

الصناعات الإبداعية وعائدها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع

(رؤية مستقبلية)

الباحثة: همت محمد يوسف عبد العزيز، جامعة عين شمس، مصر

الأستاذ الدكتور: عبد الوهاب جودة الحاييس، جامعة عين شمس، مصر

الملخص:

تناول البحث الراهن العوائد المتعددة للصناعات الإبداعية. وجاءت أهمية البحث من التحولات التي تحدث على صعيد الاقتصاد العالمي والذي يتجه نحو سبل جديدة للتنمية تقوم على آليات تركز على المعرفة والإبداع والابتكار والتكنولوجيا في إطار ما يعرف باقتصاد المعرفة" الاقتصاد الإبداعي. وخرج البحث ببعض المقترحات لتعزيز الصناعات الإبداعية في الدول النامية منها: الإستثمار في التعليم ورأس المال البشرى، وفي الأصول الثقافية المحلية، وتعزيز الابتكار وتشجيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

Abstract:

The current research addressed the multiple returns of creative industries. the importance of research came from the transformations occurring in the global economy moving towards new ways of development is based on mechanisms based on knowledge, creativity, innovation and technology within the knowledge economy"creative economy". The research has produced some proposals to promote creative industries in developing countries, including: investment in education, human capital, local cultural assets, promotion of innovation and small and medium-sized enterprises.

مقدمة:

حدثت تطورات مذهلة خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين بفضل الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات، والتي ساهمت في ظهور الاقتصاد القائم على الخدمات، ومع التوسع في الاعتماد على التكنولوجيات فائقة التطور والمعرفة والإبتكار والقفزات العلمية المتلاحقة، وتطور أنشطة البحث والتطوير بدأت ملامح مجتمع جديد تتشكل "مجتمع المعرفة"، والذي يسود فيه نمط جديد من الاقتصاد يعرف باقتصاد المعرفة. ومع بداية الألفية بدأ يلوح في الأفق مصطلح جديد "الاقتصاد الإبداعي"، والذي يقوم على أنشطة اقتصادية يسفر عنها منتجات و سلع وخدمات إبداعية وثقافية- بالإضافة إلى البحوث العلمية والبرمجيات- تقوم جميعها على الابتكار والإبداع. وتمثل كل من الصناعات الثقافية والإبداعية أهم ركائز الاقتصاد الإبداعي.

وارتبط ظهور مصطلح "الصناعات الإبداعية" بحكومة "توني بليز" بريطانيا في أواخر التسعينيات من القرن العشرين، ثم بدأ ينتشر في أوروبا، آسيا، وأمريكا اللاتينية، ومنطقة البحر الكاريبي، وأستراليا، ونيوزيلندا، ومؤخرا في أفريقيا. لكن المصطلح اكتسب زخما كبيرا من خلال دراسة الاستشارى البريطانى " تشارلز لاندرى" عن المدينة المبدعة (creative city)، ثم اكتسب أهمية أكبر مع ظهور أعمال رائد الدراسات الحضرية "ريتشارد فلوريدا" عن الطبقة المبدعة.

وكذلك بظهور كتاب "الاقتصاد الإبداعي creative economy" "2001 لرائد الإعلام البريطانى "جون هوكنز"، ثم تبعه كتاب "الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة فى عالم التكنولوجيا والعولمة 2007" للأسترالى "جون هارتلى". لكن الانطلاقة الحقيقية للمصطلح سواء على مستوى الانتشار أو التطبيق والممارسة جاءت مع إصدار اليونسكو لثلاثة تقارير متتالية عن الاقتصاد الإبداعي أعوام (2008، 2013، 2010)، والتي أفردت فيها مساحة عريضة للصناعات الإبداعية.

وتعد الصناعات الإبداعية محركا للصناعات الأخرى من خلال تزويدها برأس مال 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 في التجديد الاجتماعي 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 في القطاعات الإبداعية المختلفة.

وتتركز الصناعات الإبداعية في تجمعات إبداعية أو عناقد (clusters) في المدن والأقاليم الحضرية، التي تعد بمثابة التربة الخصبة التي تزدهر فيها. وتعطى الصناعات الإبداعية ميزة تنافسية للمدن التي تتركز بها وتساهم في زيادة التماسك والاندماج الاجتماعي لمواطنيها وللمجتمع ككل، وذلك من خلال التركيز على الإبداع الفردي والجماعي، والنواحي الثقافية، والجمالية، والإختلاف والتنوع الثقافي.

وبناء على ما سبق، يتحدد الهدف الرئيس للبحث الراهن في التعرف على العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للصناعات الإبداعية على المجتمع. وقد اعتمد البحث على منهج إعادة التحليل للدراسات والأدبيات السابقة، وتحليل ما توفر من بيانات جاهزة، وإحصائيات ذات صلة بالموضوع من أجل بلورة رؤية مستقبلية لتعزيز الصناعات الإبداعية في الدول النامية وذلك من خلال أربعة محاور :

أولا : الاطار التصورى الموجه للبحث.

ثانيا : القضايا النظرية حول الصناعات الإبداعية.

ثالثا : العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للصناعات الإبداعية.

رابعا: تحديات التحول نحو الاقتصاد الإبداعى ونمو الصناعات الإبداعية فى الدول النامية

المبحث الأول : الاطار التصورى الموجه للبحث

أولاً: المفومات ترتبط الصناعات الابداعية بمفهومين وثيقى الصلة بها هما: "الابداع" والاقتصاد الابداعى.

1. الإبداع creativity: مفهوم الابداع مفهوم معقد لأنه يعكس أوجه متعددة للنشاط الإنسانى، كما تتعدد التخصصات العلمية التى تتناوله بالدراسة. وتتشابه معه العديد من الألفاظ المشابهة للإبداع مثل (الإختراع والإكتشاف والابتكار) و يختلط أيضا بألفاظ أخرى مثل العبقرية، والموهبة⁽¹⁾.

وحتى نميز الإبداع عن غيره من المفاهيم المشابهة معه والمختلطة به يمكن القول أن الإبداع يختلف عن الموهبة بلفظيها gift أو Talent اللذين يعينان التفرد أو التميز في إنجاز فكرة أو إنتاج مهارة معينة، كما لا يعنى التفوق superiority الذى يشير إلى موضع الفرد داخل جماعته التى 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 مصطلحا غير علمى، وعلى الرغم من أن هناك جهود لمحاولة صبغ العملية والموضوعية عليه إلا أنه حتى الآن لم تظهر أى مجموعة محددة من الخصائص يمكنها أن تعرف العبقرية بشكل دقيق⁽²⁾.

ويعرف الإبداع في المعجم الوسيط ومعجم مختار الصحاح : (إبداع الشيء إختراعه لأعلى مثال، وإنشاؤه على غير مثال سابق، وجعله غاية فى صفاته⁽³⁾).

ويعرف فرانكن (Robert E. Franken 1999) الابداع على أنه الميل نحو توليد وإدراك الأفكار والبدائل والامكانيات، التى تكون مفيدة فى حل المشكلات بالتواصل مع آخرين أو تسلية أنفسهم أو آخرين.

أو كما يقول (Boden 2004) هو 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 كثيرة يمكن تسميتها⁽⁴⁾.

أما تورانس (Torrance) فيعرف الابداع بأنه "عملية تشبه البحث العلمي، وتساعد الفرد على الاحساس والوعي بالمشكلة، ومواطن الضعف والثغرات، والبحث عن الحلول، والتنبؤ ووضع الفرضيات، وإختبار صحتها وإجراء تعديل على النتائج حتى يتم الوصول إلى سلوك الإنتاج الإبداعي⁽⁵⁾.

وخلص "جلبي" إلى مفهوم إجتماعي للإبداع مفاده أنه عملية إنتاج لموضوعات إبداعية، قد تطرح في صورة إدعاءات جديدة تثير الاهتمام، وصياغات جديدة لتجارب خاصة يمر بها المبدع على نحو يسمح لها بالاندماج في النظام القائم، أو بتغيير أيديولوجية هذا النظام، ويتحول إلى عنصر في الثقافة، وهي عملية تتحقق من خلال التفاعل بين قدرات فريدة لدى المبدع والظروف الاجتماعية التي يعيش فيها، ومدى تقدير المنتج الإبداعي في هذه الظروف الاجتماعية التي يعيش فيها، والنتائج المثمرة لهذا المنتج على الآخرين⁽⁶⁾.

ويمكن أن نعرف الابداع إجرائيا بأنه "القدرة على توليد أفكار جديدة ومفيدة أو إنتاج شئ ما ماديا أو معنويا يتصف بالجدة والأصالة، أو وضع حل لمشكلة ما على أن تلقى قبولا واعترافا من المجتمع).

الاقتصاد الإبداعي creative economy: يستخدم مصطلح "الإبداعية" أو الاقتصاد الإبداعي" للإشارة إلى القطاعات الثلاثة "للاقتصاد الإبداعي"، والتي تشمل كلا من المؤسسات التجارية والرقمية وغير الربحية الثقافية⁽⁷⁾.

وأخذ مصطلح "الاقتصاد الإبداعي" يروج له في عام 2001 عندما استخدمه الكاتب والمدير الإعلامي البريطاني "جون هوكنز" وطبقه على 15 نشاطا صناعيا تشمل مجالات متنوعة تبدأ بالفنون وتمتد لتشمل مجالات العلم والتكنولوجيا. وعرف "جون هوكنز 2002" الاقتصاد الإبداعي بأنه "المعاملات (الصفقات) في المنتجات الابداعية" ويجمع تعريفه بين أنواع مختلفة من الإبداع وتشكل العلوم جزءاً

من الاقتصاد الخلاق لأن منتجاتها تحظى بحماية قانون البراءات. ووفقا لـ "هوكنز" هناك أربعة قطاعات للإقتصاد الإبداعي (حقوق التأليف والنشر، والبراءات، والعلامات التجارية، وصناعات التصميم) وجميعها تشكل معا الصناعات الإبداعية والاقتصاد الخلاق (هوكنز، 2002، 116). والصناعات الأساسية للإقتصاد الإبداعي هي: البحث والتطوير، النشر، البرمجيات، التلفزيون والراديو، التصميم، الموسيقى، الأفلام، الألعاب، الإعلان، العمارة، الفنون والأداء، الحرف، ألعاب الفيديو، الموضة، الفن⁽⁸⁾.

ويستخدم مصطلح الاقتصاد الإبداعي للإشارة إلى مجموعه من القطاعات منها⁽⁹⁾:

- تلك التى فى إطار تعريف الصناعات الإبداعية التى قدمتها وزارة الثقافة ووسائل الإعلام والرياضة فى وثيقتها 1998 بأنها (تلك القطاعات التى تقوم على الإبداع الفردى والمهارة والموهبة، ويمكن أيضا أن تخلق الثروة والوظائف من خلال تطوير واستغلال الملكية الفكرية). وهى تشمل العمارة، الإعلان، الفنون والتحف، الحرف، التصميم، مصمم الموضة، الفيلم، والفيديو، والتصوير الفوتوغرافى، الموسيقى، وفنون الأداء، النشر، البرمجيات، ألعاب الكمبيوتر، والنشر الكترونى.
- والصناعات الرقمية وتكنولوجيا المعلومات مثل الشبكات الإجتماعية ومطورى منصة البحث.
- قطاعات أخرى مثل التراث والمحفوظات والمتاحف والمكتبات التى استبعدت من نظام الإدارة الوظيفية، ومع ذلك فهى مكونات حاسمة للبنية التحتية الفنية والثقافية المحلية.

