

ريادة الصناعات الإبداعية



إعداد

أ.د. صباح علي السليمان - العراق

تعريفها وجذرها

- هي الأنشطة التي تتبع من الإبداعية الفردية والموهبة ، والمهارة، والتي يمكنها أن تتطور؛ لتجني املال أو الثروة، وخلق فرص العمل من خلال إنتاج واستغال الملكية الفكرية "ويشار إليها أيّضا بأهنا " الصناعات التي تشمل إنتاج وتسويق المحتوى الإبداعي، وعادة ما تكون محمية بموجب حقوق الطبع ، وتعود أصول مصطلح "الصناعات الثقافية" أجريت في إطار مدرسة فرانكفورت في الثلاثينيات الاربعينيات من القرن العشرين، وهي دراسات كانت تنتقد تحويل الفن إلى سلع(التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الإبداعية وسياساتها وأثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية:دراسة تحليلية د. نرمين عبد القادر إمبابي ص ٥٦).

النماذج التي تتنوع فيها طرق الصناعة الإبداعية

- - نموذج هوكنز: حدد هوكنز ١٥ صناعة تسهم في الاقتصاد الإبداعي، من خال توليد منتجات وخدمات إبداعية تتراوح في الفنون، والعلوم، والتكنولوجيا.
- - نموذج دكمس في المملكة المتحدة: طُور هذا النموذج، ليحدد الصناعات الإبداعية بأنها الصناعات التي تتطلب " الإبداع والمهارة والموهبة مع إمكانيات الثروة، وخلق فرص العمل من خال استغلال ملكيتها الفكرية".
- - نموذج الدوائر المركزة: يؤكد هذا النموذج أن الأفكار الإبداعية تنشأ في الفنون الإبداعية الأساسية بشكل صوت ونص وصورة، وأن هذه الأفكار تنتشر من خلال سلسلة من الطبقات، أو الدوائر متحدة المركز .
- - نموذج الويبو بشأن حق المؤلف: يستند هذا النموذج إلى الصناعات المعنية بشكل مباشر، أو غير مباشر بإنشاء وتصنيع وإنتاج واستنساخ وتوزيع المواد المحمية بموجب حقوق الطبع والنشر.

- - نموذج الأونكتاد: يهدف هذا النموذج إلى توسيع وتطوير مفهوم الإبداع، والفنون التقليدية، مثل: الفنون المسرحية، والأنشطة التي تكون أقرب إلى الإي السوق مثل: الاعلان أو النشر، .
- - النموذج الوطني للعلوم والتكنولوجيا والفنون: يضع هذا النموذج الصناعات الإبداعية في اقتصاد أوسع يعتمد بشكل متزايد على العمليات والخدمات الإبداعية من أجل قدرة التنافسية.
- - النموذج الكندي: وضع مجلس المؤتمر الكندي للصناعات الإبداعية عام ٢٠٠٨ قائمة للصناعات الإبداعية؛ لقياس اقتصاد كندا الإبداعي. (التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الإبداعية وسياساتها وأثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية:دراسة تحليلية د. نرمين عبد القادر إمبابي ص ٦٣).

اعتماد الاتحاد الأوروبي على الصناعات الإبداعية

- وقد اعتمد الاتحاد الأوروبي تعريفًا جديدًا للصناعات الإبداعية يتضمن ثالث مجموعات فرعية يمكن
- استعراضها على النحو الآتي:
- - التطبيقات الإبداعية: Application Creative تغطي الصناعات التي تطور منتجات لغرض البيع، ويعتمد وجودها على الطلب في السوق وفقًا للاحتياجات الجمهور مثل: الفنون، والنشر، والاعلان .
- - التعبير الإبداعي: Expression Creative يغطي المنتجات التي تكون مدفوعة باعتبارها تجارية، وعادة ما يتم تطويرها للجمهور، وستقدم هذه المنتجات في غياب الطلب في السوق مثل: الموسيقى، والفنون .
- - التكنولوجيا الإبداعية: Technology Creative تشمل وسائل العالم الرقمية، والبرمجيات، والوسائط الرقمية (الألعاب، والرسوم المتحركة)، والتصميم الجرافيكي. (التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الإبداعية وسياساتها وأثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية: دراسة تحليلية د. نرمين عبد القادر إمبابي ص ١٠٧).

