الإبداعي هو الرأس مال الإبداعي ، ومن ثم يجب البحث عليه بين الرأس مال البشري الموجود في الطلاب وبصفة خاصة طلاب كليات التعليم النوعي نظرًا

لأن غالبيتهم مبدعون وموهوبون وتم اختيارهم بعد المرور بعدة اختبارات للقدرات ، وبالتالي لابد من البحث عن أصحاب الموهبة والإبداع الحقيقي بينهم والعمل على تحويل هذه المواهب وتربيتها ورعايتها حتى تتحول إلى إبداعات حقيقية على أرض الواقع وتحويل إلى مال متمثل في الاقتصاد الإبداعي ولكي يتم ذلك يجب قيام كليات التعليم النوعي بالإجراءات التالية:

- تطوير وتحديث اختبارات القبول بكليات التعليم الجامعي النوعي لاستقطاب الطلاب أصحاب الموهبة والقدرات الإبداعية للالتحاق بتلك الكليات.
- وضع آليات لجذب واستقطاب الطلاب الموهوبين وأصحاب الملكات الإبداعية لكي يستفيدوا من إمكانات تلك الكليات في تنمية قبولهم.
- إشاعة المناخ الإداري والتنظيمي الداعم للإبداع بكليات التعليم الجامعي النوعي من أجل تشجيع المبدعين من تنظيم مسابقات وجوائز ومكافآت للمبدعين المتميزين.
- عقد مسابقات دورية بتلك الكليات لأفضل طالب مبدع ولأفضل عضو هيئة تدريس مبدع، ولأفضل قائد وإداري مبدع بتلك الكليات.
- إنشاء مراكز للإبداع بتلك الكليات يكون لها نظام للعمل بها، وبها بنية تحتية ومتخصصون ويمكنها تقديم خدمة الاحتضان والدعم لأصحاب الأفكار الإبداعية والمشروعات الإبداعية والأخذ بيدها حتى تنتج وتسوق لها منتجاتها عبر شبكة من العلاقات المحلية والدولية وتغطيها حملات إعلامية.
- توفير الدعم المالي للمبدعين لتنفيذ أفكارهم الإبداعية وأفضلها وتقديم الدعم الاجتماعي لهم بالرعاية لهم وتقبل أفكارهم الإبداعية ودعمها مالياً عن طريق شركات داعمة وراعية للإبداع في المجتمع المصري.

المحور الثالث: تنمية الجانب الثقافي لتحضير الصناعات الإبداعية والثقافية والاقتصاد الإبداعي بين الطلاب:

حيث إن الثقافة هي وقود الاقتصاد الإبداعي، وتقوم عليها الصناعات الإبداعية والثقافية التي تعتبر هي جوهر الاقتصاد الإبداعي، وكلما كانت الثقافة القومية ثرية ولها عمق تاريخي وموروث ثقافي عبر العصور كلما أدى ذلك إلى إنجاز وإنتاج المزيد من السلع والمنتجات الإبداعية وبالتالي يحدث نمو للاقتصاد الإبداعي ، وكلما كان بالثقافة القومية تنوع ثقافي كان ذلك أنجح وأفضل للاقتصاد الإبداعي ويؤدي إلى رواجه، ولا مانع من الانفتاح على الثقافات الأخرى، لكن مع الحفاظ على هويتنا الثقافية القومية الثرية التي لا مثيل لها في كل دول العالم.

ومن ثم يجب تنمية الجانب الثقافي لدى الطلاب بالتعليم الجامعي النوعي بكل كلياته وذلك لتحفيز وتنشيط وإثراء الاقتصاد الإبداعي ودفعه إلى الأمام وأهم إجراءات تحقيق وتنفيذ هذا المحور ما يلي:

- تعريف الطلاب بالصناعات الثقافية والإبداعية القائمة على الثقافة المحلية والقومية بكل أنواعها من خلال مقرراتهم الدراسية.
- غرس وتنمية الثقافات المحلية والقومية لدى طلاب التعليم الجامعي النوعي والاعتزاز بها أننا تدريس المقررات الدراسية بالكليات.
- أن يكلف أعضاء هيئة التدريس الطلاب بأبحاث عن الثقافة وأثارها على الاقتصاد لتنمية الجانب الثقافي لديهم.