وما نقصده بالاقتصاد الإبداعي" هى تلك الأنشطة الاقتصادية التى تقوم بإنتاج سلم ومنتجات وخدمات إبداعية وثقافية تقوم على الابتكار فضلا عن البحوث العلمية والبرمجيات."

الصناعات الإبداعية creative industries:

هي (مجموعه 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 بحثي هو انعكاس للتغيرات الاجتماعية-الاقتصادية الحالية وتطور النماذج التكنولوجية. وقد روجت الحكومة العمالية البريطانية "توني بليز" للفكرة القائلة بضرورة إيجاد أسس جديده للنمو فى الاقتصاد اللاحق للصناعة فى المملكة المتحدة⁽¹⁰⁾.

إن أكثر التعريفات تداولاً هو ذلك الذى طورته "دائرة الثقافة والإعلام والرياضة فى المملكة المتحدة"، والتي عرفت الصناعات الإبداعية فى عام 1998 على أنها "تلك النشاطات التى تعود أصولها إلى الإبداع والمهارات والموهبة الفردية، والتي تحمل إمكانيه خلق الثروة والوظائف من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية"⁽¹¹⁾.

ومؤخراً، فقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "الأونكتاد" الصناعات الإبداعية على أنها "دورات خلق، وإنتاج وتوزيع المنتجات/البضائع والخدمات التي تستخدم الإبداعية ورأس المال الفكرى كمدخلات رئيسية"⁽¹²⁾.

وعلى وجه الخصوص، أصبح للتعريف الذى تبنته دائرة الثقافة والإعلام والرياضة وقائمة الصناعات الإبداعية المشتقة عنه نفوذاً أكبر.

ويمكن تعريف الصناعات الإبداعية إجرائياً بأنها (تلك الأنشطة القائمة على المعرفة والتي تنصب على خلق وتوليد المعانى والمحتويات والخصائص الجمالية عن طريق الإبداع والموهبة والمهارة مع إمكانيه خلق ثروة من التجارة وحقوق الملكية الفكرية).

المبحث الثانى:- القضايا النظرية للصناعات الإبداعية

هناك عوامل أساسية لنجاح الصناعات الإبداعية متمثلة فى: مدينة لديها إرادة سياسية ومجتمعية وإدارة أعمال ناجحة وسوق كبيرة، وثقافة متميزة تحقق رواج فائق، وحاضنات أو تجمعات ذات موقع استراتيجى متميز يضم غالبية الصناعات الإبداعية الخاصة بالدولة أو المدينة، وطبقة مبدعة لديها رأس مال بشرى قادر على الإبداع والإبتكار بمنظومة بحث وتطوير وموارد بشرية تستطيع أن ترتقى بصناعات إبداعية تحقق ميزة تنافسية عالمية، وهذه العوامل مجتمعة تحقق صناعات إبداعية ناجحة وناتج ذو قيمة عالية؛ وبناء على ما سبق تعددت الرؤى النظرية حول الصناعات الإبداعية.

فهناك من ربط نموها بضرورة وجود طبقة مبدعة تقودها نحو الإبداع أمثال "ريتشارد فلوريدا"، وآخر ربطها بمدينة متوافر فيها عوامل نجاحها أمثال "شارلز لاندرى، "ساسكيا"، "مارتينيز"، "هوسبرز"، "جيرتلى"، "Bayliss"، وآخر ربطها بوجود تجمعات إبداعية تساعد على تحقيق إندماج وتماسك إجتماعى مع بعضها البعض من ناحية ومع المجتمع من ناحية أخرى أمثال "مايكل بورتر"، "Boix". وإنطلاقاً من رؤاهم وباعتبارهم أشهر منظرى الطبقة الإبداعية والمدينة الإبداعية والتجمعات الإبداعية، واتفقهم على كثير من القضايا النظرية، يحاول البحث الراهن التعرف على الرؤى النظرية المتعددة حول العلاقة الترابطية بين نمو الصناعات الإبداعية والطبقة المبدعة والمدينة الإبداعية والتجمعات الإبداعية.

أولاً: قضية العلاقة بين الصناعات الإبداعية والطبقة المبدعة

تمثل "الطبقة المبدعة" جماعة متعددة القدرات تضم أنواعاً من المهنيين والعاملين الإداريين والتقنيين (وليس فقط العاملين فى مجال الإبداع فى ميادين الصناعات الثقافية والإبداعية)، وتنتج أنواعاً عديدة من المبتكرات، ويشكل هؤلاء معاً طبقةً اعتبرها فلوريدا بمثابة المنبع الذى يوفر الطاقة الإبتكارية والحيوية ثقافياً فى المجتمعات الحضرية اليوم. وأصبحت الأنشطة الثقافية والإبداعية تمثل فى المقام

الأول منافع في إطار البنية الأساسية الحضرية التي من شأنها أن تجذب قوة عاملة متخصصة مهنياً ومنتقلة وأن توفر منتجات تستجيب للإحتياجات البالغة التركيز والتحديد، والكفيلة بأن تشغل أوقات فراغ أفراد هذه القوة العاملة⁽¹³⁾.

وأطلق ريتشارد فلوريدا مصطلح "الطبقة المبدعة Class Creative" في كتابه *The Rise of the Creative Class, 2002*، ويؤكد في هذا الكتاب أن الإبداع الإنساني هو جوهر المجتمع والعالم، بل والحياة بأسرها، ويصور القيم والمبادئ بل وتفصيل الحياة اليومية التي ستقود إقتصاد القرن الحادي والعشرين وهيكله التقنية والاجتماعية.

ويؤكد "فلوريدا" أن النجاح مستقبلاً لم تعد أسبابه تقنية أو إدارية أو حكومية، وإنما أسباب النجاح تكمن في الإنسان نفسه وفاعليته وأنماط علاقاته مع الآخرين. كما أكد أيضاً أن الإبداع هو القوة المحركة للإقتصاد والسياسة وكل أنماط الحياة في عالم اليوم. ويسوق دليلاً على ذلك هو أنه في السنوات والعقود بل والقرون السابقة كان الناس ما بين مبدعين وموظفين وغير ذلك يذهبون إلى حيث توجد المصانع والشركات وأنماط العمل الأخرى، أما اليوم وفي القرن الحادي والعشرين فإن كبرى الشركات تنقل نشاطها إلى مدن وبلاد يكثر فيها المبدعون، الذين هم أثمن وأعلى من أى معطى آخر⁽¹⁴⁾.

ويعرّف ريتشارد فلوريدا "الطبقة المبدعة" بأنها "جزء من الطبقة العاملة تشهد نمواً سريعاً وهي على درجة عالية من التعليم وذات أجر عالٍ وتعتمد عليها أرباح الشركات والنمو الإقتصادي بشكل متزايد. والوظيفة الأساسية لهذه الطبقة هي خلق الأفكار الجيدة وإنتاج التكنولوجيات المبتكرة وتزويد مجتمعها بالمحتوى المبتكر⁽¹⁵⁾".

وتضم الطبقة الإبداعية في قلبها ما يُطلق عليهم "سوبر مبدعين" وتضم 15 مليون عامل يمثلون 12٪ من القوة العاملة، التي تتكون من العاملين في مجالات العلوم، والهندسة، والكمبيوتر، والرياضيات، والتعليم، والفنون،

والتصميمات، والترفيه (وهذه الطبقة تقود قاطرة الاقتصاد وتزداد بمعدلات متصاعدة)، وهذه الطبقة يجمع بينها قوانين وأعراف وقيم تقدر قيمة الإبداع. وتشمل النواة المبدعة "Super Creative Core" المتفوقة لأفراد هذه الطبقة الجديدة العلماء والمهندسين، وأساتذة الجامعات، والشعراء والروائيين، والفنانين، ومحترفي الترفيه، والممثلين، والمصممين، والمعماريين، وكذلك القيادات الفكرية للمجتمع الحديث: الكُتّاب غير الروائيين، والمحرفين، والشخصيات الثقافية، والباحثين في مؤسسات الفكر والرأى، والمحللين، وغيرهم من صنّاع الرأى.

وينتج أفراد هذه النواة المبدعة الرفيعة أشكالاً أو تصاميم جديدة يمكن تحويلها فوراً وبصورة واسعة إلى أشياء مفيدة، وعلى سبيل المثال، تصميم منتج يمكن صنعه، وبيعه، وإستعماله بصورة واسعة، أو أنهم يقدمون نظرية أو استراتيجية يمكن تطبيقها في حالات مختلفة، أو يؤلفون قطعاً موسيقية يمكن تأديتها مرة إثر المرة⁽¹⁶⁾.

وخلف هذه المجموعة النواة، تشمل الطبقة المبدعة "مهنين مبدعين Creative Professionals" يعملون في مجال واسع من الصناعات التي تعتمد على المعرفة المكثفة، مثل قطاعات التكنولوجيا المتطورة، والخدمات المالية، والمهن القانونية، ومهن العناية الصحية، وإدارة شركات الأعمال. وينخرط هؤلاء الناس في إيجاد حلول إبداعية للمشاكل، بالاعتماد على مجموعات معقدة من المعارف لحل مشاكل معينة، ويتطلب تنفيذ ذلك عادةً الحصول على تعليم رسمي على وبالتالي مستوى عالٍ من الرأسمال البشرى.

والناس الذين ينخرطون بمثل هذا النوع من العمل قد ينتجون أحياناً أساليب أو منتجات قد تحقق فائدة واسعة دون أن يُشكّل ذلك جزءاً من الوصف الأساسى لوظيفتهم. فالمطلوب منهم بإنظام هو التفكير من تلقاء أنفسهم، وهم يطبقون أو يوحّدون مقاربات معتمدة بطرق فريدة تناسب الوضع، وقد يقومون بتجربة أشياء جديدة بصورة جذرية من وقت لآخر⁽¹⁷⁾.

يصح مثل هذا القول كثيراً على العدد المتزايد من الفنيين وغيرهم الذين يطبقون مجموعات معقدة من المعارف للعمل على مواد حسية. ففي حقول كالطب والبحث العلمي، مثلاً، يتولى الفنيون مسؤولية متزايدة لتفسير عملهم واتخاذ القرارات، وهو ما يغيّر صورة التمييز القديم بين العمل المكتبي (الذي يقوم به صنّاع القرار) والعمل اليدوي (الذي يقوم به أولئك الذين يتبعون الأوامر) فيكتسب هؤلاء الناس مجموعات المعارف الخصوصية لعملهم ويطورون طرقاً فريدة خاصة بهم لتنفيذ العمل.

