



مركز البيان للدراسات والتخطيط  
Al-Bayan Center for Planning and Studies

# لماذا العراق خارج مؤشر التأثير الثقافي؟

د. أحمد خضير حسين



سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط

## عن المركز

مركزُ البيان للدراسات والتخطيط مركزٌ مستقلٌّ، غيرُ ربحيٍّ، مقرُّه الرئيس في بغداد، مهمته الرئيسة -فضلاً عن قضايا أخرى- تقديم وجهة نظر ذات مصداقية حول قضايا السياسات العامة والخارجية التي تخصّ العراق بنحو خاصٍّ، ومنطقة الشرق الأوسط بنحو عام. ويسعى المركز إلى إجراء تحليلٍ مستقلٍّ، وإيجاد حلولٍ عمليّةٍ جليّةٍ لقضايا معقدة تمُّ الحقلين السياسي والأكاديمي.

### ملحوظة:

لا تعبّر الآراء الواردة في المقال بالضرورة عن اتجاهات يتبناها المركز، وإنما تعبّر عن رأي كاتبها.

حقوق النشر محفوظة © 2023

[www.bayancenter.org](http://www.bayancenter.org)

[info@bayancenter.org](mailto:info@bayancenter.org)

Since 2014

## لماذا العراق خارج مؤشر التأثير الثقافي؟

د. أحمد خضير حسين \*

تمهيد:

يقدم مؤشر التأثير الثقافي قياساً مبنياً على تأثير التراث (ceoworld) الثقافي، بمعزل عن القضايا السياسية، أو الاقتصادية، أو العسكرية، علماً أنّ التراث الثقافي يعمل كميزة رئيسة قائمة بذاتها، بمعنى تراث أي بلد هو من بقايا ثقافته الأصيلة، ونضالاته التاريخية، له دور رئيس في جذب السياح من جميع أنحاء العالم، وقيس مؤشر التراث الثقافي عن طريق تأثيرها العالمي ضمن عشرة سمات لدول، وهذه السمات هي الأهمية الثقافية من حيث (الترفيه، والموضة، والحياة السعيدة، وامتلاك ثقافة مؤثرة، وامتلاك علامات تجارية استهلاكية قوية، والحداثة، والمكانة المرموقة، و«التزند»).

يتميز مؤشر التأثير الثقافي عن المقاييس الأخرى المتعلقة بقياس المؤشرات التنموية على الأبعاد غير الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية، ونهج قياس يعتمد على مؤشرات النتائج، على مقياس (1-100) وفقاً لما يلي: إعطاء كل مؤشر فردي ترجيحاً متساوياً ضمن كل فئة من الفئات التسع مع بعض المؤشرات التي تتكوّن من (2-3) مؤشرات فرعية رُجّحت أيضاً بالتساوي. (رُجّحت كل فئة بالتساوي للوصول إلى المؤشر العام)، عن طريق تشكيل لجنة لاستعراض فقط البيانات المستقاة من مصادر، مثل: (insight global)، والمنتدى الاقتصادي العالمي، ومؤشر الفجوة بين الجنسين العالمي، ومؤشر الأداء البيئي، ومؤشر الحياة الأفضل، وكتاب حقائق العالم لوكالة المخابرات المركزية، والبنك الدولي، والتقرير السنوي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، فضلاً عن استخدام معلومات من (ceoworld)؛ لمقارنة أفضل دول العالم من حيث تأثير التراث الثقافي، وبناءً على الاجتماع من هذه المصادر، حُكِمَ على الاختيار النهائي لمدن العام. والسؤال الذي تحاول هذه الورقة الإجابة عليه: لماذا العراق خارج مؤشر التأثير الثقافي؟ وما الهدف من وجوده وكيفية قياسه؟ بالاعتماد على البيانات والمؤشرات الصادرة عن المؤشر.

\* مدير قسم الدراسات الاجتماعية في مركز البيان للدراسات والتخطيط.

