

الصناعات الإبداعية ودورها في تنمية الاقتصاد المصري

دكتور

محمد محمد ابراهيم محمد عبد اللطيف

مدرس الاقتصاد بمعهد مصر العالي للتجارة والحاسبات بالمنصورة

2020

الصناعات الإبداعية ودورها في تنمية

الاقتصاد المصري

دكتور/ محمد محمد إبراهيم محمد عبد اللطيف

مدرس الاقتصاد بمعهد مصر العالي للتجارة والحاسبات بالمنصورة، مصر.

الملخص.

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

يهدف هذا البحث تقصي مفهوم الصناعات الإبداعية وذلك سعياً للإجابة عن سؤال رئيسي: هل الصناعات الإبداعية أضحت مكوناً مهماً في التنافسية الاقتصادية لأي دولة من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير الوظائف، وتأثيرها في المجالات الاقتصادية الأخرى وتستطيع منتجاتها منافسة المنتجات الصناعية التحويلية التقليدية.

وتوصل البحث الى ان للصناعات الإبداعية دوراً في تكوين الأساس الاقتصادي المصري من خلال مردوداتها الاقتصادية القادرة على إعالة العاملين فيها ومن ثم تحقيق قيمة مضافة قادرة على دفع عجلة التنمية.

الكلمات المفتاحية: الصناعات الإبداعية، التنمية الاقتصادية.

**Creative industries and their role in
development The Egyptian economy**

Dr. Mohamed Mohamed Ibrahim Mohamed Abdel Latif

Economics instructor at the Egyptian Higher Institute for Trade and
Computers in Mansoura, Egypt.

Abstract.

The world economy today is in essence an innovative economy, just as the main economic resource now is not the means of production, or capital, not natural resources or work only, but information and knowledge.

This research aims to explore the concept of creative industries in order to answer a key question: Are creative industries becoming an important component in the economic competitiveness of any country through its contribution to the gross domestic product and the provision of jobs, and its impact in other economic fields and its products can compete with traditional transformative industrial products.

The research found that the creative industries have a role in forming the economic basis for Egypt through its economic returns capable of supporting workers in it and then achieving an added value capable of advancing the development.

Keywords: creative industry, economic development.

مقدمة.

غدا الاقتصاد الإبداعي اليوم قوة تحويلية نافذة في العالم وينطوي علي
إمكانيات هائلة لتحقيق التنمية مازالت تنتظر استكشافها، وهو أحد أسرع القطاعات
نموا في الاقتصاد العالمي ليس فقط من حيث تحقيق الدخل وإنما من حيث توفير
فرص العمل وعائدات الصادرات أيضا، ولا يقتصر الامر علي ذلك فقد باتت نسبة
أكبر بكثير من موارد العالم الفكرية والابداعية تستثمر في الصناعات القائمة علي
الثقافة، وتعتبر طاقة البشر الإبداعية والابتكارية سواء علي مستوى الافراد او
الجماعات العامل المحرك الرئيسي لهذه الصناعات وأصبحت هذه الطاقة هي التي
تشكل الثروة الحقيقية للبلدان في القرن الحادي والعشرين وتؤثر الثقافة بصورة غير
مباشرة وبشكل متزايد علي فهم الفرد أينما كان للعالم المحيط به وعلي المعني الذي
يعطيه لوجوده فيه وعلي الطريقة التي يؤكد بها حقوقه كإنسان ويبني به علاقات مثمرة
مع الآخرين.

تقرض تحرير الإمكانيات التي ينطوي عليها الاقتصاد الإبداعي النهوض
بكل الطاقة الإبداعية الكامنة في المجتمعات وتأكيد الهوية المميزة للامكن التي
يزدهر فيها هذا الاقتصاد وينمو، وتحسين نوعية الحياة في الأماكن التي تعتمد هذا
الاقتصاد وتحسين صورة المجتمعات المحلية وهيبتها وتدعيم الموارد اللازمة لابتداع

مستقبل جديد متنوع الاشكال، فتشكل الصناعات الإبداعية عماد "الاقتصاد الابداعي" الذي تتجاوز منافعه الدائرة الاقتصادية.

تحولت الصناعات الإبداعية إلى مصدر هائل للثروة، فالقيمة لم تعد تأتي من تصنيع الأشياء، وإنما من المعلومات (نظم تشغيل الحاسب)، وانتقلت السيادة من شركات مثل جنرال إلكتريك إلى أخرى مثل ميكروسوفت، وتحولت المعلوماتية إلى التفاعلية والتواصلية، وما تبع ذلك من أعمال ومشروعات عبر شبكة الإنترنت وشبكات الاتصالات، وأصبح الإبداع في هذه المرحلة أحد أصول السوق، وبدأت الاقتصاديات المتقدمة تشهد انتقالا كبيرا من الشركات الكبيرة إلى المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومن توجيه المديرين إلى توجيه المستهلك أو الفنانين والمؤلفين ومديري الإنتاج، وتمتد إلى الخدمات الصحية والتعليمية، وأصبح الاستهلاك جزءا من دائرة الصناعات الإبداعية لا غايتها.

ارتبطت الصناعات الإبداعية بوضوح مع خدمات أخرى: السياحة، النقل والشحن، الطاقة، التأمين، الاتصالات، المحاسبة، الشؤون القانونية، الرعاية الصحية، الإعلان، البناء، الهندسة، العمارة، تكنولوجيا المعلومات، الضرائب، التعليم، التجارة الإلكترونية، والخدمات البيئية، كما تعد الصناعات الإبداعية محركا للصناعات الأخرى من خلال تزويدها برأسمال بشري متوفر في العاملين المبدعين المنتشرين في

كافة قطاعاتها، كما أنها تعمل كمضخة للابتكارات والتجديدات التكنولوجية، وتنتج سلعا وخدمات تعتمد كليا على الإبداع والابتكار مما يساهم فى التجديد الاجتماعى ككل، ومن ناحية أخرى تساعد الصناعات الإبداعية على توفير فرص العمل، وتوفير دخول عالية، وتحقيق تماسك واندماج اجتماعيا، وتحافظ على الهوية الثقافية ورفع جودة الحياة، وتعميق المواطنة والمشاركة عبر التشارك فى القطاعات الإبداعية المختلفة.

تتركز الصناعات الإبداعية فى تجمعات إبداعية أو عناقيد فى المدن والأقاليم الحضرية، التى تعد بمثابة التربة الخصبة التى تزدهر فيها، وتعطى الصناعات الإبداعية ميزة تنافسية للمدن التى تتركز بها وتساهم فى زيادة التماسك والاندماج الاجتماعى لمواطنيها وللمجتمع ككل، وذلك من خلال التركيز على الإبداع الفردى والجماعى، والنواحى الثقافية، والجمالية، والإختلاف والتنوع الثقافى.

أهمية البحث:

تعد الصناعات الإبداعية من الموضوعات الهامة التى يجب الاهتمام بها بشكل كبير وذلك لأنها تقوم بتأمين الاحتياجات اللازمة للصناعات الكبيرة والثقيلة وفى الوقت ذاته لها دورا مهما فى الاستفادة من ابداعات الشباب وتقوم بدور مهم فى

زيادة القدرة الاقتصادية الفردية، مما يؤدي الي زيادة القدرة الاقتصادية للدول، أيضا فهي تعمل علي زيادة معدل الابداع والابتكار لدي الافراد، فالمبدعين الذين يملكون الأفكار سيكون لهم نفوذا أكثر ممن يقومون بالأعمال العادية والروتينية، وأصبحت الملكية الفكرية في السنوات القليلة الماضية ذات تأثير كبير في الناتج الاقتصادي العالمي وفي طريقة حياة الافراد لأفكارهم، وقد أصبح الافراد الذين يملكون الأفكار الإبداعية هم من سيقودون المستقبل، وأضحت الصناعات الإبداعية عنصرا مهما في تكوين الاقتصاديات المتقدمة.

تعود أهمية الصناعات الإبداعية الي دورها المتوقع كموجه للمعرفة الاقتصادية وميسر للصناعات والخدمات الأخرى وتحقيقها ميزة تنافسية وطاقه ابداع لقطاعات الاقتصاد الأخرى، واجتذاب رأس المال الفكري الإبداعي، ويظهر أثر تلك الصناعات في اهتمامها بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة أكثر من المشروعات الكبرى التي تحتاج رؤوس أموال ضخمة، وفي هذا السياق لا تقتصر قيمة الصناعات الإبداعية علي النشاط الاقتصادي وانما تمتد كذلك الي أرقى أشكال التنمية في العالم.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في عدة تساؤلات يمكن طرحها فيما يلي:

- 1- ماهي ملامح الصناعات الإبداعية وتسلط الضوء علي ماهيتها؟
- 2- أهمية الصناعات الإبداعية وكيفية توفير بيئة مناسبة لاستثمار الصناعات الإبداعية؟
- 3- ماهو تأثير الصناعات الإبداعية علي الاقتصاد المصري؟
- 4- ما التحديات التي تواجه الصناعات الإبداعية وتحول دون قيامه بالدور المأمول منه؟
- 5- كيف يمكن النهوض بالصناعات الإبداعية وتعظيم دوره في تنمية الاقتصاد المصري؟

هدف البحث:

يهدف البحث الي الإجابة عن التساؤلات السابقة والتي تثيرها المشكلة موضوع الدراسة من خلال ما يلي:

- 1- بيان ملامح قطاع الصناعات الإبداعية في مصر ومقوماتها التي تقوم عليها بنية وهيكل هذه الصناعة.

2- توضيح الأهمية الاقتصادية لقطاع الصناعات الإبداعية وتأثيرها علي تنمية الاقتصاد المصري.

3- رصد التحديات التي تحول دون قيام الصناعات الإبداعية بالدور المأمول منه مع وضع رؤية تقوم علي عدة محاور أساسية تهدف الي النهوض بذلك القطاع.

فروض البحث:

في ضوء التساؤلات التي تثيرها مشكلة البحث وحتى يمكن تحقيق الأهداف المرجوة منه، فان الباحث يقوم بمناقشة وتحليل مدي صحة ثلاثة فروض أساسية وهي كما يلي:

الفرض الأول: مصر بها بنية أساسية ومقومات تسمح بالنهوض بالصناعات الإبداعية.

تفيد مناقشة وتحليل مدي صحة هذا الفرض تحقيق الهدف الأول من أهداف البحث.

الفرض الثاني: الصناعات الإبداعية لها دور هام في تنمية الاقتصاد المصري.

تفيد مناقشة وتحليل مدي صحة هذا الفرض تحقيق الهدف الثاني من أهداف البحث.

الفرض الثالث: هناك تحديات تحول دون قيام الصناعات الإبداعية بالدور المأمول منها وهو ما يتطلب وضع حلول ومتطلبات للنهوض بتلك الصناعة.

تفيد مناقشة وتحليل مدي صحة هذا الفرض تحقيق الهدف الثالث من أهداف البحث.

منهج البحث:

اعتمد الباحث في منهجه لإعداد بحثه خلال خطواته ومراحله ومناقشة فروضه المتعددة علي الاسلوب التحليلي بطريقتيه الاستقرائية والاستنباطية، فالاستقراء يكون من خلال التعرف علي واقع وملامح الصناعات الابداعية في مصر وكذلك بيان أهمية ذلك القطاع في النشاط الاقتصادي، أما الاستنباط فهو عملية استخلاص لبيان مدي تناسب مساهمة الصناعات الابداعية في النشاط الاقتصادي مع ما يتوافر لمصر من امكانيات في هذا القطاع، وعلي هدي هذه النتائج يمكن رصد بعض التحديات التي تحول دون قيام قطاع الصناعات الابداعية بالدور المأمول منه مما يساعد في وضع رؤية تأخذ في الاعتبار مواجهة هذه التحديات.

استمد الباحث بياناته الاساسية من خلال الاطلاع علي مجموعة من الكتب والبحوث والدراسات العلمية والتقارير العربية والاجنبية التي اهتمت بدراسة وتحليل التراث الفكري المرتبط بموضوع البحث.

خطة البحث:

المبحث الاول: ماهية الصناعات الإبداعية وتصنيفاتها

المطلب الأول: مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها.

المطلب الثاني: تصنيف الصناعات الإبداعية وخصائصها

المبحث الثاني: واقع الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر.

المطلب الثاني: تحديات الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها.

المبحث الأول

ماهية الصناعات الإبداعية وتصنيفاتها

تمهيد.

اقتصاد العالم اليوم في جوهره اقتصاد ابداعي، كما أن المورد الاقتصادي الرئيسي الان ليس وسيلة الإنتاج أو رأس المال ولا الموارد الطبيعية ولا العمل فحسب بل المعلومات والمعرفة، فتزدهر الصناعات الإبداعية في عصر اقتصاد المعرفة، والذي تنشأ فيه علاقة وثيقة بين الاقتصاد والثقافة والتكنولوجيا، أصبحت هذه الصناعات محرك النمو الاقتصادي في القرن الحادي والعشرين، وتدرك مصر أن الاقتصاد الإبداعي هو في الواقع خيار عملي لدفع عملية التنمية الاقتصادية، فقد جعلت من تشجيع الابتكار محورا لبرنامج الحكومة في العام 2020 وأحد أهم أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر لعام 2030.

لذلك وفي ضوء المبحث الأول من تلك الدراسة نستعرض وفي مطلبين ما يلي:

المطلب الأول: مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها

المطلب الثاني: خصائص الصناعات الإبداعية وتصنيفاتها

المطلب الأول

مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها

تمهيد.

نشأ مصطلح الصناعات الإبداعية أول مرة في استراليا في عام 1994 حينما ورد في تقرير (الأمة المبدعة - السياسات الثقافية للكوننولث) واستعملته أول مرة على المستوى الوطني حكومة المملكة المتحدة البريطانية، في عام ١٩٩٨ عندما أصدرت وزارة الثقافة البريطانية وثيقة (خرائط الصناعات الإبداعية) كان المفهوم محاولة من أجل تغيير مصطلحات الجدل الدائر حول قيمة الفنون والثقافة، في حين كانت الفنون تدعمها الحكومات إلى حد ما، إلا أنه كان ينظر إليها على أنها هامشية في الحياة الاقتصادية ومعتمدة على الدعم الحكومي، من خلال ذلك المطلب نستعرض مسار مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها.

أولاً: مفهوم الابداع

يعكس مفهوم الابداع أوجه متعددة للنشاط الإنساني، كما تتعدد التخصصات العلمية التي تتناوله بالدراسة، وتتشابه معه العديد من الألفاظ المشابهة للإبداع مثل

(الإختراع والإكتشاف والابتكار) و يختلط أيضا بألفاظ أخرى مثل العبقرية،
والموهبة¹.

يتميز الإبداع عن غيره من المفاهيم المتشابهة معه والمختلطة به، فيمكن القول أن الإبداع يختلف عن الموهبة بلفظها gift أو Talent اللذين يعنيان التفرد أو التميز في إنجاز فكرة أو إنتاج مهارة معينة، كما لا يعني التفوق superiority الذي يشير إلى موضع الفرد داخل جماعته التي تفوق عليها، ليس نتيجة لقدراته العقلية المتميزة فحسب ولكن لأنه الأفضل أو الأحسن داخل هذه الجماعة، كما يختلف عن العبقرية Genius وهو مصطلح لا يستخدم عادة، لكونه مصطلحاً غير علمي، وعلى الرغم من أن هناك جهود لمحاولة صبغ العملية والموضوعية عليه إلا أنه حتى الآن لم تظهر أي مجموعة محددة من الخصائص يمكنها أن تعرف العبقرية بشكل دقيق².

¹ Pope Rob, Creativity: theory history practice, Taylor, New York, USA, 2005, p2.

² عادل سلطان، محمد عبد الجواد، العدالة الاجتماعية في التعليم (بعض مخرجات العملية التعليمية: القدرات الإبداعية)، مج2، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2005، ص2.

يعرف الإبداع في المعجم الوسيط ومعجم مختار الصحاح: (إبداع الشيء إختراعه لأعلى مثال، وإنشاؤه على غير مثال سابق، وجعله غاية في صفاته)¹، ويعرف البعض الإبداع بأنه القدرة على الإتيان بأفكار جديدة، مدهشة، وذات قيمة وهذه الأفكار تشمل (المفاهيم، القصائد، القطع الموسيقية، النظريات العلمية، وصفات الطبخ، رقص البالية، الدعاية، وفنون تشمل التصوير الزيتي، فن النحت، الأواني، القطع المعدنية، وأشياء أخرى يمكن تسميتها)².

وقد خلص اخرون³ إلى مفهوم إجتماعي للإبداع مفاده " أنه عملية إنتاج لموضوعات إبداعية، قد تطرح في صورة إدعاءات جديدة تثير الاهتمام وصياغة جديدة لتجارب خاصة يمر بها المبدع على نحو يسمح لها بالاندماج في النظام القائم، أو بتغيير أيديولوجية هذا النظام، ويتحول إلى عنصر فى الثقافة، وهي عملية تتحقق من خلال التفاعل بين قدرات فريدة لدى المبدع والظروف الاجتماعية التي يعيش

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشئون المطابع الاميرية، مصر، 2004، ص40.

² عبد الوهاب جودة، همت محمد يوسف، الصناعات الإبداعية وعائداتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية علي المجتمع (رؤية مستقبلية)، مجلة علوم الانسان والمجتمع، ع25، الجزء الأول، ديسمبر 2017، ص22.

³ علي عبد الرازق جليبي، الابداع والمجتمع: دراسات في النقد الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص24.

فيها، ومدى تقدير المنتج الإبداعي في هذه الظروف الاجتماعية التي يعيش فيها،
والنتائج المثمرة لهذا المنتج على الآخرين.

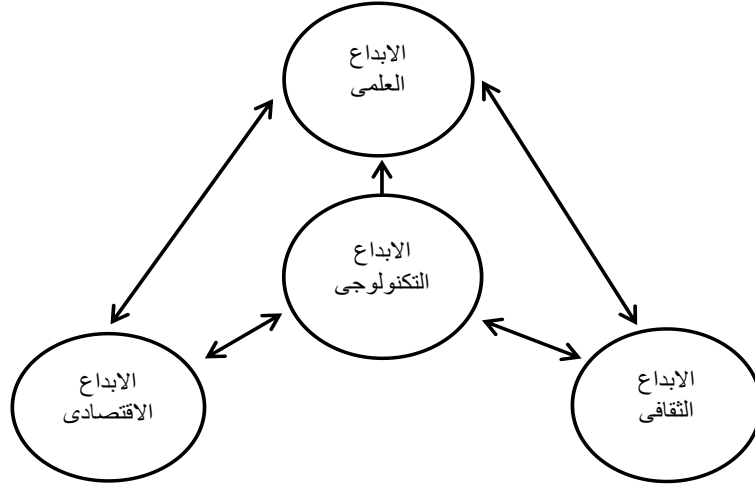
ويهمنا هنا أن نشير إلى أن الوظيفة الاجتماعية للإبداع لا تتحقق بكون
الأفراد مبدعون ولكن تتحقق حين يتوافر لهؤلاء الأفراد شروط معينة مثل النمو
والتمويل والبنية التحتية والتنظيم والإدارة وحقوق الملكية والأسواق المناسبة وغيرها من
الإمكانات التي يمكن أن تستوعب هذا الإبداع¹.

ويتكون الإبداع من أربع عناصر أساسية متفاعلة مع بعضها والشكل التالي يوضح
لنا ذلك:

¹ اجلال راتب، بناء قواعد تصديرية صناعية للاقتصاد المصري، معهد التخطيط القومي، سلسلة
قضايا التخطيط والتنمية رقم 248، ص133.

شكل (1)

الإبداع فى إطار الاقتصاد الإبداعي



UNCTAD(2010) Creative Economy Report: A feasible development option.

من هنا يمكن لنا أن نعرف الإبداع بعد عرض ما سبق بأنه القدرة على توليد أفكار جديدة ومفيدة أو إنتاج شئ ما مادياً أو معنوياً، أو وضع حل لمشكلة ما على أن تلقى قبولاً واعترافاً من المجتمع، تحتاج منظومة الإبداع إلى العديد من العناصر الأساسية لنجاحها مثل التعليم وحماية حقوق الملكية الفكرية والتشريعات المتعلقة بالإبداع والجودة والأمن ورأس المال والإدارة الجيدة والتدريب والاتصالات والتطور التكنولوجى وبرامج البحث والتطوير والمراكز البحثية وغير ذلك من العناصر الأساسية.

ثانياً: مفهوم الاقتصاد الإبداعي

مفهوم الاقتصاد الإبداعي طبقاً للأونكتاد أخذ في التطور على أساس الأصول الإبداعية وإمكانية توليد دخل ونمو اقتصادي وهو نشاط اقتصادي نامي ومزدهر ومحرك رئيسي لتتويج وتحديث اقتصادات العديد من الدول في العالم، يستخدم مصطلح " الإبداعية " او " الاقتصاد الإبداعي " للإشارة إلى القطاعات الثلاثة للإقتصاد الإبداعي ، والتي تشمل كلا من المؤسسات التجارية والرقمية وغير الربحية الثقافية¹.

ظهر مفهوم الاقتصاد الإبداعي عندما تناوله البريطاني " جون هوكنز " وطبقه على 15 نشاطاً صناعياً تبدأ بالفنون وتمتد إلى مجالات العلم والتكنولوجيا، وعلى مدى السنوات الماضية، زادت أهمية الاقتصاد الإبداعي بشكل كبير، وأصبحت الصناعات الإبداعية هي الدافعة للنمو الاقتصادي العالمي وحفزت الاقتصاد الجديد، ولا يشير المفهوم فقط إلى مجال الثقافة بالمعنى الدقيق للكلمة، بل يشير أيضاً إلى

¹ Mateos Garcia, Spased Jonathan, The role of universities in enhancing creative clustering, Brighton Fuse, 2011, p11.

السلع والخدمات الثقافية باعتبارها جوهر قطاع جديد وقوي يشار إليه بالصناعات الثقافية¹.

ويشتمل الاقتصاد الإبداعي ثلاث أطر أساسية²:

1- الإطار السياسي والمؤسسي

يركز الإطار السياسي والمؤسسي للاقتصاد الإبداعي على أهمية الاقتصاد الإبداعي في المجتمع العصري، لذلك فإن الاقتصاد الإبداعي يحتل الصدارة في العديد من الدول المتقدمة والنامية، لذلك تضع العديد من الدول الاستراتيجيات والسياسات الملائمة لتنويع اقتصادها الإبداعي لما له من آثار إيجابية على توفير فرص العمل وتحسين الحياة الاجتماعية والثقافية وزيادة النمو.

2- الإطار الإنمائي

يعتبر الاقتصاد الإبداعي خيار إنمائي قابل للتنفيذ، نظراً لاعتماده على الأفكار والمعارف والمهارات والقدرة على الاستفادة من الفرص الجديدة، ويمكن النظر

¹ Boccella, N., & Salerno ,I., Creative Economy, cultural industries and local development. Procedia – Social and Behavioral Siences, 2016, p223.

² مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول الاقتصاد الإبداعي، الدورة السادسة عشر، الدوحة، قطر، ابريل 2012.

للاقتصاد الإبداعي على أنه يساعد على تنفيذ استراتيجية التنمية وذلك من خلال
عنصرين أساسيين:

العنصر الأول: يستند على الاعتراف بالإبداع ورأس المال البشري وزيادة التكامل بين
الأهداف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

أما العنصر الثاني: فيستند على كيفية تحسين الروابط بين الثقافة (الفنون المختلفة)
والاقتصاد من خلال التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية الجديدة.

هذا بالإضافة إلى توفير العديد من الفرص الاقتصادية القائمة على المشاريع
الإبداعية، ويعتمد ذلك على الإبداع الفردي الذي يساعد على إنشاء المشروعات
والصناعات الصغيرة ذات الاستثمارات المنخفضة والتي تساهم في تحسين الاقتصاد
الإبداعي وزيادة الدخل وفرص العمل ومن ثم زيادة نسبة الصناعات الإبداعية في
النتائج المحلي والإجمالي، إلا أن ذلك لا يعكس بالضرورة الاندماج الاجتماعي
والاقتصادي للطبقات المهمشة ومن ثم لا يعكس عدالة توزيع الدخل بين الطبقات
المختلفة سواء في الدول المتقدمة أو النامية، لذلك فإن التحدي الحقيقي هو في إيجاد

نموذج للاقتصاد الإبداعي يجمع بين النمو في الدول المختلفة والمكافأة العادلة للمنتجين الإبداعيين والتي تتناسب مع إبداعهم ومواهبهم¹.

