



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

الاقتصاد الابداعي واهميته في تحقيق التنمية المستدامة

د. نوزاد عبد الرحمن الهيتي



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

info@bayancenter.org

Since 2014

الاقتصاد الابداعي واهميته في تحقيق التنمية المستدامة

د. نوزاد عبد الرحمن الهيتي*

المقدمة:

شهد العالم مع مطلع القرن الحادي والعشرين تطورات مطردة تتحدث عن اقتصاد جديد « الاقتصاد الابداعي » وهو مختلف عن القطاعات التقليدية التي سادت العالم في القرن الماضي. بدأ الاقتصاد الابداعي يتطور ويأخذ حيزاً كبيراً، ويؤثر بشكل إيجابي في اقتصادات بعض الدول، مع إدراكها بأهميته في تنوع مصادر الدخل، وتوفير الوظائف، واستدامته، لأن مصدره خيال الموهوبين، وعقول المفكرين. وبات الاقتصاد الابداعي يُمثل اليوم الشغل الشاغل للعديد من دول العالم لاسيما تلك التي تتمتع بإرث تاريخي وثقافي ممتد عبر السنين، ويُشكل هذا الاقتصاد أيضاً واحداً من أهم قطاعات المستقبل الواعدة صاحبة النمو المطرد والإمكانات الهائلة ومن أسرع القطاعات نمواً في الاقتصاد العالمي، وأكثرها نشاطاً من حيث الإنتاجية والعوائد، وتوفير فرص العمل وفتح آفاق التصدير، بالإضافة إلى دوره في تعزيز النمو الاقتصادي المستدام. ويمثل الاقتصاد الابداعي حوالي (7%) من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وقيمته تتجاوز اليوم أربعة تريليون دولار.

ونظراً للأهمية المتزايدة للاقتصاد الابداعي ودوره في تعزيز التنمية المستدامة أعلنت الأمم المتحدة أثناء انعقاد الدورة (74) للجمعية العامة للأمم المتحدة عام 2019، عن تسمية العام 2021 عاماً للاقتصاد الابداعي من أجل الوصول إلى التنمية المستدامة في العالم، ويعكس هذا الإعلان أهمية الاقتصاد الابداعي ودوره في مواجهة التحديات والصعوبات. وتعمل العديد من الهيئات والمؤسسات الدولية الكبرى، مثل (اليونسكو) وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، على دعم هذا النوع من الاقتصاد. تم صياغة مصطلح «الاقتصاد الابداعي»، من أجل فهم أفضل لكيفية تداخل القطاعات المختلفة واستفادتها منه، في عالم رقمي متغير باستمرار. وإدراكاً من دول العالم لأهمية الاقتصاد الابداعي ولقدرة الثقافة والإبداع على الإسهام بشكل مباشر في التنمية المستدامة، بالإضافة إلى قيمتهما الاجتماعية المتمثلة في جودة الحياة، فقد قامت (40) دولة من قارات العالم بوضع استراتيجيات وخطط للاقتصاد الابداعي.

* أستاذ الاقتصاد السياسي - المعهد الدبلوماسي - دولة قطر.

سنتناول في هذه الورقة بشرح مفهوم الاقتصاد الإبداعي وأهميته في التنمية المستدامة، وكذلك بيان التوجهات العالمية للخطط والاستراتيجيات ذات الصلة بالاقتصاد الإبداعي وتوضيح التجارة الدولية للسلع والخدمات الإبداعية، وبيان سبل بناء الأطر المؤسسية والسياساتية التي تعزز دور الاقتصاد الإبداعي في خدمة التنمية المستدامة.

أولاً- مفهوم الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية:

1 - مفهوم الاقتصاد الإبداعي:

بدأ الترويج لمفهوم الاقتصاد الإبداعي لأول مرة من قِبل الكاتب البريطاني «جون هوكنز» في عام 2001، وأطلقه على (15) نشاطاً تشمل مجالات متنوعة تبدأ بالفنون وتمتد لتشمل مجالات العلم والتكنولوجيا. واليوم، يُعتبر الاقتصاد الإبداعي قطاعاً رئيسياً ومهيماً في مجال المهن والأعمال والتجارة والاقتصاد⁽¹⁾.

ويُعرف مصرف التنمية للبلدان الأمريكية الاقتصاد الإبداعي بأنه ” مجموعة الأنشطة التي تتيح تحويل الأفكار إلى سلع وخدمات ثقافية وإبداعية ذات قيمة محمية أو يمكن حمايتها بمقتضى حقوق الملكية الفكرية⁽²⁾. وترتكز منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة ” اليونسكو“ على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للثقافة، بناءً على مفهومي المجالات الثقافية والمجالات ذات الصلة ودورة الثقافة⁽³⁾. أما المنظمة العالمية للملكية الفكرية ” الوايو“، فترتكز على أهمية حقوق المؤلف وتصنف القطاعات وفقاً لمدى توقف أنشطتها على حقوق المؤلف⁽⁴⁾. وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية « الأونكتاد» في التقرير الأول الصادر عام 2008 الاقتصاد الإبداعي بأنه: ذلك النمط من النشاط الاقتصادي، الذي يقوم على استغلال الأصول الإبداعية، التي يمكن أن تولد النمو الاقتصادي، وتقود إلى التنمية الاقتصادية⁽⁵⁾.

ومن هذا التعريف يمكن القول: إن الاقتصاد الإبداعي هو الاقتصاد الذي يقوم على توليد وتسويق الإبداع، بوصفه نتاج تفاعل بين ثلاثة عناصر أساسية، وهي: الإبداع البشري، واستخدام التكنولوجيا، والاستثمار في المعرفة. ويعتمد الاقتصاد الإبداعي على استخدام الناس لخيالهم الإبداعي لزيادة قيمة الفكرة. طور جون هوكينز هذا المفهوم في عام 2001 لوصف الأنظمة الاقتصادية حيث تعتمد القيمة على صفات خيالية جديدة بدلاً من الموارد التقليدية من الأرض

والعمل والفرد⁽⁶⁾. وبالمقارنة مع الصناعات الإبداعية، التي تقتصر على قطاعات محددة، يستخدم المصطلح لوصف الإبداع في جميع أنحاء الاقتصاد بأكمله. ويرى بعض المراقبين أن الإبداع هو السمة المميزة لاقتصادات القرن الحادي والعشرين المتقدمة، تماماً كما كان التصنيع نموذجاً للقرن التاسع عشر والنفط في القرن العشرين⁽⁷⁾. عندما قام جون هوكينز بتعميم مصطلح «الاقتصاد الإبداعي» في عام 2001، قام بتطبيق المصطلح على الفنون والسلع والخدمات الثقافية ولعب الأطفال والألعاب والبحث والتطوير. تشترك النماذج الأكثر شيوعاً للاقتصاد الإبداعي في العديد من العناصر. يتضمن نموذج هوكينز القائم على الإبداع جميع أنواع الإبداع، سواء تم التعبير عنه في الفن أو الابتكار⁽⁸⁾.