العلاقة بين الصناعات الابداعية والثقافية

- بناء عمى ما سبق التطرق له في مفهومي الصناعات الثقافية والصناعات الابداعية فانه يمكن لنا أن نعتبر أن الصناعات الثقافية هي الأنشطة التي تنتج وتعيد إنتاج الأعمال الثقافية حسب مبادئ الإنتاج الصناعي ، أي أن الأعمال الثقافية و الفنية الأصلية يمكن أن تحول صناعيا إلى سلع استهلاكية تعرض في السوق مثلها مثل السلع الصناعية التحويلية الاخرى وذلك من خلال الإنتاج الضخم لها والذي يقابله حتما استهلاك جماهيري ضخم. اما بالنسبة الى العلاقة بين المصطلحين أعلاه فقد بداء الانتقال من استخدام الصناعات الثقافية الى استخدام تعبير الصناعات الابداعية في اواخر تسعينيات القرن العشرين وقد نشأ هذا الاستخدام أيضاً من ربط الابداع بالتنمية الاقتصادية الحضرية وتخطيط المدن. فقد سعت فكرة الصناعات الابداعية الى توضيح التقارب المفاهيمي والعقلي بين الفنون الابداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية(الموهبة او النطاق الجماهيري)في اطار تقني جديد. وهي تجمع (اي الصناعات الابداعية) بين مصطلحين أقدم عمراً الفنون الابداعية والصناعات الثقافية. تحت اطار نظرياً و مناهج للتحليل تعبر بدقة عن أوضاع المجتمعات الغربية ما بعد الصناعة والتي تتميز بزيادة نسبة الخدمات وصناعات التقنية الفائقة في الناتج المحلي الاجمالي.

الفرق بين الصناعات التقليدية والصناعات الإبداعية

- أمّا الفرق بين الصناعات التقليدية والصناعات الإبداعية فيرتبط قطاع الصناعات الإبداعية بجوانب أوسع من الإبداع الإنساني، وكيف يعزز الخيال الإنساني والابتكار والخبرة والعمل الإبداعي والاستهلاك الصناعات الإبداعية، وكيف يرتبط الإبداع اليومي بالمشروعات الكبيرة، ولذا تختلف الصناعات الإبداعية عن التصنيع التقليدي أو الصناعات الأولية من حيث.
- شركات ضخمة (الصناعات الإبداعية عادة ما تكون مشروعات صغيرة أو بين المتوسطة والصغيرة).
- منظمة صناعياً (يتم تنظيم الصناعات الإبداعية حول المشروع وليس المصنع أو المكتب).
- يوجهها المديرون (الصناعات الإبداعية يوجهها المستهلك).
- تتحقق فيها القيمة المضافة من الانتاج (أما في الصناعات الإبداعية القيمة مصدرها هو الاستهلاك).
- تتواجد في القطاع محدد من الاقتصاد (تنتشر الصناعات الإبداعية بصورة متزايدة في قطاعات خدمات أخرى (كالمالية والصحة والتعليم... الخ)).
- الصناعة تقوم على الانتاج في حين الصناعات الإبداعية تقوم على الاستهلاك.
- الصناعة أيديها العاملة الافراد الماهرين وغير الماهرين من العمال والفنيين والمهندسين (أما الأيدي العاملة في الصناعات الإبداعية هم الفنانون والعلماء والكتاب والموسيقيون والاساتذة).