3- إطار التعاون الدولي

الأمم المتحدة لها دوراً هاماً في تعزيز التعاون الدولي فيما يخص الاقتصاد الإبداعي ومن ثم المساهمة في صنع مستقبل أفضل للدول المختلفة، كذلك منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) لها دوراً هاماً في تشجيع وتنمية الاقتصاد الإبداعي وذلك عن طريق ادماج الثقافة في الاقتصاد وتقديم الخدمات المختلفة لحماية وتطوير القيم الثقافية وكذلك تقديم المساعدات التقنية لتعزيز السياسات الثقافية وتساعد اليونسكو أيضاً في إنشاء قاعدة للاتفاقيات الدولية المتعلقة لمختلف القضايا الثقافية.

يطلق على المشاريع الثقافية بدءاً من صناعة النشر والكتب والإعلام المرئي والمسموع والمطبوع ومروراً بالسينما والموسيقى والفيديو إلى جانب المشغولات الفنية والصناعات الثقافية ومتاحف التراث الثقافي والمواقع التاريخية، والأرشيف، والفنون الشعبية والأزياء التاريخية، والأحداث الثقافية الكبرى، والمكتبات، فضلاً عن صناعة

¹ اجلال راتب، مرجع سابق، ص136.

البرمجيات وألعاب الفيديو والتصميم بشتى أنواعه، سواء كان الأزياء أو تصميم الألعاب أو البرامج أو تصميم المباني وغيرها، حيث تحتاج جميع تلك الصناعات إلى الأفكار الإبداعية التي تختزنها عقول الموهوبين¹.

نصل مما سبق الي أن ما نقصده بالاقتصاد الإبداعي "هى تلك الأنشطة الاقتصادية التى تقوم بإنتاج سلع ومنتجات وخدمات إبداعية وثقافية تقوم على الابتكار فضلاً عن البحوث العلمية والبرمجيات".

ثالثاً: مفهوم الصناعات الإبداعية

يشير (جون هارتلي) إلى أن فكرة الصناعات الإبداعية تستهدف توضيح التقارب المفاهيمي والعملية بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (النطاق الجماهيري)، في إطار تقنيات إعلام جديد داخل اقتصاد معرفة، يستخدمها مواطنون - مستهلكون تفاعليون جدد².

¹ فهد رجاء الله الجامعي، الصناعات الإبداعية الداعمة للاقتصاد القائم علي المعرفة في المملكة العربية السعودية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، س15، ع46، 2014، ص429.

² جون هارتلي، اخرون، الصناعات الإبداعية" كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، عدد 338، ج1، الكويت، 2007، ص12.

ومن هنا يجمع الاقتصاد الإبداعي بين خطابات الصناعات الثقافية وتلك المحيطة باقتصاد المعرفة، ويرتبط الاقتصاد الإبداعي " بتثيف الحياة الاقتصادية " والتحول نحو التنظيمات الشبكية وإعادة تثمين الإبداع كأحد مدخلات تكوين الثروة علي مستوى الاقتصاد العالمي، وهنا تظهر العلاقة بين الصناعات الإبداعية والسياسات الثقافية وعولمة الأسواق الثقافية، وتزايد الاستثمارات العامة التي تشجع الأنشطة الإبداعية كجزء من الاقتصاد الإبداعي العالمي من منظور تحديث الثقافات القومية¹.

لهذا ولتكوين فهم أعمق ومنضبط لمفهوم الصناعات الإبداعية نحدد أولاً المقصود بالصناعات الثقافية باعتبارها التطور التاريخي لمفهوم الصناعات الإبداعية:

أ- الصناعات الثقافية:

اولى المحاولات الجادة لدراسة نمط العلاقة بين الثقافة والاقتصاد تعود إلى اسهامات بومول و أوين ولاسيما بحثهما عن (الفنون الأدائية تشريح لمشاكلها الاقتصادية) والمنشور في عام ١٩65 وكتابهما (الفنون الادائية والازمة الاقتصادية)

¹ جون هارتلي، الصناعات الإبداعية، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ج2، القاهرة، 2016، ص50.

في عام 1966 وقد حلل الكاتبان الأوضاع الاقتصادية للفنون الادائية في الولايات المتحدة الأمريكية¹.

وفي السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي برزت مدرسة (مركز برمنجهام للدراسات الثقافية المعاصرة) في بريطانيا، وقد عملت هذه المدرسة على تحويل مجرى التفكير في الصناعات الثقافية وعلاقة الثقافة بالتنمية ونادت بما اسمته المادية الثقافية، وذلك بنزع البعد القيمي عن الثقافة وجعلها أكثر مادية ومن ابرز مفكري هذه المدرسة ريموند وليامز وستيورات هول².

تطور مفهوم الصناعات الثقافية منذ القرن الثامن عشر، وتضمن فكرة "المستهلك" و"المواطن"، وظهرت فكرة هذه الصناعات نتيجة للتغيرات التي شهدتها التكنولوجيا والاقتصاد على المستوي العالمي بدءاً من التسعينيات من القرن الماضي، باعتبارها إحدى الآليات لزيادة الناتج المحلي³.

¹ سلام فاضل علي، التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة العميد، السنة السابعة، المجلد السابع، العدد الخامس والعشرون، العراق، 2018، ص200.

² UNESCO, Measuring the economic contribution of cultural industries, UNESCO institute of statics, Monterial, 2012, p11.

³ جون هارتلي، اخرون، الصناعات الإبداعية "كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، مرجع سابق ، ص12.

إن اقتصاديات الثقافة هي مجموعة الأنشطة والتبادلات الثقافية الخاضعة لقواعد اقتصادية من إبداع وإنتاج وتوزيع واستهلاك لسلع ثقافية، ومن أهم خصائص اقتصاديات الثقافة تبرز طبيعتها المزوجة؛ (الاقتصادية) خلق الثروة وفرص العمل (والثقافية) إنتاج القيم والمعنى، حيث تتدرج ضمن تقاطع جدلي ما بين الاقتصادي والثقافي، بحيث يجعل من الإبداع والابتكار والتجديد في قلب النشاط أو المنتج، ويتميز عن باقي القطاعات الاقتصادية بتنظيم مختلف من حيث طبيعة العمل، ويتشكل في الغالب الأعم من مشاريع صغيرة، كما أن أسواقه غير مضمونة دائما¹.

عرّفت منظمة اليونسكو في عام 2012، اقتصاديات الثقافة بكونها «تجمع كل من الصناعات المرتبطة بإنتاج، وإبداع، وتسويق المضامين الثقافية وغير المادية، كما تتضمن النشر المطبوع، والوسائط المتعددة، الإنتاج السينمائي، والسمعي، والبصري، وكذا الصناعة التقليدية، إن هذه المضامين غالبا ما تكون محمية بشروط حقوق التأليف لحكم كونها منتجا ثقافيا أو خدمة².

¹ اقتصاديات الثقافة، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المغرب، 2016، ص 25.

² UNESCO, Measuring the economic contribution of cultural industries, UNESCO institute of statics, Monterial, 2012.

كما تعرف الصناعات الثقافية بأنها " أوجه النشاط القائمة على المعرفة التي تستهدف الفنون، وتوفر عائدات من التجارة وحقوق الملكية الفكرية عند استثمارها، وتتكون من سلع رأس مالها الإبداع الثقافي، وتشمل منتجات أصولها مادية وخدمات غير مادية أصولها فنية وثقافية ذات مضمون إبداعي، وقيمة اقتصادية، تُستثمر في الأسواق الداخلية والخارجية¹.

ومن مفهوم الصناعات الثقافية نستخلص عناصر أساسية للمفهوم الأول، العمل الإبداعي ويمثل أساس العملية الإنتاجية، والثاني، العمل التحويلي أو الإنتاجي وتوفير جميع الإمكانيات، والثالث، العمل التوزيعي أو التسويقي ويعد المستهلك أو السوق هو الهدف لتسويق المنتج، ويتم التسويق باستخدام التقنيات الحديثة، والدراسات الجيدة للسوق².

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

¹ محمد مرياتي، الصناعات الثقافية والمعرفية، التقرير العربي للتنمية الثقافية الخامس، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2012، ص29.

² علاوة فوزي، مساهمة في صياغة مفهوم الصناعات الثقافية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد لخضر، العدد 17، 2016، ص209.

ما يندرج تحت هذا المصطلح يجب أن ينطبق عليه هذا المفهوم ولذا نجد أن أهم أنواع الصناعات الثقافية تتمثل فيما يلي (صناعة الكتاب - صناعة الصحافة المكتوبة - صناعة السينما - صناعة التلفزيون - صناعة الموسيقى - صناعة ألعاب الفيديو)¹.

بناء على ما سبق التطرق له فإن الصناعات الثقافية هي الأنشطة التي تنتج و تعيد إنتاج الأعمال الثقافية حسب مبادئ الإنتاج الصناعي أي ان الأعمال الثقافية والفنية الأصلية يمكن أن تحول صناعيا إلى سلع استهلاكية تعرض في السوق مثلها مثل السلع الصناعية الأخرى وذلك من خلال الإنتاج الضخم لها والذي يقابله حتما استهلاك جماهيري ضخم، وتعرف كذلك بأنها "مجملة الأنشطة الإنتاجية والتبادلية للمواد الثقافية التي هي في تطور مستمر والتي تخضع للقواعد التجارية، وتكون فيها تقنيات الإنتاج متطورة بشكل كبير أو بشكل أقل لكن العمل فيها يكون خاضعا أكثر للنمط الرأسمالي من خلال الفصل المزدوج بين المنتج وإنتاجه، وبين الأعمال الإبداعية وتنفيذها، وهذا الفصل ينتج فقدان العاملين المراقبة على إنتاجهم ونشاطهم".

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص202.

ب-الصناعات الإبداعية:

يقصد بالصناعات الإبداعية الصناعات والأنشطة التي تعتمد في أساسها على الإبداع والمهارة والموهبة الفردية والتي تمتلك إمكانية تحقيق الثروة وخلق فرص عمل، والتي تتمتع بحقوق الملكية الفكرية وهي تشمل القطاع الإبداعي كله والذي قد يكون تجارى أو غير هادف للربح¹.

كما عرفها البعض² بأنها (مجموعة من الأنشطة القائمة على المعرفة التي تركز على توليد المعنى، والمحتويات والخصائص الجمالية عن طريق الإبداع والمهارة والموهبة، مع إمكانيه خلق ثروة من التجارة وحقوق الملكية الفكرية) وعلى الرغم من أن بعض هذه الصناعات يعود تاريخها إلى قرون، فإن فكرة دراستها بوصفها مجموعه من الأنشطة المرتبطة بأهمية العمليات الإبداعية جديدة، وظهورها كبرنامج بحثى هو انعكاس للتغيرات الاجتماعية والاقتصادية الحالية وتطور للنماذج التكنولوجية.

أكثر التعريفات تداولاً هو ذلك الذي طورته " دائرة الثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة" والتي عرفت الصناعات الإبداعية في عام 1998 على أنها " تلك

¹ اجلال راتب، مرجع سابق، ص138.

² Boxis,R., Hervas Oliver, J.L., Miguel- Molina, D., Micro of creative industries clusters in Europe, Papers in Regional Science, 2015, p2.

النشاطات التي تعود أصولها إلى الإبداع والمهارات والموهبة الفردية، والتي تحمل إمكانية خلق الثروة والوظائف من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية¹.

وطبقاً لتعريف الأونكتاد فإن الصناعات الإبداعية هي دورات الإنتاج وخلق وتوزيع السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمدخلات أولية، كما أن هذه الصناعات تشكل مجموعة من الأنشطة القائمة على المعرفة والتي تركز على سبيل المثال على الفنون المختلفة، كما أنها تشمل الخدمات الفنية الإبداعية، فضلاً عن أنها تجمع بين خصائص كلاً من الخدمات والفنون الحرفية والقطاع الصناعي².

وإذا نظرنا على سبيل المثال للإطار السياسي والمؤسسي للاقتصاد الإبداعي في بعض الدول فسوف نجد مثلاً بلد جنوب أفريقيا تنفذ الآن استراتيجية جديدة للنمو عن طريق الاقتصاد الإبداعي للحد من الفقر وتوفير فرص عمالة جديدة وذلك عن طريق تنفيذ 7000 مشروع متوسط وصغير الحجم مما يساعد على الاستدامة والتماسك الاجتماعي، كذلك تطبق دولة جنوب أفريقيا سياسات الاقتصاد الإبداعي لصياغة

¹ كونسلتنغ بي، رسم خارطة الصناعات الإبداعية: دليل إرشادي، ترجمة الما السالم، المجلس الثقافي البريطاني، سلسلة الاقتصاد الإبداعي والثقافي، لندن، 2013، ص16.

² اجلال راتب، مرجع سابق، ص138.

السياسات الحضرية وزيادة النمو الاقتصادي والاجتماعي عن طريق الثقافة والأنشطة الإبداعية¹.

وتتسم مخرجات الصناعات والأنشطة الإبداعية بقيمة ثقافية واقتصادية، كما أنها تشمل الأشخاص غير المبدعين الذين يعملون في الأنشطة الإبداعية بالإضافة إلى الأشخاص المبدعين الذين يعملون في القطاعات غير الإبداعية، هذا بالإضافة إلى أن الصناعات الإبداعية في الغالب هي صناعات صديقة للبيئة مقارنة بغيرها من الصناعات الأخرى².

اهتمت استراليا بالاقتصاد الإبداعي حيث يترجم هذا الاقتصاد الإبداعي الأفكار الإبداعية إلى تنمية اقتصادية حيث يوجد باستراليا أكثر من 150 ألف نشاط تجارى وإبداعي تشكل المشاريع الصغيرة والمتوسطة نسبة 90% من هذا النشاط، كذلك يوجد أطر جديدة مثل مركز ابتكار الصناعات الإبداعية الذي يساعد في تشجيع الصناعات الإبداعية على وضع استراتيجيات للنشاط التجارى وجذب الاستثمارات المختلفة، وإذا نظرنا إلى دور بعض الدول النامية في بناء اقتصادها الإبداعي فسوف نجد أن دولة مثل زامبيا تعمل الحكومة فيها على تحفيز الإبداع عن طريق هياكلها المؤسسية ونمو

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول الاقتصاد الإبداعي، مرجع سابق.

² المنتدى الأوروبي المتوسطي للقطاعات الإبداعية والمجتمع، الأردن، 13-15 مايو 2012.

تجارة المنتجات الثقافية وخاصة الموسيقى، هذا بالإضافة إلى زيادة الفرص المتاحة عن طريق الإنترنت للعديد من الأعمال التجارية الإبداعية، كذلك تساعد "الأونكتاد" حكومة زامبيا في وضع إطار تنظيمي لمساعدة المبدعين والفنانين للاستفادة من حقوق الملكية الفكرية وبراءات الاختراع¹.

أخيراً يمكن القول بأن الصناعات الإبداعية تعتبر مساراً تتقاطع فيه الخدمات والصناعة والفنون فتجعل من تكاتفها مصدراً ديناميكياً للنمو والتنمية والتجارة الدولية.

ج- العلاقة بين الصناعات الإبداعية والثقافية:

بناء على ما سبق التطرق له في مفهومي الصناعات الثقافية والصناعات الإبداعية، فإن الصناعات الإبداعية لا تقوم على «المحتوى» فقط «السلعة» ولا «حقوق النشر»، بل هي تستفيد بشكل أساسي من «المستهلكين» كمبتكرين للأبحاث والتطوير وتتعلم منهم الفرص الجديدة، كما تعتمد على زيادة الاختيارات الفردية، كصناعات «استثنائية» تحتاج إلى الشعبية كي تبقى، فالتلفزيون لا يمكن أن يبقى دون تقييم نسب المشاهدة، ولا الصحف دون أرقام توزيع مدققة، ولا النشر دون قوائم أفضل المبيعات، لتقليل المجازفة بالاستثمار في ما لم يلق الرواج والإقبال،

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول الاقتصاد الإبداعي، مرجع سابق.

وهكذا تغير شكل الإذاعة والتلفزيون من الجماهيرية السلبية إلى التفاعل والتوليف حسب رغبات المتلقين، وأصبح الاستفتاء نفسه جزءا من حزمة الترفيه¹.

اما العلاقة بين المصطلحين فقد بدأ الانتقال من استخدام الصناعات الثقافية إلى استخدام تعبير الصناعات الابداعية في اواخر تسعينيات القرن العشرين، وقد نشأ هذا الاستخدام أيضا من ربط الابداع بالتنمية الاقتصادية الحضرية وتخطيط المدن، فقد سعت فكرة الصناعات الابداعية إلى توضيح التقارب المفاهيمي والعقلي بين الفنون الابداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (الموهبة او النطاق الجماهيري) في اطار تقني جديد، وهي تجمع (أي الصناعات الابداعية) بين مصطلحين أقدم عمرا هما: الفنون الابداعية والصناعات الثقافية².

¹ فهد رجاء الله الجامعي، مرجع سابق، ص432.

² سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص205.

جدول (1)

نموذج اليونسكو للصناعات الإبداعية

الصناعات الإبداعية في النطاقات الثقافية المتوسعة	الصناعات الإبداعية في النطاقات الثقافية المحورية
الأدوات الموسيقية	المتاحف، صالات العرض والمكتبات
معدات الصوت	الفنون الأدائية
العمارة	المهرجانات
الإعلان	المصنوعات اليدوية والفنون البصرية
معدات الطباعة	التصميم
البرمجيات	النشر
المعدات السمعية والبصرية	الإذاعة والتلفزيون
	الأفلام والفيديو
	التصوير والوسائط التفاعلية

Source: UNESCO 2013

يبرز الجدول حجم التوسّع الذي طرأ على مفهوم الصناعات الثقافية الذي ساد خلال عقدي الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين، وذلك بأن ضمت الصناعات الإبداعية قطاعات لم تكن ذات علاقة بالنشاط الثقافي كالتخطيط الحضري، والإعلان، والبرمجيات¹، وقد أكدت اليونسكو هذا التوجه في تقريرها الأخير عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم وذلك عندما أشارت إلى أن النطاقات التي تعبر عن قيم الثقافة هي²: -

- التعبير الثقافي .

- التراث الثقافي المادي والشفاهي .

- العمارة والتخطيط الحضري .

وكثيراً ما استعمل مصطلح الصناعات الثقافية مع الصناعات الإبداعية للدلالة على الشيء نفسه، وفي أحيان أخرى يجمعها مع بعضهما باستخدام مصطلح الصناعات الثقافية والإبداعية، ويسود نقاش حول الفرق بين المصطلحين في الأوساط الأوروبية المهتمة بالثقافة، وسبب هذا النقاش هو محاولة تحديد كيفية إعداد

¹ علي محمد عثمان العراقي، ثنائية التراث الثقافي والاقتصاد الإبداعي، مركز عبد الرحمن السديري، ع32، 2015، ص85.

² تقرير اليونسكو، الاقتصاد الإبداعي: تعزيز سبل التنمية المحلية، 2013.

الإحصائيات المرتبطة بالثقافة، وفي الواقع فإن الصناعات الإبداعية تختلف عن الصناعات الثقافية من حيث أن الأولى شديدة العموم، أما الثانية فهي خاصة بالأعمال والمواد الثقافية القابلة لإعادة الإنتاج وفق مبادئ الإنتاج الصناعي، ومن ثم يمكن لنا القول إن الصناعات الإبداعية هي مصطلح أكثر عمومية من الصناعات الثقافية ويمكن اعتبار هذه الأخيرة جزءاً من الصناعات الإبداعية¹.

المطلب الثاني

تصنيف الصناعات الإبداعية وخصائصها

تمهيد.

يعد الاقتصاد الإبداعي المحرك لأنشطة الصناعات الثقافية والإبداعية، بما يسهم في توفير الفرص الوظيفية، وتعزيز التجارة، وحركة السوق وهو في نفس الوقت يقوم بدور محوري وضروري للمجتمع عبر توفيره منصة تعزز الهوية والحوار والتكامل الاجتماعي، والارتقاء بمستوى جودة الحياة، ذلك لأن طبيعة الاقتصاد الإبداعي المتداخلة بقوة مع المجتمع تعتبر قوة دافعة، وقاعدة يمكن على أساسها تجديد

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص 205.

الاستراتيجيات التتموية، بناء علي ذلك نتعرض في ذلك المطلب لأهمية الصناعات الإبداعية ثم تصنيفاتها وأهم الخصائص والمقومات التي تتسم بها تلك الصناعة.

أولاً: أهمية الصناعات الإبداعية:

تحقق الصناعات الإبداعية عائدات سريعة على المدى القصير، وذلك بجذب المستهلكين والعملاء، هذا فضلاً عن عائدات على المدى الطويل بإحداث تنمية ثقافية تسهم في ارتفاع العائدات من خلال جذب الأفراد والاستثمارات¹، كما ترجع أهمية الصناعات الإبداعية إلى دورها كموجه للمعرفة الاقتصادية وميسر للصناعات والخدمات الأخرى عبر تزويدها بالمحتوى الرقمي الذي يترجم مباشرة إلى ميزة تنافسية و طاقة إبداع لقطاعات الاقتصاد الأخرى².

كما تتميز الصناعات الإبداعية بسمات معينة على النحو الآتي³ :

¹ أنصار محمد عوض، ثريا حامد، ريادة الاعمال الفنية في مجال التصوير لتفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي، المؤتمر العلمي الدولي الأول للقصور المتخصصة، القاهرة، 2017، ص12.

² اجلال راتب، مرجع سابق، ص139.

³ جون هارتلي، اخرون، الصناعات الإبداعية" كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، مرجع سابق، ، ص89.

- 1- التشكل الكبير في الطلب المتوقع على الإنتاج الإبداعي، لأن المنتجات الإبداعية يطلب المشتري فيها المعلومات قبل استهلاك السلعة ذاتها.
- 2- طرق استلهام المنتجين الإبداعيين لأشكال غير اقتصادية للإشباع من عملهم ونشاطهم الإبداعي تعتمد في الوقت ذاته على أداء أنشطة أكثر رتابة (مثل المحاسبة والتسويق) لإتمام تلك الأنشطة.
- 3- الطبيعة الجماعية، أحياناً للإنتاج الإبداعي والحاجة إلى توفير فرق إبداعية تتمتع بمهارات متنوعة والمحافظة عليها، والتي غالباً ما تتعارض رؤيتها وتطلعاتها بالنسبة إلى المنتج النهائي.
- 4- التنوع شبه المطلق للإنتاج الإبداعي سواء في إطار أشكال خاصة (أجهزة الفيديو في محلات تأجيرها مثلاً) أو بين الأشكال نفسها.
- 5- المهارات المختلفة رأسياً، أو ما يطلق عليه ظاهرة القائمة (أ) والقائمة (ب) ، وطرق المنتجين أو غيرهم من مجمعي المحتوى في تصنيف وتقييم المستخدمين الإبداعيين .
- 6- الحاجة إلى التنسيق بين أنشطة إبداعية متنوعة في مدى زمني قصير نسبياً ومحدد غالباً.

7- تحمل الكثير من المنتجات الإبداعية وقدرة منتجها على مواصلة استخلاص الإنجاز الاقتصادي (مدفوعات حقوق النشر على سبيل المثال) بعد وقت طويل من الإنتاج.

وإذا نظرنا إلى متطلبات تعزيز الصناعات الإبداعية في الدول النامية ومنها مصر نجد أنها جاءت مطابقة للقضايا النظرية المطروحة في البحث الراهن حول علاقة الصناعات الإبداعية ب¹:

أ- الطبقة المبدعة عند (ريتشارد فلوريدا) الذي اعتبرها منبع الطاقة الإبداعية والابتكارية.

ب- المضخة التي توفر الكوادر البشرية الخلاقة التي تقوم عليها الصناعات الإبداعية وتعتمد عليها في كل مراحلها بداية من الإنتاج، ثم التوزيع، ثم الاستهلاك .