يُعد الاقتصاد الإبداعي نقطة الالتقاء بين الثقافة والاقتصاد، وذلك من خلال تحويل الأعمال الفنية والأفكار الثقافية إلى فرص استثمارية إبداعية ومشاريع تجارية، تسهم في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ودعم المكانة الثقافية للدول وتوجيه طاقات الشباب والمبدعين نحو امتلاك المشاريع الإبداعية القائمة على المعرفة والابتكار

يُعنى الاقتصاد الإبداعي بالإسهام في الناتج المحلي للدولة، عبر تحويل الأفكار الإبداعية إلى سلع وخدمات ثقافية قابلة للنشر والعرض والاستهلاك، وقد قسمت اليونسكو الاقتصاد الإبداعي إلى سبع مجالات ثقافية، لتسهيل عرض وتصنيف البيانات، منها الدعاية والإعلان والفندقة والملبوسات، والمنسوجات ودور العرض السينمائي، وهي أمور مرتبطة بالجانب السياحي والترفيهي، وتسهم بشكل فعال في تحسين جودة حياة سكان المناطق التي تحتضن المشروعات الثقافية⁽⁹⁾.

هناك عدة طرق لقياس الاقتصاد الإبداعي. ومن الممكن استخدام نفس المؤشرات كما هو الحال في الاقتصادات الأخرى، مثل مخرجات المنتجين، وإنفاق المستهلكين، والعمالة، والتجارة. تستخدم الشركات أيضاً بيانات التقييم وسلاسل القيمة والأسعار والمعاملات. هناك مؤشرات إضافية للملكية الفكرية. ومع ذلك، فإن قياس الأمور غير الملموسة مثل الأفكار والتصميم والعلامات التجارية والأسلوب يمثل تحدياً، علاوة على ذلك، تختلف طبيعة العمل، حيث توجد نسبة عالية من العاملين بدوام جزئي، كما أن العديد من المعاملات غير مالية. وكانت الحكومات بطيئة في تعديل إحصاءاتها الوطنية لتشمل الأشكال الجديدة من المهن والإنتاج والمعاملات الإبداعية. ونتيجة لذلك، فإن البيانات الوطنية المتعلقة بالعمالة والناتج المحلي الإجمالي والتجارة غالباً ما تكون

غير موثوقة. وتعكف الولايات المتحدة والمملكة المتحدة الآن على تعديل إحصاءاتها الوطنية لقياس اقتصاداتها الإبداعية بشكل أكثر دقة (10).

2- مفهوم الصناعات الإبداعية:

بدأ استخدام مصطلح «الصناعات الإبداعية» منذ عقدين لوصف مجموعة من الأنشطة، بعضها من أقدم الأنشطة في التاريخ، وبعضها لم يظهر إلى الوجود إلا مع ظهور التكنولوجيا الرقمية، ويرتبط ظهور الصناعات الإبداعية بالأهمية المتزايدة لالتحاق الإنتاج والاستهلاك بالسلع الرمزية. وكما يلاحظ كريس بيلتون وروث ليري فإن الصناعات الإبداعية، تُنتج سلع رمزية (إفكار وتجارب وصور)، حيث تعتمد القيمة بالأساس على سلوك المعاني الرمزية وتعتمد قيمتها على فك المستخدم النهائي (المشاهد، والمجتمع، والمستهلك) للشفرة والوصول إلى القيمة ضمن هذه السياقات، من هنا، فإن قيمة السلع الرمزية تعتمد على فهم المستخدم بقدر اعتمادها على خلق المحتوى الأصلي، وأن القيمة قد تُترجم، أو لا تُترجم، إلى عائد مادي (11). وهذا التعريف للصناعات الإبداعية مفيد من حيث إقراره بالأبعاد غير المالية عادة للإنتاج الإبداعي، وبعلاقتها بأنظمة المعاني والرموز، وكذلك الأهمية المتزايدة للإنتاج والتصميم الرمزي للسلع الاستهلاكية المصنعة بمختلف أنواعها من الأحذية إلى المركبات ذات المحركات والهواتف النقالة (12).

ويُعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية «الأونكتاد» الصناعات الإبداعية بأنها: «السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمدخلات أولية، وتشمل أربع مجموعات، وهي: التراث، والفنون، ووسائل الإعلام، والإبداعات الوظيفية.» وتوصف الصناعات الإبداعية بأنها دورات خلق وإنتاج وتوزيع السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمدخلات أساسية. وتشكل هذه الصناعات من مجموعة من الأنشطة القائمة على المعرفة، والتي تركز على الثقافة والتراث، على سبيل المثال لا الحصر، إمكانية توليد إيرادات من التجارة وحقوق الملكية الفكرية.

لقد أتاح مفهوم الصناعات الإبداعية - بما يعنيه من ابتكار ومغامرة ومشروعات وبدايات جديدة، وأصول غير ملموسة، وتطبيقات خلاقة للتقنيات الجديدة- مصدراً أوسع. وهناك نقاش واسع على مستوى العالم حول كيف يمكن إقامة مدن ومناطق إبداعية لتطوير الصناعات الإبداعية.

وفي المملكة المتحدة، وكندا، وأستراليا، ونيوزيلندا وتايوان، وكوريا وهونك كونك، وسنغافورة توضع استراتيجية تطوير الصناعات الإبداعية باعتبارها جزءاً من استراتيجية الابتكار القومي. ويرى كُتاب مثل شارلز ليدبيتر وجون هوكينز وريتشارد فلوريدا، إننا الآن في اقتصاد إبداعي، حيث تتحول الرأسمالية من الداخل، وفي نظام أقدم يتمحور حول المشاركة، تجسده شركات كبيرة، إلى نظام يلعب البشر دوراً أكبر في تسييره، كما يقول ريتشارد فلوريدا، حيث يكون للأفكار والابتكارات الجديدة اليد العليا (13).

أهمية الصناعات الإبداعية من خلال دورها المتوقع كموجه للمعرفة الاقتصادية وميسر للصناعات والخدمات الأخرى، من خلال تزويدها على سبيل المثال، بالمحتوى الرقمي الذي يترجم مباشرة إلى ميزة تنافسية وطاقات إبداع لقطاعات الاقتصاد الأخرى، وكذلك من خلال احتضان رأس المال الإبداعي والعاملين الإبداعيين. وهكذا كانت الصناعات الإبداعية تعني بالأساس أنشطة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والإنترنت وحقوق النشر، والأزياء ومجالات أخرى، فهي تنتشر في الكثير من الأنشطة الأخرى مثل السياحة، النقل، الشحن الجوي، الطاقة، المالية، التأمين، الإعلان، الرعاية الصحية، الشؤون القانونية، المحاسبة الاتصالات الهاتفية، البناء، الهندسة، العمارة، الضرائب، التعليم، التجارة الإلكترونية، الخدمات البيئية والعديد من المجالات الأخرى (14).

ثانياً- أهمية الاقتصاد الإبداعي:

إذا كان النفط يشكل الوقود الأساسي للاقتصاد في القرن العشرين، فإن الإبداع هو الوقود الأساسي في القرن الواحد والعشرون. وبنفس الطريقة التي كانت بها سياسة الطاقة والحصول على الطاقة من العوامل المحددة للجغرافيا السياسية طوال القرن العشرين، فربما تكون السياسات الهادفة إلى تعزيز وحماية الإبداع والابتكار هي المحددات الحاسمة للنجاح في القرن الواحد والعشرين.