أهمية الاستثمار في الصناعات الإبداعية

- أمّا أهمية الاستثمار في الصناعات الإبداعية كما ذكرته الأستاذة عائشة الدرمكي ، فهي إنّ الصناعات الإبداعية باعتبار قيمتها الثقافية والاقتصادية، تفتح اليوم آفاق (تشكيل الأسواق)؛ وذلك لما تتمتع به من استثمار في رؤوس الأموال البشرية والثقافية والتقنية، وما تحدثه من أثر مباشر في (إيجاد تغير مادي في مجتمعاتنا ونُظْمنا الإيكولوجية) « بتعبير التقرير»، لذلك فإن هذه الصناعات الأكثر ديناميكية وقدرة على إحداث الأثر الاجتماعي والاقتصادي والبيئي، حيث تتكامل مع القطاعات التنموية محدثة تطورات إيجابية خاصة على المستوى الاقتصادي وبالتالي تحقيق الرفاه الاجتماعي الذي تسعى إليه المجتمعات. فالتحولات التنموية التي يُحدثها الاستثمار في الصناعات الإبداعية، تتأسس وفق مجموعة من المعطيات تجعلها (قيمة) ديناميكية قادرة على الربط بين مجموعة من المتغيرات التي تجمع بين الإبداع والتفكير المبتكر، والتجريب، وإعادة التخييل، وإنشاء نماذج جديدة قابلة للتطبيق، وقادرة على إنشاء ممارسات جديدة ضمن الأطر الثقافية الوطنية، والهوية المجتمعية، إضافة إلى قدرتها على تحسين فرص التواصل والانفتاح على الثقافات الأخرى.

مجالات الصناعات الإبداعية

- ١- صناعات حقوق النشر: فن تجاري، فنون إبداعية، فيلم وفيديو، موسيقى، نشر، إعلام مسجل، معاملة بيانات، برامج إلكترونية.
- ٢- صناعات المحتوى: تحددها بؤرة إنتاج الصناعة: موسيقى سابقة التسجيل، موسيقى مسجلة بالتجزئة، إذاعة وسينما، برمجية، خدمات إعلامية.
- ٣- الصناعات الثقافية: تتحدد في ضوء وظيفة السياسة العامة والتمويل، المتاحف والقاعات، فنون وحرف بصرية، تعليم الفنون، إذاعة وسينما، موسيقى، فنون أداء، أدب، مكنتبات.
- ٤- المحتوى الرقمي: يتحدد عبر الجمع بين التكنولوجيا وبؤرة إنتاج الصناعة، فن تجاري، فيلم وفيديو، تصوير فوتوغرافي، ألعاب إلكترونية، إعلام مسجل، تسجيل صوت، تخزين المعلومات واسترجاعها.

أقسام الصناعات الإبداعية

- المرئي-المسموع:-
- يتكون قطاع المرئي والمسموع من مجموعة من الأنشطة التي تعتبر نسبياً قديمة وحديثة في آن واحد في خانة الأنشطة القديمة، يندرج كل من السينما، والتلفزيون، وفن التحريك، بينما تتكون الحديثة من الأنشطة المولودة إلكترونياً” مثل ألعاب الحاسوب والمؤثرات الرقمية المختلفة.
- الخدمات الإبداعية:-
- وتغطي بشكل أساسي الأنشطة المقدمة من “الأعمال للأعمال” مثل التصميم، والإعلان، والاتصالات، وهندسة العمارة. وتضيف الشركات التي تقدم هذه الخدمات القيمة للقطاعات الأخرى (المفروشات، السيارات، البناء، التجارة، البنوك، الخ) من خلال توفير مدخلات إبداعية تدخل في المنتجات، وخلق علامات تجارية أكثر جاذبية، وسهولة للاستخدام، وعملية ومرونة للمعاملات البنكية. كما في القطاعات الإبداعية الأخرى، فإن التكنولوجيا الرقمية تستمر في إجراء تغييرات كبيرة في عمليات الإنتاج في شركات الخدمات الإبداعية مثل برمجيات هندسية معمارية متطورة للغاية تتيح التصميم البارامتري) وتجعل الخطوط الفاصلة بين المجالات والقطاعات الفرعية هلامية (مثل تقاطع الرسوم المتحركة مع التلفزيون والأفلام، وامتداد الإعلان الرقمي والتصميم إلى قطاع تقنية المعلومات)، وتخلق امكانيات جديدة في الاقتصاد ككل. (مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد أو الصناعات الإضافية.