ج- العناقيد الإبداعية لدي "مايكل بورتر" التي تزخر بالعمالة الخلاقة، وتحفز المنافسة فيما بين الشركات وترفع من جودة حياة المواطنين .

¹ Flew, T. Creative industries: a new pathway, Inter Media, 42(1), 11-13, Vol 42 Issue, 2014, p12.

د- ثم مدينة متوافر فيها كل مقومات الابداع ذات بنية تقنية وتحتية محفزة، يكون الابداع فيها شاملا لكل نواحي الحياة.

كذلك ترجع أهمية الصناعات الإبداعية إلى الآتي¹:

- 1- دمج القيمة الاقتصادية للفنون والإعلام في الاقتصاد القومي.
- 2- تحويل قطاعات الصناعات الإبداعية مثل الفنون البصرية والرقص والمسرح والإعلام التقليدي مثل السينما والتلفزيون والإذاعة والموسيقى والإعلام الجديد مثل البرمجيات والألعاب والتجارة الإلكترونية من قطاعات غير تجارية إلى قطاعات تجارية متقدمة تقنياً.

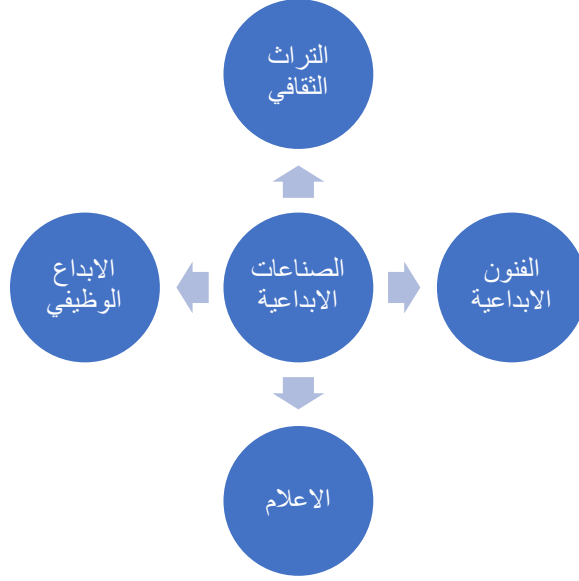
ثانياً: مجالات الصناعات الإبداعية:

ضمت الصناعات الإبداعية في تقرير الأمم المتحدة الاونكتاد أربعة قطاعات هي كالتالي:-

¹ اجلال راتب، مرجع سابق، ص 139.

شكل (2)

تصنيف الصناعات الإبداعية طبقاً للاونكتاد



Source: UNCTAD(2013), Creative Economy Report

ضمت الصناعات الإبداعية في تقرير الأمم المتحدة الاونكتاد وفقاً للشكل

السابق أربعة أقسام كما يلي¹:

القسم الأول : التراث الثقافي والذي يحتوي على :

¹ مؤسسة الفكر العربي، التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية، الاقتصاد العربي القائم على المعرفة، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2012، ص30.

1- الحرف البيئية التقليدية مثل الحرف اليدوية والاحتفالات والمهرجانات .

2- المواقع الثقافية مثل التراث والمتاحف والمعارض والمكتبات وغيرها من الفنون

الأخرى.

اما القسم الثانى : فيشمل الفنون الإبداعية والتي تضم الفن والثقافة والأعمال الفنية

المستوحاه من التراث والقيم والهوايات ، وينقسم إلى :

1- الفنون المسرحية وتشمل العروض الموسيقية الحية والمسرح والأوبرا

والسيرك وعروض العرائس المتحركة .

2- الفنون المرئية وتشمل اللوحات والمنحوتات والتصوير والانتيكات.

أما القسم الثالث : طبقا لهذا التصنيف فيشمل الإعلام الذى يحتوي على مجموعتين

من وسائل الإعلام التي تنتج المواد الإبداعية بهدف التواصل مع الجماهير حيث

يضم :

1- السمعيات والمرئيات مثل الأفلام والتلفزيون والراديو وأنواع البث الأخرى .

2- الوسائط والنشر المطبوع مثل الكتب والصحافة والمطبوعات الأخرى .

القسم الرابع والأخير: فيختص بالإبداع الوظيفي ، وحيث يضم المزيد من الصناعات القائمة على خلق السلع والخدمات لأغراض وظيفية ، وهذا القسم يضم :

1- الوسائط الجديدة مثل البرمجيات والألعاب الالكترونية والمحتوى الإبداعي والرقمي.

2- الخدمات الإبداعية مثل التصميم المعماري والإعلانات والبحث والتطوير التكنولوجي والخدمات الترفيهية والثقافية .

3- التصميم والذي يحتوي على التصميم الداخلي والجرافيك والموضة والحلي والألعاب .

وقد كانت منهجية الإحصاءات الثقافية في مصر وفقا للجهاز المركزي للتعبة والاحصاء المصري تتبع بما للثقافة من دور رئيسي في تنمية المجتمعات وبما لها من تأثير علي حياة المواطنين بمختلف أوجهها، فقسم الجهاز المركزي الاحصائي المصري الصناعات الإبداعية استرشادا بتوصيات الشعبة القومية للتربية والعلوم

والثقافة " منظمة اليونسكو" التي تعمل علي تشجيع الاستثمار في مجالات

الإحصاءات الثقافية الي خمسة أقسام هي كالتالي¹:

القسم الأول : الصحف والدوريات والإذاعة المسموعة والمرئية

القسم الثاني: السينما والمسرح

القسم الثالث: المتاحف والحدائق والمناطق الاثرية والمحميات الطبيعية والمعارض

القسم الرابع: الكتب والمكتبات

القسم الخامس: قصور وبيوت الثقافة والجمعيات الثقافية والمؤتمرات

ثالثا: خصائص الصناعات الابداعية:

تحتاج الصناعات الابداعية للعديد من المقومات التي لا تقوم الا بها، فأى

صناعة لابد لها من خصائص ومقومات تعكس في مجملها بنية وهيكل هذه

الصناعة، نوضح فيما يلي أهم تلك المقومات:

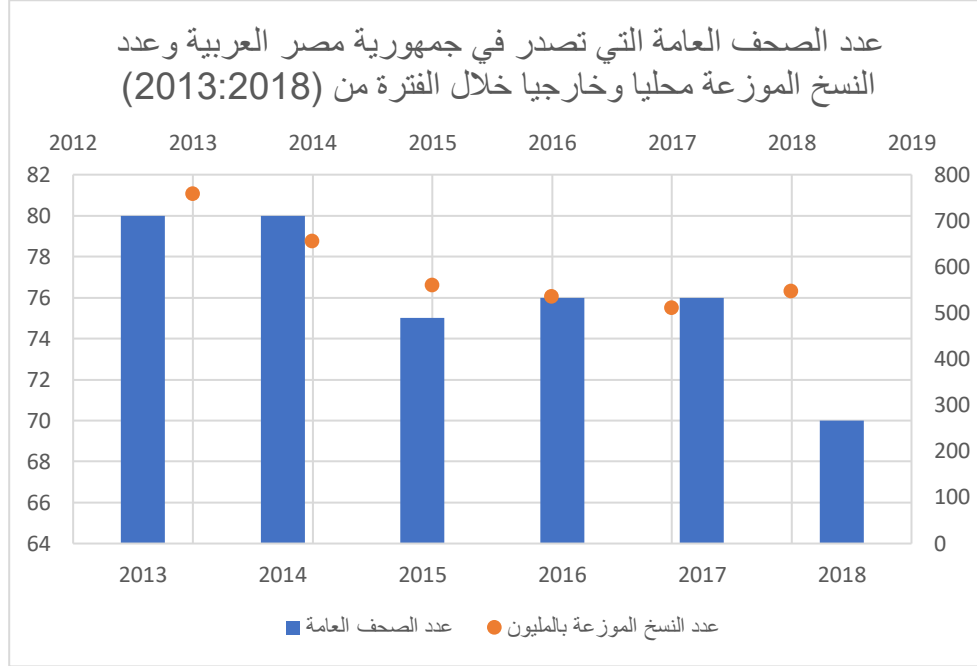
¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء لعام 2017.

1- البنية الاساسية:

جميع البلدان والمدن لديها بنى أساسية عامة لا غنى عنها لضمان كفاءة عمل الأنظمة الحضرية في مجالات مثل النقل والاتصالات والاسكان والصحة والمياه والصرف وإمدادات الطاقة وحفظ القانون والنظام والخدمات المالية، وتعتمد الصناعات الابداعية بالقدر نفسه على توافر هذه البنى الأساسية شأنها في ذلك شأن أي قطاع اقتصادي آخر، وتشمل وزارة الثقافة والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والهيئات الثقافية واتحادات الناشرين والكتاب والبرمجيات¹.

¹ المحتوي الرقمي العربي: الفرص والاولويات والتوجهات، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا الاسكوا، 2005.

شكل (3)



المصدر: بيانات العام من 2013 : 2017 الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات

الثقافية، سبتمبر 2019 ، بيانات العام 2018 لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام للعام 2018/2019

يتضح لنا من الشكل السابق تطور عدد الصحف من العام 2013 الي العام

2017 وعدد النسخ الموزعة من تلك الصحف، فبالرغم من الانخفاض البسيط الذي

شهدته عدد الصحف من 80 صحيفة في 2013 الي 76 صحيفة في 2017 وفقا

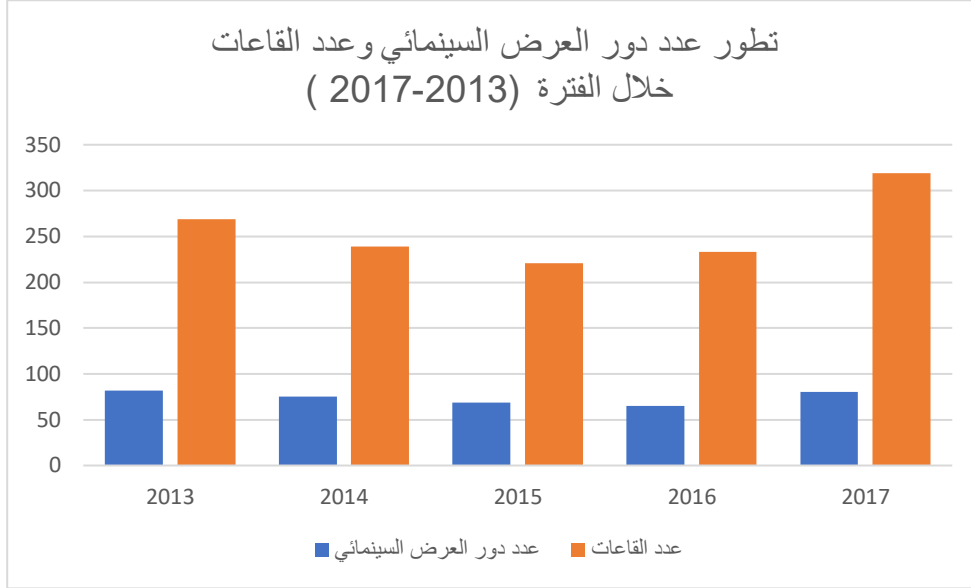
للجهاز المركزي للإحصاء ومع وصول عدد الصحف في 2018 الي 70 صحيفة

وفقا لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام نجد أن عدد النسخ الموزعة هي المعيار الحقيقي

لمدي اللجوء الي الصحف العامة وعدد المستهلكين وحجم انتاج تلك الصناعة فنجد انخفاض وصلت نسبته 28% من عام 2018 حيث كانت عدد النسخ الموزعة في العام 2013 حوالي 760 مليون نسخة انخفضت الي 547 مليون نسخة في العام 2018 وفقا لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام.

وهو ما نجد تفسيره في ثورة المعلومات الحالية حيث أن الثورة الالكترونية قد غيرت من شكل وأسلوب النشر المطبوع بحيث أصبح نشرا الكترونيا فقد تطورت عمليات استخدام التكنولوجيا في عمليات النشر حيث وصلت منذ الالفية الثالثة الي استخدام أساليب جديدة في انتاج النصوص المطبوعة ليتم ارسالها الي الإذاعة المرئية والمسموعة وأصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الملجأ الأول للقارئ المصري مع احتفاظ قلة بقراءة الصحف المطبوعة.

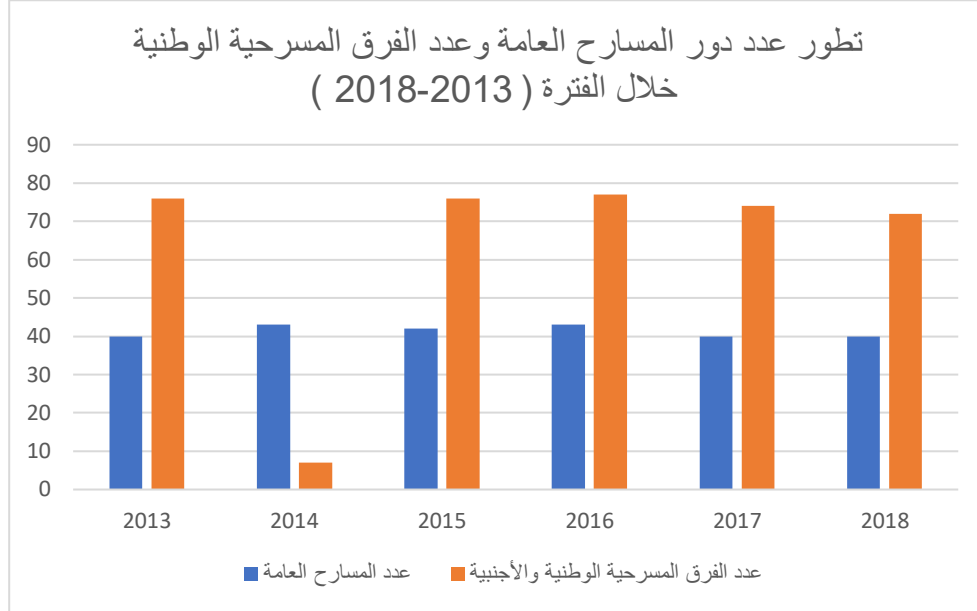
شكل (4)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل السابق تطور عدد دور العرض السينمائي وعدد القاعات خلال الفترة (2013-2017)، ويبرز فيها زيادة عدد دور العرض السينمائي الي 80 دور عرض سينمائي في 2017 مقارنة بعدد 65 دور عرض سينمائي في 2016 بمعدل زيادة يتجاوز نسبة 23%، كما شهد زيادة في عدد القاعات لتصل الي 319 قاعة في 2017 ووفقا لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام بلغت عدد القاعات 327 قاعة في 2018 بزيادة بلغت نسبتها 2.5% عن العام 2017.

شكل (5)



المصدر: بيانات العام من 2013 : 2017 الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات

الثقافية، سبتمبر 2019 ، بيانات العام 2018 لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام للعام 2018/2019.

يتضح من الشكل السابق تطور عدد دور المسارح العامة وعدد الفرق

المسرحية الوطنية خلال الفترة (2013-2017) ليبلغ عدد المسارح في 2017 الي

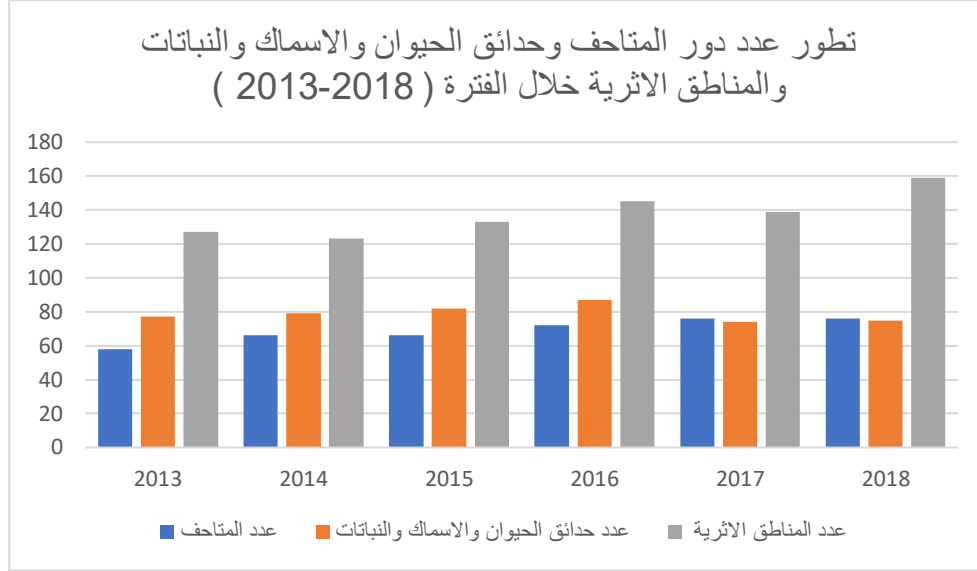
40 مسرح وهو وفقا لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام نفس عدد المسارح الموجود في

العام 2018، بينما انخفض عدد الفرق المسرحية وفقا للتقرير بنسبة بلغت 2.7%

حيث عددها في العام 2018 (72) فرقة مقارنة (74) فرقة في العام 2017 وذلك

لتوقف بعض الفرق عن العرض.

شكل (6)



المصدر: بيانات العام من 2013 : 2017 الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات

الثقافية، سبتمبر 2019 ، بيانات العام 2018 لتقرير وزارة الآثار للعام 2018/2019

يتضح من الشكل السابق تطور عدد المتاحف وحدائق الحيوان والاسماك

والنباتات والمناطق الاثرية خلال الفترة (2013 : 2017) فقد بلغت عدد المتاحف

والحدائق في 2017 عدد 150 متحف وحديقة بانخفاض عن العام 2016 الذي

بلغت فيه عدد المتاحف والحدائق 159 متحف، ووفقا لتقرير وزارة الآثار بموازنة

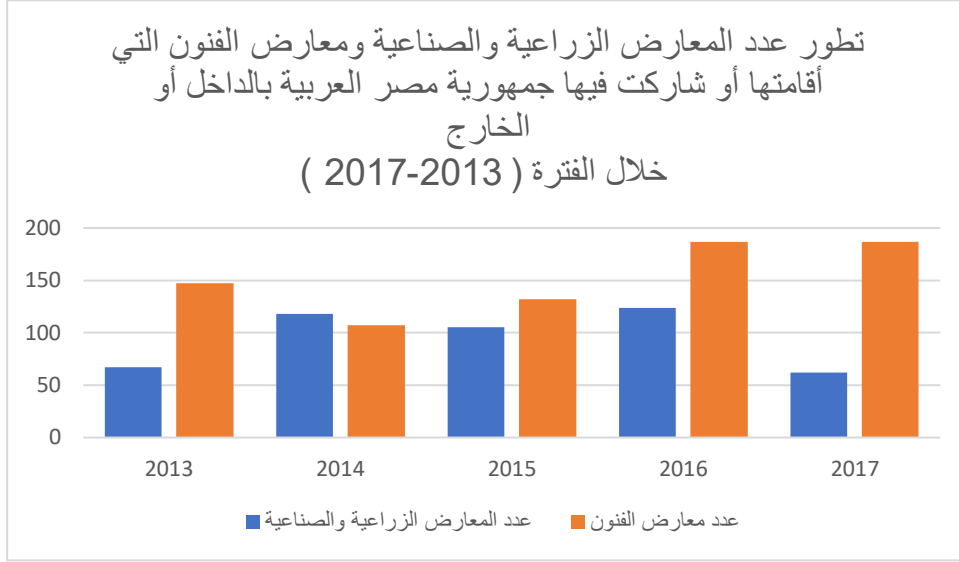
البرامج والأداء للعام المالي 2018/2019 بلغت عدد المتاحف والحدائق 151

متحف وحديقة عام 2018 بزيادة بلغت 0.666% عن العام 2017، يظهر دور

المتحف في تنمية المجتمع وبنائه الثقافي من خلال مجموعة من الأنشطة التي تعمل بدورها في المساهمة في رفع مناحى التعليم والثقافة والمساهمة كذلك في تحسين المستوى الاقتصادي لأفراد المجتمع.

بلغ عدد المناطق الاثرية 159 منطقة أثرية وفقا لتقرير وزارة الاثار بموازنة البرامج والأداء في 2018 مقابل 139 منطقة أثرية عام 2017 بزيادة بلغت نسبتها 14.4% في حين كان عدد المناطق الاثرية في 2016 عدد 133 منطقة أثرية، تمثل السياحة الاثرية أهمية بالغة للاقتصاد المصرى، و ذلك لامتلاك مصر ثروة لا تقدر بثمن من الاثار التي ترجع الى العصور الفرعونية و اليونانية و الرومانية و القبطية والاسلامية والعصر الحديث فالدولة تستفيد من معدل الصرف والقوة الشرائية للسائح من ناحية جلب العملة الصعبة سواء الدولار أو اليورو أو الاسترليني، وبناء على ذلك سيتم زيادة عدد السائحين ومن ثم زيادة في موارد الدولة بما يعود بالايجاب صالح الموازنة العامة والاقتصاد المصرى.

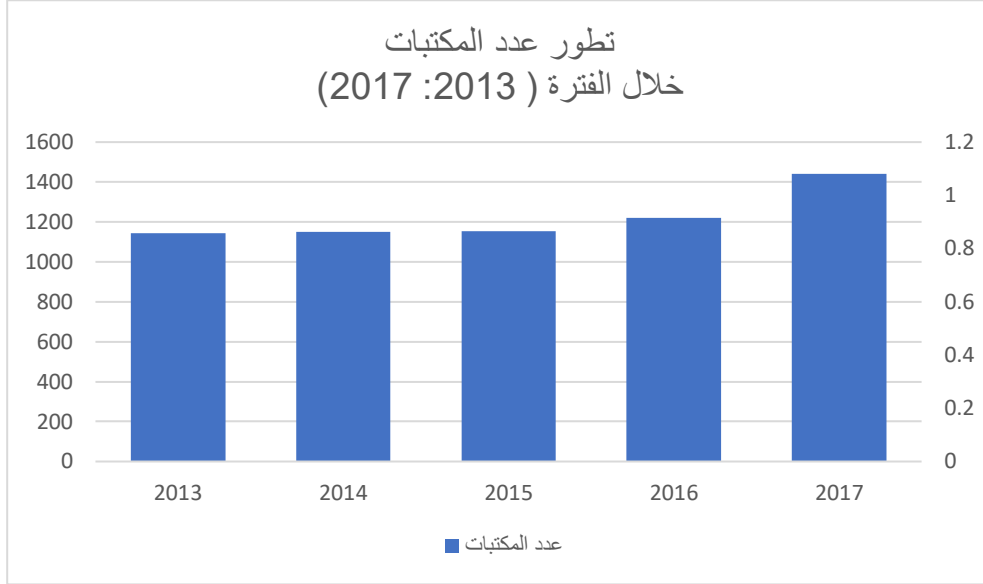
شكل (7)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

وفقا للشكل السابق تطور عدد المعارض الزراعية والصناعية ومعارض الفنون التي أقامتها أو شاركت فيها جمهورية مصر العربية بالداخل أو الخارج خلال الفترة (2013-2017) ليكون العام 2016 هو العام الأكبر في عدد المعارض الزراعية والصناعية و كذلك معارض الفنون التي أقامتها أو شاركت فيها جمهورية مصر العربية بالداخل أو الخارج ليصل عدد المعارض الزراعية والصناعية الي 124 معرض وعدد المعارض الفنية تصل الي 187 معرض.