- أن تهتم إدارة الكلية بالتربية المتحفية في التعليم الجامعي من أجل تعزيز وتعظيم الثقافة المحلية والقومية في نفوس طلاب التعليم الجامعي النوعي في مصر.
 - أن يعمل متخذ القرار على زيادة عدد الساعات الدراسية المخصصة لتنمية لجانب الثقافي لدى الطلاب بكليات التعليم الجامعي النوعي في مصر نظرًا لأهميتها لمجال تخصصاتهم.
 - أن يراعي أعضاء هيئة التدريس أن تنبثق جميع المناهج الدراسية بالتعليم الجامعي النوعي من ثقافة المجتمع وتدعمها وتنميتها.
 - أن يعرف أعضاء هيئة التدريس الطلاب بالثقافات الأخرى للتعرف عليها ومن أجل الحفاظ على ثقافتنا القومية وعلى تميزها بين تلك الحضارات.
 - أن توظف الثقافة القومية في الأعمال المطلوبة من الطلاب بالمقررات الدراسية، ومن الباحثين في رسائلهم العلمية من أجل الاستخدام الفعال لثقافتنا في الحياة الدراسية بالتعليم الجامعي النوعي.
 - أن يوجه أعضاء هيئة التدريس الطلاب إلى كيفية تحويل كل جوانب الثقافة القومية إلى اقتصاد إبداعي يسهم في تنمية المجتمع المصري.
 - أن توجه إدارة الكلية الطلاب إلى استخدام مستحدثات العصر الرقمي في الحفاظ على ثقافتنا القومية ونشرها وتوظيفها في الحياة الاقتصادية الرقمية ولدعم الاقتصاد الإبداعي في مصر وتشجيعهم على ذلك.
- المحور الرابع: توظيف المنظومة التعليمية والتدريبية بكليات التعليم النوعي لتنمية معارف ومهارات الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب:
- نظرًا لضعف تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى الطلاب بالتعليم الجامعي النوعي لابد من توظيف وتطوير كل محتويات ومكونات المنظومة التعليمية والتدريبية بتلك الكليات من أجل إكساب الطلاب المعارف الخاصة بالاقتصاد الإبداعي وأهم المهارات التي يجب أن يكتسبها الطلاب من خلال البرامج التعليمية والتدريبية بتلك الكليات والتي يوجد ضعف في قيامها بتحقيق الاقتصاد الإبداعي وأهم آليات وإجراءات تحقيق هذا المحور ما يلي:
- تضمين المناهج الدراسية معارف متنوعة عن الاقتصاد الإبداعي وأهم أهدافه ومجالاته.
 - أن تحتوي المقررات الدراسية على معلومات عن الصناعات الثقافية الإبداعية وأنواعها المختلفة ودورها في تحقيق الاقتصاد الإبداعي.
 - تضمين المقررات الدراسية معلومات ومعارف عن الموهبة وتنميتها للوصول بها إلى مرحلة الإبداع.
 - تطوير طرق التدريس بحيث تكون في حد ذاتها عملية تنمي الإبداع لدى المتعلمين بتلك الكليات.
 - استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في العملية التعليمية لتدريب الطلاب عليها وتعريفهم عليها.
 - أن تتضمن الأنشطة الطلابية مسابقات بين الطلاب عن الإبداع ودوره في الاقتصاد الإبداعي.
 - إجراء فعاليات ثقافية بالكليات المختلفة من أجل نشر الثقافة القومية بينهم وتعريفهم بالموروث الثقافي للمجتمع.

- تنظيم أنشطة طلابية يمكن من خلالها استقطاب الطلاب المبدعين والعمل على تنمية ملكاتهم الإبداعية والاستفادة منها.
 - تطوير المنظومة التدريبية بالكلية بتجهيز الورش اللازمة بالأجهزة التكنولوجية المتطورة من أجل تمكين الطلاب من مهارات إنتاجية اقتصادية إبداعية.
 - التوسع في التعليم التبادلي وذلك بالتعاون مع مؤسسات اجتماعية أخرى يتم تدريب الطلاب بها مثل الإذاعة والتلفزيون والمتاحف والمعارض وقصور الثقافة والمصانع من أجل التدريب في تلك المؤسسات وفي نفس الوقت يمكن لهذه المؤسسات أن تستفيد من الطلاب المبدعين ويتم الاستفادة منهم في تطوير العمل بتلك المؤسسات.
 - تطوير نظم التقويم والامتحانات بكليات التعليم الجامعي النوعي وذلك باستخدام الحاسب الآلي وأساليب تقويم تكنولوجية حديثة تقيس الإبداع عند الطلاب وتعمل على تنمية المهارات الإبداعية لديهم.
 - تطوير قدرات ومهارات أعضاء هيئة التدريس العاملين بكليات التعليم الجامعي النوعي وإمدادهم بكل ما يلزمهم منها للقدرة على غرس وتنمية قدرات ومهارات الاقتصاد الإبداعي لدى طلابهم.
- المحور الخامس: تنمية كفاءات التعامل في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي بين الطلاب:

- حيث يتحقق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم النوعي لابد من إكسابهم مهارات وكفاءات التعامل في سوق العمل بالاقتصاد الإبداعي والتي تتميز بخصوصية عالية مما يجعلها مختلفة عن أنواع الاقتصاد الأخرى حيث إن الصناعات الإبداعية تحتاج إلى أسواق معينة وطريق تسويق مختلفة بسبب التنافسية في سوق الاقتصاد الإبداعي، ولا بد من معرفة كيفية المحافظة على حقوق المبدعين في سوق الاقتصاد الإبداعي حتى لا يتعرضوا للقرصنة وسرقة أفكارهم الإبداعية، ولا بد من تدريبهم على كيفية تسجيل براءات الاختراع الخاصة بهم ، ومن أهم آليات تحقيق ذلك ما يلي:
- تعريف الطلاب بفرص العمل المتاحة للعمل بالاقتصاد الإبداعي على المستوى المحلي والقومي داخل مصر.
 - تعريف الطلاب بأهم الصناعات الثقافية والإبداعية المطلوبة منتجاتها على المستوى العالمي وللسوق الدولي.
 - تدريب الطلاب على مهارات التسويق الإلكتروني لأنها من أهم السمات المطلوبة بسوق العمل حتى يتم الترويج للسلع الإبداعية وبشكل سريع مستغلين في ذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
 - تعريف الطلاب بحقوق الملكية الفكرية وكيفية المحافظة على حقوقهم وإبداعاتهم المختلفة.
 - أن يتم إلمام الطلاب بكيفية تسجيل براءات الاختراع الخاصة بهم في مجال تخصصاتهم المختلفة.
 - نوضح للطلاب أهم الإجراءات التي يجب إتباعها في حالة تعرضهم إلى القرصنة وسرقة أفكارهم الإبداعية.
 - ضرورة تعريف الطلاب بمعارف ومهارات ريادة الأعمال الفنية والمشروعات الصغيرة والمتوسطة الخاصة بهم.