• الفنون الأدائية:-

• وتغطي مجموعة واسعة من الفنون الأدائية المختلفة، بما فيها الرقص التقليدي والمعاصر (،والموسيقى) التقليدية والمعاصرة أيضاً) والمسرح بأنماطه المختلفة (من “الإنتاج الرفيع” إلى العروض المسرحية في الشارع) وغيرها من الفنون الرفيعة مثل البالية والأوبرا. “المسرح الشعبي غير الرسمي أو غير المحكم” والذي يتيح مشاركة واسعة من الناس المهتمين وعرض مواهبهم مهم تحديداً للفنانين الصاعدين، فهو يوفر المساحة للمواهب الجديدة، وهناك تقاطع في كثير من الأحيان بين الموهبة في المسرح والموسيقى والفيلم والتلفزيون ومنها الإعلانات

• الفنون البصرية:-

• وتغطي العديد من الأنماط الفنية المتميزة، وتشمل “الأنماط الفنية التقليدية” مثل الرسم والنحت (والتي تضم بين ثناياها هي أيضاً أنماط ومقاربات وأساليب مختلفة) فضلاً عن الأنماط التي ظهرت مؤخراً أيضاً مثل الفيديو و الفن والأداء الرقمي والفن المفاهيمي (حيث يتفوق المفهوم في أهميته على الجماليات)، ويميل الأخير تحديداً إلى أن يكون صعب الفهم أو التقدير من قبل الجماهير العامة بالمقارنة مع الأنماط الأكثر تقليدية من الفنون البصرية التصميم وهناك صناعات تعتمد على خدمات كثيفة الإبداع، مثل التصميم، وهو من أهم الصناعات الإبداعية تنوعاً وديناميكياً، وقد بلغ حجمه الاقتصادي عام ١٩٩٩ حوالي ١٤٠ مليار دولار.

مصادر الصناعات الإبداعية

- ١- الإنتاج الفردي:-
 - هو الذي يقوم به أفراد بصورة شخصية وهو نوعان : الأول يكون هدفه النهائي غير اقتصادي وإنما لعوامل ثقافية أو شخصية وهو لا يدخل تحت مفهوم صناعة ابداعية.
 - والثاني هدفه اقتصادي وقد لا يستخدمون الأطر المؤسسية الاقتصادية لتسويق منتجاتهم .
- ٢- الإنتاج المؤسسي :-
 - وهو يشمل كل المحتوى الابداعي الذي تقوم المؤسسات والشركات بإنتاجه وبمختلف أنواعها ولأغراض اقتصادية وفقاً لعوامل العرض والطلب وبهدف تحقيق ربح .
- ٣- الإنتاج المجتمعي:-
 - وهو يشمل كل ما ينتجه المجتمع من ابداع ، سواء منه ما تنتجه الدولة أو المؤسسات الغير ربحية أو مجمل مؤسسات الصناعة الابداعية في مجتمع معين ، وفي الغالب يكون الإنتاج الحكومي من الابداع ليس بغرض الربح وإنما لأهداف اجتماعية وثقافية .

مقومات الصناعات الابداعية ومكوناتها:-

- أ- المادة الخام:-
- يمكن أن نعرف المواد الخام في الصناعة الابداعية بأنها كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من أفكار ومعلومات ومخرجات إنتاجه الفكري الفردي أو الاجتماعي ، ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله.
- ب- وحدات الإنتاج:-
- وحدات الإنتاج يقصد بها الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه ، وبالتالي فهي تهتم بتنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي أي العملية الإنتاجية مثل الموزعين والناشرين والشركات التي تقوم بعملية الإنتاج . ووحدة الإنتاج في الصناعة الابداعية تأخذ نفس أبعاد وحدة الإنتاج في أي صناعة أخرى فقد تكون وحدة كبيرة وتدخل تحت مفهوم الصناعات الكبيرة أو وحدة متوسطة أو وحدة صغيرة ، وأحياناً أفراد ولكن يعملون في إطار اقتصادي ووفق أسس تنظيمية متعارف عليها . فهناك العديد من الأفراد الذين يقومون بتصميم برامج تطبيقية وبناء قواعد بيانات ، وغيرها من أنشطة الصناعة الابداعية وقد يتولى بعضهم تسويقها أيضاً بنفسه أو عبر موقع خاص به على الأنترنت وبالتالي فهو يقوم بمختلف مهام العمل للعملية الصناعية وبصورة منفردة معتمداً على التكنولوجيا المتاحة له صناعة وتسويقاً .