شكل (8)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل السابق تطور عدد المكتبات خلال الفترة (2013 :

2017) لتزيد عدد المكتبات في العام 2017 الي 1440 مكتبة بزيادة عن العام

2016 بلغت 15% ، ووفقا لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام نجد أنه قد بلغ عدد دور

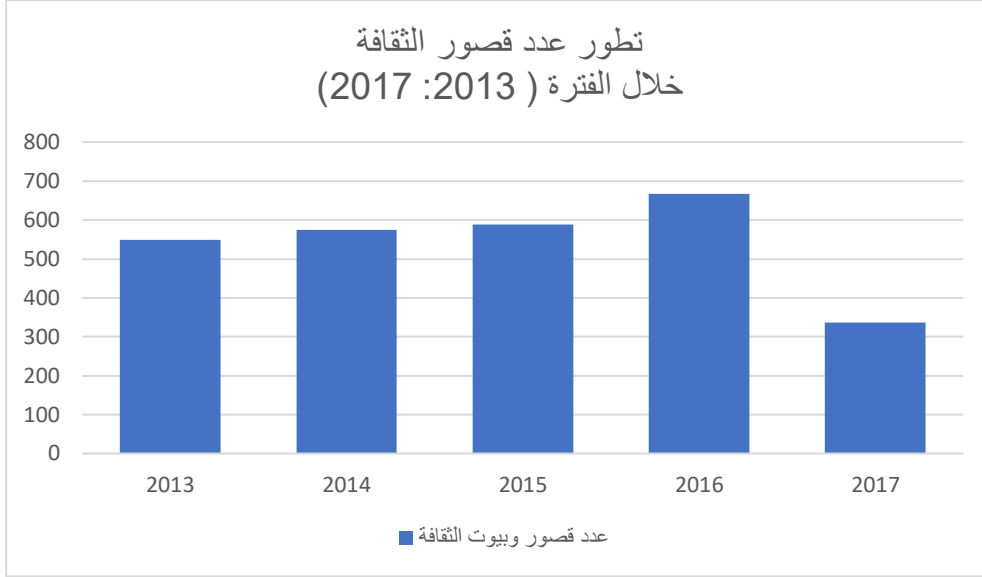
الكتب والمكتبات العامة والمتخصصة ومكتبات الجامعات والمعاهد 1456 مكتبة عام

2018 بزيادة بلغت نسبتها 1.1% عن العام 2017، وقد بلغ عدد العاملين

بالمكتبات في 2017 حوالي 14204 بينما 2016 كان 11225 ووفقا لتقرير الجهاز

المركزي للتعبئة والاحصاء بزيادة تصل نسبتها 26.53%.

شكل (9)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل تطور عدد قصور الثقافة بها خلال الفترة (2013 : 2017)

لتصل عدد قصور وبيوت الثقافة الي 336 في العام 2017 لتكن أعلي نسبة في عدد

بيوت وقصور الثقافة هو العام 2016 بنسبة انخفاض في العام 2017 بنسبة

تجاوزت 49% ، ووفقا للهيئة الوطنية للإعلام بلغت قصور الثقافة 347 عام

2018 بزيادة بلغت 3.3%.

2- الموارد:

يمكن أن نعرف المواد الخام في الصناعة الإبداعية بأنها كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من أفكار ومعلومات ومخرجات إنتاجه الفكري الفردي أو الاجتماعي، ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله، فتضم الموارد الثقافية المتاحة (مدينة، أو إقليمًا) يكون في جوهرها رأس المال (البشري والثقافي) الذي يقدم خدمات تعود بالعديد من المزايا على مر الزمن¹.

3- وحدات الإنتاج:

وحدات الإنتاج يقصد بها الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه، فهي تهتم بتنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي أي العملية الإنتاجية مثل الموزعين والناشرين والشركات التي تقوم بعملية الإنتاج، ووحدة الإنتاج في الصناعة الإبداعية تأخذ أبعاد وحدة الإنتاج نفسها في أي صناعة أخرى، وتدخل تحت مفهوم الصناعات الكبيرة أو وحدة متوسطة أو وحدة صغيرة، وأحيانًا أفراد ولكن يعملون في إطار اقتصادي ووفق أسس تنظيمية متعارف عليها، فهناك العديد

¹ سامي مظهر قنطقجي، الاقتصاد الإبداعي اقتصاد إيجابي، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، ع46، 2016، ص14.

من الأفراد الذين يقومون بتصميم برامج تطبيقية وبناء قواعد بيانات، وغيرها من أنشطة الصناعة الابداعية وقد يتولى بعضهم تسويقها أيضا بنفسه أو عبر موقع خاص به على الأنترنت ومن ثم فهو يقوم بمختلف مهام العمل للعملية الصناعية وبصورة منفردة معتمداً على التكنولوجيا المتاحة له صناعة وتسويقاً¹.

4-العنصر البشري:-

الصناعة الابداعية كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري من فنان ومبدع ومتخصص ومدرب ولكن فرقها عن غيرها أنها تعتمد على ابداع الصناعة بدرجة أساسية ومن ثم لا تكفي خبرة العنصر البشري العادية في تطوير الابداعية وإنما لابد من توافر العنصر البشري القادر على الإبداع، كون بنية الصناعة الابداعية والتنافس فيها تقوم على الجذب وليس على الجودة فحسب، فالانجذاب للعبة أو برنامج تطبيقي يرتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بنائه وتحقيق عناصر التسويق والإثارة فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم ومن ثم تحديد الاحتياجات المختلفة (نفسية، وثقافية ، وعلمية)².

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص216.

² المحتوي الرقمي العربي: مرجع سابق.

تذهب الكتابات الحديثة إلى أن الطبقة المبدعة برزت كعامل حديث ومحفز للنمو الاقتصادي وخلق بيئة للتكنولوجيا والإبداع وذلك ما يعرف بنظرية T3 ويقصد بها¹:-

- الموهبة Talent

- المثابرة Tolerance

- التكنولوجيا Technology

وتعد الصناعة الإبداعية من الصناعات ذات الخصائص الشمولية في جانب قوة العمل فهي تجذب إليها المبرمج، والفنان، والمخرج السينمائي، ومعد البرامج الإعلامية ومقدمها، والمختصين في مختلف مجالات العلوم والمعرفة الإنسانية كونها تشمل مساحة الاهتمام البشري بمختلف جوانبها، طبيب، معلم، مهندس، كاتب، فنان، ووفقا لمجال الصناعة الإبداعية والمستهلكين لمنتجاتها يجب أن يكون العنصر البشري في الصناعة الإبداعية مؤهلا بالتقنيات التي تحتاجها طبيعة عمله التخصصي ، إلى جانب ذلك فان من الأهمية أن تتوفر لديه المقدرة على الإبداع والابتكار، وهو شرط تسعى لتحقيقه العديد من البلدان التي تنافس في مجال الصناعة الإبداعية حيث تعمل

¹ جون هارتلي، اخرون، الصناعات الإبداعية" كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، مرجع سابق، ص 89.

على تطبيق نظم تعليم وتأهيل تمكّنها من بناء القدرات البشرية التي تحتاجها للاستمرار في المنافسة في الصناعة الإبداعية وامتلاك زمام القيادة فيها مستقبلاً¹.

5- رأس المال:

يشمل رأس المال الثقافي الموجودات الثقافية المادية مثل المواقع التراثية ورأس مال الثقافي غير المادي مثل الطقوس والتقاليد والموروث، وكذلك في الصناعة الإبداعية كغيرها من الصناعات تحتاج إلى وفرة رأس المال أي التمويل العام والخاص إلا أن حجم رأس المال يتفاوت كثيرا حسب نوع مجال الصناعة الإبداعية، فصناعة الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير وأصول كبيرة نسبيا بالمقارنة مع صناعة التطبيقات البرمجية، وصناعة ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني لقواعد البيانات غيرها من مجالات الصناعة الإبداعية تحتاج إلى العنصر البشري المبدع باعتباره الأداة المهمة لصناعتها، ولذا فإن من الواجب الاستثمار المنتظم في الإبداع في شكل إنفاق على مجال البحوث والتطوير، فالنتيجة ذات الأهمية الرئيسية هي إعطاء الصناعات الإبداعية دفعة للاقتصاد المحلي تنعكس على مؤشراتته مثل (قيمة الإنتاج،

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص218.

والتوظيف، والاستثمار في الأعمال التجارية، وتنمية مهارات قوة العمل، ونمو قطاع السياحة)¹.

6- السوق (العرض والطلب):

الصناعات الابداعية تحتاج كغيرها من الصناعات إلى تحقيق عوامل السوق التي تحقق النمو والازدهار من خلال خلق عوامل الطلب و توسيع نطاق العرض لها وفي إطار المنافسة الواسعة في هذا المجال يتسع نطاق العرض في سوق الصناعة الإبداعية إذ يؤدي اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور الجاري في صناعة الإعلام، وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد إلى خلق طلب متزايد، ويزيد من ذلك الاتجاه توسيع نطاق التعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتنامي الاعتماد عليها في إدارة الأعمال وتقديم الخدمات و اتساع استخدامها في المجالات الاقتصادية والتجارية، و بروز تطبيقات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غيرت مفاهيم كاملة في إدارة الأنشطة والأعمال، فظهر التعليم الإلكتروني، والتجارة

¹ سامي مظهر قنطقجي، مرجع سابق، ص14.

الإلكترونية، والسياحة الإلكترونية، ... الخ وهو ما يؤدي إلى تنامي الطلب على الصناعة الإبداعية¹.

الخلاصة.

توصلنا في ذلك المبحث الى ايضاح مفهوم الابداع حيث وانه يعكس اوجه متعددة للنشاط الإنساني، كما تتعدد التخصصات العلمية التي تتناوله بالدراسة وتتشابه معه العديد من الالفاظ المتشابهة للأبداع مثل (الاختراع والاكتشاف والابتكار)، ويختلط ايضا الفاظ اخرى مثل (العبقرية والموهبة)، وقد حددنا المقصود بالصناعات الثقافية باعتبارها التطور التاريخي لمفهوم الصناعات الإبداعية، وتوصلنا الي أن الصناعات الإبداعية تعتبر مساراً تتقاطع فيه الخدمات والصناعة والفنون فتجعل من تكاتفها مصدرا ديناميكاً للنمو والتنمية والتجارة الدولية.

كما تناولنا في المطلب الثاني من ذات المبحث أهمية الصناعات الإبداعية موضحا تصنيف الصناعات الإبداعية كما أوردته منظمة التربية والثقافة والعلوم "اليونسكو" ، وأيضا كما أوردته الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء في مصر، وقد انتهينا في ذلك المطلب الي أن أي صناعة لابد لها من خصائص ومقومات تعكس

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص 219.

في مجملها بنية وهيكل هذه الصناعة، وأن الصناعات الإبداعية تحتاج للعديد من المقومات التي لا تقوم إلا بها منها البنية الأساسية، الموارد، وحدات الإنتاج، العنصر البشري، رأس المال، السوق (العرض والطلب).

من خلال ما سبق يتبين قيامنا بإيضاح الفرض الأول من فروض البحث وإثبات صحته، الذي يوضح ملامح قطاع الصناعات الإبداعية في مصر ومقوماتها التي تقوم عليها بنية وهيكل هذه الصناعة، وأن مصر بالفعل بها بنية أساسية ومقومات تسمح بالنهوض بالصناعات الإبداعية.

المبحث الثاني

واقع الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها

تمهيد.

تشكل الصناعات الإبداعية أداة هامة من أدوات التنمية الشاملة والمستدامة، حيث تشجع وتعزز التنوع الثقافي، حيث تعمل على التغلب على التحديات الاقتصادية الراهنة التي تمر بها المجتمعات، وذلك من خلال التوسع في الاستثمار في الصناعات الإبداعية التي تقوم في الأساس على الإبداع، فالصناعات الإبداعية تتيح إمكانيات كبيرة للدول النامية للتقدم والنمو وتنويع اقتصاداتها والاستفادة من الاقتصاد العالمي الذي يعتمد على المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، إلا أن هذا يتطلب تحديد كيفية بناء اقتصاد شامل ومستدام وإبداعي لهذه الدول النامية ومنها مصر.

لذلك وفي ضوء المبحث الثاني من تلك الدراسة نستعرض وفي مطلبين ما يلي:

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر.

المطلب الثاني: تحديات الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها.

المطلب الأول

الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر

تمهيد.

للصناعات الإبداعية دورا مستقبليا فعالا باعتبارها أحد محركات النمو الاقتصادي، وتطوير الإنتاجية، وباعتبارها أيضا قيمة مضافة لها أهميتها في الاقتصاد الوطني، حيث تسهم الصناعات الإبداعية في تحقيق متوالية هائلة من التحولات المجتمعية والثقافية من خلال تشجيع الشباب على مواصلة العمل المستقل، وإنشاء الأعمال الريادية حيث يتطور الاقتصاد، وتزويد فرص العمل من خلال خلق أفكار اقتصادية جديدة تجعل الشباب قوة منتجة.

أولا: مساهمة الصناعات الإبداعية في الاقتصاد العالمي:

الطريقة المعتادة لقياس مساهمة الصناعة في الاقتصاد الوطني هي قياس قيمتها المضافة، بما في ذلك حصتها من اليد العاملة ورأس المال، ويعادل مجموع القيمة المضافة لجميع الصناعات الناتج المحلي الإجمالي، فهو المقياس القياسي لحجم الاقتصادات الوطنية، غير أن القيمة المضافة للصناعات الإبداعية الفردية

ليست متاحة عموماً من مصادر حكومية، وهذا الافتقار إلى التصنيفات الموحدة والبيانات الرسمية يجعل من الصعب تقدير مساهمة الاقتصاد الإبداعي في الناتج المحلي وكذلك العالمي¹.

أظهرت الأرقام التي نشرها مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية في مايو 2013 ، أن حجم التجارة العالمية للسلع والخدمات الإبداعية سجل في المجموع رقماً قياسياً وصل إلى 174 مليار دولار أمريكي عام 2011 بحيث يكون حجم هذه التجارة قد ارتفع بين عامي 2002 و 2011 بما يزيد عن الضعف؛ كما بلغ معدل النمو السنوي في هذه الفترة نسبة قدرها 8.8 % في المتوسط، وقد شهدت البلدان النامية زيادة في صادراتها من السلع الإبداعية أكبر من هذه القيمة، حيث بلغت في المتوسط 12.1 % سنوياً خلال الفترة ذاتها وفقاً لتقرير اليونسكو وفي عام 2013 حققت الصناعات الثقافية والإبداعية في جميع أنحاء العالم إيرادات قدرها 2.250 مليار دولاراً أمريكياً ووظفت 29 مليون شخصاً².

¹ تقرير الأمم المتحدة، الاقتصاد الإبداعي : تعزيز سبل التنمية المحلية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي/اليونسكو 2013 ، ص 23.

² Cultural times, the first global map of cultural and creative industries, 3 December 2015 – UNESCO.

ساهمت الصناعات الابداعية في العام 2016 بما قيمته 18.2 تريليون دولار أميركي في الإنتاج العالمي، أي 30 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، فضلاً عن تركّز الزيادة في نصيب هذه الصناعات في القيمة المضافة العالمية في السنوات الأخيرة في 5 اقتصادات رئيسة هي الولايات المتّحدة، الاتّحاد الأوروبي، اليابان، آسيا، الصين، بحيث تدير هذه الاقتصادات الخمسة 90 % من الإنفاق على البحث والتطوير في العالم، فقد توزّع في الفترة بين العام 2010 وحتى أواخر العام 2016 وفقاً للآتي: على مستوى البرمجيات 650 مليار دولار سنوياً، صناعة الأفلام 3.1 فيلم في العام تصل قيمتها إلى 81 مليار دولار سنوياً، قطاع الموسيقى جاوز 82 مليار دولار سنوياً وتجاوزت قيمة الصناعة المسرحية 65 مليار دولار سنوياً، أمّا الكتب والصحف والدوريات فتتجاوز إيراداتها السنوية 232 مليار دولار في العالم¹.

في الدول العربية لا تكاد تحظى الصناعات الابداعية باهتمام يذكر، ومركزها في الاقتصاد القومي ضعيف، والعائدات منها ليست كبيرة، ولا توجد قاعدة بيانات ولا إحصائيات دقيقة للدخل القومي منها، وفي حين تشكل الصناعات الثقافية ما بين 5.5 % وحتى 10 % من قيمة المنتجات في العالم، فإنها لا تشكل قيمة تذكر في

¹ قاعدة البيانات العالمية عن الاقتصاد الإبداعي، الأمم المتحدة، 2018.

الدخل القومي العربي، وقدر مركز التجارة العالمي قيمة صادرات الدول العربية لعام 2015 بنحو 21 مليار دولار¹.

وبالنسبة لأفريقيا رغم أن الصادرات الأفريقية من السلع الإبداعية ازدادت من 740 مليون دولار إلى 2.200 مليون دولار خلال الفترة 2002: 2008 إلا أن أفريقيا ساهمت بشكل هامشي بمقدار 0.6 % لعام 2008 في الصادرات العالمية من السلع الإبداعية. وكانت مصر أكبر مصدر لأفريقيا، تليها جنوب أفريقيا وتونس والمغرب وموريشيوس، حيث سجلت مصر لأول مرة كمية كبيرة من صادرات السلع الإبداعية في 2008. و لا يعكس ضعف وجود أفريقيا في الأسواق العالمية القدرة التوريدية المحدودة في القارة فحسب، وإنما أيضا حقيقة أن الغالبية العظمى من الإنتاج الإبداعي والثقافي في أفريقيا يجرى في القطاع غير الرسمي. وفي الوقت الحاضر، ورغم الإمكانيات الكبيرة للاقتصاد الإبداعي للقارة فإن منتجاتها الإبداعية ممثلة تمثيلا ناقصا جدا في الأسواق العالمية².

¹ برنامج الامم المتحدة الانمائي، تقرير عن التنمية البشرية في العالم العربي ، 2013، ص1.

² Cultural times, the first global map of cultural and creative industries, UNESCO,2015.

ثانيا: مساهمة الصناعات الإبداعية في الاقتصاد المصري:

لدراسة مساهمة الصناعات الإبداعية في الاقتصاد المصري وجدنا انه من الصعب الحصول على إحصائيات حول الصناعات الإبداعية في العالم، بيد أن أفضل مصدر متوفر وموثوق هو تقرير المنظمة العالمية للملكية الفكرية، والذي يوثق أهم الصناعات في العالم، لذلك من خلال دراستنا سنقوم بدراسة وتأثير الصناعات الإبداعية في الاقتصاد المصري من خلال بعدين، أولهما قياس الأداء لبرنامج تحسين بيئة الابتكار والبحث والتطوير حيث تشير الملكية الفكرية الي ابداعات العقل من اختراعات ومصنفات أدبية وفنية وتصاميم وشعارات وأسماء وصور لسلع وخدمات إبداعية نري أنها المحرك والمؤشر الحقيقي لقياس الصناعات الإبداعية، ثانيا نبحت بالتفصيل الصناعات الإبداعية من حيث عدد المشتغلين بها وحجم انتاجها وفقا لتقسيم الجهاز المركزي للتعبة العامة والاحصاء المصري.

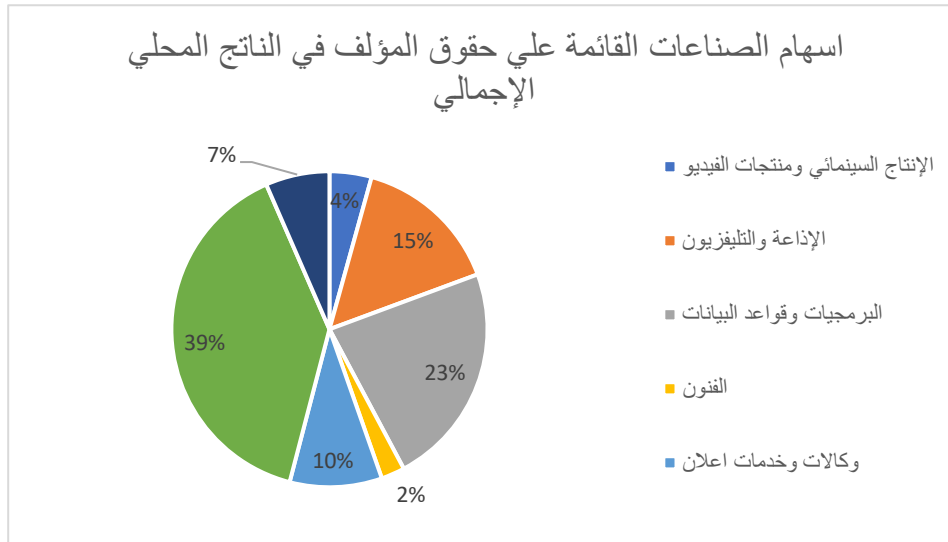
ركزت تقارير الأمم المتحدة على ابراز دور حقوق المؤلف و حمايتها، حيث أن متوسط إسهام الصناعات القائمة على حقوق المؤلف في توفير العمالة على المستوى الوطني يبلغ نسبة 5.36 % و يبلغ في مجال المطبوعات والأدبيات نسبة 38.6 % نصفها يعود للبرمجيات وما تبقى لـ (الاذاعة والتلفزيون ، والموسيقى ،

والمسرح ، والإعلان ، والإنتاج السينمائي ، ومنتجات الفيديو والمعارض) كما يوضحه الشكل التالي .

شكل (10)

اسهام الصناعات القائمة علي حقوق المؤلف في الناتج المحلي الإجمالي حسب

القطاعات كنسب مئوية للعام 2017



المصدر: المنظمة العالمية للملكية الفكرية

حصدت مصر في العام 2018 (المركز 69 عالميا)، في مجالات حقوق

الملكية الفكرية وإنتاج العلامات التجارية (المركز 101 دوليا)، والتصميمات

الصناعية (المرتبة 57 على المستوى العالمي)¹ لذلك ومن خلال الجدول التالي نستعرض مؤشرات قياس الأداء لبرنامج تحسين بيئة الابتكار والبحث والتطوير في مصر من الفترة 2017/2016 والى العام 2022/2021 وفقا لبرنامج عمل الحكومة المصرية من خلال خطة التنمية المستدامة للدولة 2030.

¹ مؤشر الملكية الفكرية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018.

جدول رقم (2)

مؤشرات قياس الأداء لبرنامج تحسين بيئة الابتكار والبحث والتطوير

/21 2022	/20 2021	/19 2020	/18 2019	/17 2018	/16 2017	المؤشر
-	-	-	-	-	19.19	حجم الانفاق الكلى على البحث و التطوير (مليار جنيه)
50.8	50.4	50	48.6	-	48.2	نسبة التمويل الدولى للابتكار و التطوير الى اجمالى التمويل (%)
1.2	1.1	1.0	0.75	-	0.71	نسبة الانفاق الكلى على البحث العلمى كنسبة من الدخل القومى (%)
-	-	-	-	93	72	عدد براءات الاختراع المتخصصة من مكاتب براءات الاختراع المصرى
750	700	650	590	-	555	عدد براءات الاختراع (مصريون و اجانب)
1080	1055	1045	1030	1014	918	عدد طلبات براءات الاختراع للمصريين
65	60	50	45	43	27	عدد مكاتب نقل و تسويق التكنولوجيا

المصدر : برنامج عمل الحكومة المصرية 2019/2018-2022/2021، رئاسة مجلس الوزراء.

من الجدول السابق أوضحت نتائج مؤشرات قياس الأداء لبرنامج تحسين بيئة الابتكار والبحث والتطوير أن حجم الانفاق الكلي علي البحث والتطوير بلغ 19.19 مليار جنية عن عام 2017/16، وقد ارتفعت نسبة التمويل الدولي للابتكار والتطوير إلى إجمالي التمويل عن عام 2019/18 بلغت (48.6) بعد أن كانت (48.2) لعام 2017/16 أي أنها زادت بنسبة (0.4%) كما أنه متوقع الزيادة بنسبة (1.4%) لعام 2020/19 لتصبح نسبة التمويل الدولي للابتكار والتطوير إلى إجمالي التمويل (50) لعام 2020/19، كما زادت نسبة الانفاق الكلي علي البحث العلمي كنسبة من الدخل القومي لعام 2019/18 بمقدار (0.04%) مقارنة بعام 2017/16 بلغت هذه النسبة (0.71) كما أنه متوقع أن تزيد هذه النسبة بمقدار (0.25%) لعام 2020/19 لتصبح (1)، وواصلت الدولة تقدمها في عدد براءات الاختراع المتخصصة من مكاتب براءات الاختراع المصري حيث كانت (72) لعام 2017/16 وزادت لتبلغ (93) لعام 2018 /17 أي زادت بنسبة (29.16%) ، كما ارتفعت عدد براءات الاختراع لكلاً من المصريون والأجانب بمقدار (35) براءة اختراع لعام 2019/18 والتي كانت (590) براءة اختراع مقارنته 2017/16 والتي كانت (555) لهذا العام أي زادت بنسبة (6.30%)، ومن المتوقع أن تزداد عدد براءات الاختراع للمصريين والأجانب لعام 2020/19 لتصبح (650) أي بنسبة زيادة (10.16%) مقارنة بعام

2019/18، كما زادت عدد طلبات براءات الاختراع حيث كانت (1014) لعام
2018/17 لتصبح (1030) لعام 2019/18 أي زادت بمقدار (16) براءة اختراع أي
بنسبة (1.577%) كما أنه متوقع زيادة عدد هذه الطلبات لعام 2020/19 لتصبح
(1045) أي بمقدار زيادة (15) طلب بنسبة (1.456%) مقارنة بعام 2019/18،
كما زادت عدد مكاتب نقل وتسويق التكنولوجيا حيث كانت (43) مكتب لعام
2018/17 لتصبح (45) مكتب لعام 2019/18 أي زادت بمقدار (2) وبنسبة ()
4.65%)، ومن المتوقع زيادة عددها لتصبح (50) مكتب لعام 2020/19 أي بنسبة
زيادة (11.11%) مقارنة 2019/18.