## ✓ موقع الدول في المؤشر

تصدّر إيطاليا الترتيب العالمي في المؤشر، تليها اليونان، وإسبانيا، وسويسرا، وألمانيا، والبرتغال، واليابان، من بين الدول المصنفة وفقاً للمؤشر، وتحتل الإمارات العربية المرتبة (14) وفقاً للمؤشر، تليها بفارق يسير دولة قطر في المرتبة (29)، والسعودية (36)، والمغرب (38)، والبحرين (53)، والأردن (58)، ولبنان (60)، وتونس (61)، وعمان (75)، في حين أنّ العراق خارج مؤشر التأثير الثقافي، أي: لم يُشمل بهذا المؤشر ضمن دول الشرق الأوسط.

يلاحظ على بعض الدول تحقق مستويات عالية في مؤشر التأثير الثقافي أكثر من غيرها؛ لأنّها تؤمن بأنّ عناصر (الترفيه، والموضة، والسعادة، والثقافة المؤثرة، والعلامات التجارية، والحدائث، والمكانة المرموقة) تساهم مساهمةً فاعلةً في تحقيق أعلى المستويات التأثير الثقافي، إذ تحتل إيطاليا الصدارة في المؤشر بنسبة (100%)، تبعاً لسمات التأثير الثقافي، فعلى سبيل المثال، وفيما يتعلق بالموضة ترتفع في إيطاليا، بنسبة (100%)، يليها العلامات التجارية، إذ ترتفع في الولايات المتحدة بنسبة (100%)، وتنشغل اليابان بالحدائث بنسبة (100%)، في حين تحتل الإمارات المرتبة الأولى بالمكانة المرموقة بنسبة (100%)، في حين جاءت مصر بالمرتبة الأولى من حيث الثقافة المؤثرة بنسبة (100%)، وتبين النتائج الرئيسة لمؤشر التأثير الثقافي:

- إيطاليا هي البلد الأفضل أداءً لهذا العام ضمن النتائج العالمية من حيث الموضة، و(الترند).
- تُعدّ الولايات المتحدة هي الأفضل من بين الدول من حيث العلامات والمراكات التجارية هي الأولى من بين دول العالم.
- تأتي الإمارات الأفضل من بين الدول من حيث المكانة المرموقة.
- مصر الأفضل عالمياً من حيث الثقافة المؤثرة<sup>(1)</sup>.

يبين الجدول رقم (1) موقع دول العالم في مؤشر التأثير الثقافي.

الدرجة	الدول	المجموع	الترفيه	الموضة	السعادة	ثقافة مؤثرة	علامة تجارية	حادثة	مكانة مرموقة	(الترند)
1	إيطاليا	100	90.2	100	78.7	95.3	84	87.8	66.8	100
2	فرنسا	96.5	86.7	99.3	42.6	89	86.9	97.2	87.4	92.2
3	الولايات المتحدة	88.8	94.2	77.1	22.8	75.4	100	99	69.8	90.8
4	اليابان	81.2	77.2	54.3	30.4	88.7	89.7	100	71.9	73.4
5	إسبانيا	80.9	97.4	80.4	84.6	76.4	46.5	86.8	49	61.2
8	سويسرا	63.9	16.7	60.8	83.4	15.2	65.8	92.8	98.2	39.7
9	ألمانيا	60.4	36.9	38.6	21.6	43.5	91.4	96.7	85	36.3
10	أستراليا	58.7	51.3	55	88.1	14.3	26.9	93.1	67.1	42.9
11	الصين	57.2	45.6	29.5	7.9	93.8	92.5	62.4	34	51.3
12	اليونان	56.4	23.1	53.6	85.6	8.9	47.7	95.1	77.1	32.2
13	السويد	56.2	23.1	53.6	85.6	8.9	47.7	95.1	77.1	32.2
14	الإمارات	56.2	19.2	50.4	25.5	33.6	22.2	82.8	100	79.6
29	قطر	35.8	13.2	31.7	9.7	6.1	9.4	66.7	67.1	67.8
31	مصر	31.8	55	20.1	12.3	100	7.4	7	21.9	18.6
36	السعودية	24.9	11.9	12	8.6	60.3	13.6	31.1	51.2	13.8
38	المغرب	21.5	30.9	27.4	27	42.9	5.7	6.1	9.7	18.5
53	البحرين	9.2	3.3	8.2	10.3	6.1	1.4	20.6	23.2	16.3
58	الأردن	6.2	3.9	4.8	5.5	22.4	4.3	5.6	7.5	12