- ج- أدوات وأساليب الإنتاج وسائل المعالجة وعرض المخرجات:-
- وهي تشمل عمليات معالجة المحتوى : الرقمية والتحويل والإضافة وتطوير البرمجيات ، كما تشمل التجهيزات التقنية لعملية الإنتاج مثل أجهزة الحواسيب البرمجيات وشبكات المعلومات وأجهزة ووسائط الإنتاج والنشر الإعلامي ، وتتنوع الأساليب المستخدمة في الصناعة الإبداعية وفقاً لنوع المحتوى وطبيعة المنتج والمستهدف وخبرة اليد العاملة المنتجة وقدراتها الإبداعية ، فهناك أساليب حاسوبية وبرمجية فقط وهناك أساليب تستخدم الوسائط الرقمية الإعلامية فيديو وكاميرات وأجهزة المنتجة وتجري المعالجة بوسائل متعددة مثل برامج المعالجة الحاسوبية للصور والملتيميديا وغيرها .
- كما يتم وفقها تحديد طريقة عرض وتسويق مخرجات الصناعة الإبداعية مثل : الأقراص وغيرها من وسائط التخزين والعرض الرقمية أو عبر مواقع الإنترنت أو أفلام DVD الممغنطة و فيديو أو عبر أجهزة التلفزيون والهوائيات الفضائية والوسائل الإعلامية المختلفة الخ .
- وهكذا فإن التزاوج الذي جرى ويجري بين الحاسوب والاتصالات والتقنيات الإعلامية فضلاً عن حرية الإبداع في معالجة وعرض وتسويق المنتج التي أفرزت تكامل وتنوع في أساليب الصناعة الإبداعية وأشكال ووسائط مخرجاتها فتحت آفاقاً واسعة لتطور الصناعة الإبداعية وأساليب إنتاجها وعرضها حتى أن البعض لديه أساليب وطرق إبداعية في الصناعة الإبداعية لا تتاح لغيره على الرغم أنه تتوفر له نفس الإمكانيات المتاحة لمنافسه وبالتالي فقد دخل عنصر الإبداع والابتكار كعنصر أساسي ضمن مكونات الصناعة الإبداعية .

ج- العنصر البشري:-

الصناعة الابداعية كغيرها من الصناعات تحتاج للعنصر البشري المتمثل في الفنانين والمبدعين و المتخصص والمدرّب ولكن الفرق فيها عن غيرها أنها تعتمد على الإبداع بدرجة أساسية وبالتالي لا تكفي خبرة العنصر البشري العادية في تطوير الصناعة الابداعية وإنما لابد من توافر العنصر البشري القادر على الإبداع ؛ كون بنية الصناعة الابداعية والتنافس فيها تقوم على الجذب وليس على الجودة فحسب ، فالانجذاب للعبة أو برنامج تطبيقي يرتبط بحجم الجهد الفكري الإبداعي في بناءها وتحقيق عناصر التشويق والإثارة فيها وخلق العلاقة التفاعلية بينها وبين المستخدم وبالتالي فإن تحديد الاحتياجات المختلفة (نفسية وثقافية ، وعلمية .. وتعد الصناعة الابداعية من الصناعات ذات الخصائص الشمولية في جانب قوة العمل فهي تجذب إليها المبرمج ، والفنان ، والمخرج السينمائي ، ومعد البرامج الإعلامية ومقدمها ، والمختصين في مختلف مجالات العلوم والمعرفة الإنسانية كونها تشمل كامل مساحة الاهتمام البشري بمختلف جوانبها ، طبيب ، معلم ، مهندس ، كاتب ، فنان ، ووفقاً لمجال الصناعة الابداعية والمستهلكين لمنتجاتها يتم استخدام العنصر البشري في الصناعة الابداعية ولا يعني ذلك الاستغناء عن المؤهلات النوعية لدى العنصر البشري بل يجب أن يكون العنصر البشري في الصناعة الابداعية مؤهلاً بتقنيات التي تحتاجها طبيعة عمله التخصصي ، إلى جانب ذلك فإن من الأهمية أن تتوفر لديه المقدرة على الإبداع والابتكار ، وهو شرط تسعى لتحقيقه العديد من البلدان التي تنافس في مجال الصناعة الابداعية حيث تعمل على تطبيق نظم تعليم وتأهيل تمكنها من بناء القدرات البشرية التي تحتاجها للاستمرار في المنافسة في الصناعة الابداعية وامتلاك زمام القيادة فيها مستقبلاً .