- تعريف الطلاب بأهم المهارات الناعمة المطلوبة لاقتناص الفرص الوظيفية الإبداعية في المجتمع والنجاح فيها.
- أن تعقد دورات تدريبية بالتعليم الجامعي النوعي لتدريب الطلاب وإكسابهم أهم المهارات الناعمة المطلوبة حاليًا لسوق العمل بالاقتصاد الإبداعي.
- المحور السادس: تفعيل الشراكة مع مؤسسات المجتمع لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب:

إن قيام أي مؤسسة تعليمية بالمهام الموكلة لها بمفردها لن يتحقق بدون دعم ومشاركة مؤسسات المجتمع الأخرى، ولكي تقوم كليات التعليم النوعي بتحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابها فإن يحدث بدون وجود شراكة حقيقية بينها وبين الأسرة والتعليم قبل الجامعي في اكتشاف المبدعين ورعايتهم، وقيام وسائل الإعلام والنقابات المهنية والأحزاب السياسية بمساعدتها في نشر ثقافة الاقتصاد الإبداعي وتحفيزها في المجتمع، وقيام الجمعيات الخيرية بدعم ومساندة المبدعين وأفكارهم الإبداعية كما هو الحال في (المملكة المتحدة) والدول الأخرى حيث إن غالبية المؤسسات الداعمة للاقتصاد الإبداعي مؤسسات خيرية (غير ربحية).

- ومن ثم لا بد من قيام مؤسسات المجتمع الخارجي بدعم ومساعدة كليات التعليم النوعي من أجل تحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلابها وهذه المؤسسات تشمل الأسرة والإعلام والتعليم قبل الجامعي ومؤسسات المجتمع المدني ومن أهم تلك المتطلبات ما يلي:
- أن يوضح للأسرة المصرية دورها في اكتشاف الموهبة والإبداع لدى أبنائهم والعمل على رعايتها ودعمها معنويًا.
- أن يقوم التعليم قبل الجامعي بإعداد الطلاب وإكسابهم مبادئ الاقتصاد الإبداعي وتجهيزهم للمراحل التالية وضرورة تدريس طلاب التعليم الثانوي العام والفني على الأقل مقررین دراسيين عن الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية كما هو معمول به في الدول الأخرى.
- أن يقوم الإعلام بدوره في توجيه المجتمع المصري إلى أهمية الموهبة ودور المبدعين في تطوير ونهضة الاقتصاد الإبداعي في المجتمع.
- أن تقوم مؤسسات المجتمع المدني المختلفة بدورها في تربية ورعاية ودعم ومساندة الموهوبين في المجتمع المصري ومنها الجمعيات الخيرية التي يجب أن تقوم الجمعيات الأهلية بدورها في تقديم الدعم المالي والمادي للطلاب المبدعين ومساعدتهم ورعاية إبداعاتهم وتسويقها لهم وتوفير الأماكن التي يعملوا بها مشروعاتهم، حيث الدعم عن طريق توفير الأماكن لهم أو الدعم المالي أو بالتسويق كل ذلك يعمل على مساعدتهم بشكل كبير، وغالبية الجمعيات التي ترعى المبدعين بالخارج مثل (المملكة المتحدة) فهي جمعيات غير ربحية أي خيرية، وكلها تساعد المبدعين حتى تنجح مشروعاتهم الاقتصادية الإبداعية.
- أن تسهم النقابات المهنية في دعم الاقتصاد الإبداعي بتشجيع وتكريم المبدعين في جميع التخصصات المختلفة وتقديم له ما يلزمه من مساعدة وتقدير معنوي يدعمه ويشجعه على المزيد من الإبداع وتحويله لمشروعات اقتصادية إبداعية.

- يجب أن تقوم الأحزاب السياسية بدور كبير في دعم ورعاية الإبداع والاقتصاد الإبداعي بتوفير التسهيلات لهم والموافقات والإجراءات التي تلزمهم لإقامة مشروعاتهم الإبداعية من حيث توفير القروض والمساعدات المالية وتخفيف الضرائب عليهم.

أهم المتطلبات اللازمة لتنفيذ الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي في مصر:

يتطلب تحقيق الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين الطلاب بكليات التعليم النوعي مجموعة ضرورية من المتطلبات ولا بد من العمل على توفيرها حتى تتحقق هذه الرؤية المستقبلية وينمو الاقتصاد الإبداعي لدى هؤلاء الطلاب بشكل خاص وفي المجتمع المصري بشكل عام وتتلخص أهم تلك المتطلبات فيما يلي:

(أ) متطلبات متعلقة بتوفير الدولة للسياسات الداعمة والمنظمة للاقتصاد الإبداعي في مصر.