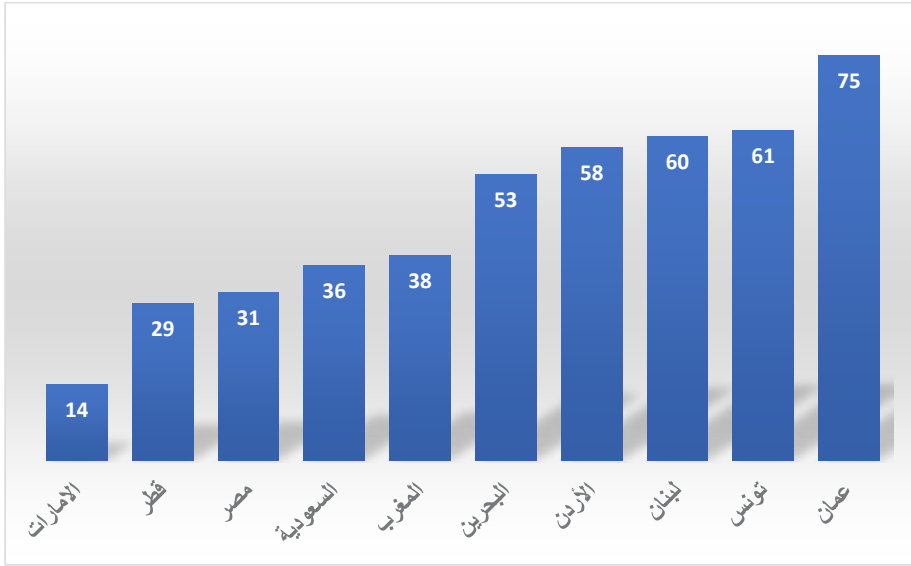
الدرجة	الدول	المجموع	الترفيه	الموضة	السعادة	ثقافة مؤثرة	علامة تجارية	حداثة	مكانة مرموقة	(الترند)
60	لبنان	5	6.8	4.5	2.5	16.5	8.6	4.5	5.5	8.6
61	تونس	5	10.6	5.6	10.5	13.4	4.6	3.8	3.9	5.4
75	عمان	2.4	1.6	2.9	5.5	8.6	4.1	2.7	8.2	6.5

### موقع دول الشرق الأوسط في المؤشر

تتميز منطقة الشرق الأوسط بأنها من أبرز المناطق اختلافاً في معايير التأثير الثقافي وسماته، إذ تحتل بعض دولها مراتب متقدمة في المؤشر، مثل: دولة الإمارات العربية التي جاءت بالمرتبة (14) بدرجة (56.2) عالمياً، وبالمرتبة الأولى عربياً، في المقابل تحتل قطر المرتبة (29) بدرجة (35.8) من (100) درجة عالمياً، والثانية عربياً، وجاءت مصر في المرتبة (31) بدرجة (31.8) من (100) درجة عالمياً، والثالثة عربياً، والسعودية بالمرتبة (36) بدرجة (24.9) من (100) درجة عالمياً، والرابعة عربياً، والمغرب بالمرتبة (38) بدرجة (21.5) من (100) درجة عالمياً، والخامسة عربياً، والبحرين بالمرتبة (53) بدرجة (9.2) من (100) درجة عالمياً، والسادسة عربياً، والأردن بالمرتبة (58) بدرجة (6.2) من (100) درجة عالمياً، والسابعة عربياً، ولبنان بالمرتبة (60) بدرجة (5) من (100) درجة عالمياً، والثامنة عربياً، وتونس بالمرتبة (61) بدرجة (5) من (100) درجة عالمياً، والتاسعة عربياً، وأخيراً عمان بالمرتبة (75) بدرجة (2.4) من (100) درجة عالمياً، والعاشر عربياً<sup>(2)</sup>.