مثال آخر هو ما يقوم به السكرتير في المكاتب التي اختصرت موظفيها في يومنا الحاضر، ففي الكثير من الحالات لا يتولى هذا الشخص مجموعة من المهمات التي كانت تؤديها في السابق مجموعة كبيرة من موظفي السكرتارية فحسب، بل يصبح أيضاً مديراً حقيقياً يوجه تدفقات المعلومات، ويصمم، وابتكر أنظمة جديدة للشركة، وكثيراً ما يتخذ قرارات أساسية فورية. فيساهم هؤلاء الأشخاص بأكثر من الذكاء أو مهارات الكمبيوتر، فيضيفون قيمة خلاقية، فأينما ننظر نرى أنه يتم تقدير الإبداع بصورة متزايدة، فالشركات والمنظمات تقدر الإبداع نظراً للنتائج التي يمكن أن يولدها. والأفراد يثمنون الإبداع كطريقة للتعبير الذاتي وتحقيق الرضى في الوظائف، والنتيجة النهائية مع زيادة تقدير الإبداع، تتعزز الطبقة المبدعة⁽¹⁸⁾.

خلاصة القول، لقد قسم "ريتشارد فلوريدا" الناس إلى عدة شرائح منها شريحة الخدمات أو من يعملون في أعمال الإبداع وشرائح أخرى أهمها الشريحة "الخلاقة المبدعة" وهي الشريحة المسؤولة بشكل رئيسي عن تقديم حلول مختلفة للمشاكل اليومية في الحضارة منهم مثلاً: المهندسين، الأطباء، الصناع، وأضاف عليهم كل البوهيميين (الفنانين و الرسامين... إلخ) لأنهم يبتكرون في أعمالهم فكلما زاد نتاج أعمالهم "المختلفة" يعنى ذلك أنهم أيضاً من الطبقة الخلاقة. و خلاصة تعداد هذه الطبقة في الولايات المختلفة المتقدمة ما بين 20٪ كحد أدنى إلى 40٪ من الناس كحد أقصى. وعليه لو جاز لنا أن نستنتج الكتلة الحرجة

للنهضة في دولة ما فإننا بحاجة لـ 20٪ من سكان الدولة من الطبقة الخلاقة، وعلى أكتافهم يمكن تغيير حالة الركود بشكل عام. ولكن وجود طبقة مبدعة لا يعنى بالضرورة وجود صناعات إبداعية متطورة يمكنها المنافسة عالميا؛ لأن هناك متطلبات أخرى لتفعيل أداء الطبقة المبدعة. حيث يؤكد "جون هارتلى" على أن الوظيفة الاجتماعية للإبداع لا تتحقق لأن الافراد مبدعون، لكن فقط حين يتوافر لمثل هؤلاء الأشخاص النمو، والمال، والبنية التحتية، والتنظيم، الأسواق، وحقوق الملكية، وعمليات واسعة النطاق يمكنها إستيعاب ذلك الإبداع⁽¹⁹⁾.

ثانياً:- قضية العلاقة بين الصناعات الإبداعية والمدينة الإبداعية

تؤكد "ساسكيا ساسن" على أن المدن تلعب اليوم دورا متزايد الأهمية في ربط الاقتصادات القومية بالدوائر العالمية⁽²⁰⁾. فمفهوم "الصناعات الإبداعية" بما يعنيه من ابتكار ومغامرة، ومشروعات وبدايات جديدة، وأصول غير ملموسة، وتطبيقات خلاقة للتقنيات الجديدة أتاح مصدرا أوسع. فهناك نقاش واسع على مستوى العالم حول كيف يمكن إقامة مدن ومناطق إبداعية لتطوير الصناعات الإبداعية. وفي المملكة المتحدة، وكندا، وأستراليا، ونيوزيلندا، وتايوان، وكوريا، وهونغ كونغ، وسنغافورة توضع استراتيجيات تطوير الصناعات الإبداعية بوصفها جزءا من استراتيجية الابتكار القومى.

ويرى كُتاب مثل "شارلز ليدبيتر 2000"، و "جون هوكنز 2001" و "ريتشارد فلوريدا 2002" أننا الآن فى اقتصاد إبداعى، حيث تتحول الرأسمالية من الداخل من نظام أقدم يتمحور حول المشاركة، تجسده شركات كبيرة، إلى نظام يلعب الناس دورا أكبر فى تسييره، كما يقول "فلوريدا" حيث يكون للأفكار والمبتكرات الجديدة اليد العليا⁽²¹⁾.

ولكن أكد "Sasaki 2010" أنه لا يمكن تصور نجاح سياسة المدن الإبداعية بحكومة فقط فلا بد من تضافر جهود الحكومة مع رجال الاعمال والموظفين المدنيين والمواطنين، مع توافر المراكز البحثية والتعليمية ووضع برامج

لتنمية الموارد البشرية، وتطوير مفاهيم الإبداع الفنى والثقافى والرعاية الطبية والبيئة، والإعتراف بالفن والثقافة كأساس للبنى التحتية الاجتماعية فى المدن الإبداعية، والتخطيط المنهجى وتعزيز الطبقة المبدعة لإخراج إبداعاتها⁽²²⁾. وبناء على ذلك حددت (ساسكيا) شروط المدينة الإبداعية فى الآتى⁽²³⁾:

1. لا يقتصر العمل الإبداعى على الفنانين والعلماء والعمال والحرفيين فقط فحسب، بل يجب أن يشارك الجميع فيه، وأن يُتاح لهم تطوير نشاطهم الإبداعى الحر والتوسع فيه، حتى يستطيعون الشعور بالرضا عن حياتهم.
2. ينبغى أن يتمتع المواطنون بنوعية حياة عالية الجودة، وينبغى أن تكون الحياة العادية للمواطنين فنية. وللقيام بذلك، من الضرورى ضمان الدخل الكافى ووقت الفراغ، وينبغى توفير سعر معقول للسلع الاستهلاكية ذات الجودة العالية، وينبغى تقدير الفنون والثقافة مثل الفنون المسرحية بأسعار زهيدة.
3. يتعين على الجامعات، والمدارس التقنية، ومعاهد البحوث، والمسرح، والمكتبة والمؤسسات الثقافية التى تدعم النشاط الإبداعى للعلوم والفنون فى المدينة أن تعمل بوصفها البنية التحتية للدعم الخلاق.
4. أن تكون السياسة البيئية حاسمة، بحيث تحفظ التراث التاريخى والبيئى فى المدينة وتوفر الراحة، وبالتالي يعزز المواطنون إبداعهم وحساسيتهم.
5. يجب أن يكون للمدينة الأساس الاقتصادى المتوازن بشكل جيد، الأمر الذى يدعم التنمية المستدامة والخلافة.
6. وأخيراً، من حيث الإدارة العامة، فالمدينة الإبداعية تتألف من السياسة الحضرية المتكاملة الخلافة، السياسة الثقافية الموحدة مع السياسة الصناعية والسياسة البيئية فى ظل الإدارة الديمقراطية للمالية العامة.

ولقد وجه "شارلز لاندرى 2000" الانتباه نحو البيئة الإبداعية. فيركز نهج المدينة الإبداعية على المكان، كما أن مفهوم المدينة الإبداعية عنده يحتضن ويشدد

فيه علي دور: مشاريع التكنولوجيا الفائقة الخلاقة التي تنتج السلع والخدمات الثقافية لتبادل المعلومات والمعارف بين الأفراد والمشروعات والقطاع العام والمجموعات القائمة على النشاط، بما في ذلك الروابط الخلاقة بين الاعمال والمؤسسات لإنتاج المعارف والتوسط فيها مثل: الجامعات ومؤسسات البحوث التي تربطها صلات وثيقة بين البحث والتطوير والبيئات، ونوعية الأماكن العامة وفرص متنوعة للترفيه والتنمية الذاتية، وهي شرط الإبداع الفردي والهياكل الأساسية الفعالة والتماسك الاجتماعي العام كآليات لتعزيز المشاركة وزيادة مشاركته المستهلك/ المواطن⁽²⁴⁾.

ويرى "لاندرى" أن الإبداع الذي يتمتع به سكان المدن سيحدد النجاح في المستقبل وأن الحاجة إلى الإبداع أصبحت مهمة خاصة في الفترات الانتقالية التي تواجه فيها المدن مشاكل متسارعة مثل التجزؤ الاجتماعي، وزيادة الخوف واغتراب سكان المدن، وتزايد عدم الرضا عن البيئة المادية، وتضاؤل الإحساس بالمكان والمكانة المشتركة والهوية. ويصف كيف يمكن للإبداع المساعدة في طريقة جديدة للتخطيط الحضري الاستراتيجي لمعالجة هذه المشاكل الاقتصادية والاجتماعية. وتتلخص رؤية "لاندرى" للمدينة الإبداعية في أنها المكان الذي يشعر فيها الناس بأنهم أحرار في استخدام الخيال واستخدام الابتكار لمعالجة المشاكل الاجتماعية⁽²⁵⁾.

وأكد "مارتينيز" أن رؤى وأهداف المدن كانت تتحدد في الماضي من خلال مكوناتها المادية الملموسة كعامل للتطوير، أما في حقبة مجتمع المعرفة فإن الأصول غير الملموسة أصبحت أساسية تدريجياً، ويعد الإستثمار في التقنية المتطورة والبنية التحتية التقليدية، وكذا الإستثمار الإستراتيجي في الفنون والثقافة في إطارها العام أهم ملامح الإتجاه المبدئي الذي يجب أن تمضى فيه المدن في حقبة المعرفة⁽²⁶⁾.

كما تتمتع المدن الإبداعية عند "جينا تاي" بعدة سمات: وجود قطاع فنون وثقافة نابض بالحياة، وقدرة على توليد فرص العمل والانتاج في الصناعات

الثقافية والخدمات، ومبادرات خطوية تهتم بتوزيع الموارد وفق الاحتياجات العالمية والمحلية. وتوسعا فإن "المدن الإبداعية" تتصل بكيف يمكن إعادة تخيل فضاءات محلية حضرية وتجديدها وتعديل الغرض منها في إطار عالمي تنافسي (27)

وترى "Bayliss" أن الثقافة والإبداع يحفزان الصناعات الثقافية والإبداعية والنهوض بالمدينة على صعيد دولي، من خلال جذب الإستثمارات والطبقة المبدعة، وأن المدينة تحتاج إلى مزيد من المشاريع الثقافية لتطويرها لتصبح مكانا للتسلية والترفيه بغية اجتذاب العمال والشركات، وتعزيز التسامح لجذب المبدعين وحفز الصناعات الإبداعية من خلال التكتلات والحاضنات وتنمية المواهب، وأكدت على أنه لا يجب أن يكون الهدف من المدينة الإبداعية هو أن تكون مجرد ستار أيديولوجي لتغطية تكاليف التكيف القهري لمتطلبات الاقتصاد المعولم، وأن تولى السياسات والخطط التنموية الفئات الإضعف اجتماعيا في المدينة (28)

ويضيف "هوسبرز" Hospers في هذا الصدد، أن المبدع قد يرى ما يراه الآخرون ولكنه يفكر ويأتي أو يعمل شيئا مختلفا تماما، أو يُحدث تجديدا، ولذلك من الخطأ الاعتقاد بأن المبدع يستطيع مع غيره بناء مدينة إبداعية ذات كثافة معرفية يمكن أن تسهم في إقتصاد المعرفة الإبداعى، وإنما هناك مجموعة عناصر أو ظروف يترتب على تجمعها معا في المدينة زيادة فرص الإبداع، وهى عناصر يمكن حصرها في كثافة التفاعلات والتنوع والتحديات (29).