يتوافر بمصر العديد من الصناعات الإبداعية التي تساعد علي نمو الاقتصاد
الإبداعي الذي يساعد علي زيادة الدخل وخلق فرص عمل جديدة وزيادة الصادرات،
هذا بالإضافة الي زيادة التنوع الثقافي والاندماج الاجتماعي، ولما تتسم به الصناعات
الإبداعية إلى حد كبير بطبيعة مدخلات العمل: أفراد مبدعون، الإعلان، العمارة،
التصميم، برمجية التفاعلية، سينما و تلفزيون، موسيقى، نشر، فنون أداء، وهو ما
يتضح من تصنيف الصناعات الإبداعية في تقرير الأمم المتحدة الاونكتاد وكذلك
تصنيف الجهاز المركزي للتعبة والاحصاء المصري كما أوضحنا في المبحث الأول
من تلك الدراسة، نتناول بالمبحث والتفصيل الصناعات الإبداعية في مصر ونبحث

مفهوم كل منها مع بيان أثره الاقتصادي وفقا لتقسيم الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء المصري كما يلي:

القسم الأول : الصحف والدوريات والإذاعة المسموعة والمرئية

تعرف الصحف العامة بأنها تلك التي تغطي الاحداث الجارية في 24 ساعة السابقة علي الطباعة أو لمدة أطول من ذلك ودورية صدورها وتنقسم هذه الصحف الي¹:

أ- يومية : تصدر يوميا ولا تقل عن 4 مرات في الأسبوع وتكون صباحية أو مساءية.

ب- غير يومية: تصدر مرة واحدة علي الأقل ولا تزيد عن 3 مرات في الأسبوع وتصدر علي فترات منتظمة أو غير منتظمة.

لم يعد اصدار الصحيفة اليومية عملا فرديا يموله شخص ممن يتخذ الصحافة حرفة له بينما أصبحت الصحافة حاليا تحتاج الي مؤسسة ضخمة تقترب

¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية ، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء لعام 2017، القاهرة، سبتمبر 2019، ص3.

من العمل الاستثماري الضخم فقد تحولت الصحافة من رسالة فقط الي صناعة ضخمة يخضع لجميع المعايير الصناعية وتحدده القيم التجارية¹.

جدول (3)

الصحف العامة التي تصدر و النسخ الموزعة منها محليا طبقا للغة و دورية الصدور عام 2017			
الإجمالي (النسخ الموزعة بالآلاف)			دورية الإصدار
عدد النسخ الموزعة	عدد الأعداد	عدد الصحف	
491130	8923	76	الاجمالي
يومية			
353349	5665	16	صباحية
63668	1095	3	مسائية
غير يومية			
73444	1962	38	أسبوعية
669	201	19	أكثر من أسبوعية
المصدر: الجهاز المركزي للتعبيئة العامة والإحصاء ، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019			

¹ ليليا شاوي، الصناعات الثقافية والتغيير في أدوار واقتصاديات ووسائل الاعلام والاتصال الحديثة، المؤتمر الدولي السنوب لمؤسسة مقاربات: الذاكرة والبناء الثقافي، مج1، الجزائر، 2019، ص481.

يتضح لنا من الجدول السابق أن عدد الصحف التي صدرت خلال العام 2017 هي 76 صحيفة منها 19 صحيفة تصدر يوميا ، و 57 أخرى غير يومية ليصل اجمالي عدد النسخ الموزعة في العام 2017 حوالي 492 ألف نسخة، ونجد أنه وفقا للتقرير الوارد من الهيئة الوطنية للإعلام نجد أن عدد الصحف التي صدرت في 2018 بلغت حوالي 70 صحيفة أي بانخفاض يبلغ نسبته عن العام 2017 حوالي 7.9% وذلك بسبب توقف عمل بعض الصحف، وبلغ عدد الصحف الحزبية 3 صحف عام 2018 وهو نفس عدد العام 2017 ، وأنه بالرغم من التطور في مجال الإنتاج والتوزيع نلاحظ أن هناك محدودية في توزيع الصحف، وان التوزيع في ظل الحرية الاقتصادية أصبحت تتقرر من قبل السوق اذ ان خدمات العمل ورأس المال والموارد الطبيعية تباع وتشتري بحرية في الأسواق.

جدول (4)

عدد المشتغلين بالصحف واجمالي الأجور النقدية والمزايا العينية والتأمينات

الاجتماعية خلال عامي 2016 - 2017

السنة / البيان	2016	2017
عدد المشتغلين بالصحف	23024	26315
اجمالي الأجور النقدية والمزايا العينية والتأمينات الاجتماعية بالصحف (القيمة بالآلف جنيهه)	1272252	1309393

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء

يتضح لنا من الجدول أن عدد المشتغلين بالصحف في عام 2017 قد زاد عن العام السابق بنسبة 14.29% ليصل في العام 2017 الي أكثر من 25 ألف مشتغل في ذلك القطاع، بإجمالي أجور نقدية ومزايا عينية وتأمينات اجتماعية تتجاوز المليون جنيهه بزيادة عن العام 2016 تصل نسبتها الي 3%، هذا ونجد أن صناعة الصحف في البلدان المتقدمة لا تقوم بغير رأس مال ضخم فهي تستهلك يوميا الاف الاطنان

من الورق كما تستهلك مئات البراميل من حبر الطباعة والآت عالية الثمن ومعقدة التركيب، وبهذا تحولت الصحافة من رسالة فقط الي صناعة تحتاج الي رؤوس أموال ضخمة مما ادي الي انشاء كتل اقتصادية احتكارية تتولي اصدار الصحف في معظم البلاد الرأسمالية.

تهتم الدوريات بالموضوعات ذات الطابع العام أو الموضوعات المتخصصة وتتقسم الدوريات كما أوصت المنظمة الدولية للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) الي (عموميات - فلسفة وعلم نفس - دين - علوم اجتماعية - لغة- علوم بحتة - علوم تطبيقية - فنون - اداب - جغرافيا وتاريخ- أطفال) وهي اما¹: (يومية : تصدر يوميا ولا تقل عن أربع مرات في الأسبوع - أسبوعية: تصدر مرة واحدة علي الأقل أو مرتين أو ثلاث مرات علي الأكثر في الأسبوع - نصف شهرية: تصدر كل أسبوعين أو ثلاث مرات علي الأكثر في الشهر - شهرية: تصدر شهريا ولا تقل عن ثماني مرات في السنة - ربع سنوية: تصدر كل ثلاث شهور ولا تزيد عن أربع مرات في السنة - نصف سنوية: تصدر كل ستة شهور ولا تزيد عن ثلاث مرات في السنة -

¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية ، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء لعام 2017، مرجع سابق، ص3.

سنوية: تصدر سنويا مرة واحدة - غير منتظمة: تصدر أكثر من مرة في فترات غير منتظمة خلال السنة).

جدول (5)

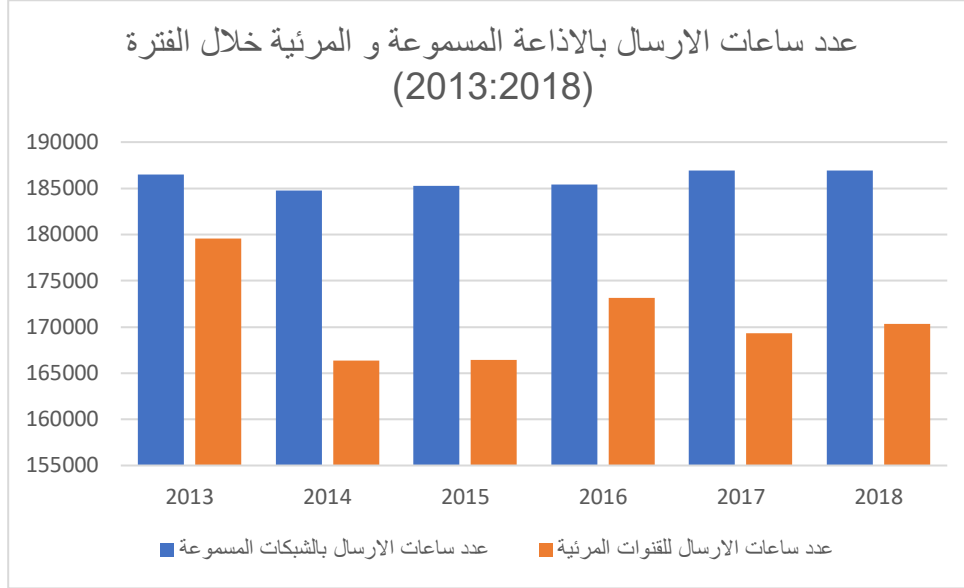
الدوريات العامة التي تصدر و النسخ الموزعة منها محليا و خارجيا طبقا للغة و دورية الصدور عام 2016-2017			
النسخ الموزعة بالألف			
الإجمالي			دورية الإصدار
عدد النسخ الموزعة	عدد الأعداد	عدد الدوريات	
1968	1101	89	2016
1555	865	49	2017
المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء			

يتضح لنا من الجدول السابق أن الدوريات العامة التي تصدر و النسخ الموزعة منها محليا و خارجيا طبقا للغة و دورية الصدور في العام 2017 وصل عددها الي 49 دورية بنسبة انخفاض تجاوزت 44.9% حيث انخفضت عدد النسخ الموزعة من الدوريات من 1968 نسخة في 2016 لتصل الي 1555 في العام 2017.

تقوم الإذاعة المسموعة والمرئية بدور تثقيفي وترفيهي له بعد اقتصادي يتمثل في بث البرامج السياسية - الاقتصادية - الدينية - التعليمية - الخدمية - الصحية وغيرها من المجالات المتنوعة¹، لقد أصبح كل من التلفزيون و الإذاعة صناعة عندما سمح التطور التكنولوجي بإيجاد وسيلة (أداة) لقياس المكالمات و المشاهدة الشخصية و وضع أثمان لها بناء عليها و تحميل التكلفة للمستعمل (المشاهد أو المستمع)، وعليه لم يكن بالإمكان تحويلهما إلى صناعة إلا عندما ظهرت جهة لها مصلحة في بث الرسالة، علما أن صناعة وسائل الإعلام المرئية المسموعة هي امتداد لنظرية الصناعات الثقافية.

¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية ، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء لعام 2017، مرجع سابق، ص3.

شكل (11)



المصدر: بيانات العام من 2013 : 2017 الجهاز المركزي للتعبيئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات

الثقافية، سبتمبر 2019 ، بيانات العام 2018 لتقرير الهيئة الوطنية للإعلام للعام 2018/2019

يتضح لنا من الشكل السابق تطور عدد ساعات الإرسال بالاذاعة المسموعة

و المرئية خلال الفترة (2013:2017)، يتضح لنا الانخفاض الملحوظ في عدد

ساعات الإرسال للقنوات المرئية لتصل الي 170 ألف ساعة في 2017 مقارنة بعدد

180 ألف ساعة في 2013 وأنه وفقا لتقرير الهيئة القومية للإعلام نجد أن عدد

ساعات الإرسال للقنوات المرئية زاد بنسبة 0.6% في العام 2018 عنه في العام

2017، بينما بلغ عدد ساعات الإرسال بالشبكات المسموعة 186893 ساعة عام

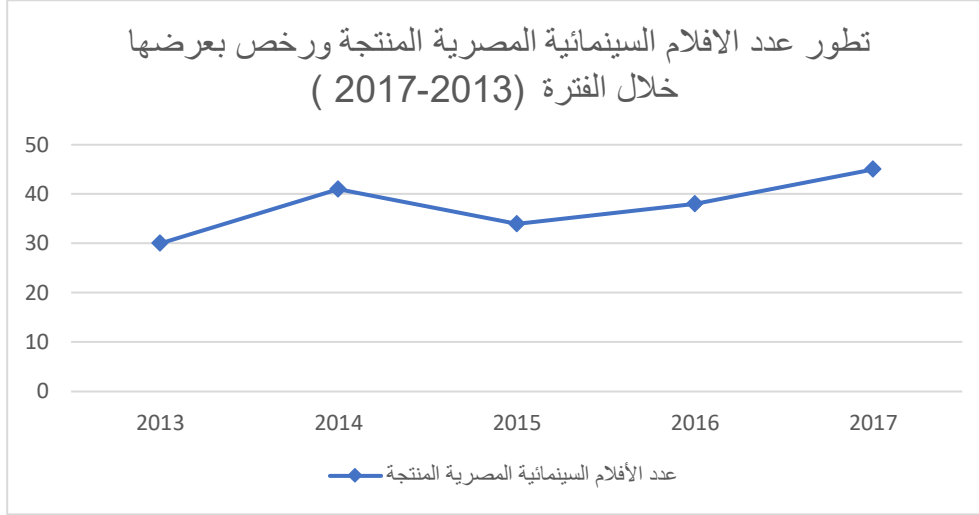
2018 مقابل 186906 ساعة عام 2017 بانخفاض لا يذكر تصل نسبته 0.0069%، فتوزيع الصحافة المكتوبة يكون لمناطق محددة ، بينما بث برامج المحطات الإذاعية و التلفزيونية يكون بواسطة الموجات الهيرتزية، و الأقمار الصناعية و الأسلاك، حيث اختيار الإرسال (أو البث) يتم حسب المساحة الجغرافية التي نريد تغطيتها و حسب الساعة التي نريد أن تعرض فيها للجمهور.

القسم الثاني: السينما والمسرح

السينما لها دورا هاما في اقتصاديات الدول والمجتمعات التي تهتم بهذه الصناعة المتميزة كأحد مصادر التمويل أو أحد مصادر الدخل القومي مثلها مثل أي صناعة قومية أخرى تشكل نسبة هامة من اجمالي الناتج القومي لتلك البلدان مثل الولايات المتحدة الامريكية والهند وغيرها من البلدان الأخرى التي أولت هذه الصناعة كل اهتمامها، حتي أصبحت تؤدي عدة وظائف منها الثقافة الي جانب الوظيفة الأبرز وهي الاقتصادية التي زادت قيمتها تأثيرا مع ظهور أشكال جديدة للسينما أكثر رقيا في مجال الأجهزة والمعدات التقنية¹.

¹ عبد الله المحيسن ، دور الإنتاج السينمائي في الصناعة الإعلامية ، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي الأول تحت عنوان " الاعلام السعودي .. سمات الواقع واتجاهات

شكل (12)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبيئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل السابق تطور عدد الافلام السينمائية المصرية المنتجة ورخص بعرضها خلال الفترة (2013-2017)، فقد زادت عدد الأفلام السينمائية المصرية المنتجة لتصل الي 45 فيلم سينمائي في 2017 بنسبة زادت عن 15% عن العام 2016.

المستقبل" ، جامعة الملك سعود الجمعية السعودية للإعلام والاتصال الرياض - المملكة العربية السعودية ، مارس 2003 م ، ص 11 .

جدول (6)

متوسط عدد المشتغلين بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بالقطاع الخاص
واجمالي الأجر النقدي والمزايا العينية والتأمينات بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام

الفيديو خلال عامي 2016-2017

2017	2016	السنة / البيان
173	146	متوسط عدد المشتغلين بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بالقطاع الخاص
12478	11831	اجمالي الأجر النقدي والمزايا العينية والتأمينات الاجتماعية بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بالقطاع الخاص (القيمة بالالف جنيه)

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء

يتضح لنا من الجدول أن متوسط عدد المشتغلين بشركات انتاج وتوزيع
الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بالقطاع الخاص يصل الي 173 في 2017 مقارنة
146 في العام 2016 ، لتزيد اجمالي الأجر النقدي والمزايا العينية والتأمينات
الاجتماعية بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بنسبة 5.46% عن

العام 2016 لتصل الي 12478 في العام 2017، فتعتبر السينما فن و فكر وابداع يوظف مئات الأشخاص في كل فيلم من المواهب التي تتقاضى أجورا عالية جدا و تقوم بالتمثيل و الإخراج و التأليف إلى الفنيين الحرفيين الماهرين المسؤولين عن هندسة الديكور و إضاءة المشاهد و وضع الماكياج على نجوم الفيلم ، إضافة لكونها علم يستخدم التكنولوجيا العلمية، حيث ينصهر تحت لوائها الممثلون الفنانون والمخرجون الفنانون والكتاب المبدعون والمصورون ومهندسو الصوت وخبراء المونتاج والإضاءة وأصحاب المؤثرات بأنواعها وكلهم فنانون مبدعون، فالسينما كانت و لا تزال لدى الغالبية منهم تجارة تدر عليهم الكثير من الأرباح، لكن الشق الاقتصادي للصناعة السينمائية لا يقل أهمية عن الشق الفني، حيث أن ازدهارها فنيا يضمن استمرار صناعتها .

القسم الثالث: المتاحف والحدائق والمناطق الاثرية والمحميات الطبيعية

والمعارض

تعرف المتاحف والحدائق بأنها منشأة ثابتة تهدف الي حفظ المعروضات من اثار - نماذج - لوحات - حيوانات - طيور - اسماك ونباتات وذلك بغرض الدراسة و المحافظة علي قيمتها بمختلف الوسائل و عرضها علي الجمهور للترفيه

وتنقسم أنواع المتاحف والحدائق الي: متاحف الفن والتاريخ – متاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية – حدائق الحيوان و الأسماك والنباتات، أما المناطق الأثرية فهي معبد أو مقبرة أو مسجد أو كنيسة قام ببنائه القدماء والتي تنسم فيها روعة الفنان المصري وقدرته الإبداعية وتنقسم الي: مناطق أثرية إسلامية وقبطية و فرعونية، تعرف المحميات الطبيعية بأنها مساحة أرضية او مائية تتميز بالغني بالتراث الطبيعي وتخصص هذه المنطقة لحماية الأحياء التي تقطنها للاستفادة من مواردها الطبيعية المتعددة وتنقسم الي : محميات طيور و حيوانات – محميات نباتية – محميات موارد طبيعية¹.

¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية ، الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء لعام 2017، مرجع سابق، ص3.

جدول (7)

عدد العاملين بالمتاحف وحدائق الحيوان والاسماك والنباتات والمناطق الاثرية و
المحميات الطبيعية وعدد الزائرين وجملة الإيرادات طبقا للنوع عام 2017

المحميات الطبيعية	المناطق الاثرية	المتاحف وحدائق	البيان
699	-	7411	عدد العاملين
496	7705	27801	عدد الزائرين بالآلف
14250	273245	262935	الإيرادات المحصلة بالآلف جنيه

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019 .

يتضح من الجدول السابق أن عدد العاملين بالمتاحف وحدائق الحيوان والاسماك والنباتات و المحميات الطبيعية 8110 في العام 2017، ليصل عدد الزائرين لتلك المناطق مضافا اليها المناطق الاثرية 36 ألف زائر في العام 2017 لتصل الإيرادات المحصلة للمتاحف وحدائق الي ما يزيد عن 262 ألف جنيه بينما

شهدت الإيرادات المحصلة من المناطق الاثرية ما يزيد عن 273 ألف جنيه بينما كانت المحميات النصيب الأقل من الإيرادات المحصلة في ذلك الشأن لتكتفي بما يقارب 15 ألف جنيه.

جدول (8)

مؤشرات الأداء الحالية لقطاع الآثار في عامي (2016-2017 / 2017-2018)

(2018)

2017-2018	2016-2017	البيان
6.5	5.5	عدد الزوار المصريين (مليون)
8	5	عدد الزوار الأجانب (مليون)
10022	42	إيرادات الزوار المصريين (مليون جنيه)
700	362	إيرادات الزوار الاجانب (مليون جنيه)
100	22	إيرادات متنوعة (مليون جنيه)
900	426	جملة الإيرادات (مليون جنيه)

المصدر: وزارة الآثار، موازنة البرامج والأداء للعام المالي 2018/2019

تتضمن الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة لقطاع الآثار في العام المالي 2019/2018 خمسة برامج أساسية تستهدف بشكل أساسي تعظيم الاستفادة من المقومات الثقافية وتتضمن استكمال انشاء المتحف المصري الكبير، والترميم والتنقيب وصيانة الآثار، وتطوير المتاحف الاثرية، واستكمال انشاء المتحف القومي للحضارة المصرية، وتطوير اثار النوبة، وتبلغ اجمالي تكلفة تنفيذ هذه البرامج خلال العام المالي 2019/2018 حوالي 6.5 مليار جنية، تشكل الاستثمارات نسبة 71%¹.

¹ وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة 2018-2030 / 2019 - 2021، رؤية مصر 2030، ص 373.

جدول (9)

الملاح الأساسية لبرامج الآثار والتراث المستهدف تنفيذها عام 2019/2018

التوزيع النسبي للعامة %	عدد العمالة الإدارية والفنية	الاستثمارات (بالمليون جنيه)	جملة المصروفات (بالمليون جنيه)	البرنامج
2	420	3456.7	3826.7	المتحف المصري الكبير
80	20003	736	1596	الترميم والتقيب وصيانة الآثار
9	2176	303.4	629	تطوير المتاحف الاثريّة
0.5	126	145.8	193.6	المتحف القومي للحضارة المصرية
1	267	20.5	35.4	تطوير وترميم اثار أسوان والنوبة
7.5	1870	74.2	373.6	برامج تنمية الموارد
100	24862	4736.6	6654.4	الاجمالي

المصدر: وزارة الآثار، موازنة البرامج والأداء للعام المالي 2019/2018

تعد المعارض الزراعية والصناعية أماكن مخصصة لعرض عينات لأحدث الآلات والمعدات الصناعية المتطورة والمنتجات الزراعية بغرض الدعاية للمعروضات و تسويقها، أما معارض الفنون التشكيلية والتطبيقية فتتقسم الي الفنون التشكيلية مثل النحت والرسم و الزخرفة و الفنون التطبيقية مثل اشكال السيراميك والموبيليا والزجاج المعشق¹.

تستهدف برامج تطوير قطاع الآثار في العام المالي 2019/2018 تحقيق²:

أ- إيرادات بحوالي 1.5 مليار جنيه مقارنة بحوالي 900 مليون جنيه عام 2018/2017 بزيادة 67%.

ب- توفير 11 ألف فرصة عمل جديدة.

ج- افتتاح ثلاثة متاحف أمام الزوار (متحف كفر الشيخ/ متحف طنطا / متحف

(الغردقة)

¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء لعام 2017، مرجع سابق، ص3.

² وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة 2018-2019 / 2021-2022، مرجع سابق، ص373.

د- افتتاح 26 موقعا ومنطقة أثرية أمام الزوار.

هـ- تحقيق 87 اكتشاف أثري جديد.