السوق (العرض والطلب):-

الصناعات الابداعية تحتاج كغيرها من الصناعات إلى تحقيق عوامل السوق التي تتيح لها النمو والازدهار من خلال خلق عوامل الطلب وتوسيع نطاق العرض لها وفي إطار المنافسة الواسعة في هذا المجال يتسع نطاق العرض في سوق الصناعة الابداعية حيث يؤدي اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور الجاري في صناعة الإعلام ، وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد إلى خلق طلبًا متزايدًا على الصناعة الابداعية ومخرجاتها ، ويزيد من ذلك الاتجاه إلى توسيع نطاق التعامل مع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وتنامي الاعتماد عليها في إدارة الأعمال وتقديم الخدمات واتساع استخدامها في المجالات الاقتصادية والتجارية ، وبروز تطبيقات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غيرت مفاهيم كاملة في إدارة الأنشطة والأعمال ، فظهر التعليم الإلكتروني ، والتجارة الإلكترونية ، والسياحة الإلكترونية ، ... الخ وهو ما يؤدي إلى تنامي الطلب على الصناعة الابداعية.

ذ- رأس المال:-

ويشمل رأس المال الثقافي بما في ذلك الموجودات الثقافية المادية مثل المواقع التراثية ورأس مال الثقافي غير المادي مثل الطقوس والتقاليد والموروث. وكذلك في الصناعة الابداعية كغيرها من الصناعات تحتاج إلى وفرة رأس المال أي التمويل العام والخاص إلا أن حجم رأس المال يتفاوت كثيرًا حسب نوع مجال الصناعة الابداعية، فصناعة الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير وأصول كبيرة نسبيًا بالمقارنة مع صناعة التطبيقات البرمجية ، وصناعة ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني لقواعد البيانات غيرها من مجالات الصناعة الابداعية تحتاج إلى العنصر البشري المبدع باعتباره الاداة الهامة لصناعتها ، ولذا فان العنصر البشري المبدع وعنصر التنظيم والإدارة من أهم الأصول في الصناعة الابداعية إلى جانب التجهيزات الحاسوبية والبرمجية ووسائل الاتصال والتي قد لا تحتاج إلى استثمار كبير بالمقارنة مع عنصري الكادر البشري وعنصر التنظيم.

ر- البنى الأساسية:-

جميع البلدان والمدن لديها بنى اساسية عامة لا غنى عنها لضمان كفاءة عمل الانظمة الحضرية في مجالات مثل النقل والاتصالات والاسكان والصحة والمياه والصرف وإمدادات الطاقة وحفظ القانون والنظام والخدمات المالية وتعتمد الصناعات الابداعية بالقدر نفسه على توافر هذه البنى الاساسية شأنه في ذلك شأن أي قطاع اقتصادي اخر .