وبناءً على ذلك حدد "هوسبرز" مقومات المدينة الإبداعية وعناصر بنيتها فى الآتى:-

كثافة التفاعلات والتركز Concentration: يعتبر الإبداع والمعرفة والتجديد عملا من اختصاص البشر، بمعنى أن المدينة فى ذاتها ليست هى المصدر فى هذا الصدد، فسكانها هم الذين يقومون بالتجديد؛ لأن وجود عدد كاف من الناس وتركزهم

فى موقع معين يعتبر بمثابة حافظا أساسيا للإبداع الحضري، حيث تتاح لهم الفرصة للتفاعل الإنسانى والإتصالات، وهو ما يعنى أن تركيز السكان لا يتوقف فقط على عدد السكان، وإنما يتعلق بكثافة التفاعل بينهم، حيث اللقاءات المتكررة والإتصال المكثف، وما يساعد على صنع أفكار جديدة، ورغم أن بلدا مثل (هولندا) قليلة من حيث عدد السكان فإن الكثافة السكانية بها تجعلها تبدو كما لو كان كل هولندى يستطيع أن يلتقى ببقية السكان⁽³⁰⁾.

التنوع Diversity:

ونقصد هنا التنوع بالمعنى الواسع للكلمة الذى لا يقف عند حد التنوع بين السكان فى معارفهم ومهاراتهم ونشاطاتهم، وإنما أيضا التنوع فى تصوراتهم لمنشآت المدينة وبنياتهم ومشروعاتها. فتعد الشوارع من الأجهزة الحيوية فى المدينة الإبداعية حتى يتلقى الناس فيها ويحدث الاتصال البشرى وتجربى لقاءات غير متوقعة، بحيث تساهم فى الابداع والديناميات الاقتصادية.

وتؤكد "جاكوبس" على أن المدن الابداعية لا يمكن أن تتقيد بمخططى المدن القابعين فى مكاتبهم، فأساس الابداع الحضري يكمن فى التنوع فى الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، ويظهر ذلك فى شكل الشوارع النابضة بالحياة طوال اليوم مع حرية التجول والحركة لمواطنى المدن، ووجود المطاعم والشركات التى تحقق مكاسب لرجال الأعمال، بالإضافة إلى التنوع بين المكانة الاجتماعية والسن مع وجود كثافة سكانية من الأسر وأصحاب المشاريع والطلاب والفنانين وكتلة حرجة من المرافق المحلية. بالإضافة إلى تفعيل المشاركة بين صنّاع القرار والمواطنين والعمل على جذب الطبقة المبدعة وخلق دائرة من المهنيين المبدعين العاملين فى قطاعات الخدمات الاستشارية والأعمال التجارية والخدمات المالية التى سوف يحتاج إليها العمل⁽³¹⁾.

التحديات:

وإذا عُدنا إلى الماضي، نلاحظ أنه بالتحديد فى فترات الأزمات، كلما كانت المدينة تواجه تحديات وعدم استقرار أظهرت إبداعية أكبر. فلقد كانت (أمستردام) حوالى سنة 1600، (وفينا) فى القرن التاسع عشر، (ولندن وباريس وبرلين) خلال الحربين العالميتين، كانت كلها بعيدة عن أن تكون مدنا مستقرة، وفى رأى البعض أن عدم الإستقرار هذا يعد ظرفا إضافيا لصالح الإبداع الحضرى. فعندما تجد المدينة نفسها فى موقف قد يعرضها للسقوط فهذا قد يدعوها إلى الإبداعية. كما أنه بإمكان بعض الأحداث الصغيرة أو الفرص كلقاء بعض المبدعين مع أصحاب المشروعات، أن يؤثر فى الطريقة التى تنمو بها المدينة فى المستقبل⁽³²⁾.

لكن وجود كلا من التنوع وكثافة التفاعلات والتحديات ليست شروطا كافية لوجود مدينة ابداعية، وهذا هذا ما أفصحت عنه دراسة جلبي(2016) "المدن الابداعية ورأس المال المعرفى: إمارة دبي نموذجاً، التى توصلت إلى أن نمو رأس المال المعرفى جاء محصلة لجذب وتحقيق جودة الحياة فى مدينة دبي للعاملين فى مجالات الإبداع وليس لجودة تعليم عال يعمل على بناء قدرات المواطنين للعمل فى مهن المعرفة الذى يعتمد على تعليم على راقى النوعية، وشدد على أهمية تبنى مدينة دبي نظما تعليمية عالية الجودة ودعم التعليم العالى والجامعات بها من أجل أن تنطبق عليها شروط المدينة الابداعية⁽³³⁾.

وفى نفس السياق أشارت دراسة عبدربه (2017) بعنوان"الأبعاد الاجتماعية للتنمية القائمة على المعرفة فى المجتمع المصرى: دراسة تقييمية لعينة من دوائر المعرفة" على أن لدوائر المعرفة دور رئيسى فى تحقيق التنمية القائمة على المعرفة بأبعادها المختلفة، وعن طريق دورها فى إنتاج المعرفة ونشرها وتوزيعها بما يحقق مفهوم الرفاهة الاجتماعية، ويتيح فرص متساوية للمواطنين جميعهم لتحقيق التعلم الذاتى المستمر، وتنمية مهاراتهم لتحقيق التأهل المستمر لسوق العمل الدائم التغير. ومن ثم، فإن رأس المال البشرى والمعرفى يمثلان المحرك الأساسى

للعمليات وجهود التنمية القائمة على المعرفة كافة، ولضمان ولإستمرار نجاحها. وهذا لن يتم إلا من خلال مجتمع ديمقراطى قائم على المشاركة الجماهيرية الواعية فى رسم خطط التنمية وتنفيذها، وتبنى لمفهوم التعلم المستمر داخل دوائر المعرفة والمجتمع ككل⁽³⁴⁾.

ومن ناحية أخرى، يذهب "جيرتلر Gertler" أيضا إلى أن هناك فوائد اجتماعية وأهداف ترمى إليها المدن الإبداعية وتمثل فى⁽³⁵⁾:

- أنها تمارس دوراً مهماً فى تعزيز الدينامية والمرونة، وتنافسية الإقتصاد القومى أكثر من أى وقت مضى، وذلك عن طريق تعزيز الابتكار بين العاملين وبين الشركات وغيرها من المنظمات التى تشكل الأقليم الحضرى، لأنها أصبحت مع التحول الأوسع إلى الإقتصاد المبني على المعرفة **Knowledge Based Economy** مفتاح خلق القيمة الاقتصادية من خلال دعم الابتكار وسهولة التكيف وترقية الجودة.
- أن لديها القدرة على تحسين نوعية الحياة، وتحقيق حياة أفضل لسكان الحضر بالنسبة للكثيرين بدلاً من قلة متميزة، وذلك على عكس النظرة الضيقة والمزاعم المتعلقة بالطبقة الإبداعية التى كانت ترى أن المدن الإبداعية هى مجرد ساحة لطبقة ذكية تكنولوجيا حصلت على تعليم جيد، ولا تزيد على 20 أو 30٪ من السكان.
- أنها تعمل على تعزيز الإقتصاد وتحسين نوعية الحياة من خلال العلاقات المتبادلة بين ثلاثة وهما الإبداع والقدرة التنافسية والتماسك **Creativity Competitiveness and Cohesion(C3)** حيث وجود النشاط الإبداعى يحرك القدرة التنافسية فى بقية أنحاء الإقتصاد الحضرى، والنجاح الذى يولد فى منطقة حضرية والاحتفاظ بالنشاط الإبداعى فيها يعتمد إلى حد كبير على تحسين نوعية خصائص المكان والمجتمع وتشجيع قوى التماسك الاجتماعى ووجود أحياء نابضة بالحياة والحرية، وفرص

العمل والخدمات الاجتماعية، مثل المأوى، والتعليم، التغذية والرعاية الصحية كمكونات أساسية لنوعية وجودة الحياة.

ولقد حدد الإتحاد الأوربي المناطق والمدن بصوره انتقائية لصناعات ثقافية أو إبداعية مثل: "الفن والتصميم في برشلونه"، "سائط الاعلام في ميونيخ"، "الأفلام في باريس"، "الإعلانات في لشبونه"، "الأزياء والتصميم في ميلانو"، "تكنولوجيا الموسيقى في إستكهولم". وضعت أيضا تعريفاتها الخاصة المرتبطة بالقطاعات الصناعية المحلية المهمة مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو سلو وإستكهولم أو إنتاج الفنون "هلسنكى"⁽³⁶⁾.

ثالثا:- قضية العلاقة بين الصناعات الإبداعية والتجمعات الابداعية

وضع مايكل بورتر Michael porter في كتابه The Competitive Advantage of Nations 1990 نظرية ميكرو اقتصادية تقوم على التنافس الدولي والقومى والمحلى فى الاقتصاد العالمى. وأكد فيها أن التجمعات الإبداعية تلعب دورا بارزا في تنافسية الأمم من خلال التأكيد على أهمية موقعها بالنسبة للشركات الصناعية. ومن بين المساهمات الهامة العديدة التى قدمها مايكل بورتر في كتابه "الميزة التنافسية للأمم" أنه لفت الانتباه إلى الدور المركزى الذى تضطلع إليه التكتلات الصناعية في عملية التنمية الاقتصادية.

ولكنه لم يكن أول من حدد المزايا الاقتصادية لتجميع الشركات والصناعات الإبداعية، وما يشير إليه الاقتصاديون بأنه "اقتصادات التكتل"، حيث التقليد العظيم لالفريد مارشال 1890 وفى وقت لاحق "جين جاكوبس 1961". ولكن ما جعل عمل بورتر مؤثرا أنه حدد التجمعات الإبداعية للصناعات الإبداعية تجريبيا وكان قادرا على تحديد دورها فى التنمية الاقتصادية بطريقه استحوذت على اهتمام ليس فقط الاقتصاديين والأكاديميين ولكن أيضا واضعى السياسات⁽³⁷⁾.

ويرى "بورتير" أن هناك عناصر مهمة في فهم دور التجمعات الإبداعية في المنافسة، تتمثل في مدخلات الأصول الملموسة (من البنية التحتية إلى المعلومات، والنظام القانوني، ومعاهد البحث التابعة للجامعات) التي تعتمد عليها كل الشركات في المنافسة. ولزيادة إنتاجية التجمعات الإبداعية يجب رفع كفاءة عناصر المدخلات والجودة، والتخصص في أحد أنشطة التجمع⁽³⁸⁾.