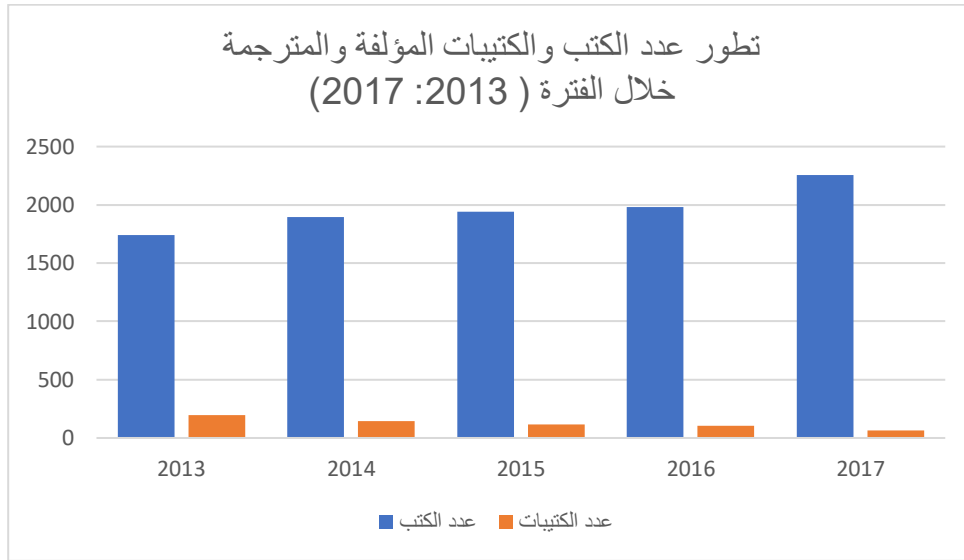
القسم الرابع: الكتب والمكتبات

يعرف الكتاب بأنه مطبوع غير دوري لا تقل صفحاته عن 49 صفحة بدون

صفحات الغلاف أما الكتيب فيعرف بأنه مطبوع غير دوري لا تقل صفحاته عن 5

صفحات ولا تزيد عن 48 صفحة بدون صفحات الغلاف¹.

شكل (13)

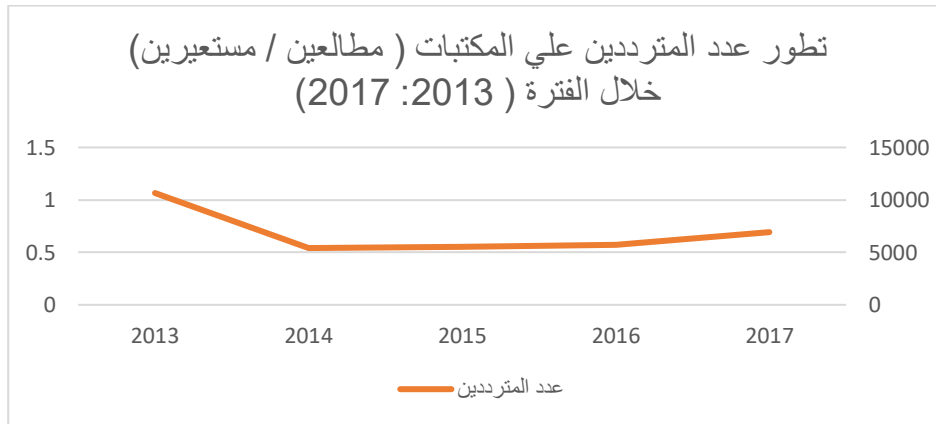


¹ النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء لعام 2017، مرجع سابق، ص3.

المصدر: الجهاز المركزي للتعبة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019.

يتضح من الشكل السابق تطور عدد الكتب والكتيبات المؤلفة والمترجمة خلال الفترة (2013: 2017) فنلاحظ الارتفاع السنوي في انتاج الكتب والكتيبات المؤلفة والمترجمة ليصل أعلى معدل له في 2017 عدد 2318 كتاب مقارنة بالعام 2016 الذي وصل انتاج الكتب والكتيبات المؤلفة والمترجمة الي عدد 2084، ووفقا لتقرير وزارة الثقافة 2019/2018 نجد أن بلغ عدد الكتب والكتيبات المؤلفة والمترجمة والتي تم طبعها 2339 في العام 2018 بزيادة بلغت نسبتها 0.9% عن العام 2017، كما قد بلغ عدد المشتغلين بالمطابع في 2017 حوالي 10036 بينما 2016 كان 8666 وفقا لتقرير الجهاز المركزي للتعبة والاحصاء للعام بنسبة بلغت 15.8% .

شكل (14)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

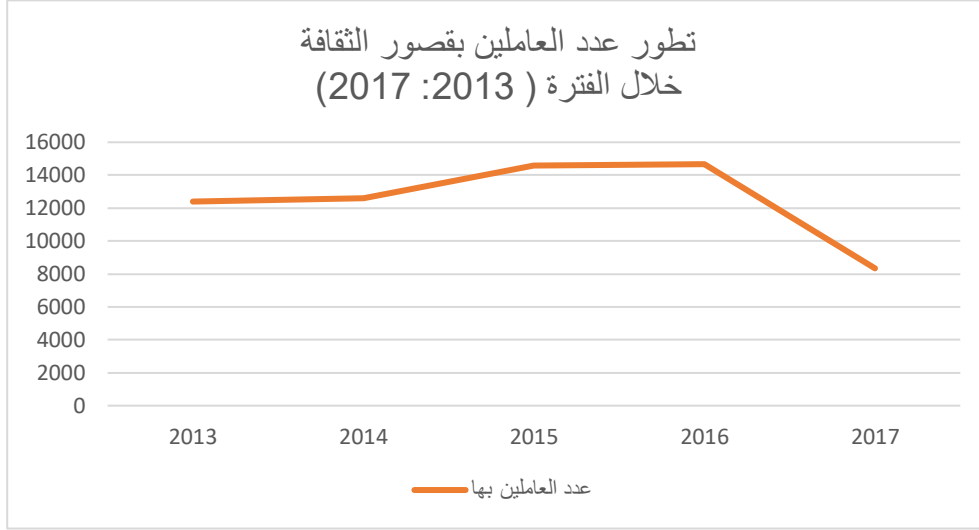
يتضح من الشكل السابق تطور عدد المترددين (مطالعين / مستعيرين) خلال الفترة (2013: 2017) نجد أن أعلى معدل في عدد المترددين علي المكتبات خلال تلك الفترة كان في 2013 ليصل عدد المترددين الي 10655 بانخفاض يصل نسبته في 2017 الي 35% ليكن عدد المترددين في 2017 حوالي 6901.

القسم الخامس: قصور وبيوت الثقافة والجمعيات الثقافية والمؤتمرات

تعرف اليونسكو الثقافة علي أنها تلك الوظائف والمعاملات التي من خلالها يستطيع الأفراد في المجتمع التعبير عن أنفسهم وتنمية مواهبهم وتميزهم وتفردهم، وتعرف قصور الثقافة بأنها أماكن تقدم الخدمة الثقافية ذات الإمكانيات الأكبر من حيث المادة المقدمة وطبيعة العروض في مساحة معينة، أما بيوت الثقافة تعرف بأنها أماكن تقدم الزاد الثقافي لعدد محدود من السكان في منطقة محدودة ذات كثافة سكانية أقل وان كانت تقوم بنفس دور قصور الثقافة لكن في نطاق محدود¹.

¹ تقرير الامم المتحدة، الاقتصاد الابداعي : تعزيز سبل التنمية المحلية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي/اليونسكو مرجع سابق، ص 23.

شكل (15)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح لنا ومع تطور عدد قصور الثقافة وعدد العاملين بها خلال الفترة

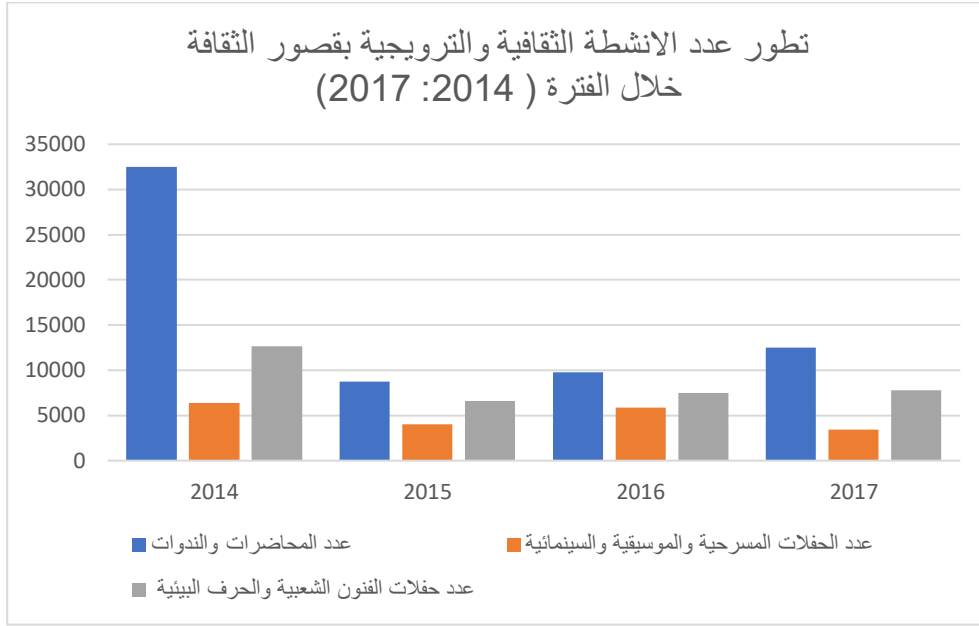
(2013 : 2017) لتصل عدد قصور وبيوت الثقافة ووفقا للهيئة الوطنية للإعلام الي

347 عام 2018 بزيادة بلغت 3.3%، نجد أن عدد العاملين انخفض في ذلك القطاع

من 14670 عن 2017 بعدد 8340 بنسبة انخفاض وصلت في عدد العاملين

43% عن العام 2016.

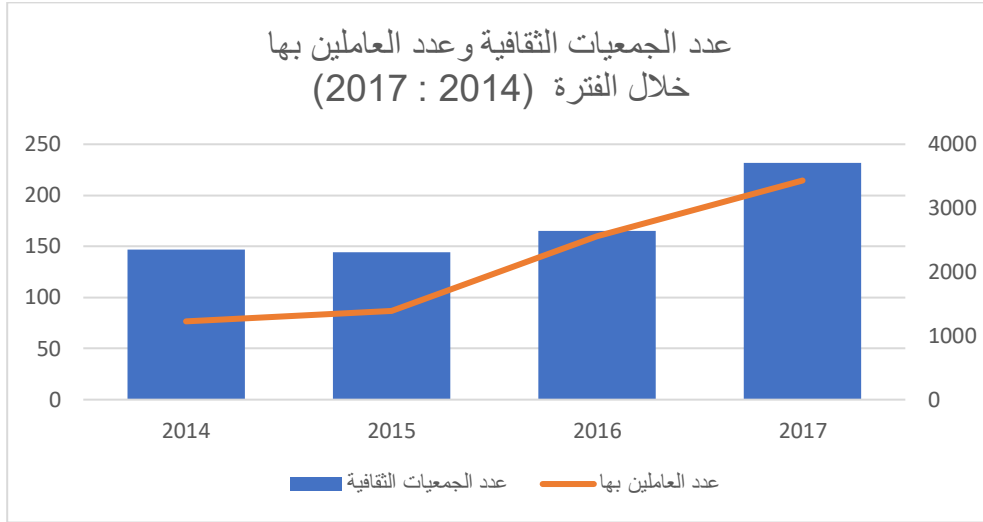
شكل (16)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل تطور عدد المحاضرات والندوات والحفلات المسرحية والموسيقية والسينمائية وكذلك عدد حفلات الفنون الشعبية والحرف البيئية من 23.09 في 2016 الي 23.706 في 2017 بنسبة زيادة بلغت 2.66% .

شكل (17)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل عدد الجمعيات الثقافية وعدد العاملين بها خلال الفترة

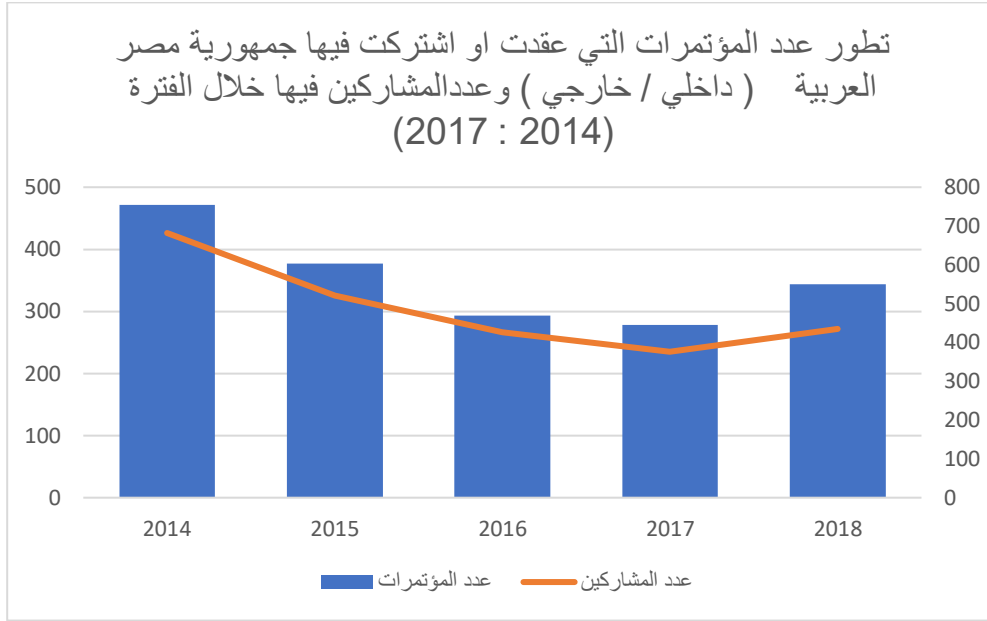
(2014 : 2017) فقد بلغ عدد الجمعيات الثقافية في 2017 عدد 232 جمعية

ثقافية بعدد عاملين يبلغ 3432 بنسبة زيادة في عدد العاملين عن العام 2016 بلغت

نسبته 34%، ووفقا لتقرير وزارة الثقافة عن العام 2019/2018 بلغت عدد الجمعيات

الثقافية في عام 2018 عدد 246 جمعية بزيادة بلغت نسبتها 6% عن العام 2017.

شكل (18)



المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء، نشرة الإحصاءات الثقافية، سبتمبر 2019

يتضح من الشكل السابق تطور عدد المؤتمرات التي عقدت او اشتركت فيها جمهورية مصر العربية (داخلي / خارجي) وعدد المشاركين فيها خلال الفترة (2017 : 2014)، حيث بلغ عدد المؤتمرات التي عقدتها أو اشتركت فيه مصر داخليا / خارجيا) 344 مؤتمرا عام 2018 مقابل 278 مؤتمرا عام 2017 بزيادة

بلغت نسبتها 23.7% ، بينما بلغ عدد المشاركين في هذه المؤتمرات 434 مشاركا عام 2018 مقابل 376 مشاركا عام 2017 بزيادة بلغت نسبتها 15.4% .

المطلب الثاني

تحديات الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها

تمهيد .

بدأ الاهتمام في جميع أنحاء العالم يدور حول مفهوم الاقتصاد الإبداعي باعتباره مجالا هاما جديدا ومتناميا في مجال توليد القيمة، وخلق فرص العمل، وتزايد الثروة، بوصفه محركا تنمويا للاقتصاد، وباعتباره معززا للتنوع الثقافي من خلال تحويل الأفكار الثقافية الإبداعية الي مشاريع عمل تجارية، كما أصبح الاقتصاد الإبداعي قطاعا هاما من قطاعات الاقتصاد العالمية ذات القيمة المضافة، حيث بدأت دول العالم في الاهتمام بالصناعات القائمة علي الثقافة والمعرفة كالصناعات الثقافية الإبداعية التي باتت موردا اقتصاديا هاما في اقتصاديات هذه الدول باعتبارها محركا للنمو الاقتصادي من خلال دورها الإيجابي في ارتفاع الناتج المحلي الإجمالي. في هذا المطلب نضع رؤية مستقبلية لتعزيز الصناعات الإبداعية في مصر، حيث نبدأ بالتحديات التي تواجهها ثم نبين متطلبات تطويرها وعوامل نجاحها.

أولاً: تحديات الصناعات الإبداعية في مصر:

تخضع اقتصاديات الثقافة لعمليات مركبة قد لا تستجيب في كثير من الأحيان للمنطق الاقتصادي الذي يطبق على المنتجات المادية الأخرى، بحكم أن صناعة الكتاب، والفيلم، والسمعي البصري، والمسرح.. إلخ، تُعرض على سوق مشتتة، لا تُحترم فيها دائماً معادلة العرض والطلب، لأن المضامين الثقافية المعروضة كثيراً ما تبقى رهينة حدود متحركة ما بين الترفيه، والإعلام، والتكوين، والتثقيف¹.

وقد نجح دي جي وبريك في تفكيك مسألة ما اذا كان هناك تثقيف للحياة

الاقتصادية الي ثلاثة عناصر²:

¹ اقتصاديات الثقافة، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مرجع سابق، ص25.

² Du Gay . P. and M.Pryke (2002) cultural Economy: An introduction. In P. du Gay and M. Pryke (eds), cultural economy: cultural analysis and commercial life sage London. 1-19.

1- مقولات تري ان إدارة الثقافة أصبحت مفتاح تحسين الأداء التنظيمي، خاصة عندما تصف الأهداف التنظيمية مع الإحساس بالتحقق الذاتي بين العاملين في المنظمات.

2- ملاحظة أن العمليات الاقتصادية لا بد من أن يكون لها بعدها الثقافي، خصوصا مع نمو قطاع الخدمات، حيث ترتبط القطاعات الاقتصادية مباشرة بالعلاقات بين الأشخاص وممارسة الاتصال.

3- ظهور الصناعات الإبداعية كمستخدم لقوة العمل ومصدر للثروة الجديدة، وتبني ممارسات اقتصادية تضرب بجذورها في هذه الصناعات.

يظهر العالم اليوم حتى في أفقر الأماكن او في أبعدنا عن المناطق الحضرية، انتاج الصناعات الإبداعية كوسيلة مجدية لتحقيق التنمية المستدامة، فإذا نظرنا إلى دولة مثل البرازيل فسوف يتضح لنا أن الحكومة فيها قد أدركت أهمية الاقتصاد الإبداعي ومن ثم أنشأت في عام 2011 أمانة للاقتصاد الإبداعي تابعة لوزارة الثقافة، وتتمثل مهمة هذه الأمانة في وضع السياسات العامة للتنمية المحلية والإقليمية وتنفيذها مع إعطاء الأولوية لدعم وتعزيز المشاريع المهنية والإبداعية الصغيرة ومتناهية الصغر في البرازيل، هذا بالإضافة إلى اهتمام أمانة الاقتصاد الإبداعي بجعل الثقافة أداة للتنمية الاستراتيجية، لذلك فهي تتعاون مع الجامعات والمعاهد

والمؤسسات البحثية المحلية والإقليمية بهدف تبادل المعلومات والمعارف والخبرات المتعلقة بالاقتصاد الإبداعي على المستوى المحلي والإقليمي، كذلك وضعت البرازيل " خطة البرازيل الإبداعية " والتي تضم جميع الوزارات المعنية بهدف تعزيز الإبداع والتنوع الثقافي بإعتبارهما محورين استراتيجيين للتنمية¹.

هناك تحديات تحول دون تقدم البلدان النامية ومنها مصر إلى الاقتصاد الإبداعي ونمو إنتاج صناعات إبداعية لديها قدرة وميزة تنافسية عالمية وهي كالاتي :

1- العديد من المعوقات بالنسبة للتجارة الخارجية و الاستثمار الأجنبي: عدم توفر الأيدي العاملة الماهرة، ضيق حجم السوق المحلية يصعب الدخول في مجال تصدير السلع المصنعة إلى السوق الدولية قبل الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير في السوق المحلية، بالإضافة إلى صعوبة القدرة على منافسة السوق الدولية، بالإضافة الي العقبات التي تضعها الدول الصناعية في وجه صادرات الدول النامية ومنها مصر من السلع المصنعة، التقلب الشديد في

¹ مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول الاقتصاد الإبداعي، مرجع سابق.

اسعار المواد الأولية كثيرا ما ينعكس في شكل انخفاض مفاجئ في حصيدة
الدول النامية من العملات الأجنبية¹.

2- ضعف التمويل وسياسة الترشيح الحكومي: يشكو أغلب المشاركين في

الصناعات الابداعية من مشاكل تتعلق بالسيولة المالية، وأنهم يفتقرون إلى
الأموال اللازمة للتسويق وتطوير الأعمال، لا يقوم قطاع البنوك والممولون
في البلاد حالياً بإقراض الأعمال القائمة على موارد الملكية الفكرية، والتي
تملك عوائد مختلفة للاستثمار وأوقات مختلفة للدفع والاسترداد، ويقتصر دعم
قطاع الأعمال للفنون البصرية والأدائية على ما هو " معروف " و " مشهور
" وقد تكون بعض من الحلول التمويلية متشابهة بين القطاعات الفرعية
المختلفة، بينما يجب أن تصمم حلولاً أخرى لتلائم خصيصاً قطاعات فرعية
مختلفة من الصناعات الإبداعية، ويعد الدعم الحكومي محدوداً على مستوى
الصناعات الإبداعية كلها، سواء نظر إليه من حيث الحوافز المقدمة للأفلام

¹ دريس رشيد، المعوقات الثقافية للمشروع التنموي الاقتصادي " تحولات الاقتصاد الزراعي
والصناعي وبنية المجتمع"، الملتقى الدولي الأول حول المعوقات الثقافية للتنمية في الجزائر، جامعة
الجزائر 3، الجزائر، 2015، ص 13.

أو تلك المقدمة للفن العام، فضلا عن تراجع الدعم الحكومي الأجنبي للفنون البصرية والأدائية أيضاً¹.

3- فجوة ونقص في المهارات وقلة المعرفة بطرائق عمل الأسواق الثقافية سواء

على الصعيد الوطني أو الدولي: يوجد عمال يملكون الحد الأدنى من الجودة في المهارات، ولكنهم ليسوا منتشرين في كل القطاعات، إلى جانب ذلك، فإن الفجوة والنقص يصبح أكثر حدة في الشركات التي تحتاج إلى إنتاج أعمال تنافسية على مستوى العالم، خاصة فيما يتعلق بالفنانين البصريين والأدائيين بالتحديد الذين لا يملكون مهارات الأعمال المطلوبة لإدارة أعمال تجارية².

4- غياب الوعي المجتمعي : يؤثر غياب أو انخفاض مستوى الوعي العام على كل مجموعة فرعية بطريقة مختلفة³.

5- بعض الحرف مهددة بالانقراض: حيث إن العائد منها لا يغطي التكلفة كما بالحرف التقليدية فبالإضافة إلى عدم وجود مكافأة مالية للمتدرب أثناء فترة

¹ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص 243.

² عبد الوهاب جودة، همت محمد يوسف، مرجع سابق، ص 49.

³ سلام فاضل علي، مرجع سابق، ص 243.

التدريب على الحرفة في قطاع التدريب وضعف الرواتب، وأخيراً عدم التأمين ضد مخاطر العمل، مما يؤدي لعدم الإقبال على العمل بتلك الحرف¹.

6- تقلص أعداد المبدعين: وبذلك يتضح عدم إقبال الشباب على ممارسة العمل

الحرفي الإبداعي نظراً لضعف المقابل المادي، ومن ثم أصبحت الحرف

التقليدية طاردة للعمال في ظل الأوضاع الاقتصادية الصعبة، وتتفق هذه

النتيجة مع مقولات نظرية مجتمع المخاطر، حيث يشكل غياب المبدعين أحد

المخاطر الاجتماعية الرئيسية التي تهدد الاقتصاد الإبداعي، ويجب على

الدولة التي تؤمن بأهمية الاستثمار الاجتماعي بان تتجه لنوع جديد من الأمن

وتنمية رأس المال البشري بدعم القدرات التنافسية للجماعات المبدعة بالتعليم

والتدريب، وتنمية مهاراتها، وضمان الرقي في العمل، وتأمينهم مالياً ضد

مخاطر العمل على المدى البعيد، ومواجهة المخاطر في السوق².

¹ عبير محمد عباس محمد، الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي: رؤية تنموية بديلة "دراسة حالة لصناعات الحرف التقليدية"، مجلة كلية الآداب، مج 78، ع1، جامعة القاهرة، يناير 2018، ص262.

² هاني خميس، الاستثمار الاجتماعي سياسة تنموية بديلة: رأس المال البشري نموذجاً، المؤتمر السنوي الثالث عشر " الاستثمار الاجتماعي ومستقبل مصر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2014، ص84.