لقد تنامت أهمية الاقتصاد الإبداعي في الآونة الأخيرة، واستطاع هذا الشكل من الاقتصاد أن يفرض نفسه على الساحة العالمية، بوصفه فرعاً جديداً من فروع العلوم الاقتصادية، القائم على فهم أكثر عمقاً لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم ورفاه المجتمعات، وتحسين نوعية الحياة، ويتميز هذا الاقتصاد بمرونة عالية وقدرة على مواجهة التقلبات الاقتصادية، وتوفير نمو مستدام يمتد لسنوات عديدة، ويُعد الاقتصاد الإبداعي نمطاً اقتصادياً متطوراً، يقوم على توظيف المواهب الفكرية والقدرات المعرفية والطاقات الابتكارية بوصفها مكونات أساسية

في العملية الإنتاجية، وذلك بعد أن أصبحت المعرفة تشكل قوة ومحركاً اقتصادياً عظيماً، وباتت العلاقة بين المعرفة والاقتصاد علاقة ترابط وتكامل لا انفكك فيها، فأصبح الاقتصاد الجديد في وقتنا الحاضر هو الاقتصاد القائم على المعرفة والأفكار والإبداع، وأصبحت هذه العناصر هي اللاعب الرئيس، الذي يتحكم في اقتصاد السوق، وهي المحرك الأساس للنمو الاقتصادي⁽¹⁵⁾.

إن الاقتصاد الإبداعي خيار إنمائي قابل للتنفيذ، نظراً لاعتماده على الأفكار والمعارف والمهارات والقدرة على الاستفادة من الفرص الجديدة. ويوجد ما يدل حالياً على أن الاقتصاد الإبداعي يوفر إمكانيات كبيرة للبلدان النامية لتعزيز اقتصاداتها والاستفادة على نحو أفضل من قطاع الاقتصاد العالمي هذا المعتمد على المعرفة والذي ينمو بمعدلات مرتفعة.

وأمام هذه الصورة قامت العديد من الدول لاسيما في أمريكا والبحر الكاريبي بإنشاء هيكل مؤسسية تهتم بالاقتصاد الإبداعي ومن هذه المؤسسات أمانة الاقتصاد الإبداعي في إطار وزارة الثقافة البرازيلية. وتتمثل مهمة هذه الأمانة في قيادة عملية صوغ السياسات العامة للتنمية المحلية والإقليمية وتنفيذها ورصدها، مع إعطاء الأولوية لدعم وتعزيز المشاريع المهنية والإبداعية الصغيرة والبالغة الصغر في البرازيل. ومركز ابتكار الصناعات الإبداعية في فنلندا، الذي يساعد في تسخير الصناعات الإبداعية بوضع استراتيجيات للنشاط التجاري والمساعدة في جذب الاستثمارات واستخدام أحدث التقنيات.⁽¹⁶⁾

في عام 2019، وأثناء انعقاد الدورة (74) للجمعية العامة للأمم المتحدة، تم إعلان عام 2021 كعام للاقتصاد الإبداعي من أجل الوصول إلى التنمية المستدامة في العالم، وهذا إعلان واعتراف بأن «الاقتصاد الإبداعي» يأتي في مقدمة الحلول التي من المفترض أن يلجأ إليها العالم لمواجهة التحديات والصعوبات. وإدراكاً من الأمم المتحدة بقدرة الثقافة والإبداع على الإسهام بشكل مباشر في التنمية المستدامة، إضافة إلى قيمتها الاجتماعية المتمثلة في جودة الحياة.

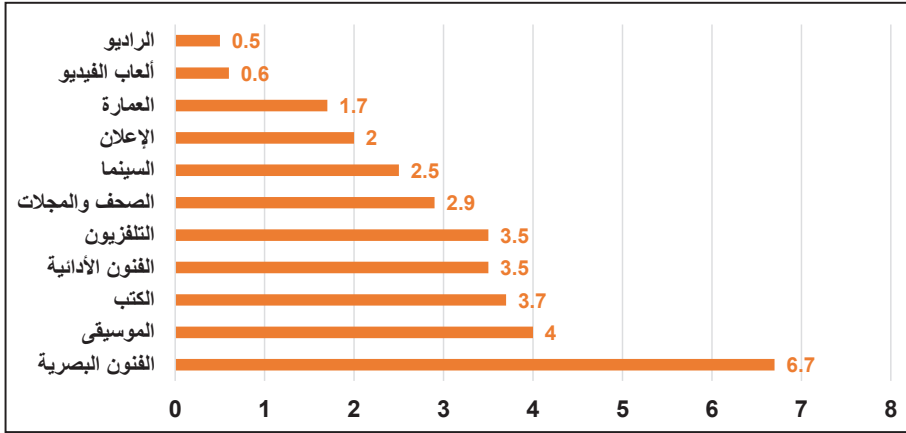
وتلعب الصناعات الإبداعية المتمثلة في الفنون البصرية والأداء والسينما والتلفزيون والراديو، وصناعة المحتوى والكتب والصحف والمجلات والعمارة وألعاب الفيديو، دوراً مهماً في الاقتصاد العالمي، فطبقاً لتقديرات الأمم المتحدة تُولد صناعات الاقتصاد الإبداعي عائدات سنوية تبلغ 2.25 تريليون دولار وتشكل (30) مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم، وتوظف هذه الصناعات عدداً أكبر من الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 29 عاماً مقارنة بأي قطاع آخر،

ويشكل التلفزيون والفنون المرئية أكبر صناعات الاقتصاد الإبداعي من حيث الإيرادات، بينما الفنون المرئية والموسيقى هي أكبر الصناعات من حيث التوظيف⁽¹⁷⁾.

وتحدر الإشارة إلى أن القطاعات الثقافية والإبداعية تسهم بشكل كبير في الاقتصاد العالمي، فالقطاع الثقافي يمثل (3.1%) من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتوفر الصناعات الإبداعية (6.2%) من إجمالي فرص العمل، وتولد ما يناهز (50) مليون وظيفة في أنحاء العالم كافة، وتوظف عدداً من أكبر من الشباب (الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً) مقارنة بالقطاعات الأخرى. ويعزز الاقتصاد الإبداعي الإدماج الاجتماعي والتنوع الثقافي والتنمية البشرية. وتجعل هذه العوامل من القطاعات الإبداعية مجالات حاسمة لتحقيق خطة عام 2030⁽¹⁸⁾.

وغني عن البيان، فإن الفنون البصرية تشكل أكثر قطاعات الاقتصاد الإبداعي من حيث الوظائف تليها الموسيقى في المرتبة الثانية، الكتب في المرتبة الثالثة والفنون الأدائية في المرتبة الرابعة.