وفرق "بورتير" بين نوعين من التكتلات: الأول التكتلات التجارية: التي تمثل حوالى ثلث العمالة الأمريكية، وهى النوع الأكثر أهمية للتنمية الاقتصادية، وتتألف من صناعات تبيع إلى الأسواق خارج منطقتها المحلية، وهى لا توفر أجورا أعلى لعمالها فحسب، بل هى المصدر الرئيسى للابتكار والإنتاجية وتولد آثارا عرضية هامة تعزز اقتصادها المحلى. والثانى تكتلات الصناعات المحلية: التى تخدم فقط أسواقها المحلية، ويعمل بها ثلثى العمالة فى الولايات المتحدة، ولديها أجور أقل وإنتاجية أقل ولا تولد آثارا عرضية مثل التكتلات التجارية⁽³⁹⁾.

والجدير بالذكر أن "بورتير" لم يتجاهل العاملين فى التجمعات، حيث أكد على فكرة أن التجمعات تعمل على جذب العاملين المهرة المتخصصين فى مجالات عمل شركات معينة حيث توفر مثل هذه الشركات سوقا محلية واسعة لهؤلاء العاملين المهرة الذى يسعى إليهم أرباب العمل فى التكتلات الصناعية. كما يرى أن المناطق تختلف باختلاف المحتوى الإبداعى للعاملين المبدعين المهرة وأنه عندما يوظف هؤلاء فى الصناعات التجارية، فإنهم يحققون مكاسب إنتاجية أكبر من الذين يعملون للتو فى الصناعات التجارية.

وتختلف فكرة التجمعات عند "ريتشارد فلوريدا" عن فكرة التجمعات عند "مايكل بورتير" حيث ركز الأخير على التجمعات والشركات الصناعية فى حين ركز "فلوريدا" على تجمع الناس أو المواهب الذى أطلق عليهم "الطبقة المبدعة" وتنتشر فى قطاعات العلوم والتكنولوجيا والفنون والثقافة والاعلام والترفيه والاعمال التجارية والإداره والمهن ويتميزون بالمحتوى الإبداعى لعملهم الذى يتطلب معرفة المعلومات والمهارات ويعتمد على الخبرات والمعرفة المكثفة الخاصة بكل ميدان.

وقد أعطى "فلوريدا" اهتمام كبيرا بالتكتلات الصناعية، وأشار إلى أن المناطق التي اجتذبت نسبا كبيرة من العمال المبدعين اجتذبت أيضا صناعات ذات وظائف عالية الأجر، ولا سيما صناعات التكنولوجيا⁽⁴⁰⁾.

ولفت "فلوريدا" الإنتباه في كتابه "صعود الطبقة المبدعة" إلى طريقة تكتل المبدعين الموهوبين في تجمعات "عناقيد إبداعية" في أماكن متنوعة مثيرة للإهتمام، وكانت زيادة الوعي بهذه الظاهرة الناشئة عن نظريات فلوريدا، واحدا من عدد من العوامل التي شجعت السلطات المحلية على الاعتراف بنوعيه المكان باعتباره أحد العوامل التي ستحدد الأماكن التي قد تختار فيها الشركات والأفراد الموهوبون، وتشمل العوامل الرئيسية التي تدفع إلى إدراك جودة المكان مايلي:

1.الاتصال والوصول إلى الهياكل الأساسية للنقل، والتعليم الجيد، والصحة، والإسكان.

2.تصور مستويات منخفضة من الجريمة.

3.مجتمع متنوع ومتسامح ومتماسك.

4.جودة عالية للحياة خارج بيئة العمل (مثل الوصول إلى الساحل والريف، وعرض ثقافي متنوع، وتقليد رياضي، وفرص مثيرة للمشاركة في الأنشطة الرياضية الثقافية والترفيهية⁽⁴¹⁾).

ولقد حدد "Boix" وآخرون الأسباب العامة والمحددة لتجميع الصناعات الابداعية كالآتي⁽⁴²⁾:

1.الوصول إلى الموظفين المهرة والمعارف الضمنية المحلية وغير المنقولة نسبيا.

2.وجود التعلم الجماعي(من خلال إقامة الشبكات، والتعاون بين الشركات، ونقل العمالة الماهرة بين المؤسسات).

3.إمكانية الوصول إلى الشبكات العالمية والعملاء والمعارف؛ وإمكانية الوصول إلى قاعدة معارف محلية.

وهناك أيضا أسباب محده تؤثر علي تجميع العناصر الأساسية للصناعات الإبداعية كالآتي:-

1. البنية التحتية الثقافية (الأشياء الجماعية والدائمة، والقواعد، والانشطة أو الظواهر).

2. العوامل اللينة (نوعيه الحياة، والتسامح، التنوع والمشهد الثقافي).

3. العوامل الصعبة (مثل الهياكل الاساسيه للنقل والاتصالات).

4. المحسوبية والقرب من السلطة السياسية، والتقاليد، والهدوء والعشوائية، والفنانين والطبقة الإبداعية.

ويتصل أحد أهم الأسباب المحددة للتجميع بالنوع المهيمن من قاعدة المعارف، حيث تتميز بثلاثة أنواع من قواعد المعرفة:-

1. التحليل المستمد من إنتاج واستخدام المعارف المقننة النابعة من العلم والتكنولوجيا مثل (الصناعة الصيدلانية).

2. التركيبية، حيث يتم إنشاؤها من خلال عملية الاختبار الاستقرائي والتجريب والعمل العملي مثل (الهندسة الميكانيكية).

3. ورمزية، التي تكون فيها المعرفة المتصلة بخلق المعارف والرغبات والخصائص الجمالية للمنتجات مثل (الصناعات الإبداعية).

نستنتج مما سبق، أنه على مستوى التطبيق والممارسة تؤكد تجارب مدن ومناطق حضرية عديدة حول العالم رواج الصناعات الإبداعية بصورة تفوق الصناعات التحويلية والتقليدية بكثير مثل (برشلونه، لندن، إستكهولم، برلين، سيدني، وغيرهم من المدن الإبداعية العالمية). وهذا النجاح لم يحققه سوى التكامل بين الطبقة المبدعة والمدينة الإبداعية والتجمعات الإبداعية. فهي حلقة متصلة حيث يتطلب وجود وانتشار ورواج الصناعات الإبداعية طبقة مبدعة على

مستوى عالٍ من الكفاءة والمهارة وذلك بدءاً من مرحلة الانتاج والتوزيع حتى الاستهلاك.

والطبقة المبدعة تحتاج هي الأخرى بالضرورة إلى بيئة حاضنة ومحفزة ومشجعة لإظهار قدراتها الابداعية تلك التي توفرها المدن الإبداعية الجاذبة التي تسمح لمواطنيها باستخراج طاقاتهم الابداعية الخلاقة من خلال ما توفره لهم من حياة نابضة بالحوية والنشاط، وبنية تحتية وتكنولوجية متطورة، ووسائل ترفيهية، وثقافة محلية أصيلة تتمثل في المتاحف والمكتبات والمسارح والمتنزهات وغيرها. ومع وجود طبقة مبدعة مؤهلة في ظل مدينة جاذبة متاح فيها كل ما يحفز الإبداع والابتكار ويثير الأفكار الخلاقة؛ فإن المحصلة المنطقية بالضرورة هي نجاح الصناعات الابداعية، وبالتالي انطلاق الاقتصاد الإبداعى وتحقيقه قفزات هائلة غير مسبوقة.

وما نؤكد عليه هنا أنه نظرا لتشعب الصناعات الابداعية في قطاعات اقتصادية مختلفة، واختلاف مفهومها من دولة إلى أخرى ترتب على ذلك تعدد القضايا النظرية المطروحة حولها. ونظرا لاعتبارات تحليلية فقد قسمنا هذه القضايا إلى ثلاث مرتبطة بالصناعات الابداعية في علاقة ترابطية (طبقة - مدينة - تجمعات)، لكن على مستوى التطبيق والممارسة وفي أرض الواقع لا يمكن فصل القضايا الثلاث أو أعمال احداها وإغفال الأخرى.

المبحث الثالث:- العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للصناعات الإبداعية.

تحقق الصناعات الإبداعية العديد من المزايا والفوائد الاقتصادية والاجتماعية. ففي الولايات المتحدة مثلا، استأثرت الصناعات الإبداعية بنحو 2.5٪ من مجموع العمالة في 2003، وانتشرت الاعداد في جميع الصناعات. وبحلول 2007 وفقا لدراسة أجريت مؤخرا تستخدم الصناعات الإبداعية التي تعرف بأنها الصناعات الأساسية لحقوق التأليف والنشر 5,500,000 عاملا يمثلون

4٪ من مجموع العمالة فى الولايات الأمريكية، والتركيز الأكبر كان من نصيب العمال المبدعين من الفنانين والكتاب وفنانى الأداء المستقلين وفى صناعه النشر⁽⁴³⁾.

وتطورت الصناعات الابداعية الأوروبية بشكل كبير خلال السنوات الماضية، فأسهمت بنحو 2.6٪ من الناتج المحلى الإجمالى للاتحاد الاوربى فى 2008 وخلقت فرص عمل كبيرة. وعلاوة على ذلك، فالصناعات الابداعية تحافظ على التنوع الثقافى لأوروبا وتطوره، وهو أمر هام أيضا من حيث الإندماج الاجتماعى. كما أن دور الصناعات الابداعية معترف به بوضوح فى السياسات الوطنية فى المملكة المتحدة وهولندا والدنمارك والسويد وفنلندا وفرنسا وألمانيا، وكذلك فى إيطاليا والبرتغال وليتوانيا والجمهورية التشيكية وبلغاريا وإستونيا وأيرلندا⁽⁴⁴⁾.

والطريقة المعتادة لقياس مساهمة الصناعة فى الاقتصاد الوطنى هى قياس قيمتها المضافة، بما فى ذلك حصتها من اليد العاملة ورأس المال. ويعادل مجموع القيمة المضافة لجميع الصناعات الناتج المحلى الإجمالى، فهو المقياس القياسى لحجم الاقتصادات الوطنية؛ غير أن القيمة المضافة للصناعات الإبداعية الفردية ليست متاحة عموما من مصادر حكومية، وهذا الافتقار إلى التصنيفات الموحدة والبيانات الرسمية يجعل من الصعب تقدير مساهمة الاقتصاد الإبداعى فى الناتج العالمى⁽⁴⁵⁾.

وتقدر عوائد الصناعات الإبداعية على مستوى العالم بـ 2.2 تريليون دولار أمريكى عام 1999، وتشكل 7.5٪ من إجمالى الناتج القومى العالمى. وفى الولايات المتحدة⁴ تقدر مساهمة الصناعات الإبداعية بـ 7.75٪ من إجمالى الناتج المحلى فى 2001، وبـ 5.9٪ من التوظيف القومى، وبـ 88.97 بليون دولار من الصادرات. وفى لندن⁵ تنافس الصناعات الإبداعية خدمات الأعمال بوصفها القطاع الاقتصادى الأساسى، مع استيعاب طاقة عمل "مليون" من سكان

لندن يعملون مباشرة فى الصناعات الإبداعية أو غيرها فى الوظائف الإبداعية فى الصناعات الأخرى⁽⁴⁶⁾.