2. cultural influence: [www.usnews.com](http://www.usnews.com).

يبين الشكل رقم (1) ترتيب دول الشرق الأوسط في مؤشر التأثير الثقافي.



### لماذا العراق خارج المؤشر؟ ✓

يرتبط خروج العراق من مؤشر التأثير الثقافي بعوامل عديدة، وقد تكون سمات التأثير الثقافي ومكوناته هي الأساس في خروج العراق من المؤشر.

➤ يرتبط الترفيه في العراق بالوضع السياسي والاقتصادي والأمني للبلد، ومرتبطة بأماكن الترفيه الممثلة بمنزل المشاهير من الأدباء، والعلماء، أو شخصيات تركت أثراً في صفحات التاريخ، أو تحويل الأماكن العادية إلى أماكن ترفيهية، لكن ما نجده في العراق هناك غياب واضح للاهتمام بمثل هذه الأماكن الترفيهية، أو تطوير أماكنها، وانتشار السيترات والتفتيش داخل المدن.

➤ الموضحة في العراق، ترك الحروب والمعارك آثاراً ومخاوف تسود بين القائمين على فعاليات

عروض الأزياء، فضلاً عن التهديدات، وعمليات الاغتيال التي تطال معظم عارضي الأزياء، والدعم الحكومي القليل أو الشبه معدوم، وعدم توفّر التقنيات الحديثة والمواد الأولية، وانحسار المشاركات الخارجية، وصعوبة إيجاد فتيات يقمن بعرض الأزياء في المسارح؛ خشية من العائلة أو العشيرة، والوضع الأمني، تمنع هذه المؤشرات من تطوير عروض الأزياء وصناعتها كمنتج ثقافي.

➤ **السعادة في العراق**، يُعدُّ العراق -ووفق مؤشّر السعادة العالمي- الأكثر حزناً من بين شعوب العالم؛ ويكمن السبب في الصراعات والعنف، والوضع الاقتصادي، والسياسي، وانعدام الحرية بين المواطنين.

➤ **الثقافة المؤثرة في العراق**، ترتبط الثقافة بالأدب، والقصة، والرواية، والمقال النقدي، والعمل المسرحي، وكذلك ترتبط بالكاتب، والأديب، والرسام، والفنان، ومن ثمّ تعبّر الثقافة عن وسائل ارتقاء المجتمع، إذ يعاني العراق من فراغ ثقافي، له أسبابه منها غياب الإنتاج الثقافي، ويعود ذلك إلى جدلية العلاقة بين المثقف والسلطة، وثانياً إلى انصهار الجانب الثقافي الذي يرتبط بظاهرة عدم الاستقرار السياسي وسيطرة سلطة القمع على المثقفين والجانب الثقافي، إذ لا ينمو الجانب الثقافي في المجتمعات المشوهة التي تعاني من التوغلات السياسية والثقافية، وسيطرة المدخلات الاجتماعية والسياسية على الجانب الثقافي<sup>(3)</sup>.

➤ **العلامات التجارية في العراق**، إنّ تزوير العلامات التجارية والماركات في العراق وخارجه، واستيراد بضائع تزور بعلامة تجارية في الداخل، أو استخدام اسم مقارب أو مشابه للعلامة التجارية الأصلية، من دون وجود رقابة شديدة من الجهات المعنية، مؤشراً سيئاً يضلل بها المستهلك، إذ تُعدُّ العلامة التجارية غاية في الأهمية، خصوصاً في الدول المنتجة، أو المصنعة؛ لرفع مكائنها الاقتصادية عن طريق تسجيل العلامة التجارية.