- ومن أهم تلك المتطلبات التي يجب توفيرها ما يلي:
- أن تتبنى جميع السياسات والتشريعات الصادرة من الدولة للاقتصاد الإبداعي وتهتم به لأنه من أفضل وأسهل وأسرع أنواع الاقتصاد في العصر الحالي.
 - أن تسن الدولة التشريعات التي تنظم العمل في مجال الاقتصاد الإبداعي وترعى حقوق العاملين بهذا المجال المهم للغاية.
 - أن تعفي الدولة جميع المشروعات الخاصة بالاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية من الضرائب أسوة بالدول الأخرى وتشجيعاً للمبدعين ومشروعاتهم.
 - أن تعقد الدولة اتفاقيات مع الدول الأخرى بخصوص تسويق المنتجات الإبداعية المصرية لترويج ودعم الاقتصاد الإبداعي في مصر.
 - أن تنشئ مصر مؤسسات ومراكز إبداعية للموهوبين والمبدعين وتعمل على تنميتهم ودعمهم وتقديم المشورة لهم أسوة (بالمملكة المتحدة) و(الصين) حيث يظهر ذلك بوضوح بتلك الدولتين.
 - أن تعمل الدولة على تحويل عدد من المدن إلى مدن إبداعية على غرار (لندن كمدينة إبداعية) ويمكن تحويل عدة مدن في مصر لمدن إبداعية ومنها منها مدينة الإنتاج الإعلامي (بالسادس من أكتوبر)، و(القاهرة القديمة)، و(مدينة الأقصر الأثرية)، و(مدينة أحميم بسوهاج) المشهورة بصناعة وتصميم النسيج خاصة الحرير، و(مدينة دمياط) المشهورة بتصميم وتنفيذ الأثاث وغيرها من المدن التي يمكن اعتمادها كمدن إبداعية وترعى الاقتصاد الإبداعي وصناعاته بها.
 - إقامة المعارض السنوية داخل مصر وخارجها للمنتجات والسلع الإبداعية لدعم الصناعات الإبداعية والاقتصاد الإبداعي في مصر.
 - أن تسن القوانين الصارمة التي تحمي الملكية الفكرية للمبدعين في مجال الاقتصاد الإبداعي.
 - تسهيل إجراءات تسجيل براءات الاختراع في جميع مجالات وأنواع الاقتصاد الإبداعي في مصر.

(ب) متطلبات متعلقة بالموارد البشرية بكليات التعليم النوعي:

هناك عدة متطلبات متعلقة بالموارد البشرية بكليات التعليم النوعي والواجب توفيرها

ومنها ما يلي:

- العمل على اختيار المبدعين من أعضاء هيئة التدريس لكي يعملوا بكليات التعليم النوعي خاصة في مجال التخصص حتى يستطيع تنمية قدرات طلابه الموهوبين والمبدعين.
- توفير الدورات التدريبية المتخصصة في الاقتصاد الإبداعي ويتم تدريب أعضاء هيئة التدريس بها على أحدث ما وصل إليه العالم في هذا المجال الاقتصادي الإبداعي.
- العمل على إعداد عدد من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين عملياً وأكاديمياً في تربية ورعاية الموهبة حتى تحصل على عدد كبير من المبدعين من بين طلاب تلك الكليات خاصة في مجال الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية.
- تطوير مستوى أداء أعضاء هيئة التدريس في كل ما يتعلق بنظم وتكنولوجيات المعلومات لأهميتها للاقتصاد الإبداعي وتنمية الإبداع بين الطلاب.
- تحسين مدخلات كليات التعليم النوعي من الطلاب الموهوبين والمبدعين في التخصصات التي سيلتحقون بها وذلك عن طريق تطوير نظم الانتقاء واختبارات القبول التي تعقد لهم.
- العمل على تبادل الخبرات في هذا المجال بإرسال أعضاء هيئة التدريس في مهمات علمية للدول المتقدمة بالاقتصاد الإبداعي حتى يستطيعوا أن يحملوا لمصر أحدث ما وصل إليه العالم في هذا المجال ومن ثم يتم غرس ذلك وتعليمه للطلاب بتلك الكليات المهمة.

(ج) متطلبات متعلقة بالبنية التحتية والإمكانات المادية لكليات التعليم النوعي:

وتعد البنية التحتية والإمكانات المادية بكليات التعليم النوعي من أهم متطلبات تحقيق

الاقتصاد الإبداعي لدى طلابها، وتتلخص تلك المتطلبات والتي يجب أن تتوفر فيما يلي:

- إنشاء مراكز للمبدعين بتلك الكليات لتقديم الدعم والمساندة والمشورة العلمية للمبدعين عن تلك الكليات والكليات الأخرى بالجامعة.
- توفير الورش والمعامل وكل تجهيزاتها اللازمة للتدريب العملي للطلاب على كيفية إنتاج المنتجات والسلع الإبداعية.
- توفير معامل تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات اللازمة لتدريب الطلاب عليها وعلى كيفية توظيفها في مجال عملهم.
- توفير الأموال اللازمة لدعم الأنشطة الطلابية التي تكتشف الطلاب المبدعين وتعمل على دعمهم وتنميتهم.
- توفير تكنولوجيا التعليم التي تساعد على غرس الإبداع لدى الطلاب وتوصل لهم المعلومة بأشكال مبتكرة وإبداعية وليس بطريقة تقليدية تقتل الإبداع.
- توفير أماكن للمعارض والمسارح المختلفة لعرض المنتجات الإبداعية للطلاب المبدعين في تلك الكليات.
- إنشاء حاضنات للأعمال الإبداعية بكليات التعليم النوعي من أجل احتضان المشروعات الفنية الإبداعية وتقديم الدعم لها حتى تنجح وتنطلق في مجال الاقتصاد الإبداعي.
- تطوير جميع المناهج الدراسية بحيث تكون واعية لاقتصاد الإبداع ومواكبة له ونغرس المعلومات والمعارف اللازمة له في عقول الطلاب.