الأبعاد والدوافع التي تحتم الاتجاه نحو الصناعة الابداعية

- أ- البعد الاقتصادي :- تقاس اهمية قطاع معين في المساهمة في التنمية الاقتصادية بحجم الزيادات الحقيقية في الناتج المحلي الاجمالي من سلع وخدمات ذات صلة مباشرة بحياة الناس، وفي القدرة على توليد فرص عمل جديدة تسهم في تحقيق الرخاء الاقتصادي من خلال الاثار الاقتصادية لهذا القطاع على بعض متغيرات الاقتصاد الوطني والذي يسهم في تحفيز النشاط الاقتصادي حيث تحقق الصناعة الابداعية عوائد مرتفعة وتترايد باطراد أهميتها في اقتصاديات الدول .
- ب- البعد التكنولوجي - :هناك نقلة نوعية ستتم بين الأنترنت والتلفزيون ويتم النقل لهذه المحتويات عبر شبكات نقل ذات السعات العالية مما يتطلب محتوى رقمي جديد .
- ت- البعد التربوي : الصناعة الابداعية والاهتمام به عنصر أساسي لعملية التربية والتعلم في ظل اقتصاد المعرفة ومجتمع المعلومات؛ فهي وسيلة تحقيق غايات أربع وفقاً لتقرير اليونسكو وهي : تعلم لتعرف ، تعلم لتعمل ، تعلم لتكون ، تعلم لتشارك الآخرين .

• ث- البعد السياسي : بدأت تظهر ملامح لخريطة سياسية عالمية جديدة على أساس المصالح المعلوماتية الجيومعلوماتية، حيث يتجه العالم في ظل العولمة ومجتمع المعلومات العالمي لتكوين كتلتات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية ، تعد الصناعة الابداعية عنصراً أساسياً فيها ، وهي تنطلق في ذلك من بعد الابداع والذي يركز على وحدة اللغة والثقافة والمصالح الاقتصادية المشتركة وبالتالي يتجه الابداع ليكون محوراً هاماً في بنية الخريطة السياسية العالمية كونه منطلقاً هاماً للتحالفات السياسية والاقتصادية .

• ج- البعد الاجتماعي الى جانب الاهمية والاثر الاقتصادي الذي تلعبه الصناعات الابداعية في احداث تنمية اقتصادية فان لهذه الصناعات اثراً لا يقل اهمية في الجانب الاجتماعي إذ ان الصناعات الابداعية تساهم في تحقيق التوازن الجغرافي لعملية التنمية ، فهي صناعات تتسم بالمرونة العالية في التوطن والتنقل بين مختلف المناطق ذلك لقلّة متطلباتها من البنى الأساسية فضلاً عن قدرتها على التمرکز في المناطق ذات الكميات المحدودة من المواد الخام والمستلزمات الانتاجية الاخرى.

البعد الثقافي الحضاري

- تعد هذه الصفة هي السمة التي يحرزها المنتج الابداعي من دون منافس فهو:
- ١- ذو بعد ثقافي: لأنه يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد والذي يعد وليد البيئة التي نشأ فيها، ويعد انعكاساً للواقع إذ يرتبط بالسمات النوعية لحياة الشعوب ونظامها وتقاليدها وشخصيات افرادها، وهو يعبر عن هويتها وبصماتها، كما انه متوارث عبر الاجيال المتعاقبة.
- ٢- ذو بعد حضاري: إذ ان المنتج يتضمن مختلف انماط الابداع التلقائي للشعوب والجماعات سواء كانت في الأوساط الاجتماعية بما تحويه من معتقدات وعادات وتقاليد التي تبرز سلوكاً اجتماعياً معيناً، أو ممارسة جماعية ، وما يصحب ذلك من محسوسات معنوية أو ملموسات مادية تجمع بين البساطة والتلقائية اللتين تميزان شعباً معيناً، لذا نجد المنتج التقليدي يعتمد على ذوق سكانه الأوائل في رسم رموز للحيوانات والطبيعة وأشكال هندسية مختلفة واستعمال مواداً والواناً طبيعية تظهر في العديد من المنتجات كصناعة السجاد والصناعات الفخارية وغيرها.
- وهنا تكمن اهمية الصناعات الابداعية وبشكل خاص في الدول المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع إذ ان البعض يميل الى جمالية المنتج التقليدي والى الخصوصية مما تضيف قيمة لدى المستهلك بتفرده بتلك المنتجات أو التحف اليدوية والتي تفوق اسعارها اسعار المنتجات الحديثة .
-