➤ **الحداثة في العراق**، إنّ الواقع العراقي بكل تجلياته بعيدٌ كل البعد عن الحياة الحديثة، وعلى الرغم من امتلاكه للطاقت البشرية والمادية التي بإمكانها أن تحدثا نقلة نوعية في الحياة العراقية لكن المشكلة الرئيسة هي في طبيعة الأنظمة السياسية التي حكمت، إذ لم تخلف الأنظمة بعد

3. حسين علي حسين، أسباب غياب الإنتاج الثقافي في العراق، 2023، على الرابط الإلكتروني:

<https://m.annabaa.org>



سقوطها سوى الخراب والدمار بدأ من تأسيس الدولة العراقية عام 1921 وإنهائه بالكامل، وصولاً إلى عام 2003 ولغاية الآن، أي: مضي قرابة العشر سنوات سيجد أنّ هذه الحياة لم تقترب من الحدائة، أي: إلى الآن يعاني من الظواهر الشاذة، والبنى الخربة، وإشاعة المحاصصة، والتوافقات، والتوازنات في بناء الدولة<sup>(4)</sup>.

### ✓ حلول ممكنة لتحسين مستوى التأثير الثقافي في العراق.

- ينبغي للجهات المعنية كوزارة الثقافة، وأمانة بغداد، ووزارة الإعمار والإسكان والبلديات والأشغال العامة، ووزارة التخطيط، والعمل والشؤون الاجتماعية، الاهتمام والعناية بمنزل المشاهير من الأدباء والعلماء والشخصيات التي تركت أثراً في صفحات التاريخ، وتحويل الأماكن العادية إلى أماكن ترفيهية، وتطوير أماكنها، وإلغاء انتشار السيترات والتفتيش داخل المدن، فضلاً عن الاهتمام بالجانب العمراني وتطويره، والاستفادة من ذوي الخبرة والاختصاص من الشركات الأجنبية؛ لربط جميع مرافق البنية التحتية مع بعضها بعضاً، وتكاملها رأسياً وعمودياً.
- يجب على وزارة الثقافة الاهتمام بالفعاليات التي تُعنى بعروض الأزياء، عن طريق توفير الدعم المالي والمشاركات الخارجية، وكذلك التنسيق مع الجهات الأمنية؛ لتوفير الحماية لعارضي الأزياء وعارضاته من التهديدات والاعتقالات التي تطالهم من العشيرة، والأهل، والجماعات المسلحة.
- يجب الجهات المعنية كوزارة الثقافة والتعليم العالي والتربية إيلاء الاهتمام بالثقافة بالأدب، والقصة، والرواية، والمقال النقدي، والعمل المسرحي، وكذلك توفير الدعم، والاهتمام بالكاتب، والأديب، والرسام، والفنان، والعمل على توفير منتج ثقافي ينافس المنتج الثقافي العالمي غياب الإنتاج الثقافي.
- تشديد الحماية للشركات والعلامات التجارية من قبل وزارات التخطيط، والتجارة، والمالية، فضلاً عن الجهات الأمنية المعنية بهذا الأمر، ومراقبة الجهات التي تعمل على تزوير العلامات التجارية، والماركات في العراق وخارجه، واستيراد بضائع تزور بعلامة تجارية في الداخل، أو استخدام اسم مقارب، أو مشابه للعلامة التجارية الأصلية، وكذلك دعم المعامل وتشغلها، والمصانع لتوفير منتج اقتصادي منافس للسوق العالمي التجاري.

4. موقع إلكتروني، الحدائة في العراق، 2016، على الرابط الإلكتروني: <https://almadapaper.net>.