7- ضعف تسويق المنتجات على المستوى المحلي والدولي وانتشار المنتج

الثقافي الصيني بالسوق المصري: وهنا يؤثر المنتج الصيني - بسعره

الرخيص نظرا لاستخدامه التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج الكثيف بتكلفة وجودة

اقل - بالسلب على المنجز الإبداعي المصري الذي يتميز بالصناعة اليدوية

والجودة العالية في بعض الصناعات الإبداعية¹.

8- انعدام الحماية بموجب قوانين حقوق المؤلف: ولا سيما في البلدان النامية

ومنها مصر التي تعد عائقا امام نمو الصناعات الابداعية، فقد ركزت تقارير

الأمم المتحدة على ابراز دور حقوق المؤلف و حمايتها.

تعد عدم معرفة كيفية عمل قوانين الملكية الفكرية وأهميتها هي احدى أكبر

العوائق التي تقف امام تفعيل البنية المعنية بحمايتها في مصر وهو ما يقف أمام هذه

الخطوة بشكل أساسي ويتمثل في² :

أ- ضعف المنظومة التشريعية لتحفيز وحماية الابتكار.

ب- ضعف فاعلية التنسيق بين احتياجات المجتمع والابتكار.

¹ عيبر محمد عباس محمد، مرجع سابق، ص263.

² بنية مقترحة لتحسين وضع الملكية الفكرية في مصر، صادر عن برنامج الحرية الاقتصادية، المركز المصري لدراسات السياسة العامة، القاهرة، 2018، ص18.

ج- ضعف قدرة الشركات المتوسطة والصغيرة والجديدة على الابتكار وتسويقه.

د- ضعف ثقافة الابتكار في المجتمع.

هـ- ضعف الوعي بأهمية الملكية الفكرية وحمايتها.

القانون الحالي الذي يعمل به مكتب براءات الاختراعات في مصر يشمل العديد من التخصصات التي تشمل الاصناف النباتية والتصميمات الصناعية والمصنفات كالمرئيات والصوتيات وحقوق المؤلف وبراءات الاختراع والعلامات التجارية والمؤشرات الجغرافية، وبحسب لوائح القانون يتقدم طالب البراءة للعديد من الجهات المختلفة المعنية بكل صنف من الأصناف المذكورة أعلاه لذا يصعب على المكتب الإشراف الكامل والتعامل مع كل هذه المواضيع، كما أن القانون الحالي بحاجة الى العديد من التعديلات للبنود الموجودة به، بالإضافة الى أنه بالنظر الى العديد من النماذج الدولية و الحكومات، نجد أن هنالك تشريعات معنية فقط بالحفاظ على الملكية الفكرية¹.

¹ سامي مظهر قنطقجي، مرجع سابق، ص15.

ثانيا: متطلبات تطوير الصناعات الإبداعية في مصر وعوامل نجاحها:

تولي خطة التنمية المستدامة للعام المالي 17 / 2018 عناية كبيرة لتطوير

وتحسين الخدمات الثقافية من خلال¹:

1. تمكين الفئات الاجتماعية من حق الوصول للمعرفة ومن مؤشرات ذلك

تقليص الفجوة الرقمية وزيادة الاعتماد على مصادر الأنترنت المفتوحة وهو

هدف من أهداف استراتيجية مصر 2030 و ذلك عن طريق رقمنة جميع

المحتويات الثقافية.

2. الاهتمام بتحسين ثقافة الأطفال عن طريق أنشطة وأبحاث متعددة تهدف

لتنمية مهارات واتشاء بيوت الطفل بالقاهرة وبالمحافظات.

3. قيام المركز القومي للترجمة بترجمة وطبع الكتب المختلفة بجميع اللغات ورفع

قدرات المترجمين لفتح نوافذ المعرفة أمام القارئ العربي في كل المجالات

ولغاتها مما يخدم الهدف الرئيسي في الانفتاح على ثقافات العالم.

¹ خطة التنمية المستدامة للعام المالي 2017/2018، رؤية مصر 2030، وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.

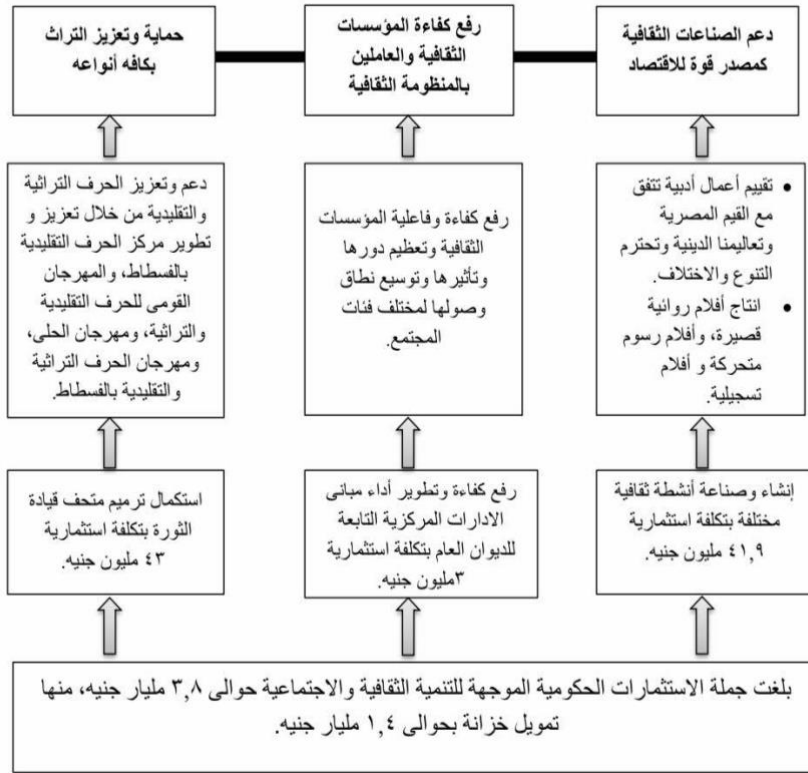
4. إنشاء شركة قابضة للصناعات الثقافية تتكون من الشركات التالية : شركة صناعة السينما والمسرح ، شركة للمنتجات اليدوية والحرفية .
5. توصيل الخدمات الثقافية لمستحقيها من أبناء الوطن، خصوصاً في المناطق النائية والمهمشة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً.
6. إعادة صياغة دور مصر الريادي في المنطقة.
7. زيادة عدد قصور الثقافة بما يضمن توزيع متوازن للخدمات الثقافية في مختلف مناطق الجمهورية وتكثيف تقديم برامج ثقافية في قصور الثقافة خلال المرحلة المقبلة .
8. الانتهاء من إنشاء عدد 5 متاحف (جمال عبد الناصر ، محمود خليل ، الجزيرة ، الفن الحديث ، متحف قيادة الثورة) وتطويرها.
9. تطوير شامل للمسارح والمكتبات العامة ودعم نشاط المهرجانات والملتقيات الدولية وتطوير مسرح المنصورة القومي ليصبح دار أوبرا المنصورة كأحد فروع دار الأوبرا المصرية.
10. زيادة حجم الإنتاج الثقافي بحيث تكون الصناعات الثقافية مصدر قوة وذلك من خلال دعم الإنتاج الثقافي في كافة المجالات .

11. إقامة معارض مستحدثة مثل المعرض الدولي لكتاب الطفل ، ومعارض كتب بجميع المحافظات مع التركيز على محافظات الصعيد ، وذلك بالإضافة إلى زيادة المهرجانات السينمائية المسرحية الدولية .

شكل رقم (19)

برامج تطوير نشاط الثقافة فى إطار الخطط التنموية طويلة و متوسطة و قصيرة

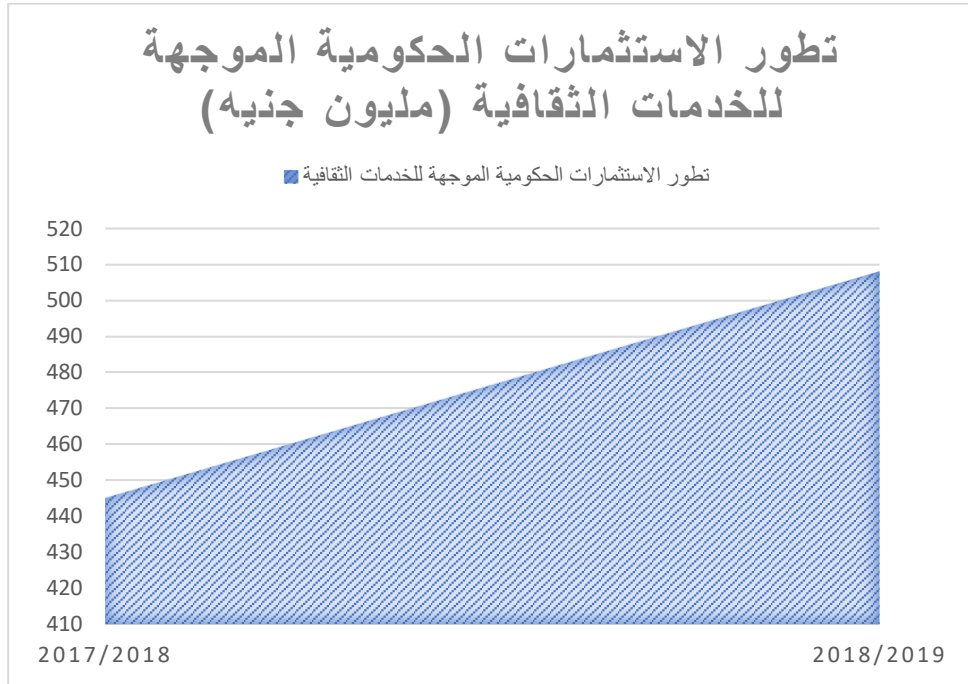
الأجل



المصدر: خطة التنمية المستدامة للعام المالي 2018/2017، رؤية مصر 2030، وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.

وجهت الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة 2019/2018 استثمارات حكومية بحوالي 508 مليون جنية للخدمات الثقافية خلال عام 2019/18 بمعدل نمو تجاوز 14 % مقارنة بعام 2018 / 17 وذلك لإنجاز عديد من المشروعات الحيوية بقطاع الثقافة .

شكل رقم (20)



المصدر : وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري .

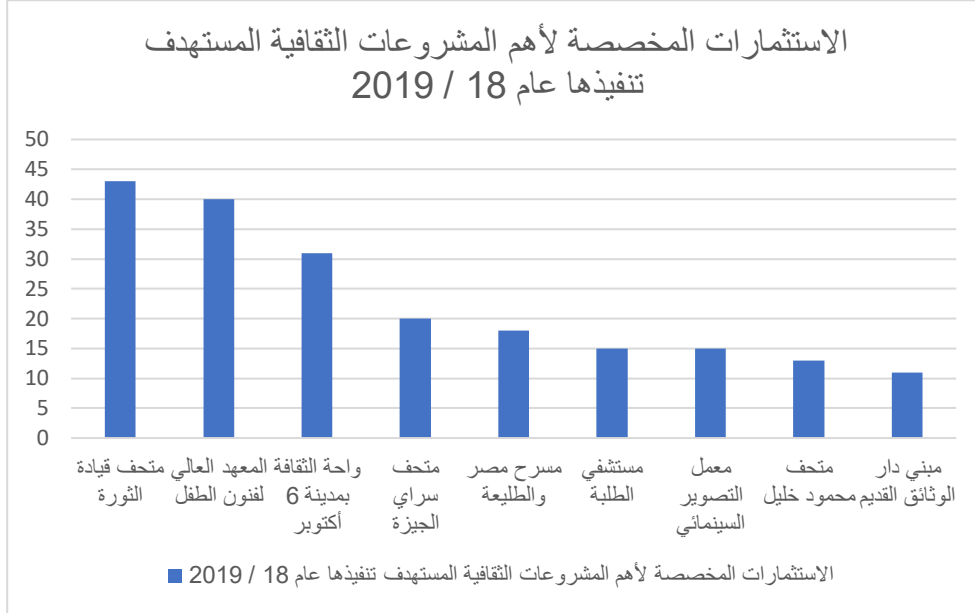
تتمثل المبادرات قيد التنفيذ والمبادرات المطروحة وفقا لخطة الدولة للتنمية

المستدامة¹:

1. مبادرة تراثك امانة بهدف جمع وتوثيق التراث المصري .
2. مبادرة المكتبات المتنقلة لإيصال الخدمة للمناطق النائية والمعزولة.
3. مكتبة الأسرة لنشر روائع الأدب من أعمال ابداعية وفكرية .
4. مبادرة جنوب الوادي لتحقيق العدالة الثقافية .
5. مبادرة المسرح بين يديك لعمل عروض مسرحية في الجامعات المصرية .
6. مبادرة مسرح الشارع لإتاحة العروض المسرحية للجميع .
7. مبادرة اعرف جيشك لتسجيل بطولات الجيش المصري وتعزيز الانتماء
للعسكرية المصرية .
8. مبادرات اخرى مثل مبادرة مكافحة الفكر المتطرف والإرهاب ومبادرة حماية
البيئة والدعوة للاقتصاد الأخضر ، ومبادرات المواطنة والقيم الإيجابية وتعزيز
الانتماء ، وتنمية الابتكار والذكاء الصناعي .

¹ الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة 2019/2018 – 2022/2021، وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.

شكل رقم (21)



المصدر : وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري .

بناء علي ما سبق؛ نجد أن الثقافة عامل محرك للتنمية وهذا ناجم بشكل عام عن نمو الاقتصاد الإبداعي وبشكل خاص عن الصناعات الثقافية والابداعية التي لا تشتهر فقط بقيمتها الاقتصادية وانما أيضا بدورها المتنامي في انتاج الأفكار او التكنولوجيات الإبداعية الجديدة وبفوائدها غير النقدية علي المجتمع، كما تتيح الثقافة تحقيق التنمية فهي تنمي قدرة الأشخاص علي الاضطلاع بأنفسهم بالأنشطة الإنمائية التي تخصصهم فعندما يدمج في برامج التنمية ومبادرات بناء السلام نهج يركز علي الأشخاص ويراعي خصوصية الأماكن، وعندما يؤخذ السياق الثقافي وما يتضمنه من

قيم و ظروف وموارد ومهارات وقيود محلية متنوعة بعين الاعتبار في العمليات الميدانية المتعلقة بشتي المجالات الممتدة من الصحة حتي التعليم وتمكين المرأة ومشاركة الشباب يصبح التغيير التحويلي والمستدام أمرا ممكنا، ولهذا ولمواجهة التحديات التي تواجه الصناعات الإبداعية ومن أجل توطين الاقتصاد الإبداعي في مصر لابد من توافر مجموعة من المتطلبات نعرض لها في ثلاثة محاور¹:

المحور الأول: ترسيخ الهوية الثقافية والحضارية

1. تعزيز القيم الإيجابية في المجتمع: خاصة القيم الشخصية والقيم الإيجابية في العلاقة بالآخر، وتعزيز قيم الهوية الوطنية، بهدف بناء شخصية المواطن المصري، لكي يكون ايجابيا وعضوا فاعلا في بناء اجتماعي متماسك، وتفعيل القيم الإيجابية مثل الصدق والطموح والسعي للنجاح في الحياة والإنجاز والدقة في العمل، علاوة على تعزيز الهوية الوطنية المشتركة من خلال مواطنين قادرين على بناء أمة واحدة متماسكة ومتضامنة تضم الجميع في دولة قوية قادرة على تحقيق التقدم، وذلك من خلال الأنشطة الثقافية والندوات وورش العمل التي تستهدف الحكومة تنفيذها.

¹ برنامج عمل الحكومة 2019/2018 – 2021/2020، رئاسة مجلس الوزراء، جمهورية مصر العربية.

2. تنمية الموهوبين والنابعين والمبدعين: ليكونوا مصدر قوة مضافة لمصر اجتماعيا وثقافياً واقتصادياً، لتقود مصر في السنوات القادمة إلى تحقيق التقدم والريادة والمنافسة اقليمياً وعالمياً، وذلك من خلال تنظيم المسابقات والجوائز الثقافية والفنية وفي العلوم الإنسانية والاجتماعية، ونشر مراكز اختبار الموهبة والنبوغ في مجالات الفنون والآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، ومراكز رعاية الموهوبين والنابعين والمبدعين، اضافة الى نشر ثقافة تعزيز الموهبة والنبوغ والإبداع في المجتمع، وتفعيل التعاون مع منظمات المجتمع المدني في رعاية وتشجيع الموهوبين (نموذج التعاون مع مؤسسة مصر الخير) .

3. العدالة الثقافية: بهدف تعزيز المشاركة الثقافية للجميع على قدم المساواة بما يحول دون استبعاد أي فئة اجتماعية والحد من أي حواجز اجتماعية وثقافية واقتصادية ودينية وجسدية تحول دون تمكين كافة فئات المجتمع من المشاركة الفعالة في العمل الثقافي بكافة مراحلها، و ذلك من خلال تدشين مشروع (الثقافة للجميع)، الذي يشمل نشر المكتبات المتنقلة وأنشطة مكتبة الأسرة والقراءة للجميع، وتطوير معارض الكتاب المتنقلة في كل مكان، والقوافل الثقافية المتكاملة، وتعزيز التواصل الثقافي مع المصريين في الخارج .

4. وكذلك التمكين الثقافى لذوى القدرات الخاصة: بإعادة تأهل المؤسسات الثقافية لتمكين المعاقين من المشاركة الثقافية، ونشر ثقافة احترام حقوق ذوى الاحتياجات الخاصة من المعاقين.

5. تحقيق الريادة الثقافية (قوة مصر الناعمة): بهدف تنمية دور مصر الثقافى على الساحة الدولية والاقليمية، بأن تصبح البيئة الثقافية المصرية حاضنة لكل الإبداعات الفنية والفكرية والثقافية والأدبية من كل أنحاء العالم، وذلك من خلال تطوير المهرجانات والمسابقات الدولية، والانفتاح على الثقافات المختلفة، عن طريق تدشين المشروع القومي للترجمة من وإلى اللغة العربية، ومشروع التبادل الثقافى والفنى بين مختلف دول العالم، ومشروع التمثيل الدولى فى الفعاليات والمهرجانات الدولية.

6. تطوير المؤسسات الثقافية: من خلال تمكين الشباب لقيادة العمل الثقافى، ومعالجة الفجوة الجغرافية فى توزيع المؤسسات الثقافية للوصول إلى المناطق النائية والمناطق الحدودية والفئات الفقيرة، وانشاء شبكة بنية معلوماتية ورقمية متكاملة، وإطلاق بوابة ثقافية تفاعلية ورقمية على شبكة الإنترنت للوصول الى قطاعات عريضة من المستخدمين داخل مصر وخارجها، ومشروع أطلس المواقع الثقافية.

7. حماية و تعزيز التراث الثقافى: بهدف الاهتمام بالتراث الثقافى المصرى بروافده المختلفة الفرعونية والقبطية والإسلامية والعربية وغيرها من الروافد التاريخية التي أثرت في المكون الحضارى لمصر، وذلك من خلال تدشين مبادرة "تراثك أمانة"، ودمج التراث في مناهج التعليم، ورقمنة التراث الثقافى.

8. دعم الصناعات الثقافية: لتشجيع وحماية الإنتاج الثقافى من خلال تهيئة بيئة محفزة لنمو الصناعات الثقافية تكفل لها الحماية وتتيح القنوات التسويقية والتمويلية المختلفة اللازمة لنموها وتوسيع دائرة تأثيرها من خلال إنشاء الشركة القابضة للصناعات الثقافية وتطوير صناعة الكتب وتطوير مدينة السينما بأرض مدينة الفنون بالهرم، وتطوير الصناعات الحرفية والتراثية.

9. الإصلاح التشريعى: من خلال مراجعة عدد من القوانين بهدف تحقيق السياسات الثقافية الجديدة وبما يجعل منظومة العمل الثقافى متكاملة ومترابطة وفعالة، أبرزها القانون رقم 121 لسنة 1975 بشأن الحفاظ على الوثائق الرسمية للدولة وتنظيم أسلوب نشرها بحيث يتم تغليظ عقوبة الإفصاح غير المصرح له، والقانون رقم 24 لسنة 1999 بفرض ضريبة مقابل دخول المسارح وغيرها من محال الفرجة والملاهي بحيث يتم تخفيف الأعباء

الضريبة على الصناعات الثقافية وتضمن الجمعيات الغير هادفة للربح التي يكون نشاطها الأساسي دعم وتنمية الثقافة والفنون والآداب بالإعفاء الضريبي المنصوص بالقانون في إقامة الحفلات وقانون المطبوعات رقم 20 لسنة 1936 بحيث يتم تسهيل شروط الإصدار والقانون رقم 96 لسنة 1996 بشأن تنظيم الصحافة لتعزيز حرية التعبير ، وقانون العقوبات رقم 58 لسنة 1937 لضمان حرية التعبير ، وقانون الملكية الفكرية لضمان حماية الصناعات الثقافية وتعديل بند السقوط في الملك العام لمنتجات السينما والتلفزيون .

المحور الثاني : التوعية الاعلامية بمنظومة القيم والموروث الحضارى

تؤكد الحكومة أن منظومة القيم الاجتماعية تعد من اقوى ما تبنى به المجتمعات، و أن هناك علاقة وثيقة تربط بين المنظومة الإعلامية و منظومة القيم، و فى هذا السياق، نستهدف تحقيق ما يلى :

1. تفعيل دور الإعلام في نشر القيم الإيجابية والأنماط السلوكية الحميدة والبناءة، والتي تبرز روح المشاركة والتعاون والمحبة في المجتمع، وتنبذ الممارسات الخاطئة وأعمال العنف والعدوان التي تحث على الحقد والكراهية.

2. تنظيم الفتاوى الدينية في كافة أجهزة الإعلام ومتابعة مدي الالتزام بقوائم

الفتوى التي يحددها الأزهر الشريف ودار الإفتاء المصرية.

3. إلزام المؤسسات الإعلامية بتطبيق نظم للمشاهدة المسبقة لإحكام الرقابة على

البرامج.

4. تفعيل العمل بلائحة الجزاءات الصادرة عن المجلس الأعلى للإعلام على كل

شاشة أرضية أو فضائية خاصة أو عامة تتجاوز الآداب العامة وقيم

المجتمع، وسحب الترخيص في حالة تكرار التجاوز ثلاث مرات خلال ستة

أشهر.

المحور الثالث : نشر ثقافة العلوم والابتكار

يهدف هذا المحور إلى نشر ثقافة العلوم والتكنولوجيا والابتكار وتهيئة بيئة

مشجعة للبحث العلمي والتعليم الإبداعي ، وذلك من خلال استحداث وتطوير بعض

البرامج والمشروعات والحملات والبرامج القومية التي تتواكب مع التكنولوجيا ، وتتلاقى

ومتطلبات الشباب والنشء وتتمثل أهم مكونات المحور في الآتي :

1. مواصلة برنامج جامعة الطفل بمشاركة المحافظات المصرية و 31 جامعة حكومية وخاصة وقد شارك في دورات الثلاث سنوات السابقة (2015 - 2017) نحو عشرة آلاف طالب.

2. تفعيل برامج أكاديمية الشباب المصرية للعلوم , والتوسع في المعارض الدولية للإبتكارات وفي تطوير انشاء متاحف للعلوم في طنطا وسوهاج والوادي الجديد , وإعداد الأفلام والمسلسلات والمواد التعليمية المبتكرة والمسلسلات ثلاثية الأبعاد.

بناءً على ما سبق، فإن هناك ضرورة لأن تصيغ مصر استراتيجية تركز على تميزها النسبي في السلع والخدمات الإبداعية والثقافية بهدف تعظيم معدلات إنتاجها وزيادة حجم صادراتها إلى محيطها العربي والشرق أوسطى، في ظل رؤية متكاملة تسعى إلى دعم جهود التنمية المستدامة، يري الباحث أنه لتحقيق النجاح في قطاع الصناعات الإبداعية وتحقيق الدور المأمول منها في تحقيق التنمية الاقتصادية يلزم :

1. الاستثمار في التعليم وراس المال البشري ، مع إشارة خاصة إلى التقاطع بين القدرات الخلاقة والمهارات التقنية ذات الصلة .