وأظهرت الأرقام التى نشرها مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية فى مايو 2013، أن حجم التجارة العالمية للسلع والخدمات الإبداعية سجل فى المجموع رقما قياسيا وصل إلى 624 مليار دولار أمريكي عام 2011 بحيث يكون حجم هذه التجارة قد ارتفع بين عامى 2002 و2011 بما يزيد عن الضعف؛ كما بلغ معدل النمو السنوى فى هذه الفترة نسبة قدرها 8.8 ٪ فى المتوسط. وقد شهدت البلدان النامية زيادة فى صادراتها من السلع الإبداعية أكبر من هذه القيمة، حيث بلغت فى المتوسط 12.1٪ سنويا خلال الفترة ذاتها (تقرير اليونسكو، 2013 : 10). وفى عام 2013، حققت الصناعات الثقافية والإبداعية فى جميع أنحاء العالم إيرادات قدرها 2,250 مليار دولارا أمريكيا ووظفت 29 مليون شخصا⁽⁴⁷⁾.

وحققت أستراليا فيما بين عامى (2008 / 2009) أرباحا تجاوزت 7.6 بليون من قطاع الأنشطة الثقافية، و35.9 بليون من قطاع الأنشطة الإبداعية فيما يعادل 42.4 بليون للقطاعين مجتمعين⁽⁴⁸⁾.

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 هامشى بمقدار 0.6 ٪ لعام 2008 فى 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 فى 2008. ولا يعكس ضعف وجود أفريقيا فى الأسواق العالمية القدرة التوريدية المحدودة فى القارة فحسب، وإنما أيضا حقيقة أن الغالبية العظمى من الإنتاج الإبداعى والثقافى فى أفريقيا يجرى فى القطاع غير الرسمى. وفى الوقت الحاضر، ورغم الإمكانيات الكبيرة للاقتصاد الإبداعى للقارة فإن منتجاتها الإبداعية مثلة تمثيلا ناقصا جدا فى الأسواق العالمية⁽⁴⁹⁾.

وتحقق الصناعات الإبداعية فوائد اقتصادية أخرى، حيث لها آثار عديدة في مجال تجديد المناطق الحضرية وتحقيق التماسك الاجتماعي. فتجديد المناطق الحضرية أصبح جزءاً حاسماً من التماسك الاجتماعي المعاصر. وهذا لا يتعلق فقط بالتحديد الرمزي — من خلال مختلف المبادرات والمشاريع المتعددة الثقافات — ولكن أيضاً بالقدرة علي المشاركة المباشرة في ذلك الاقتصاد الثقافي⁽⁵⁰⁾.

وفي الواقع، يجب أن تأخذ السياسات الثقافية المعاصرة الفوائد الاقتصادية للثقافة مأخذ الجد، وفي الوقت نفسه التصدى لطائفة متزايدة من التشابكات الأخرى القائمة على الدور الذي لا يمكن إنكاره والذي تؤديه الثقافة في المجتمع⁽⁵¹⁾.

ورغم أهمية الفوائد والعوائد الاقتصادية السابقة للصناعات الإبداعية إلا أن ثمة جانب اجتماعي هام آخر من جوانب الصناعات الإبداعية يتعلق بدورها في تعزيز الإدماج والتماسك الاجتماعي. فتطبق المملكة المتحدة ما يعرف بـ "الإندماج الاجتماعي" من خلال الاقتصاد الرقمي. وهو مشروع تموله مجالس البحوث في المملكة المتحدة التي تطبق التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمنفعة الاجتماعية.

ويهدف إلى الاستكشاف الفعال للإمكانات التحويلية للتكنولوجيات الجديدة للأفراد والمجتمعات المعرضين لخطر الإقصاء الاجتماعي أو الذين يعانون منه. ويتركز على تشكيل جماعات الممارسين المعنيين بالإندماج الاجتماعي، التي تشمل الأكاديميين والممارسين ومنتجي التكنولوجيا، أو الذين يشعرون بأنهم مستبعدون من أجزاء من المجتمع⁽⁵²⁾.

ومن جهة أخرى، فإن الصناعات الإبداعية لا تحقق اندماجا اجتماعيا فقط بل تحقق أيضا تماسكا. والتماسك الاجتماعي هو "مجموعه من المعايير والقيم المشتركة للمجتمع الذي يشمل أيضا تنوع الخلفيات المختلفة للناس". وتتمثل قدره

الأنشطة الثقافية على المساعدة في التعبير عن ثقافات محده، وفي الوقت نفسه إقامة علاقات إيجابية بين أشخاص من خلفيات مختلفة في مكان العمل والمدارس وداخل الأحياء.

والإبداع القائم على الثقافة وسيلة أساسية لصناع القرار وصانعي السياسات لاعتماد وتنفيذ استراتيجيات أكثر تركيزا على المستخدمين، ويساعد على تعزيز الرفاه، وخلق نمط الحياة، وإثراء العمل والاستهلاك، وحفز الثقة في المجتمعات المحلية والتماسك الاجتماعي، ويؤدي الإبداع القائم على الثقافة دورا رئيسيا في توليد الابتكار الاجتماعي⁽⁵³⁾.

فعلى مستوى القاعدة الشعبية يشمل الاقتصاد الإبداعي الأنشطة الثقافية التي يمكن أن تكون مهمة في ربط الفئات الاجتماعية بالمجتمعات المحلية والمساهمة في التماسك الاجتماعي. فمظاهر ثقافة الناس – العادات والطقوس والتحف والموسيقى وما إلى ذلك – تتخلل الحياة اليومية للرجال والنساء والأطفال، وتشكل عنصرا هاما في توفير التعليم والثقافة والسعادة⁽⁵⁴⁾.

ولذلك يميل واضعو السياسات المهتمون بالآثار الثقافية على السياسة الاجتماعية إلى التركيز إما على فئات مهمشة محددة مثل (المجرمين أو المشردين أو اللاجئين) أو على (قضايا المجتمع المحلي) كالاندماج الاجتماعي، وتجديد الأحياء أو المجتمع والتماسك المدني⁽⁵⁵⁾.

ويجب أن تسمح سياسة الاندماج الاجتماعي لجميع أعضاء منطقة معينة بالمشاركة في مجتمعاتهم المحلية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، وأن توفر هذه السياسة المستوى الأساسي للمعيشة والرفاه فضلا عن الفرص والموارد اللازمة، لضمان حقوق الإنسان الأساسية للمقيمين في مجتمع معين. وبعبارة أخرى، ينبغي لسياسة الاندماج الاجتماعي أن تضع حدا للعوامل التي تؤدي إلى التمييز الاجتماعي في المقام الأول، وأن تعزز المشاركة الاجتماعية والتفاعل بين الافراد⁽⁵⁶⁾.

وبالنسبة للمناطق التي تنوع اقتصاداتها وتمر بتغيرات اقتصادية هيكلية، يعتبر إدراج الفنون والصناعات الإبداعية اعتباراً متكاملاً عند السعى إلى تحقيق النمو الاقتصادي. وتقوم الوكالات بدور نشط في تشجيع وتيسير التعبير الثقافي لتعزيز المشاركة والإندماج الاجتماعي. والبرامج والسياسات المتعلقة بالاتصالات، والبنية التحتية، والتنمية الإقليمية، والمواطنة، والتعليم والتدريب، وحق المؤلف، وشؤون السكان الأصليين، والإعاقة، والهجرة، والدفاع، والشؤون الخارجية⁽⁵⁷⁾.

ويؤكد الإختصاصيون في مجال الثقافة على أهمية "المشاركة" في الأنشطة الثقافية لما لها من فوائد اجتماعية قوية؛ مثل تأكيد الهوية مع مجموعة اجتماعية، وزيادة التماسك الاجتماعي، أو من خلال لقاءها مع ثقافة مختلفة. كما أن للثقافة والإبداع تأثيراً هائلاً على التماسك الاجتماعي والتنمية. حيث تثرى الفنون البيئة الاجتماعية بوسائل الراحة العامة المحفزة أو المرضية وتعزز الإبداع والابتكار.

وتعد الأعمال الفنية والمنتجات الثقافية "ذاكرة" جماعية للمجتمع المحلي، وهي بمثابة مستودع للأفكار الخلاقة للأجيال المقبلة. ويسهم قطاع الثقافة والترفيه في التنمية الاقتصادية من خلال تيسير الابتكار الإبداعي وتحسين نوعية الحياة كما أن الثقافة ليست وسيلة لتحقيق النمو الاقتصادي فحسب، بل أيضاً عاملاً من عوامل التماسك الاجتماعي والتنمية البشرية⁽⁵⁸⁾.

ومن الناحية السياسية تمثل الصناعات الإبداعية حافزاً لدعم الجهود الحكومية الرامية إلى زيادة الاندماج في الاقتصاد العالمي عن طريق زيادة القدرة التنافسية لسلعها وخدماتها الإبداعية في الأسواق العالمية، وفي الوقت نفسه تعزيز خلق فرص العمل والتنوع. ووفقاً للاونكتاد وفي عالمنا المعولم من المهم أن نفهم التفاعل بين الإبداع والاقتصاد والثقافة والتكنولوجيا؛ من أجل التصميم والصياغة الملائمين للاستراتيجيات الإنمائية للقرن الحادي والعشرين⁽⁵⁹⁾.

ومن جهة أخرى، بينت أدبيات الصناعات الإبداعية أهمية تمركزها في تجمعات إبداعية مما يعطى لها ميزة تنافسية عالية ويحقق لها العديد من المكاسب

نظرا لما توفره التجمعات من بنية تحتية وتقنية وعمالة ماهرة وقدرة على النفاذ للمناطق المجاورة.

ويمكن لمبادرات التجمعات الابداعية أن تسهم فى الجهود الوطنية الشاملة للقدرة التنافسية التى تشمل إصلاح السياسات، وبناء القدرات التجارية، وتدعيم الحوار بين القطاعين الخاص والعام، والتنمية الاقتصادية الاقليمية. وأحيانا تصبح محفزا؛ مما يساعد على فهم الجمهور ودعمه لبرنامج الإصلاح الاقتصادى من خلال العمل مع وسائل الاعلام والجامعات والفكر والمعرفة والمؤسسات التكنولوجية، وقادة الصناعة، والمسؤولين الحكوميين، إلخ. وعندما تصمم مبادرات التجمعات بعناية وتنفذ بكفاءة، فإنها تكون واحدة من أكثر الإدارات فعالية لإصلاح السياسات (60).

وبالاضافة إلى ماسبق . فهناك عوائد بيئية للصناعات الابداعية تتجلى فى مراعاة الاعتبارات البيئية، فهى تقوم بالأساس على الأفكار التى يتم ترجمتها فى صورة منتجات وسلع وخدمات إبداعية. كما أن الابداع عنصر رئيس وأصيل من مدخلات الانتاج وبالتالي فإن مخرجاتها ومنتجاتها صديقة للبيئة. كما أن لها عوائد انسانية أيضا فهى تركز على الهوية والخصوصية الثقافية للأشخاص والمناطق المحلية، وتحفز الافراد على المشاركة والعمل الجماعى الخلاق من خلال تشارك الانشطة الابداعية المختلفة والمتنوعة.