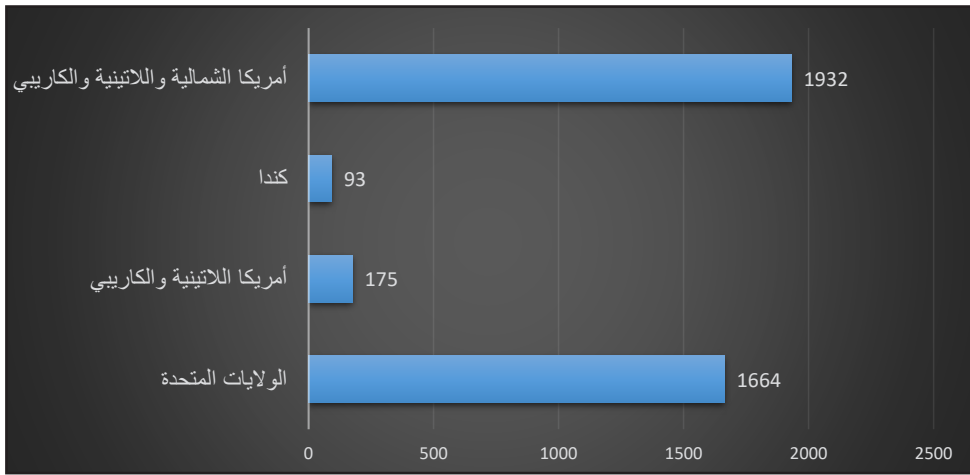
شكل (1) عدد وظائف الاقتصاد الابداعي بحسب القطاعات "مليون وظيفة"



Source: <https://blogs.worldbank.org/jobs/dont-overlook-orange-economy-five-reasons-why-creativity-key-jobs-agenda>

وتُعد دول الأمريكيتان من أكثر مناطق العالم اهتماماً بالاقتصاد الإبداعي، حيث بلغ حجم هذا الاقتصاد فيهما نحو (1932) مليار دولار، كان معظمه متركز في الولايات المتحدة، حيث شكل ما نسبته (86%) من حجم الاقتصاد الإبداعي في أمريكا الشمالية والجنوبية البالغ (1932) مليار دولار⁽¹⁹⁾.

شكل (2) حجم الاقتصاد الإبداعي في أمريكا الشمالية والجنوبية



المصدر: نوزاد عبد الرحمن الهيتي، الاقتصاد البرتقالي المضامين والتطبيقات: دولة قطر نموذجاً مجلة التريية، العدد (205)، 2023، ص 76

ثالثاً- الخطط والاستراتيجيات الوطنية ذات الصلة بالاقتصاد الإبداعي:

يُشكل وضع الخطط والاستراتيجيات الوطنية المعنية بالاقتصاد الإبداعي ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة، لذلك وضعت العديد من دول العالم استراتيجية محددة أو خطة وطنية لدعم وتطوير الإبداع للصناعات على المستوى الوطني. ومع ذلك، فإن الاستراتيجيات والخطط الوطنية غالباً ما تطبق تعريفات مختلفة لما يشكل الاقتصاد الإبداعي. ومن بين البلدان المستجيبة كمبوديا وجمهورية أفريقيا الوسطى وهندوراس ولاتفيا وترينيداد. وكانت توباغو من أوائل من وضعوا استراتيجيات وخطط وطنية لتطوير الصناعات الإبداعية من عام 2005 إلى عام 2015.

وطورت دول أخرى استراتيجياتها وخططها خلال النصف الثاني من عام 2010. بالإضافة إلى ذلك، قامت العديد من البلدان بصياغة خطط وطنية لإبداعها الصناعات في عامي 2020 و2021 كجزء لا يتجزأ من خطة التعافي لمرحلة ما بعد (كوفيد-19). كما أدرجت بعض الدول مثل لاتفيا والبرتغال وعمان وتركيا الصناعات الإبداعية في تميمتها الوطنية طويلة الأجل أو استراتيجيات التنمية المستدامة.

وتجدر الإشارة إلى أنه قد تم الاعتراف المؤسسي الرسمي بالاقتصاد الإبداعي عام 2015، وقد انتشر هذا القطاع بسرعة في جميع أنحاء العالم النامي. ويسلط الجدول (1) الضوء على تركيز ومحتوى بعض الاستراتيجيات الوطنية وخطط للاقتصاد الإبداعي في أكثر من (25) دولة في قارات العالم المختلفة.

جدول (1) الاستراتيجيات والخطط الوطنية للاقتصاد الابداعي

سنة التنفيذ	الخطة / الاستراتيجية المعنية للصناعات الابداعية	الدولة
2005	وثيقة السياسة الثقافية الوطنية لجمهورية أفريقيا الوسطى	جمهورية أفريقيا الوسطى
2010	استراتيجية التنمية المستدامة 2030	لاتفيا
2014	سياسة كمبوديا الوطنية للثقافة	كمبوديا
2014	استراتيجية هندوراس الوطنية لتنشيط صناعة السياحة والثقافة	هنداروس
2015	الخطة الاستراتيجية لترينيداد وتوباغو لصناعة الأزياء	ترينيداد وتوباغو
2016	استراتيجية جورجيا الثقافية 2025	جورجيا
2016	برنامج منغوليا الوطني للإنتاج الثقافي	منغوليا
2016	استراتيجية السياسة الثقافية الروسية للاتحاد الروسي حتى عام 2030	الاتحاد الروسي
2017	إطار سياسة كندا الإبداعية لعام 2017	كندا
2017	سياسة الثقافة الوطنية في شيلي	تشيلي
2017	خطة الوطنية لشيلي لتعزيز الاقتصاد الإبداعي	تشيلي

سنة التنفيذ	الخطة / الاستراتيجية المعنية للصناعات الابداعية	الدولة
2017	المخطط القطاعي لوزارة الثقافة	المغرب
2017	حزمة الصناعات الإبداعية في بولندا	بولندا
2017	الخطة الاستراتيجية لصناعة الموسيقى 2017	ترينيداد وتوباغو
2018	برنامج دولة أذربيجان لحماية وتطوير فن السجاد 2018	أذربيجان
2018	استراتيجية التصدير الإبداعي في كندا لعام 2018	كندا
2018	استراتيجية قطاع التعليم الثقافي في لاتفيا 2018	لاتفيا
2018	المشروع الوطني "الثقافة" 2018	الاتحاد الروسي
2018	الخطة الاستراتيجية لترينيداد وتوباغو لصناعة السينما	ترينيداد وتوباغو
2019	الخطة الاستراتيجية لوزارة الثقافة والفنون الجميلة	كمبوديا
2019	حماية وتعزيز ثقافة وتنمية الاقتصاد البرتقالي	كولومبيا
2019	خطة الإكوادور الشاملة لتعزيز الثقافة – Creative Ecuador	الأكوادور
2019	المكسيك كرياتفو 2019	المكسيك
2019	استراتيجية الدبلوماسية الثقافية بنما	بنما
2019	خطة التنمية الحادية عشرة لتركيا	تركيا
2020	وثيقة السياسة الثقافية الوطنية	جمهورية أفريقيا الوسطى
2020	الاقتصاد البرتقالي: السياسة المتكاملة	كولومبيا
2020	استراتيجية ميانمار الوطنية للتصدير (2020-2025) (الحرف اليدوية)	ميانمار
2020	الاستراتيجية الوطنية لنيكاراغوا للاقتصاد الإبداعي	نيكاراغوا
2020	السياسة الثقافية الوطنية في بيرو	بيرو
2020	استراتيجية بولندا لتنمية رأس المال الاجتماعي (التعاون والثقافة والإبداع)	بولندا
2020	رؤية البرتغال الاستراتيجية لخطة الإنعاش الاقتصادي 2020-2030	البرتغال