(د) المتطلبات متعلقة بالنواحي الإدارية والتشريعية بكليات التعليم النوعي:

يجب أن ترعى كليات التعليم النوعي الاقتصاد الإبداعي في جميع تشريعاتها ولوائحها

وفي جميع قراراتها الإدارية وتتلخص تلك المتطلبات فيما يلي:

- ضرورة إنشاء أقسام متخصصة في الاقتصاد الإبداعي وكذلك مقررات دراسية تكون متخصصة في الاقتصاد الإبداعي تدرس لكل طلاب كليات التعليم النوعي في مصر، كما هو معمول به في جامعات الولايات المتحدة الأمريكية.
- ضرورة تعديل لوائح كليات التعليم النوعي من أجل زيادة عدد الساعات المخصصة لتنمية الجانب الثقافي أكثر مما هي عليه الآن وفي جميع أقسام تلك الكليات.
- تطوير لوائح كليات التعليم النوعي بحيث يكون اهتمامها بالجانب العملي والتدريبي أكثر من الجانب النظري لأن المقررات التدريبية هي التي تتيح الفرصة لأكساب الطلاب لمهارات الاقتصاد الإبداعي اللازمة لهم.
- أن تعطي إدارات وقيادات كليات التعليم النوعي الاقتصاد الإبداعي اهتماماً كبيراً جداً عند وضع الخطط الدراسية التعليمية لتلك الكليات وللأقسام الحديثة التي يتم فتحها بها.
- أن تسعى إدارات الكليات وقياداتها إلى إنشاء قاعدة للبيانات والمعلومات عن الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية في المحافظات المختلفة في مصر.
- أن تبذل إدارات تلك الكليات جهداً في الإسراع من التحول الرقمي بتلك الكليات واستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في خدمة وتطوير وتسريع الاقتصاد الإبداعي بتلك الكليات بين طلابها.
- أن تسعى كليات التعليم النوعي إلى رسم خريطة للاقتصاد الإبداعي وصناعاته الإبداعية المختلفة وتوزيعها على مستوى مناطق جمهورية مصر العربية أسوة بما قامت به جامعات (إندونيسيا).
- أن تحرص إدارات تلك الكليات على عقد وتنظيم مؤتمرات سنوية عن الاقتصاد الإبداعي وأهم إنجازاته في مصر وفي تلك الكليات بشكل خاص ودورها تجاه ، مما يؤدي إلى زيادة الوعي بهذا الاقتصاد المساعد بين الطلاب والمجتمع مما يعزز ثقافة الاقتصاد الإبداعي بينهم.
- كانت تلك أهم المتطلبات اللازمة لتنفيذ الرؤية المستقبلية لتحقيق الاقتصاد الإبداعي لدى طلاب كليات التعليم النوعي في مصر.
- متابعة وتقويم الرؤية المستقبلية المقترحة لتحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب التعليم النوعي في مصر:
- إن تحقيق الرؤية المستقبلية المقترحة يعني تحقيق الاقتصاد الإبداعي بين طلاب كليات التعليم النوعي بصفة خاصة ، وفي المجتمع بصفة عامة ويمكن أن يقاس مدى تحققه باستخدام عدة مؤشرات منها ما يلي:
- متابعة ترتيب مصر في مؤشر الاقتصاد الإبداعي العالمي، حيث حسب تقرير عام 2018م فهي ليست من ضمن أفضل عشر دول نامية ، ويجب أن تكون مصر على الأقل من العشر دول نامية في تحقيق الاقتصاد الإبداعي وفقاً لتقارير (الأمم المتحدة) في السنوات القادمة كمرحلة أولية ثم ترتقي بعد ذلك تدريجياً لتحقيق مكانة تليق بكم المبدعين في المجتمع المصري وبجسم الثقافة المصرية العريقة .
- يمكن أن يتم التعرف على مدى مساهمة كليات التعليم النوعي في الاقتصاد الإبداعي بعدد براءات الاختراع التي تسجل من قبل خريجي وطلاب تلك الكليات المختلفة التي توجد تقريباً في كل الجامعات المصرية.