المبحث الرابع : تحديات التحول نحو الاقتصاد الإبداعى ونمو الصناعات الإبداعية فى الدول النامية

الاقتصاد الإبداعى هو المجتمع الشامل، فالناس من جميع الطبقات الاجتماعية يشاركون فى هذا الاقتصاد أحيانا كمنتجين ولكن دائما كمستهلكين لمنتجات إبداعيه أو أنشطة ثقافية مختلفة فى مناسبات مختلفة. وقد مكن ذلك من الجمع بين عده قطاعات من المجتمع، بما فى ذلك أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص والأفراد أو المؤسسات ذات المصالح المتميزة الذين هم فى شركات

الربح والمنظمات غير الربحية مثل المنظمات غير الحكومية والمؤسسات والأوساط الأكاديمية .

ويمكن للاقتصاد الإبداعي أن يكون جزءاً من استراتيجية إنمائية أكثر توجهاً نحو تحقيق النتائج وقابلة للتكيف مع جميع البلدان، إذا وضعت سياسات عامة منسقة ملائمة . ويساعد الاقتصاد الإبداعي في معالجة المشاكل الاجتماعية الخطيرة كالجنوح والبلغاء والمخدرات، وذلك بإشراك المجتمع المدني والمجتمعات المحلية في البحث عن حلول مشتركة⁽⁶¹⁾ .

وتسعى العديد من الدول المتقدمة والنامية لتعزيز وتطوير الصناعات الإبداعية من خلال العديد من المبادرات والاستراتيجيات؛ نظراً لفوائدها المتعددة، ومساهمتها في حل العديد من المشكلات الاجتماعية من خلال التركيز على الجوانب الإبداعية التي تشحذ فكر مواطنيها وتدفعهم إلى الابتكار والبحث عن حلول غير تقليدية للمواقف الحياتية التي تواجههم.

وحققت الدول المتقدمة نجاحات غير مسبوقة ونمو متسارعاً في مجال الصناعات الإبداعية، لكن الأمر مختلف في الدول النامية - على الرغم من إحراز بعض التقدم في بعض منها- لكن تواجه العديد من التحديات التي تعوق طريقها نحو التحول إلى نمط الاقتصاد الإبداعي، وهذا ما جاء بتقرير الأمم المتحدة 2013، حيث أكد على أن هناك تحديات تمويلية، وتنظيمية، وتسويقية، وبشرية أيضاً تعرقل نمو الصناعات الإبداعية في هذه الدول.

وفي إطار البحث الراهن نحاول أن نضع رؤية مستقبلية لتعزيز الصناعات الإبداعية في الدول النامية، حيث نبدأ بالتحديات التي تواجهها هذه الدول (ما هو قائم)، ثم متطلبات تعزيز الاقتصاد الإبداعي بها (ما هو مرغوب فيه) .

(1) تحديات التحول نحو الاقتصاد الإبداعي ونمو الصناعات الإبداعية في الدول النامية

يعرض الواقع اليوم أنه حتى في أفقر الأماكن أو في أبعداها عن المناطق الحضرية، يظهر إنتاج الصناعات الإبداعية كوسيلة مجدية لتحقيق التنمية المستدامة.

ولكن هناك تحديات تقف أمام تقدم تحول البلدان النامية إلى الاقتصاد الإبداعي ونمو إنتاج صناعات إبداعية لديها قدرة وميزة تنافسية عالمية وهى كالاتى⁽⁶²⁾:

- يمثل التمويل أحد التحديات الرئيسية فى مجال تنمية الاقتصاد الإبداعي فى شتى أنحاء بلدان الجنوب. ولا توجد لدى الحكومات سوى بضعة آليات لتقديم الإعانات، بضمنها توفير تسهيلات ضريبية لصالح العاملين والشركات العاملة فى مجال الإبداع. ويوجد المنتجون فى مجال الثقافة ومدبرو الشركات العاملة فى مجال الإبداع صعوبات فى الحصول على قروض أو فى الانتفاع بأنواع أخرى من الخدمات المصرفية.
- كما أن الاقتصاد الإبداعي حقق فى أماكن كثيرة فى البلدان النامية نمواً بدون أن توجد الموارد اللازمة لتنفيذ حملات تسويقية واسعة النطاق، وبدون توافر رأس المال اللازم لإجراء استثمارات جديدة كبيرة، أو بدون وجود شبكة الصلات الدولية التى تكفل إمكانية اضطلاع هيئات تصريف البضائع فى شتى أنحاء العالم بخزن منتجات ثقافية من مناطق أو بلدان أخرى، أو بعرض هذه المنتجات على رفوف متاجرها أو فى إطار برمجة عملياتها.
- لا يزال الوضع الحالى يتسم بمحدودية النطاق ويغلب عليه الطابع غير النظامى ويظل مرتبباً ارتباطاً وثيقاً بحياة المجتمع المحلى وبالشبكات الاجتماعية.
- نقص القدرات البشرية والبنى الأساسية. وترتبط جوانب النقص فى القدرات البشرية بالمهارات، وخصوصا فى مجال تنظيم المشروعات وإدارة الأعمال، وبعدم ملاءمة القدرات فى مجال الربط الشبكي، وبأوضاع خاصة بالمجتمع المحلى تقيد مواهب الإبداع وروح المبادرة فى العمل الحر عوضاً عن تشجيعهما.
- كما توجد مواطن أخرى للضعف تشمل نقص المعارف وقلة المعرفة بطرائق عمل الأسواق الثقافية، سواء على الصعيد الوطنى أو الدولى. كما أن القطاع يتعرض أيضاً إلى قدر من التدخلات التى تعيق الإبداع الحق.

لمواجهة هذه التحديات ومن أجل توطين الاقتصاد الإبداعي في الدول النامية لابد من توافر مجموعة من المتطلبات والتي نعرض لها فيما يلي :
متطلبات الاقتصاد الإبداعي لتعزيز الصناعات الإبداعية في الدول النامية⁽⁶³⁾ :

- الاستثمار في التعليم ورأس المال البشري، مع إشاره خاصة إلى التقاطع بين القدرات الخلاقة والمهارات التقنية ذات الصلة.
- توفير وتحسين البنية التحتية الرقمية والوصول إلى شبكات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات العالية السرعة.
- تعزيز استراتيجيات إدارة الأصول الثقافية والتنمية الثقافية المجتمعية.
- الابتكارات في تمويل الأعمال التجارية الصغيرة في الصناعات الإبداعية، والتمكين من الوصول بشكل أفضل إلى التمويل الصغير.
- إنشاء عناقيد إبداعية يمكن أن تجمع بين المشاركين في كل من القطاعين الرسمي وغير الرسمي للصناعات الإبداعية.
- نهج الحكومة بأكملها إزاء السياسة الثقافية التي تعترف بالصلات بين التعليم والتجارة والسياسات الصناعية، وأدوار الحكومات المحلية و الإقليمية والوطنية.
- التقدم المحرز في جمع البيانات من أجل تحسين فهم حجم الصناعات الإبداعية الوطنية وأهميتها والروابط الناشئة عنها، والإمام بالدور الذي يؤديه القطاع غير الرسمي من أجل تعزيز فهم واضعي السياسات.

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

- الطبقة المبدعة عند (ريتشارد فلوريدا) الذي اعتبرها منبع الطاقة الإبداعية والابتكارية، والمضخة التي توفر الكوادر البشرية الخلاقة التي تقوم عليها

الصناعات الابداعية وتعتمد عليها فى كل مراحلها بداية من الإنتاج، ثم التوزيع، ثم الاستهلاك.

- و العناقيد الابداعية لدى " مايكل بورتر" التى تزخر بالعمالة الخلاقة، وتحفز المنافسة فيما بين الشركات وترفع من جودة حياة المواطنين.
- ثم مدينة متوافر فيها كل مقومات الابداع ذات بنية تقنية وتحتية محفزة، يكون الابداع فيها شاملا لكل نواحي الحياة .

بقى لنا طرح أخير، وهو أن الصناعات الابداعية ليست بديلا عن الصناعات الأخرى (الاولية والتحويلية والثقيلة) ولا تقدم حلولا سحرية لكافة مشكلات المجتمع فكما لها مميزات لها أيضا عدة مساوئ منها ما هو متعلق بالفقر وعدم المساواة على الصعيد الدولى وذلك يعود لعدة أسباب منها:

- تتركز الصناعات الابداعية على خريطة العالم فى الدول المتقدمة (دول الشمال) الغنية على حساب " دول الجنوب" الفقيرة.
- تجد الصناعات الابداعية منافسة شرسة من جانب شركات متعددة الجنسيات التى تسيطر على مواقع الانتاج والتوزيع فيها فى مقابل عدم قدرة منتجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة على منافسة مثل هذه الشركات العملاقة التى تجد سبلا متعددة للسيطرة على الاسواق.
- يعانى بعض العاملين فى الصناعات الابداعية والثقافية فى الدول النامية من الفقر والحرمان خاصة الموسيقيين والكتاب والرسامين.
- ارتفاع دخول بعض العاملين فى الصناعات الابداعية - مثل الفنانين والرياضيين - بصورة غير عادلة مقارنة بفئات أخرى تعيش على الكفاف.

وعلى الرغم من هذه المساوئ للاقتصاد الابداعى إلا أنها لا تبخسه حقه ولا مكانته ودوره فى الاقتصاد العالمى التى تتزايد يوما بعد يوم وتسير بخطى متسارعة وتنتشر فى بلدان متعددة فى جميع ارجاء العالم النامى منها والمتقدم، وهو ما تعكسه الأرقام الاحصائية، وتنبه المنظمات الدولية بالرعاية مثل: منظمة

اليونسكو، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية، ومنظمة التجارة والتنمية .

وعليه، بات لزاما على الدول النامية التي تطمح في اللحاق بركب التنمية والتطور الحضارى أن تضع خططا تنموية طموحة وعلى قدر عالٍ من المسؤولية بحيث تدرج الصناعات الإبداعية والثقافية جنبا إلى جنب مع الصناعات الأولية والتحويلية حتى يكون هناك تناغم بينهم يسفر عنه الإستفادة من كافة الأنشطة الاقتصادية وذلك لتحقيق التنمية الاجتماعية المنشودة.

خاتمة:

تساهم الصناعات الإبداعية في خلق فرص، وتحقيق مكاسب وفوائد اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية، كما تساعد الصناعات الابداعية فى التنمية المستدامة وتعمل على زيادة تنافسية المدن فى خلق حلول مبدعة للمشاكل التى تواجه المجتمع وتحويل اقتصاده إلى اقتصاد ابداعى خلاق. وللصناعات الإبداعية قدرة خلاقة على تحقيق الاندماج الاجتماعى بين جميع طوائف المجتمع لأن نجاحها يتوقف على مدى المشاركة التى تحقق تأثير أوسع نطاقا وأكثر عمقا من خلال توليد طاقة حيوية اجتماعية، وبناء الثقة على المستوى الاجتماعى، وتشجيع الانخراط فى العمل، وهذا يدفع بالأفراد والجماعات إلى التطلع إلى صور بديلة عن المستقبل.