2. توفير وتحسين البنية التحتية الرقمية والوصول إلى شبكات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات العالية السرعة .
3. تعزيز استراتيجيات إدارة الأصول الثقافية والتنمية الثقافية المجتمعية .
4. الابتكارات في تمويل الأعمال التجارية الصغيرة في الصناعات الإبداعية ,
والتمكين من الوصول بشكل أفضل إلى التمويل الصغير .
5. إنشاء عناقيد إبداعية يمكن أن تجمع بين المشاركين في كل من القطاعين الرسمي و غير الرسمي للصناعات الإبداعية .
6. نهج " الحكومة بأكملها " إزاء السياسة الثقافية التي تعترف بالصلات بين التعليم والتجارة والسياسات الصناعية، وأدوار الحكومات المحلية و الإقليمية و الوطنية .
7. التقدم المحرز في جمع البيانات من أجل تحسين فهم حجم الصناعات الإبداعية الوطنية وأهميتها والروابط الناشئة عنها ، والإلمام بالدور الذي يؤديه القطاع غير الرسمي من أجل تعزيز فهم واضعي السياسات .

الخلاصة

توصلنا في ذلك المبحث الى الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر، حيث تشكل الصناعات الإبداعية أداة هامة من ادوات التنمية الشاملة والمستدامة، حيث تشجع وتعزز التنوع الثقافي، حيث تعمل على التغلب على التحديات الاقتصادية الراهنة التي تمر بها مصر وذلك من خلال التوسع في الاستثمار في الصناعات الإبداعية التي تقوم في الاساس على الابداع، فالصناعات الإبداعية تتيح امكانيات كبيرة للتقدم والنمو وتنويع اقتصاداتها.

وقد توصلنا الي أن الصناعات الإبداعية تُعد عنصرًا مهمًا ومؤثرًا في تعزيز مكانة مصر وعودة دورها الإقليمي، بيد أن تحقيق هذا الهدف، يتطلب زيادة الاستثمار في رأس المال البشري «المبدع»، وتخصيص استثمارات إضافية في مجال «الأصول غير الملموسة»، وصياغة خطط استراتيجية متوسطة وطويلة الأجل لتنمية الصناعات الإبداعية والثقافية، وفق أولويات ترتبط بالتميز النسبي لمصر في محيطها العربي والمتوسطى والإسلامى.

كما تناولنا في ذات المبحث في المطلب الثاني منه التحديات التي تواجه الصناعات الإبداعية في مصر، وقد توصلنا الى تحديد بعض المتطلبات التي من خلالها يتم تطوير الصناعات الإبداعية في مصر لتحقيق الدور المأمول منها.

ومما سبق يتضح قيامنا بإيضاح الفرض الثاني والثالث من فروض البحث من خلال بيان الدور الاقتصادي للصناعات الإبداعية في تنمية الاقتصاد المصري، ووضع رؤية مستقبلية لتعزيز الصناعات الإبداعية في مصر، حيث عرضنا للتحديات التي تواجهها ثم أوضحنا متطلبات تطويرها وعوامل نجاحها.

خاتمة البحث

يعتبر الاقتصاد الإبداعي من القطاعات سريعة النمو الاقتصادي، وذلك لأنه يتميز بالقدرة السريعة في احداث تحولات اقتصادية كبيرة وتوليد الدخل، الاقتصاد الإبداعي كمجال لا يخلق فقط قيمة اقتصادية مضافة، أو يخلق فرص عمل بل أيضا يعمل علي تعزيز التنمية الثقافية والمجتمعية، كما يعمل علي التنشيط السياحي، ودعم المكانة الثقافية للدولة بأكملها، وزيادة القيمة المضافة في الاقتصاد المحلي، وتوجيه طاقات الشباب نحو امتلاك المشاريع الإبداعية الخاصة، والمبادرات القائمة علي المعرفة والابتكار، لتحسين نمط حياتهم وتحويل أفكارهم الإبداعية ونتاج أعمالهم الفنية الي مصادر متنوعة للدخل، نظرا لاعتمادها علي الأفكار والمعارف والمهارات والقدرة علي الاستفادة من الفنون المختلفة وزيادة فرص العمل المختلفة.

لهذا ومن خلال دراستنا تعرضنا في مبحث أول لكل من مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها في المطلب الأول منه ثم في مطلب ثان تعرضنا لخصائص الصناعات الإبداعية وتصنيفاتها، وفي المبحث الثاني تناولنا الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر في المطلب الأول وفي المطلب الثاني وضعنا رؤية

مستقبلية لتعزيز الصناعات الإبداعية في مصر، حيث بدأنا بالتحديات التي تواجهها ثم أوضحنا متطلبات تطويرها وعوامل نجاحها.

البحث بتحليله ومناقشته للفروض التي أثارها مشكلته سعياً لتحقيق أهدافه قد

أثبت مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

1. تمثلت الرؤية الاستراتيجية للثقافة في مصر في بناء منظومة قيم ثقافية إيجابية في المجتمع المصري تحترم التنوع والاختلاف، وقد استهدفت تمكين المواطن من الوصول الي وسائل اكتساب المعرفة وفتح الافاق أمامه للتفاعل مع معطيات عالمه المعاصر، وادراك تاريخه وتراثه الحضاري المصري، واكسابه القدرة علي الاختيار الحر، وتأمين حقه في ممارسة وإنتاج الثقافة، علي أن تكون العناصر الإيجابية في الثقافة مصدر قوة لتحقيق التنمية، وقيمة مضافة للاقتصاد القومي.

2. أعطي دستور مصر¹ اهتماماً غير مسبوق في الدساتير المصرية بقضايا الثقافة، حيث نص علي مبدأ العدالة الثقافية، وتضمن الباب الثاني الذي يحمل عنوان "المقومات الأساسية للمجتمع" فصلاً عن المقومات الثقافية

¹ دستور جمهورية مصر العربية الصادر في 2014.

يتكون من أربع مواد، الي جانب عدة مواد في باب الحقوق والحريات والواجبات العامة، وتعد هذه المواد من الأسس الثقافية للدولة، وقد أكدت المواد ذات الصلة بالثقافة في الدستور علي التزام الدولة بالحفاظ علي الهوية الثقافية وتنوع الروافد الحضارية للهوية المصرية، وترسيخ مبدأ الاعتراف بالتنوع الثقافي في المجتمع المصري، كما أكد الدستور علي التزام الدولة بحماية الاثار والحفاظ عليها وعلي التزامها بحماية الرصيد الثقافي المعاصر بتنوعاته المختلفة.

3. الصناعات الإبداعية أصبحت ركيزة التقدم في دولة كمصر التي سعت أن تضع الابداع في مقدمة اهتماماتها، ايماننا بأن الابداع هو الذي سيقود التغيير الاجتماعي والاقتصادي في المستقبل، بالرغم من أهمية الصناعات الإبداعية في النشاط الاقتصادي، وما يتوافر لمصر من إمكانات هائلة تجعلها أرضاً خصبا للاستثمار في ذلك القطاع، فتحتل مصر المرتبة (43) في مؤشر صادرات الخدمات الإبداعية والثقافية، والمركز (39) دولياً في مؤشر صادرات السلع الإبداعية بدليل المعرفة العالمي في عام (2018). في حين تقدر معدلات أدائها بدليل الابتكار العالمي بالمرتبة (28) من ضمن (126)

دولة فى مجال السلع الإبداعية فى عام (2018)¹. بيد أن الأمر يتطلب أيضا زيادة استثمارات مصر فى الأصول غير الملموسة من أجل تحسين معدلات أدائها فى مجالات حقوق الملكية الفكرية (المركز 69 عالميا)، وإنتاج العلامات التجارية (المركز 101 دوليا)، والتصميمات الصناعية (المرتبة 57 على المستوى العالمى)².

4. هناك تحديات تقف أمام تحول مصر إلى الاقتصاد الإبداعي ونمو إنتاج صناعات إبداعية لديها قدرة وميزة تنافسية عالمية منها ضعف التمويل وسياسة الترشيح الحكومي، ونقص المهارات وقلة المعرفة بطرق عمل الأسواق الثقافية سواء على الصعيد الوطني أو الدولي كذلك غياب الوعي المجتمعي وتقلص أعداد المبدعين فضلا عن ضعف تسويق المنتجات على المستوى المحلي والدولي وانعدام الحماية بموجب قوانين حقوق المؤلف والملكية الفكرية.

أمام هذه الحقائق التي أثبتتها البحث فإن التعامل مع الصناعات الإبداعية للنهوض به يحتاج الي رؤية جديدة تقوم علي مواجهة التحديات التي تواجهها هذه

¹ مؤشر المعرفة العالمي، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مشروع المعرفة، 2018.

² مؤشر الملكية الفكرية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018.

الصناعة، وتأخذ في الحسبان مواكبة التطورات العلمية والتشريعية والإدارية التي لحقت بذلك القطاع.

لذلك يقترح الباحث رؤية متكاملة ومجموعة توصيات تقوم علي عدة محاور
تهدف في مجملها الي النهوض بالصناعات الإبداعية وتحقيق التنمية الاقتصادية
فناح مصر في صياغة الاستراتيجيات والرؤى المستقبلية الملائمة، ورسم
السياسات المحققة لها، يتطلب التحرك من خلال ثلاثة أبعاد تنموية مترابطة
نوضحها فيما يلي:

يختص **البعد الأول** بدعم رأس المال البشري «المبدع» المنتج لهذه النوعية من السلع والخدمات. ويعتمد **البعد الثاني** على البناء على خصائص المنتجات الإبداعية والثقافية، وسماتها المميزة، والأساليب المثلى لإنتاجها، والسياسات الأفضل لتسويقها، أما **البعد الثالث** فيرتبط بحجم المخصصات الاستثمارية المطلوبة لتنمية أصولها الطبيعية الملموسة (من معدات وآلات ومبانٍ) وأصولها غير الملموسة (من أصول ابتكارية، ونظم حاسب، وبحث وتطوير).

يتطلب البعد الأول؛

إعادة صياغة دور الدولة فى رعاية ودعم المواهب الشابة فى مجال إنتاج السلع والخدمات الإبداعية والثقافية، سواء من خلال صياغة القوانين المنظمة، أو تخصيص الدعم المالى المناسب لهذا الغرض، كما يكون مرغوب تبنى سياسات من شأنها التوسع فى إنشاء أكاديميات للفنون والآداب، ومعاهد متخصصة فى مجالات الإنتاج الثقافى، والمراكز التدريبية الداعمة للابتكار والإبداع المجتمعى. ويرتبط بذلك صياغة قوانين حاكمة لحماية الملكية الفكرية، والحفاظ على تراث مصر الإبداعى.

أما البعد الثانى؛

فيختص بتطوير منظومة متكاملة لدعم إنتاج وتسويق وتصدير الصناعات الإبداعية والثقافية، أخذاً فى الاعتبار بطبيعتها الخاصة وسماتها المغايرة، إذ إن الصناعات الإبداعية تنتج نوعية من السلع أو الخدمات الرمزية مثل الأفكار والتجارب والصور، وتعتمد قيمة المنتج فى هذه السلع والخدمات الرمزية على فك المستهلك النهائى (المشاهد، المستمع، أو المستخدم) للشفرة أو الفكرة أو المعنى المتضمن فى المنتج.

وأخيراً، البعد الثالث؛

يرتبط بكون إنتاج السلع الثقافية والإبداعية يعتمد بالأساس على الاستثمار في الأصول «غير الملموسة»، وبما يتطلب وضع «الأصول غير الملموسة» ضمن مقدمة خطط مصر الاستثمارية. وتنقسم الأصول غير الملموسة إلى ثلاث فئات؛ تختص الأولى ببرمجيات الحاسب وقواعد المعرفة الإلكترونية. وترتكز الثانية على عائد الملكية الفكرية، والبحث العلمى والتطوير، وبراءات الاختراع، فى حين تعتمد الفئة الثالثة على الجدارة الاقتصادية المتمثلة فى دراسات السوق، وإنتاج العلامات التجارية، وبناء رأس المال البشرى (التدريب والتعلم مدى الحياة).

المراجع¹

أولاً: المراجع العربية

أ- الكتب:

1. جون هارتلي، الصناعات الإبداعية، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ج2، القاهرة، 2016.
2. دستور جمهورية مصر العربية الصادر في 2014.
3. علي عبد الرازق جليبي، الابداع والمجتمع: دراسات في النقد الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.
4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشئون المطابع الاميرية، مصر، 2004.

ب-مجلات ورسائل العلمية:

1. اجلال راتب، بناء قواعد تصديرية صناعية للاقتصاد المصري، معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 24، نوفمبر 2013.

¹ مع حفظ الالقاب العلمية

2. جون هارتلي، اخرون، الصناعات الإبداعية" كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟"، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، عدد 338، ج1، الكويت، 2007.
3. سامي مظهر قنطجبي، الاقتصاد الإبداعي اقتصاد إيجابي، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، ع46، 2016.
4. سلام فاضل علي، التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة العميد، السنة السابعة، المجلد السابع، العدد الخامس والعشرون، العراق، 2018.
5. عادل سلطان، محمد عبد الجواد، العدالة الاجتماعية في التعليم (بعض مخرجات العملية التعليمية: القدرات الإبداعية)، مج2، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2005.
6. عبد الوهاب جودة، همت محمد يوسف، الصناعات الإبداعية وعائداتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية علي المجتمع (رؤية مستقبلية)، مجلة علوم الانسان والمجتمع، ع25، الجزء الأول، ديسمبر 2017.

7. عبير محمد عباس محمد، الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي: رؤية تنموية بديلة "دراسة حالة لصناعات الحرف التقليدية"، مجلة كلية الآداب، مج 78، ع1، جامعة القاهرة، يناير 2018.
8. علاوة فوزي، مساهمة في صياغة مفهوم الصناعات الثقافية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد لخضر، العدد 17، 2016.
9. علي محمد عثمان العراقي، ثنائية التراث الثقافي والاقتصاد الإبداعي، مركز عبد الرحمن السديري، ع32، 2015.
10. فهد رجا الله الجامعي، الصناعات الإبداعية الداعمة للاقتصاد القائم علي المعرفة في المملكة العربية السعودية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، س15، ع46، 2014.

ج- التقارير والمؤتمرات:

1. اقتصاديات الثقافة، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، المغرب، 2016.
2. أنصار محمد عوض، ثريا حامد، ريادة الأعمال الفنية في مجال التصوير لتفعيل مفهوم الاقتصاد الإبداعي، المؤتمر العلمي الدولي الأول للقصور المتخصصة، القاهرة، 2017.

3. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير عن التنمية البشرية في العالم العربي ، 2013 .
4. برنامج عمل الحكومة 2019/2018 – 2021/2020، رئاسة مجلس الوزراء، جمهورية مصر العربية.
5. بنية مقترحة لتحسين وضع الملكية الفكرية في مصر، صادر عن برنامج الحرية الاقتصادية، المركز المصري لدراسات السياسة العامة، القاهرة، 2018.
6. تقرير الأمم المتحدة، الاقتصاد الإبداعي : تعزيز سبل التنمية المحلية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي/اليونسكو 2013 .
7. خطة التنمية المستدامة للعام المالي 2018/2017، رؤية مصر 2030، وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.
8. الخطة متوسطة المدى للتنمية المستدامة 2019/2018 – 2022/2021، وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري.
9. دريس رشيد، المعوقات الثقافية لمشروع التنموي الاقتصادي " تحولات الاقتصاد الزراعي والصناعي وبنية المجتمع"، الملتقى الدولي الأول حول المعوقات الثقافية للتنمية في الجزائر، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر، 2015.

10. عبد الله المحيسن ، دور الإنتاج السينمائي في الصناعة الإعلامية ، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي الأول تحت عنوان " الاعلام السعودي .. سمات الواقع واتجاهات المستقبل " ، جامعة الملك سعود الجمعية السعودية للإعلام والاتصال الرياض - المملكة العربية السعودية ، مارس 2003 م .

11. قاعدة البيانات العالمية عن الاقتصاد الإبداعي، الأمم المتحدة، 2018.

12. كونسلتغ بي، رسم خارطة الصناعات الإبداعية: دليل ارشادي، ترجمة الما السالم، المجلس الثقافي البريطاني، سلسلة الاقتصاد الإبداعي والثقافي، لندن، 2013.

13. ليليا شاوي، الصناعات الثقافية والتغيير في أدوار واقتصاديات ووسائل الاعلام والاتصال الحديثة، المؤتمر الدولي السنوب لمؤسسة مقاربات: الذاكرة والبناء الثقافي، مج1، الجزائر، 2019.

14. المحتوي الرقمي العربي: الفرص والاولويات والتوجهات، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا الاسكوا، 2005.

15. محمد مراياتي، الصناعات الثقافية والمعرفية، التقرير العربي للتنمية الثقافية الخامس، مؤسسة الفكر العربي، بيروت، 2012.

16. المنتدى الأوروبي المتوسطي للقطاعات الإبداعية والمجتمع، الأردن، 13-15 مايو 2012.
17. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية حول الاقتصاد الإبداعي، الدورة السادسة عشر، الدوحة، قطر، ابريل 2012.
18. مؤسسة الفكر العربي، التقرير العربي الخامس للتنمية الثقافية، الاقتصاد العربي القائم علي المعرفة، الطبعة الاولى، بيروت، لبنان، 2012.
19. مؤشر المعرفة العالمي، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مشروع المعرفة، 2018.
20. مؤشر الملكية الفكرية، المنظمة العالمية للملكية الفكرية، 2018.
21. النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء لعام 2017، القاهرة، سبتمبر 2019.
22. هاني خميس، الاستثمار الاجتماعي سياسة تنموية بديلة: رأس المال البشري نموذجا، المؤتمر السنوي الثالث عشر " الاستثمار الاجتماعي ومستقبل مصر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2014.

23. وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري، الخطة متوسطة المدى للتنمية
المستدامة 2018-2019 / 2021-2022، رؤية مصر 2030.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Boccella, N., & Salerno ,I., Creative Economy, cultural industries and local development. Procedia – Social and Behavioral Siences, 2016.
- 2- Boxis,R., Hervas Oliver, J.L., Miguel- Molina, D., Micro of creative industries clusters in Europe, Papers in Regional Science, 2015.
- 3- Cultural times, the first global map of cultural and creative industries, 3 December 2015 – UNESCO.
- 4- Du Gay . P. and M.Pryke, cultural Economy: An introduction. In P. du Gay and M. Pryke (eds), cultural economy: cultural analysis and commercial life sage London,2002.
- 5- Flew, T. Creative industries: a new pathway, Inter Media, 42(1), 11-13, Vol 42 Issue, 2014.
- 6- Mateos Garcia, Spased Jonathan, The role of universities in enhancing creative clustering, Brighton Fuse, 2011.
- 7- Pope Rob, Creativity: theory history practice, Taylor, New York, USA, 2005.

8- UNESCO, Measuring the economic contribution of cultural industries, UNESCO institute of statistics, Montreal, 2012.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- 1- الموقع الرسمي للجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء.
- 2- الموقع الرسمي للحكومة المصرية.
- 3- الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
- 4- الموقع الرسمي لوزارة الثقافة.
- 5- الموقع الرسمي لوزارة الآثار.
- 6- البنك الدولي.
- 7- منظمة التجارة العالمية.
- 8- الأمم المتحدة.
- 9- اليونسكو.

الفهرس

أولاً: فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع	
3	أهمية البحث	منهجية البحث
5	مشكلة البحث	
5	هدف البحث	
6	فروض البحث	
7	منهج البحث	
8	خطة البحث	
9	ماهية الصناعات الإبداعية وتصنيفاتها	المبحث الاول
10	مفهوم الصناعات الإبداعية ونشأتها	المطلب الاول

32	تصنيف الصناعات الإبداعية وخصائصها	المطلب الثاني
58	واقع الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها	المبحث الثاني
59	الأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية في مصر	المطلب الاول
94	تحديات الصناعات الإبداعية في مصر ومتطلبات تطويرها	المطلب الثاني
121	النتائج	الخاتمة
124	التوصيات	
127	المراجع	
135	الفهرس	

ثانيا: فهرس الجداول والاشكال

رقم الصفحة	اسم الجدول/ الشكل أ- الجداول	رقم الجدول
30	نموذج اليونسكو للصناعات الإبداعية	1
66	مؤشرات قياس الأداء لبرنامج تحسين بيئة الابتكار والبحث والتطوير	2
70	الصحف العامة التي تصدر والنسخ الموزعة منها محليا طبقا للغة و دورية الصدور عام 2017	3
72	عدد المشتغلين بالصحف واجمالي الأجور النقدية والمزايا العينية والتأمينات الاجتماعية خلال عامي 2016 - 2017	4
74	الدوريات العامة التي تصدر والنسخ الموزعة منها محليا وخارجيا طبقا للغة ودورية الصدور عام 2016-2017	5
79	متوسط عدد المشتغلين بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو بالقطاع الخاص واجمالي الأجور النقدية والمزايا العينية والتأمينات بشركات انتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وأفلام الفيديو خلال 2016-2017	6

82	عدد العاملين بالمتاحف وحدائق الحيوان والاسماك والنباتات والمناطق الاثرية و المحميات الطبيعية وعدد الزائرين وجملة الإيرادات طبقا للنوع عام 2017	7
83	مؤشرات الأداء الحالية لقطاع الآثار في عامي (2016-2018 / 2017)	8
85	الملامح الأساسية لبرامج الآثار والتراث المستهدف تنفيذها عام 2019/2018	9
رقم الصفحة	اسم الجدول/ الشكل ب- الاشكال	رقم الشكل
14	الإبداع في إطار الاقتصاد الإبداعي	1
37	تصنيف الصناعات الإبداعية طبقا للاونكتاد	2
42	عدد الصحف العامة التي تصدر في جمهورية مصر العربية وعدد النسخ الموزعة محليا وخارجيا خلال الفترة من (2013:2018)	3
44	تطور عدد دور العرض السينمائي وعدد القاعات خلال الفترة (2013-2017)	4
45	تطور عدد دور المسارح العامة وعدد الفرق المسرحية الوطنية خلال الفترة (2013-2018)	5

46	تطور عدد دور المتاحف وحدائق الحيوان والاسماك والنباتات والمناطق الاثرية خلال الفترة (2013-2018)	6
48	تطور عدد المعارض الزراعية والصناعية ومعارض الفنون التي أقامتها أو شاركت فيها جمهورية مصر العربية بالداخل أو الخارج خلال الفترة (2013-2017) تطور عدد المكتبات خلال الفترة (2013: 2017)	7
49	تطور عدد المكتبات خلال الفترة (2013: 2017)	8
50	تطور عدد قصور الثقافة خلال الفترة (2013: 2017)	9
64	اسهام الصناعات القائمة علي حقوق المؤلف في الناتج المحلي الإجمالي حسب القطاعات كنسب مئوية للعام 2017	10
76	عدد ساعات الارسال بالاذاعة المسموعة و المرئية خلال الفترة (2013:2018)	11
78	تطور عدد الافلام السينمائية المصرية المنتجة و رخص بعرضها خلال الفترة (2013-2017)	12
87	تطور عدد الكتب والكتيبات المؤلفة والمترجمة خلال الفترة (2013: 2017)	13

88	تطور عدد المترددين علي المكتبات خلال الفترة (2013 : 2017)	14
90	تطور عدد العاملين بقصور الثقافة خلال الفترة (2013 : 2017)	15
91	تطور عدد الانشطة الثقافية والترويجية بقصور الثقافة خلال الفترة (2014 : 2017)	16
92	عدد الجمعيات الثقافية وعدد العاملين بها خلال الفترة (2014 : 2017)	17
93	تطور عدد المؤتمرات التي عقدت او اشتركت فيها جمهورية مصر العربية وعدد المشاركين فيها خلال الفترة (2014 : 2017)	18
106	برامج تطوير نشاط الثقافة فى إطار الخطط التنموية طويلة و متوسطة و قصيرة الأجل	19
107	تطور الاستثمارات الحكومية الموجهة للخدمات الثقافية (مليون جنيه)	20
109	الاستثمارات المخصصة لأهم المشروعات الثقافية المستهدف تنفيذها عام 2018 / 2019	21