- يعتبر حجم التجارة المصرية في الاقتصاد الإبداعي وخاصة زيادة حجم الصادرات المصرية من الصناعات الإبداعية مؤشرًا على زيادة الاهتمام بهذا الاقتصاد المساعد في التعليم الجامعي النوعي في مصر، ودليل على نجاح وتطور الاقتصاد الإبداعي في مصر و بذل تلك الكليات جهودًا في تحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر.
- يعد نقص واردات مصر من الصناعات الإبداعية مؤشرًا على أن إنتاج السلع الإبداعية في مصر في صعود ونمو أدى إلى نقص تلك الواردات من الصناعات الإبداعية التي تكلف مصر المزيد من العملة الصعبة، ونقص تلك الواردات مؤشر لتحقيق وتنمية الاقتصاد الإبداعي في المجتمع.
- زيادة المشروعات الإبداعية الفنية الفردية والجماعية فهو مؤشر لنجاح وتحقيق الاقتصاد الإبداعي في مصر مما سيؤدي إلى المساهمة في القضاء على مشكلة البطالة بين الخريجين ، وتحقيق التنمية الشاملة المستدامة في مصر.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. إبراهيم غرايبة (2012)، "اقتصاد الإبداع .. كيف يحول الإبداع إلى مال؟"، الجهات الأربع، العدد 72 ، 6 أبريل ، 2012م.
2. أحمد السيد عامر (2007)، الإحصاء الوصفي والتحليلي ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع .
3. الأمم المتحدة واليونسكو (2013)، تقرير عن الاقتصاد الإبداعي 2013م، طبعة خاصة، الأمم المتحدة: اليونسكو.
4. الأمم المتحدة، والأونكتاد (2012)، "تقرير حول السياسات العامة الرفيع المستوى بشأن الاقتصاد الإبداعي في خدمة التنمية"، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الأونكتاد الثالث عشر، المنعقد في مركز قطر الوطني للمؤتمرات في الدوحة في الفترة من 21 - 26 أبريل 2012م.
5. إميل فهمي حنا شنودة (2007)، أهم المواصفات القياسية لضمان الجودة والاعتماد في التعليم النوعي بمصر والعالم العربي، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي الثاني - معايير ضمان الجودة والاعتماد في التعليم النوعي بمصر والوطن العربي، المنعقد في الفترة من 11 - 12 أبريل ، 2007م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، المجلد 1، ص ص 2- 25.
6. إميل فهمي حنا شنودة (2011)، استخدام التخطيط الاستراتيجي لتطوير الأداء المؤسسي والأكاديمي لمؤسسات التعليم العالي النوعي، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي السادس - الدولي الثالث - تطوير برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، المنعقد في الفترة من 13 - 14 أبريل ، 2011م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، المجلد 1، ص ص 1 - 22.
7. أنصار محمد عوض الله رفاعي، ثريا حامد أحمد أبو سيف (2017)، "ريادة الأعمال الفنية في مجال التصوير لتفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي"، مجلة التصميم الدولية، العدد 16 ، المؤتمر العلمي الدولي الأول للقصص المتخصصة الموروث الفني والحرفي لغة تواصل بين الشعوب.
8. إيهاب سلطان (2010)، "موجة من الاقتصاد الإبداعي تجتاح العالم - الإبداع يعانق الاقتصاد ويساهم في تقدم الدول"، متاح على الموقع: <https://middle-east-online.com> آخر زيارة بتاريخ 2020/1/12م.
9. جون هارتلي (أبريل 2007)، الصناعات الإبداعية - كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة ، الجزء الأول، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت: عالم المعرفة - سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، أبريل.
10. جون هارتلي (مايو 2007)، الصناعات الإبداعية - كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة ، الجزء الثاني ، ترجمة: بدر السيد سليمان الرفاعي، الكويت: عالم المعرفة - سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، مايو.
11. حسام محمد مازن (2012)، أصول مناهج البحث في التربية وعلم النفس ، القاهرة: دار الفجر.
12. خديجة عبد الله على بصفر، عزة عبد النبي إبراهيم خليل (2010)، "التقويم التربوي بين الواقع والمأمول في مؤسسات التعليم العالي النوعي، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي الخامس - الدولي الثاني - الاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي والأكاديمي في مؤسسات التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي، المنعقد في الفترة من 14 - 15 أبريل 2010م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، المجلد 1 ، ص ص 116 - 135.
13. زينب عبد الفتاح صبرة (2008)، منظومة التعليم النوعي ومدخلات سوق العمل، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العربي الثالث - تطوير التعليم النوعي في مصر والوطن العربي، المنعقد في الفترة من 9 - 10 أبريل 2008م، بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، المجلد 1، ص ص 108 - 115.

14. سامر مظهر قنطججي (2016)، "الاقتصاد الإبداعي - اقتصاد إيجابي"، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد 46، سوريا، مارس، ص ص 11 - 17.
15. سعيد عبد المعز على موسى (2019)، برنامج تدريبي لتنمية المهارات الناعمة لمعلمات رياض الأطفال، مجلة دراسات في الطفولة والتربية، كلية التربية للطفولة المبكرة، جامعة أسيوط، العدد 8، يناير، ص ص 1 - 64.
16. سلامة فاضل على (2018)، "التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية"، مجلة العميد، السنة السابعة، المجلد 7، العدد 25، ص ص 191 - 253.
17. صلاح رمضان شبير (2016)، "المهارات الناعمة وعلاقتها بالتوجهات الريادية لدى طلبة الكليات التقنية والمهنية في محافظات غزة"، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
18. عبد الحفيظ العبدلي (2019)، "تشجيع الاقتصاد الإبداعي - تطوير المهارات الإبداعية من أجل الارتقاء الاجتماعي والاقتصادي"، متاح على الموقع:
<https://www.swissinfo.ch/ara/business/44705722>
- آخر زيارة بتاريخ 2019/2/3م.
19. عبير محمد عباس رفاعي (2018)، "الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي: رؤية تنموية بديلة، دراسة حالة لصناعة الحرف التقليدية، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، المجلد 78، العدد 1، يناير، ص ص 233 - 282.
20. علا نعيم عمر حجاج (2014)، دور المهارات الناعمة في عملية اقتناص الوظائف الإدارية - دراسة تطبيقية على الوظائف الإدارية في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
21. على محمد عثمان العراقي (2015)، "ثنائية التراث الثقافي والاقتصاد الإبداعي: مراجعة نقدية لمفهوم الصناعات الإبداعية"، أدوماتو، مركز عبد الرحمن السديري الثقافي بالسعودية، العدد 32، يوليو، ص ص 81 - 90.
22. عمرو محمد عبد القادر هدية (2015)، "التصميم كصناعة إبداعية تحقق الاقتصاد الإبداعي للدول النامية"، المجلة الدولية للتصميم، المجلد 5، العدد 1، ص ص 165 - 172.
23. فهمي محمود محمد على دراج (2016)، "الرؤية التكاملية المعاصرة لإبداع الفنون الطباعية في ضوء تعدد الأدوات بين الطالب والمنتج لدى مؤسسات التعليم النوعي"، مجلة إمسيا، مجلة جمعية إمسيا التربوية عن طريق الفن، العدد 5، 6، أبريل، ص ص 392 - 408.
24. فؤاد أبو الحطب و أمال صادق (1991)، "مناهج البحث و الطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية و التربوية و الاجتماعية"، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.
25. كاثرين جويل (2019)، الاستفادة من الاقتصاد الإبداعي لإنдонيسيا، مجلة الويبو، أكتوبر 2019م، متاح على:
<https://www.wipo.int/wipomagazine/ar/2019/05/article.html>
- آخر زيارة بتاريخ 2020/1/10م.
26. كمال الدين حسين محمد (2010)، التعليم النوعي بين الطموحات والتهديدات برنامج المسرح التربوي نموذجًا، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي الخامس -الدولي الثاني- الاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي والأكاديمي في مؤسسات التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي، المنعقد في الفترة من 14 - 15 أبريل 2010م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، المجلد 1، ص ص 510 - 522.
27. لقاء شاكر عبود (2014)، "الصناعات الإبداعية في الوطن العربي.. الطريق إلى النمو الاقتصادي المستدام"، مجلة كلية مدينة العلم الجامعة، المجلد 6، العدد 2، ص ص 47 - 63.