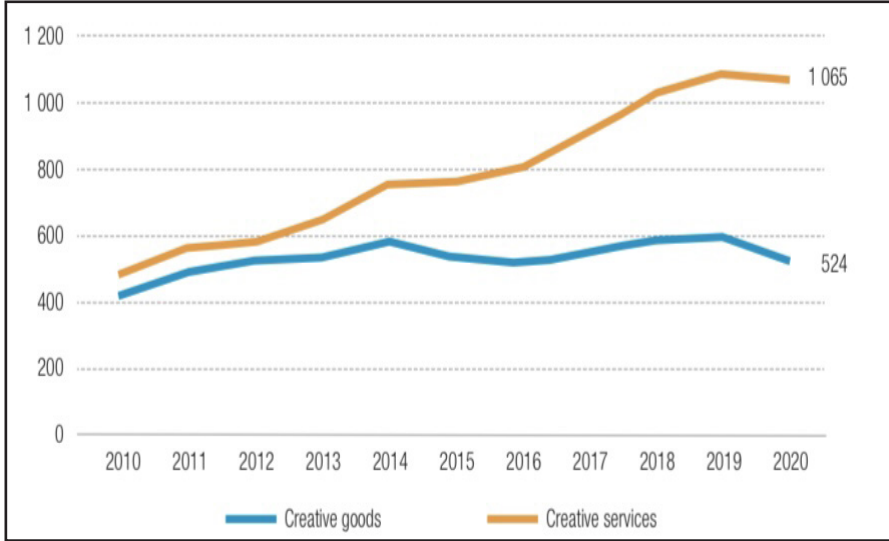
الدولة	الخطة / الاستراتيجية المعنية للصناعات الابداعية	سنة التنفيذ
أندورا	خطة أندورا لتنمية الصناعة السمعية والبصرية	2021
غواتيمالا	لجنة الاقتصاد البرتقالي التابعة لجمعية المصدرين الغواتيمالية (أجي السبورت)	2021
لاتفيا	خطة التنمية الوطنية في لاتفيا 2021-2027	2021
عمان	رؤية عمان 2040	2021
بيرو	خطة إنعاش بيرو للصناعات الثقافية والفنية	2021
الاتحاد الروسي	استراتيجية الاتحاد الروسي لتطوير صناعة الآلات الموسيقية والمعدات الصوتية	2021
الإمارات العربية المتحدة	استراتيجية الصناعات الثقافية والإبداعية العشرية	2021
ميانمار	ميانمار 4.0؛ التجارة الإلكترونية؛ التنمية الاقتصادية الرقمية.	2021

Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook 2022: overviews, Geneva, 2022, P.24-25

رابعاً- التجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية:

تُولد التجارة في السلع الإبداعية والخدمات إيرادات متزايدة للدول، غير أنها تولد خدمات إبداعية تتخطى بكثير الصادرات الخاصة بالسلع الإبداعية. ويلاحظ من بيانات تقرير أفاق الاقتصاد العالمي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية «الأونكتاد» لعام 2022 زيادة حجم الصادرات العالمية من السلع الإبداعية من (419) مليون دولار في عام 2010 إلى (524) مليار دولار عام 2020 أي بنسبة ارتفاع بلغت (25.05%)، بينما زادت الصادرات العالمية من الخدمات الإبداعية من (487) مليار دولار أمريكي إلى ما يقرب من (1.1) تريليون دولار أمريكي خلال نفس الفترة، أي بنسبة زيادة بنسبة (118.7%).

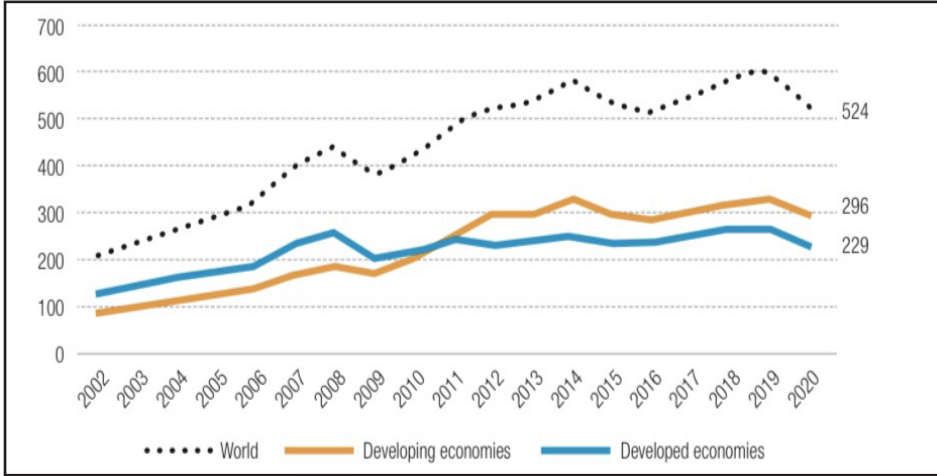
شكل (3) التجارة العالمية من السلع والخدمات الإبداعية (2010-2020) مليار دولار



Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook 2022: overviews, Geneva, 2022, P.4

شهدت الصادرات السلعية نمواً مطرداً خلال العقد المنصرم، حيث ارتفعت من قرابة (200) مليار دولار عام 2022 حتى وصلت الى نحو (600) مليار دولار عام 2019، لكن سرعان ما انخفضت عام 2020 إلى (524) مليار دولار نتيجة لجائحة كورونا. ويلاحظ تنامي صادرات الدول النامية من السلع الإبداعية، حيث تحطت مثيلاتها في الدول المتقدمة خلال العشرية الثانية من القرن العشرين، بعد أن كانت الدول المتقدمة هي المهيمنة خلال العقد الأول. وبلغت الفجوة في الصادرات بينهما عام 2020 نحو (67) مليار دولار لصالح الدول النامية التي صدرت سلع إبداعية بنحو (296) مليار دولار، بينما بلغت صادرات الدول المتقدمة (229) مليار دولار.

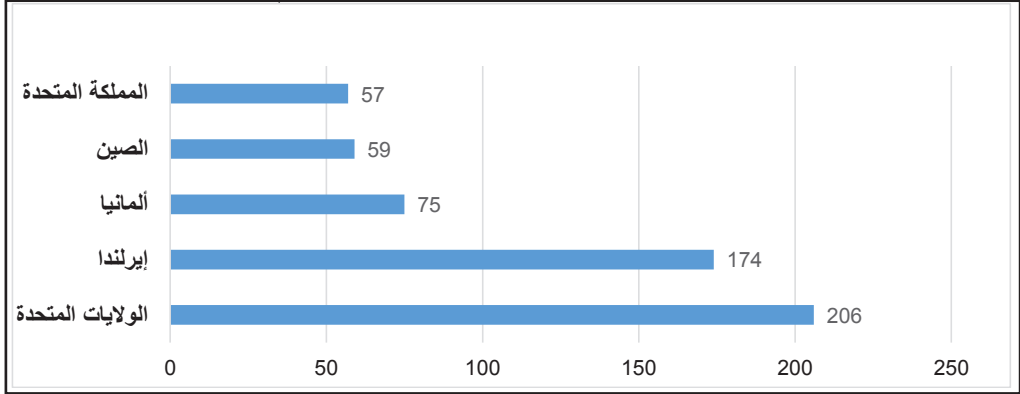
شكل (4) إجمالي الصادرات السلعية الإبداعية في الاقتصادات المتقدمة والنامية



Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook 2022: overviews, Geneva, 2022, P.4

وتهيمن الولايات المتحدة على سوق صادرات الخدمات الإبداعية، حيث بلغت قيمة صادراتها من الخدمات الإبداعية نحو (206) مليار دولار تشكل نحو (39.3%) من إجمالي صادرات الخدمات الإبداعية على الصعيد العالمي، تليها إيرلندا بنسبة (33.2%)، ثم ألمانيا في المرتبة الثالثة بنسبة (14.3%) فجمهورية الصين الشعبية في المرتبة الرابعة بنسبة (11.3%)، فالمملكة المتحدة في المرتبة الخامسة بنسبة (10.9%).