• خ- البعد البيئي:

• ان شعوب الدول النامية تعاني ربما اكثر من غيرها من مخاطر تدهور البيئة، فاليوم تبرز الحاجة اكثر مساساً مما سبق نتيجة استفحال تراكم الملوثات الى صناعات نستطيع ان نطلق عليها صديقة للبيئة (green consumers) التي تستطيع التعايش سلمياً مع البيئة والمتمثلة بالصناعات الابداعية والتي تمتاز فضلاً عن استعمالها خامات سلمية من البيئة بقلة ان لم يكن انعدام فضلاتها، فضلاً عن ان الارتباط المهم بين الثقافة والبيئة في سياق التنمية المستدامة والموارد الطبيعية ويمكن اعتمادها كأحدى حلول التنمية المستدامة للحفاظ على الموارد من الاستنزاف نتيجة الاستخدام غير العقلاني.

التحليل الجغرافي للصناعات الابداعية في العالم:-

- تضاعفت صادراته في العالم خلال المدة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٩ لتصل إلى ٧١٢ مليار دولار. وبلغت في العام ٢٠٠٥ حوالي ٣.١ تريليونات دولار، وفي العام ٢٠٠٧ بلغت ٤ تريليونات دولار وفي العام ٢٠٠٩ بلغت نحو ٧.١ تريليونات دولار وهي تنمو بمعدل ٨% سنوياً.
- في حين أن صادرات العالم من سلع الصناعات الابداعية اقتربت من ٥٣٨ مليار دولار خلال ٢٠١٥. وتشكل ما نسبته ٣.٣% من مجمل صادرات العالم السلعية، ومتوسط نمو في القيمة خلال الخمس سنوات الماضية في هذه السلع تحديداً ما نسبته تقترب من ٥%. وأن معدل نموّ صادرات السلع الإبداعية بلغ ٩٩% على مستوى العالم، وأن هذه الصادرات ازدادت من ٢٠٤ بليون دولار إلى ٤٠٦ بليون دولار، وأن هذا النموّ تراوح بين ١-١% لكندا و ٣١١% لدول غربي آسيا وكذلك ٢٠٤% للاقتصادات قيد التحوّل و ١٦٢% للصين؛ إلا أنّ صادرات الدول العربية من الصناعات الإبداعية التي تتطوّر مؤخراً كمعدل نموّ، لا تزال قليلة القيمة، إذ بلغت ١٠.٦ بليون دولار العام ٢٠٠٨.

وتعتبر كلا من الصين والولايات المتحدة الأمريكية وإيطاليا، وبريطانيا والمانيا وفرنسا تعتبر من أهم الدول المصدرة لسلع الصناعات الإبداعية خلال عام ٢٠١٥ حيث تشكل الدول العشرة الأهم ما نسبته ٧٣.٧% من إجمالي صادرات العالم من سلع الصناعات الإبداعية خلال عام ٢٠١٥ وتعتبر الصين صاحبة أكبر حصة وتشكل صادراتها إلى العالم ما نسبته ٣٢% من إجمالي صادرات دول العالم خلال عام ٢٠١٥. بلغت قيمة صادراتها ٨٤.٨٠٧ مليون دولار أميركي فيما بلغت حصة مجموعات الدول المتقدمة في الصادرات من السلع الإبداعية لعام ٢٠٠٨ نحو ٥٦% والدول النامية ٤٣% ودول أوروبا الشرقية ١%؛ فضلاً عن توزّع صادرات الخدمات من الصناعات الثقافية للعام نفسه إلى ٨٣% من الدول المتقدمة و ١١% من الدول النامية و ٦% من دول أوروبا الشرقية أو ما يسمّى بالاقتصادات قيد التحوّل. ما يعني أنّ الدول المتقدمة هي التي تسيطر على تجارة الخدمات الثقافية. التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية

• ا.م. د. سلام فاضل علي

• جامعة بغداد - كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية- قسم الجغرافية