28. المجلس الثقافي البريطاني (2010)، الاقتصاد الإبداعي : دليل تعريفى، سلسلة الاقتصاد الإبداعي والثقافي (1) ، ترجمة : ألما السالم، لندن: المجلس الثقافي البريطاني.
29. المجلس الثقافي البريطاني (2016)، تقرير المراكز الإبداعية 2016م، لندن: المجلس الثقافي البريطاني.
30. محسن أحمد الخضيرى (2009)، الاقتصاد الإبداعي – رؤية منهجية متكاملة للتعرف على عالم اقتصاديات الابتكار الإبداعي الفاعل في عالمنا المعاصر، القاهرة: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
31. محمد على أحمد نصر (2009)، التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي بين تحديات الحاضر ورؤى المستقبل لتحقيق الجودة وضمان نظم الاعتماد، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العربي الرابع – الدولي الأول – الاعتماد الأكاديمي لمؤسسات وبرامج التعليم العالي النوعي في مصر والعالم العربي – الواقع والمأمول ، المنعقد في الفترة من 8 – 9 أبريل 2009م، بكلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة المجلد 1، ص ص 2 – 14.
32. محمد على أحمد نصر (2010)، رؤى المستقبل نحو تطوير إعداد معلم التعليم العالي النوعي وتدريبه ونموه المهني ونوعيته في مصر والوطن العربي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي العربي الخامس – الدولي الثاني – الاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي والأكاديمي في مؤسسات التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي، المنعقد في كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، المجلد 1، ص ص 24 – 36.
33. مرفت حسن برعي (2007)، التربية المتحفية ودورها في تطوير التعليم النوعي بمصر والوطن العربي – منظور تنموي، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي الثاني – معايير ضمان الجودة الاعتماد في التعليم النوعي بمصر والوطن العربي، المنعقد في الفترة من 11 – 12 أبريل، 2007م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، المجلد 2، ص ص 549 – 563.
34. مهني غنايم (2018)، دور التعليم النوعي في تلبية احتياجات المجتمع العربي – تصور مقترح لتحقيق المطالب في ضوء أبعاد مجالات التنمية المستدامة، بحث مقدم للمؤتمر السنوي العربي الثالث عشر – الدولي العاشر – التعليم العالي في مصر والوطن العربي في ضوء استراتيجيات التنمية المستدامة، المنعقد في الفترة من 11 – 12 أبريل ، 2018م، بكلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
35. مؤسسة الفكر العربي (2012)، التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية، الاقتصاد القائم على المعرفة، بيروت: مؤسسة الفكر العربي.
36. مؤمن خلف عبد الواحد (2016)، "دور المهارات الناعمة في الحصول على الوظائف الأكاديمية : دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي – قطاع غزة، مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات ، عمادة الدراسات العليا، جامعة فلسطين، المجلد 6، العدد 2، يونيو ، ص ص 303 – 338.
37. نجلاء أحمد آدم (2012)، الأساليب العلمية لمعلم التعليم النوعي وفعاليتها خارج حدود الجامعة، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي السنوي العربي الرابع، إدارة المعرفة وإدارة رأس المال الفكري في مؤسسات التعليم العالي. في مصر والوطن العربي، المنعقد بكلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، المجلد 3، ص ص 1521 - 1534.
38. نعم جهاد رضوان (2019)، "المهارات الناعمة لدى المرأة الفلسطينية وأثرها في جودة القرارات بالمؤسسات النسوية: المحافظات الجنوبية"، مجلة دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية برماح بالسعودية، المجلد 2، العدد 12 ، يوليو ، ص ص 107 – 133.

39. همت محمد يوسف عبد العزيز ، عبد الوهاب جودة عبد الوهاب الحاييس (2017)، "الصناعات الإبداعية وعائلتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع: رؤية مستقبلية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مجلة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 25 ، ديسمبر ، ص ص 19 – 60.

40. هيام حياك (2019)، "دور الجامعات في بناء الاقتصاد الإبداعي وتعزيز ثقافة الإبداع والابتكار"، متاح على الموقع: blog.naseej.com وأخر زيارة بتاريخ 2019/12/2م.

41. واصف توفيق إسحق العدوان (2014)، المهارات الناعمة لدى مديري المدارس الحكومية في مديرية التربية والتعليم في الشونة الجنوبية، رسالة ماجستير، كلية العلوم التربوية ، جامعة جرش، الأردن.

ثانيا: المراجع الأجنبية:

42. Araya, D. (2010), "Cultural Democracy: Universities in the Creative Economy", **Policy Futures in Education**, vol. 8, No. 2, pp. 217 – 231.

43. Atkinson, R. & Easthope, H. (2008), "the Creative class in Utero? the Australian City, the Creative Economy and the Role of Higher Education", **The state of Australian Cities**, vol. 34, No. 3, pp. 307 – 318.