شكل (5) الدول الخمس الأعلى عالمياً في صادرات الخدمات الإبداعية لعام 2020 (مليار دولار)

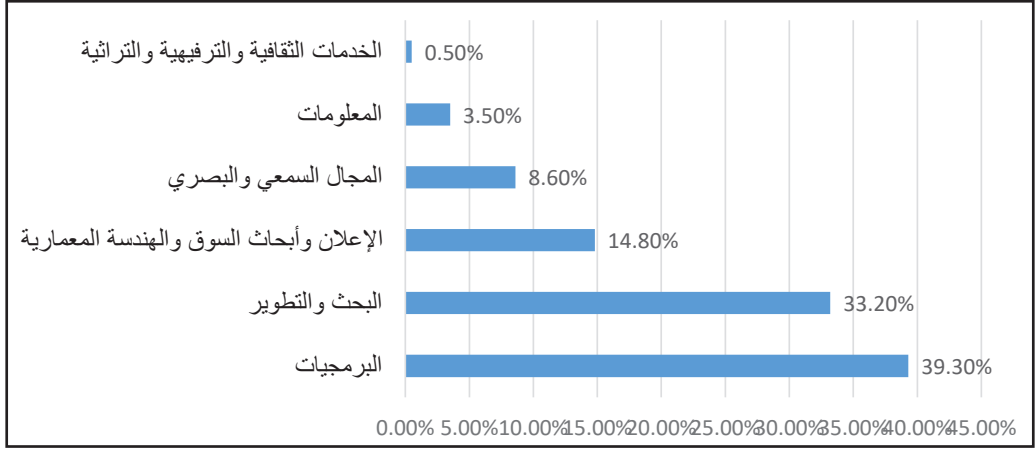


المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

UNCTAD, Creative Economy Outlook 2022: over views, Geneva, 2022, P.6

ويشير مشهد التوزيع النسبي لصادرات الخدمات الإبداعية إلى هيمنة خدمات البرمجيات التي شكلت ما نسبته (39.3%) من إجمالي صادرات الخدمات الإبداعية لعام 2020، ثم البحث والتطوير بنسبة (33.2%)، يليه الإعلان، وأبحاث السوق، والهندسة المعمارية (14.8%)، والمجال السمعي البصري (8.6%)، والمعلومات (3.5%)، والخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية (0.5%).

شكل (6) إجمالي صادرات الخدمات الإبداعية بحسب فئة الخدمة لعام 2020 %



المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook, Geneva, 2022

وجدير بالذكر، فإن الدول المتقدمة تُسيطر على الصادرات من فئات الخدمات كافة، كما تُصدر فئات متنوعة من الخدمات قياساً بالدول النامية، فعلى سبيل الإبانة، تستأثر الدول المتقدمة على أكثر من (90%) من الصادرات العالمية من خدمات البحث والتطوير والخدمات السمعية البصرية، التي تنطوي على إيرادات تصدير كبيرة مُستمدة من المبيعات والتراخيص⁽²⁰⁾.

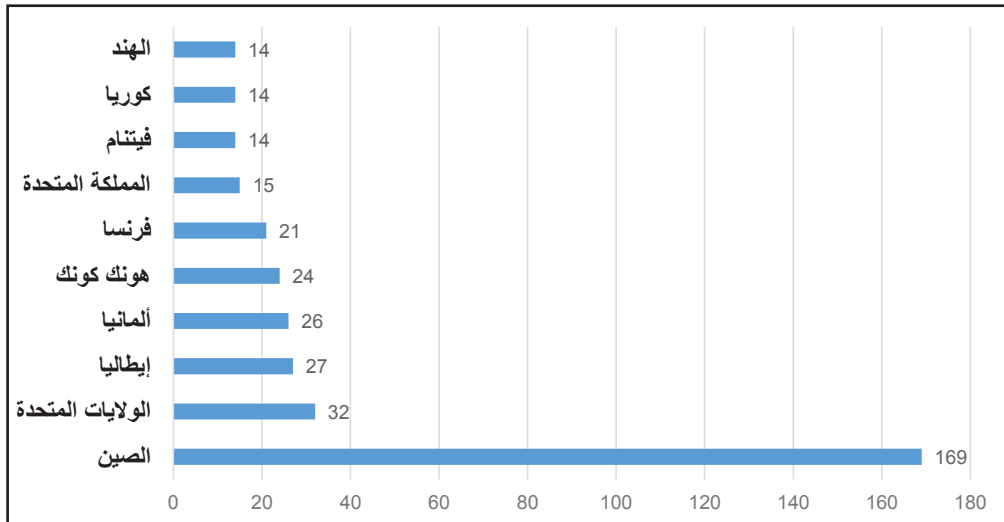
أما فيما يتعلق بالمشهد الإحصائي المتعلق بالصادرات العالمية من السلع الإبداعية، فيلاحظ هيمنة مجموعة صغيرة من البلدان على أكثر من ثلثي صادرات السلع الإبداعية العالمية في عام 2020، وكانت الصين إلى حد بعيد أكبر مصدر للسلع الإبداعية (169) مليار دولار، تليها الولايات المتحدة (32) مليار دولار وإيطاليا (27) مليار دولار أمريكي).

وتضم قائمة المصدرين العشرة الرائدة للإبداع في العالم لعام 2020 خمس اقتصادات من آسيا، وأربعة من أوروبا، وواحد من أمريكا الشمالية. وإجمالاً، استحوذ المصدرون العشرة الأوائل

على (68.2%) من الصادرات العالمية من السلع الإبداعية. ورغم أن عام 2020 كان عاماً استثنائياً بسبب جائحة كوفيد-19، إلا أن قائمة المصدرين العشرة الأوائل لم تتغير بشكل ملحوظ بين عام 2020 والأعوام السابقة. في عام 2020، خرجت دولتان، سويسرا والإمارات العربية المتحدة من قائمة العشرة الأوائل، بينما انضمت إليها فيتنام وجمهورية كوريا.

ويلاحظ من الجدول 2. إن أكبر عشرة مصدرين للسلع الإبداعية من الاقتصادات المتقدمة في عام 2020. ويوضح الجدول أيضاً الأهمية النسبية لصادرات السلع الإبداعية لهذه البلدان. ومن بين الدول المتقدمة، الولايات المتحدة وإيطاليا وفرنسا وبولندا وسويسرا والمملكة المتحدة السلع الإبداعية الصادرات أكبر من المتوسط العالمي والإقليمي.