ولكن تحقيق هذه الفوائد مرهون بتوافر شروط ومتطلبات معينة حددتها القضايا والرؤى النظرية المتعددة التى جاءت بالبحث الراهن حول الصناعات الإبداعية، وتمثل فى: طبقة مبدعة لديها قدرات خلاقة ومبتكرة، تتمتع بتعليم راقى النوعية ويتوافر لها كل مقومات الإبداع الأمر الذى يمكنها من تكوين رأس مال بشرى يكون قوام الصناعات الابداعية، فضلا عن وجود مدينة ابداعية توفر بيئة محفزة للمبدعين يتوافر فيها كل سبل الدعم والتحفيز، وأخيرا تجمعات إبداعية تفرز وتظهر طبقة مبدعة ذات مواهب متعددة. وفى سبيل سعى الدول النامية لتوطين الصناعات الإبداعية يجب أن تركز على أن يكون لديها طبقة مبدعة مرهون وجودها بتطور أنظمة البحث والتعليم العالى راقى النوعية، ومدن ينطبق عليها شروط المدينة المبدعة، وتجمعات إبداعية لديها القدرة على المنافسة محليا وعالميا .

أخيرا. يقترح البحث الراهن مجموعة من القضايا الجديرة بالبحث مستقبلا وذلك من منطلق أن مجال الصناعات الإبداعية يزخر بالعديد من القضايا

على كافة الأصعدة ويشكل منطقة ثرية بالأفكار تصلح أن تكون مشروعات بحثية
مثل :-

1. دور الصناعات الإبداعية في تحقيق التنمية المستدامة.
2. الاقتصاد الإبداعي والحفاظ على الهوية.
3. الشركات متعددة الجنسيات والصناعات الإبداعية في الدول النامية.
4. دور الصناعات الإبداعية فى تحفيز الطاقات الإبداعية الكامنة لدى الشباب.

❖ هوامش البحث:

(1) Pope Rob, **Creativity: theory, history, practice**, Taylor & Francis or Routledge, New York, USA, 2005, p 2.

(2) سلطان، عادل وعبد الجواد، محمد ، العدالة الاجتماعية في التعليم (بعض مخرجات العملية التعليمية: القدرات الابداعية – ما قبل الجامعى المهارات الحياتية)، مج 2، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 2005، ص 2.

(3) مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز، طبعة خاصة بوزارة التربية والتعليم، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، ج.م.ع، 2004، ص.40.

(4) Nuur C and Laestadius S (2009) : **Is the 'Creative Class' Necessarily Urban Putting the Creativity Thesis in th Context of Non-urbanised Regions in Industrialised Nations**, The European Journal of Spatial Development , Nordregio, Nordic Centre for Spatial Development and OTB Institute, Delft University of Technology.

(5) Torrance E. PAUL (1965) : **Scientific Views of Creativity and Factors Affecting Its Growth**, Daedalus, Vol. 94, No. 3, Creativity and Learning , The MIT Press on behalf of American Academy of Arts & Sciences Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/20026936>

[.Accessed: 08 /01/2016.](#)

- (6) جليبي، على عبد الرازق، الإبداع والمجتمع: دراسات في النقد الاجتماعي، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص 24 .
- (7) Mateos-Garcia Juan and Sapsed Jonathan, "The role of universities in enhancing creative clustering, Brighton Fuse ,2011, p 11.
- (8) Metropoles C, **Creative metropolises: Situation analysis of 11 cities. Final report**,2010, pp (10 – 13).
- (9) Mateos-Garcia Juan and Sapsed Jonathan,ibid, p 11 .
- (10) Boix, R., Hervás-Oliver, J. L., & Miguel-Molina, D, **Micro of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages**. Papers in Regional Science, , 753-772, 2015,p2 .
- (11) كونسلتنغ، بي أو بي، رسم خارطة الصناعات الإبداعية: دليل ارشادي، ترجمة: آلاء السالم، المجلس الثقافي البريطاني، سلسلة الاقتصاد الإبداعي والثقافي، لندن، 2013، ص 16 .
- (12) النمري، فارس، وآخرون، تطوير الصناعات الإبداعية في الأردن: دعوة للعمل،الاتحاد الأوربي من أجل اقتصاد وثقافة إبداعيين في الأردن، 2013، ص 5.
- (13) تقرير الامم المتحدة (2013) الاقتصاد الابداعي: تعزيز سبل التنمية المحلية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي/ اليونسكو، 2013، ص 23.
- (14) Florida,Richard, **Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth**, Center on Urban & Metropolitan Policy, Carnegie Mellon University, and Gary Gates,The Urban Institute1, The Brookings Institution , Survey Series 2001, p 2.

- (15) Florida,Richard, **The Rise of the Creative Class: ...and how it's transforming work,leisure, community &everyday life, basicsof sustainable devrlopment**, Urban Geography, Sociology and Governance, 2002, p 5.
- (16) Florida Richard (2005), **Cities and the Creative Class**, Carnegie Mellon University, 2005, p 5.
- (17) Florida Richard, 2005, Ibid, p 6.
- (18) Florida Richard,2002, ibid, p6.
- (19) جون هارتلى، **الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة فى عالم التكنولوجيا والعولمة؟**، ترجمة: بدر الرفاعى، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2016، ص 7.
- (20) تاي جيتا، **المدن الإبداعية: فى جون هارتلى، الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة فى عالم التكنولوجيا والعولمة، المرجع السابق ، ص 9 .**
- (21) فلو تيرى، **فى جون هارتلى، الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة فى عالم التكنولوجيا والعولمة، مرجع سابق ، ص 168 .**
- (22) Sasaki Masayuki, **Urban regeneration Through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City a Japanese Case Study**. Cities 2010,p4.
- (23) Sasaki Masayuki, **Creative Cities in Japan: Cultural Diversity and Networking**, Osaka City University,2011,p5 .
- (24) Metropoles C,ibid, pp 10- 13.
- (25) Atkinson Rownald &Easthope Hazel ,**The consequences of the creative class: The pursuit of creativity strategies in ustralia's cities.**

International Journal of Urban and Regional Research, 33(1), 64-79,2009, p 79.

(26) مارتينيز، اطار مقارنة لمدن المعرفة، فى كاريللو، مدن المعرفة: المداخل والخبرات والرؤى ترجمة: خالد على يوسف، عالم المعرفة، (ع 381)، الكويت، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ، 2011، ص 60،48.

(27) تاي جيتا ، مرجع سابق، ص 9 .

(28) Bayliss Darrin. (2007). **The Rise of The Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen**. European Planning Studies, 15(7), 2007,p (1-16).

(29) Hospers Gert-Jan, **Creative cities in Europe, Intereconomics** 38(5), 2003,pp 2-5.

(30) Hospers Gert-Jan, **Creative Cities: Breeding Places in The knowledge Economy. Knowledge, Technology & Policy**, 16(3), 2003, pp (7- 12) .

(31) Sasaki, ibid, p4.

(32) Sasaki, op.cit, p13.

(33) جلى، على عبد الرازق، المدن الإبداعية ورأس المال المعرفى لإمارة دبي نموذجاً، جامعة الإسكندرية ، 2016، ص 35.

(34) عبد ربه، أمل محمد عادل ابراهيم، الأبعاد الاجتماعية للتنمية القائمة على المعرفة في المجتمع المصري: دراسة تقييمية لعينة من دوائر المعرفة، (رسالة دكتوراة غير منشورة)، قسم الاجتماع. كلية الآداب، جامعة الاسكندرية،2016، ص ص 189-190.

(35) Gertler, M. S. (2004). **Creative Cities: What are they for, How do they work, and How do we Build Them?**. Ottawa: Canadian Policy Research Networks,2004,p6.

- (36) Foord, Jo, **Strategies for creative industries: an international review.** *Creative Industries Journal*, 1(2), 91-113, 2009, pp 91- 113.
- (37) Martin, R. Florida, R. Pogue, M. Mellander, M, (2015), **Creativity, Clusters and the Competitive Advantage of Cities**, Working Paper Serie Martin Prosperity Research, University of Toronto, 2015, p4 .
- (38) بوتر ماكيل، **تجمعات محلية في اقتصاد عالمي: في جون هارتلي، الصناعات الإبداعية: كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة؟**، ترجمة: بدر الرفاعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، 2007، ص 67.
- (39) Martin , et al, *ibid*, p4.
- (40) A Framework for Creative Industries Development in South Hampshire Consultation Draft, organizations and in partnership with HEP an possibly the Hampshire Economic Board, 2009, p20. □
- (41) *ibid* , p 20.
- (42) Boix, R., Hervás-Oliver, J. L., & Miguel-Molina, D. (2015). **Micro geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages.** *Papers in Regional Science*, 2015, p 5,6.
- (43) United Nations (2010), **Creative Economy Report.a feasible development option**, Unesco . Geneva, 2010, p23.
- (44) vor de Kunsten Utrecht, H. H. (2010). **The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries. European Commission Report.** Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, 2010, p9.
- (45) تقرير الامم المتحدة، الاقتصاد الابداعي : تعزيز سبل التنمية المحلية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي / اليونسكو 2013، ص 23.

(46) فلو تيرى ، مرجع سابق، (167 - 168) .

(47) Cultural times, **the first global map of cultural and creative industries**, 3 December 2015 – UNESCO, <http://www.worldcreative.org/14/6/2017>.

(48) Bakhshi, H., & Cunningham, S. (2016). **Cultural policy in the time of the creative industries**. Nesta Provocation, 2016,p5 .

(49) United Nations (2010), *ibid*, 75.

(50) O'Connor Justin and Gibson Mark, **Culture, creativity, cultural economy: A review. Prime Minister's Science**, Engineering and Innovation Council (PMSEIC), 2014,p 57.

(51) Bakhshi, H., & Cunningham, S, *ibid* , p7.

(52) Gaye, L., Tanaka, A., Richardson, R., & Jo, K, **Social inclusion through the digital economy: digital creative engagement and youth-led innovation**. In Proceedings of the 9th International Conference on Interaction Design and Children, 2010, (pp. 352-355).

(53) OMC, E, **European Agenda For Culture**. Work Plan For Culture 2011-2014 , 2012, p 8.

(54) United Nations (2010), *ibid*, pp 6,10.

(55) KEA, E. **The impact of culture on creativity, study prepared for the European Commission**. European Commission, 2009, p84.

(56) Sasaki Masayuki, *ibid*, p 35.

(57) Throsby David, **Creative Australia: The arts and culture in Australian work and leisure**, 2008, p 110 .

- (58) Van der Pol, H. (2007). **Key role of cultural and creative industries in the economy**. UNESCO Institute for Statistics. Canada. OECD [online .[cit. 2014-03-21]. Dostupné z:< <http://www.oecd.org/site/worldforum06/38703999>.
- (59) KEA, E, ibid, p 19.
- (60) Shakya Mallika (2009). **Clusters for Competitiveness: A Practical Guide and Policy Implications for Developing Cluster Initiatives**. **international trade department**, forum the world bank, 2009, p1.
- (61) United Nations (2010), ibid, p 38.
- (62) تقرير اليونسكو 2013، مرجع سابق، ص 175.
- (63) Flew, T. (2014). Creative industries: a new pathway. InterMEDIA, 42(1), 11-13. InterMEDIA | Spring 2014 Vol . 42 Issue 1, 2014, p12.