44. Boccella, N. & Salerno, I. (2016), "Creative Economy, Cultural Industries and local Development", **Procedia- Social and Behavior Sciences**, vol. 223, pp. 291 – 296, 2nd International Symposium "New Metropolitan Perspectives". Strategic Planning, Spatial Planning Economic Programs and Decision Support Tools, through the Implementation of Horizon / Europe 2020. ISTH 2020, Reggio Calabria (Italy), 18 – 20 May 2016.

45. D' Andrea, M. (2012), the Ontario Curriculum in the Arts and the Creative Economy Agenda", **Arts Education Policy Review**, Vol. 113, No. 2, pp. 80 – 88.

46. Daubaraitė, U. & Stariene, G. (2015), "Creative Industries Impact on National Economy in Regard to Subsectors", **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, Vol. 213, pp. 129 – 134.

47. Denatale, D. & Wassall, G. H. (2007), **The Creative Economy: A New Definition**, A research Framework for New England and Beyond, including an Economic Analysis of New England's Cultural Industries and Workforce, London: New England Foundation for the Arts (NEFA).

48. Editorial (2015), "Looking East: Education Reform and the Korean Creative Economy", **Educational philosophy and theory**, vol. 47, No. 1, pp. 1 – 9.

49. Flew , T. (2014), "Creative Industries: A new Pathway", **Inter MEDIA**, vol. 42, Issue1, Spring , pp. 11 – 12.

50. Ghazi, E. L. & Goede, M. (2017), "Creative Economy Assessment A Case study of Kish Island", **International Journal of Social of Social Economics**, vol. 44, No. 12, pp. 1940 – 1956.

51. Gilmore, A. & Comunian, R. (2016), "Beyond the Campus: Higher Education, Cultural Policy and the Creative Economy", **International Journal Cultural Policy**, vol. 22, No. 1, pp. 1 – 9.
52. Greffe, X. (2016), "From Culture to Creativity and the Creative Economy: A new Agenda for Cultural Economics", **City, Culture and Society**, vol. 7, pp. 71 – 74.
53. Gu, W. (2018), An Analysis of Innovative Talents training of Arts Education under the Development of Creative Economy in the Guangxi Province", **International Conference on Frontier Computing, Frontier Computing** , pp. 1315 – 1320.
54. Hartley, J. , Wen, W. & Siling Li,H (2015), **Creative Economy and Culture: Challenges , Changes and Futures for the Creative Industries, Creative Industries to Creative Economy**, London: Sage publications Ltd.
55. Klein, B., Moss, G. & Edwards, L. (2015), **Understanding Copyright: Intellectual Property in the Digital Age, Copyright and Creative Economy: How the Cultural Industries Expert Influence**", London : SAGE Publications LTd.
56. Kong, L. (2011), From Precarious Labor to Precarious Economy ? Planning for Precarity in Singapore's Creative Economy", **City, Culture and society**, vol. 2, pp. 55 – 64.
57. Liu, t – C. (2012), Open Education and the Creative Economy: Global Perspectives and Comparative Analysis, **ph. D**, Graduate College, University of Illinois champaign, Urbana Illinois.
58. Munro, E. (2017) "Building Soft Skills in the Creative Economy: Creative Intermediaries, Business Support and the "Soft Skills Gap", **Poetics**, vol. 64, pp. 14 – 25.
59. Ndou, V., Schiuma, G. & Passiante, G. (2019), "Towards a Framework for Measuring Creative Economy: Evidence from Balkan Countries", **Measuring Business Excellence**, vol. 23, No. 1, pp. 41 – 62.
60. Nurmala, S. & Ahyar, C. (2017), "The Development of an Independent Entrepreneurship Model through Creative Economy for Women in Lhokseumawe City", **Emerald Reach Proceedings Series**, vol. 1, pp. 87 – 92.
61. Oakley, K. & Ward, J. (2018), "Creative Economy, Critical Perspectives", **Cultural Trends**, vol. 27, No. 5, pp. 311 – 312.
62. Pratt, A. C. & Hutton, T. A. (2013), "Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning form the financial Crisis, **Cities** , vol. 33, pp. 86 – 95.
63. Schirag, D. M. , Carvalho, C. C. & Afonso. R. (2017), "Creative Economy as a Social Technology Approach – A case Study in Favela da Mangueira,

.....
Rio de Janeiro, Brazil", **Academia Revista Latino Americana de Administration**, Vol. 3, No. 4, pp. 508 – 528.

64. Schlesinger, P. (2017), "The Creative Economy: Innovation", **The European Journal of Social Science Research**, vol. 30, No. 1, pp. 73 – 90.
65. Schneidman, D. (2016), **Creative communities Exchange (CCX): Learning from England Creative Economy Initiatives**, London: New England foundation for the Arts (NEFA).
66. Sung, T. K. (2015), "The Creative Economy in Global Competition", **Technological Forecasting & Social Change** , vol. 96, pp. 89 – 91.
67. United Nations & UNCTAD, (2018), **Creative Economy Outlook-trends in international Trade in Creative Industries 2002 – 2015, Country profiles 2005 – 2014**, United Nations: United Nations Conference on Trade And Development (UNCTAD).
68. United Nations & UNCTAD (2010), **Creative Economy Report**, United Nations: United Nations Conference on trade and Development (UNCTAD).
69. Vesela, D. & Klimova, K. (2014), "Knowledge based Economy vs. Creative Economy", **Procedia – Social and Behavioral Sciences** , vol. 141, pp. 413 – 417.
70. White, D. S., Gunasekaran, A. & Roy, M. H. (2014), Performance Measures and Metrics for the Creative Economy", **Benchmarking: An International Journal**, Vol. 21, No. 1, pp. 46 – 61.