شكل (7) الدول العشر الأعلى عالمياً في صادرات السلع الإبداعية لعام 2020 مليار دولار



المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

UNCTAD, Creative Economy Outlook 2022, Geneva, 2022, P.37

جدول (2) الدول العشر الأكثر تصديراً للسلع الإبداعية في الاقتصادات المتقدمة لعام 2020 « مليار دولار »

الدولة	صادرات السلع الإبداعية	الحصة من إجمالي الصادرات العالمية من السلع الإبداعية %	حصة السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات %
الولايات المتحدة	32371	6.2	2.3
إيطاليا	27031	5.2	5.4
ألمانيا	26064	5.0	1.9
فرنسا	21438	4.1	4.4
المملكة المتحدة	15331	2.9	3.8
جمهورية كوريا	13900	2.7	2.7
بولندا	11593	2.2	4.2
سويسرا	10868	2.1	3.4
هولندا	10781	2.1	1.6
اليابان	7326	1.4	1.1
الإجمالي	176704	33.7	

المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

UNCTAD, Creative Economy Outlook 2022, Geneva, 2022, P.48

وتشير المعطيات الإحصائية بأن الاقتصادات النامية أكثر مساهمة في مشهد الصادرات السلع الإبداعية، فهيمنت جمهورية الصين الشعبية على أكثر من ثلث الصادرات العالمية من السلع الإبداعية لعام 2020، وتمثل صادرات الهند وتركيا وفيتنام من السلع الإبداعية أكثر من (5%) من إجمالي الصادرات السلعية.

جدول (3) الدول العشر الأكثر تصديراً للسلع الإبداعية في الاقتصادات النامية لعام 2020 « مليون دولار »

الدولة	صادرات السلع الإبداعية	الحصة من إجمالي الصادرات العالمية من السلع الإبداعية %	حصة السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات %
الصين	169309	32.3	6.5
هونك كونك	24067	4.6	4.4
فيتنام	14153	2.7	5.0
الهند	13785	2.6	5.0
تايبوان	13040	2.5	3.8
ماليزيا	9716	1.9	4.1
سنغافورة	9351	1.8	2.6
تركيا	9341	1.8	5.5
الإمارات العربية المتحدة	9219	1.8	2.8
تايلند	5015	1.0	2.2
الإجمالي	276997	52.8	

المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

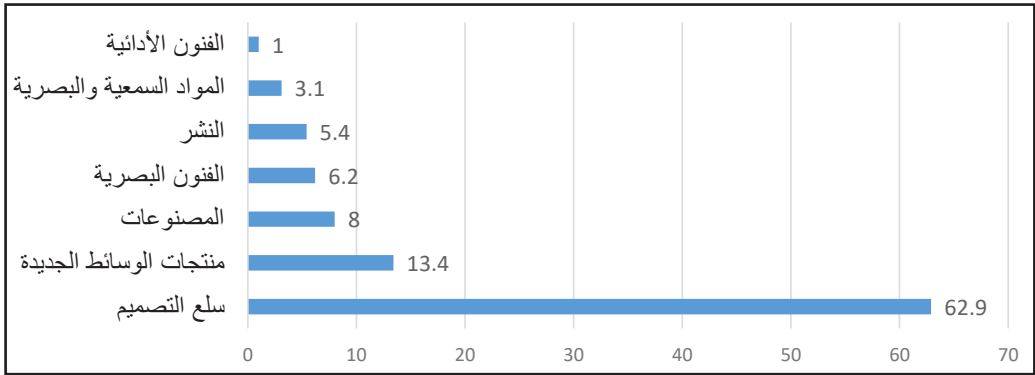
UNCTAD, Creative Economy Outlook 2022, Geneva, 2022, P.48

ويلاحظ من الجدول أعلاه هيمنة الاقتصادات الآسيوية على صادرات السلع الإبداعية. وهذا يسلط الضوء على التحديات التي تواجهها البلدان الأفريقية وأقل البلدان نمواً في زيادة مشاركتها في التجارة العالمية وتنويعها صادراتها لأن العديد منها تعتمد بشكل مفرط على صادرات السلع الأساسية. وتميل الاتجاهات الحالية في التجارة الإبداعية لصالح الخدمات، وستتولى الدول التي

لديها استراتيجية رقمية مكثفة «للعقل» زمام المبادرة، وتحول الاقتصاد الإبداعي إلى هدف إنمائي رئيسي لتوليد فرص العمل والثروة. تحمل «عوامل العقل» mind factures كالفن والتصميم وألعاب الفيديو والأفلام والحرف اليدوية قيمة رمزية غير ملموسة تتجاوز قيمة استخدامها.

وتهمين منتجات التصميم على تجارة السلع الإبداعية في عام 2020، حيث شكلت ما نسبته (62.9%) من إجمالي صادرات السلع الإبداعية، تليها منتجات الوسائط الجديدة بنسبة (13.4%)، فالمصنوعات الفنية بنسبة (8%)، والفنون البصرية (6.2%) والنشر (5.4%)، والمواد السمعية والبصرية (3.1%)، والفنون الأدائية بنسبة (1%).

شكل (8) تجارة السلع الإبداعية بحسب نوع المنتج لعام 2020 %

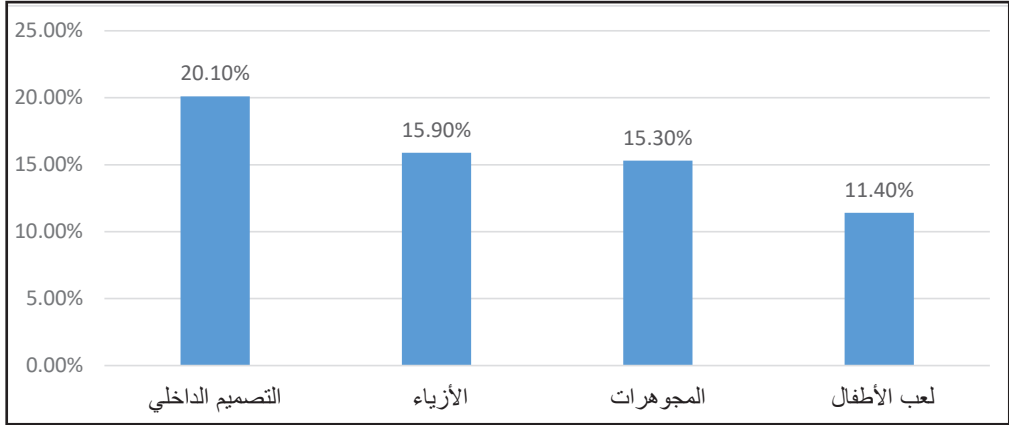


المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook 2022

وتجدر الإشارة إلى أنه من بين سلع التصميم، تأتي في الصدارة منتجات التصميم الداخلي بنسبة (20.1%) من إجمالي الصادرات الإبداعية لعام 2020، والأزياء (15.9%) والمجوهرات (15.3%)، ولعب الأطفال بنسبة (11.4%).

شكل (9) التوزيع النسبي للصادرات من منتجات التصميم بحسب نوع المنتج لعام 2020



المصدر: تم إعداد الشكل من الباحث بالاعتماد على:

Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Creative Economy Outlook 2022

وغني عن البيان فإن سياسات تعزيز الخدمات الإبداعية في الدول النامية تتطلب إنشاء وتحديث الإطار القانوني المتعلق بالاقتصاد الإبداعي، على سبيل المثال، من خلال إنشاء قوانين الاقتصاد الإبداعي وتحديث قوانين الملكية الفكرية. وتعزيز القدرات المؤسسية للجهات الحكومية المسؤولة عن طريق تعزيز الاقتصاد الإبداعي.

خلاصة وتوصيات

إن الاقتصاد الإبداعي هو خيار إنمائي قابل للتنفيذ، نظراً لاعتماده على الأفكار والمعارف والمهارات والقدرة على الاستفادة من الفرص الجديدة، ويوجد ما يدل حالياً على أن الاقتصاد الإبداعي يتيح إمكانيات كبيرة للبلدان النامية للتقدم بثبات وتنويع اقتصاداتها والاستفادة على نحو أفضل من قطاع الاقتصاد العالمي هذا المعتمد على المعرفة والذي ينمو بمعدلات مرتفعة. ويتيح الاقتصاد الإبداعي مسارات أكثر مرونة وشمولاً وسلامة بيئية لتحقيق التنمية. وبإمكان الحكومات أن تلعب دوراً حافزاً بوضع السياسات واللوائح وإقامة المؤسسات اللازمة لتدعيم اقتصاداتها الإبداعية.

تسهم السياسات الهادفة إلى تعزيز الخدمات الإبداعية في الدول النامية في إنشاء وتحديث الإطار القانوني للاقتصاد الإبداعي، وذلك عن طريق سن قوانين للاقتصاد الإبداعي وتحديث قوانين الملكية الفكرية. يجب أيضاً تعزيز القدرات المؤسسية للجهات الحكومية المعينة بدعم الاقتصاد الإبداعي وتطوير نظام لحقوق المؤلف يتيح التوازن بين حماية هذه الحقوق وحق الوصول إلى الثقافة والمنتجات والخدمات الإبداعية بطريقة منهجية. ويجب تحسين وصول مقدمي الخدمات في الدول النامية إلى أسواق الخدمات الإبداعية في الدول المتقدمة والنامية من خلال فتح أسواق الخدمات أمام مقدمي الخدمات الأجانب.

من الضروري للدول النامية ومنها العراق رسم خارطة طريق للاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية وقياسهما، بما يشمل مساهمتهما في التجارة الدولية والنتائج المحلي الإجمالي وفي سوق العمل، ويمكن أن يوفر قياس الاقتصاد الإبداعي أدلة ورؤى يستفيد منها واضعي السياسات في تصميم وتخطيط سياسات تستهدف الصناعات الإبداعية وإعلام المستثمرين.

وقد تشمل عوائد الفوائد الأخرى تحفيز خلق فرص العمل، وتحديد التكتلات القطاعية التي يمكن أن تفيدي في النمو الاقتصادي وزيادة عائدات التصدير، وتحديد السمات المكانية للصناعات الإبداعية، وتعزيز السياحة الثقافية والإبداعية. وكذلك اعلى الدول لاستفادة من الخدمات ومشاريع التعاون الفني التي تقدمها المنظمات والهيئات الدولية المعنية بالاقتصاد الإبداعي، وذلك وفق الآتي:

1- مركز التجارة الدولية: الاستفادة من الخدمات التي يقدمها المركز والمتمثلة بتوفير

المعلومات عن الأسواق والتدريب على أمور التجارة الإلكترونية والخدمات الاستشارية لدعم الصناعات الإبداعية وتحسين القدرة التنافسية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم بالتعاون مع الشركاء المحليين. وهو يعمل أيضاً مع رسمي السياسات لتشجيع إدخال بُعد ثقافي في سياسات تنمية التجارة الوطنية.

2- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة « اليونسكو »: تقديم خدمات الدعم لحماية وتطوير قيم ثقافية كالتنوع الثقافي، وتقديم المساعدة التقنية وفق الطلب لتعزيز السياسات الثقافية. وتساعد اليونسكو أيضاً في إنشاء قاعدة للاتفاقات الدولية المتعلقة بمختلف القضايا الثقافية.

3- منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية « اليونيدو »: الاستفادة من الخدمات المقدمة من اليونيدو على مستوى السياسات العامة بالمساعدة على وضع وتعزيز إطار مساعدة للصناعات الإبداعية، وعلى المستوى المؤسسي من خلال بناء القدرات المعنية بالصناعات الإبداعية، وعلى مستوى المشروع بتوفير التدريب لمنظمي المشاريع الإبداعية الحاليين والمحتملين.

المصادر والهوامش:

1- للمزيد من التفاصيل حول نشأت الاقتصاد الإبداعي، أنظر:

John newbign, what is the creative economy?

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy>

2-Jose Miguel, Benaventel and Matteo Grazzi, Public Policies for Creativity and Innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean, Inter-American Development Bank (IDB), 2017, P.9

3- للمزيد من التفاصيل حول تعريف اليونسكو للاقتصاد الإبداعي، أنظر:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265543?posInSet=1&queryId=N-EXPLORE-a50b91b9-e0b0-4c20-a9ad-7b35c294fe2f>

4- للمزيد من التفاصيل حول تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية للاقتصاد الإبداعي،

أنظر:

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub.893_pdf

5-United Nations Conference of Trade and Development (UNCTAD, Creative Economy Report 2008, Geneva, 2008, P.13

7- John Howkins, The Creative Economy: How People

Make Money from Ideas, 2nd Edition, Penguin UK, 2013, Chap1

8- John Howkins, 'Creative Ecologies', where Thinking Is a Proper Job, Routledge; 1st edition, 2010, Chap 2

9- عبد الرحمن الجبيري، الاقتصاد البرتقالي في سطور، صحيفة مال، عدد نوفمبر، 2022

10-US Department of Commerce, 'Preview of 2013 Comprehensive Revision of the National Income and Producer Accounts, March 2013.

11-Bilton, C.and R. Leary, What Can Managers Do for Creativity. Brokering Creativity in the Creative Industries, International Journal of Cultural 8 (1), 2002, P.50

12-John Harlty, Creative Industries, Blackwell Publishing, United Kingdom, 2005, Chap6

13- Florida, R, The Rise of the Creative Class, and How it's Transforming Week, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Book, Newyork,2002, P.6

14- جون هارتلي، الصناعات الإبداعية: كيف تُنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة بدر السيد سليمان الرفاعي، سلسلة عالم المعرفة، الجزء الثاني، مطابع المجموعة الدولية، الكويت، 2007.

15- رشيد محمد رشيد، الاقتصاد الإبداعي، حينما يكون الابتكار أساساً لبناء الدول، جريدة الشرق الأوسط، العدد، 16 أكتوبر، 2021.

16- أمانة الأونكتاد، تقرير حوار السياسات العامة الرفيع المستوى بشأن الاقتصاد

الإبداعي في خدمة التنمية، الدورة الثالثة عشر لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية «الأونكتاد»، الدوحة، 2012، ص 4

17- UNESCO, Re-shaping policies for creativity: addressing culture as a global public good, Paris, 2022,

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>

18- UNCTAD, Creative Economy Outlook 2022: overviews, Geneva, 2022, P.2

19- نوزاد عبد الرحمن الهيتي، الاقتصاد البرتقالي المضامين والتطبيقات: دولة قطر نموذجاً مجلة التربية، العدد (205) ، 2023 ، ص76

20- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية «الأونكتاد» توقعات الاقتصاد الإبداعي لعام 2022: لمحة عامة، الأمم المتحدة، جنيف، 2022، ص 8.