

ثنائية التراث الثقافي والاقتصاد الإبداعي: مراجعة نقدية لمفهوم الصناعات الإبداعية

علي محمد عثمان العراقي

ملخص: بإصدار منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) لثلاثة تقارير عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم في الأعوام ٢٠٠٨م، و ٢٠١٠م، و ٢٠١٣م، يكون مفهوم الاقتصاد الإبداعي والصناعة الإبداعية قد دخل مرحلة جديدة من مراحل التوافق العالمي. يهدف هذا البحث لتقصي المفهوم وتطوره التاريخي ومكوناته؛ وذلك سعياً للإجابة على سؤال مركزي: هل يُحقق المفهوم توظيفاً للتراث أم «تسليح» له؟ وباستعراضه للمكون المعرفي للصناعة الإبداعية، يذهب البحث إلى أن المفهوم يعمل على تحويل التراث الثقافي لسلعة، وتطبيق وسائل التحليل الاقتصادي، دونما مواءمة، ذاتها التي تطبق على السلع المادية، هذا فضلاً عن توسعه في التصنيف بضم وسائل التواصل ووسائطه، ومساواتها بالمُنتج الثقافي. كما يرى البحث أن اقتراح طبقة مُبدعة سيكون خصماً على المجتمع المحلي، صاحب التراث ومالكه، ويُقدّم مقترحاً بديلاً لتصنيف اليونسكو للصناعات الإبداعية ويدعو، في الوقت ذاته، لمزيد من المداورة والتحليل لهذه القضية وتشكلاتها في المجتمعات العربية.

Abstract: With the issuance of its three reports on creative economy in the world (2008, 2010, 2013), UNESCO has placed deep into the global arena the concept of creative economy and creative industry. This paper explores the latter concept and its historical development in an effort to answer a central question: “does the concept economize or commodify cultural heritage”? The close review of the concept and its ramifications leads to the fact of commodification. The paper, however, suggests another classification that favors the local community.

١. مقدمة

التي تقوم على قاعدة التقنية الفائقة، الأمر الذي يجعل الاقتصاد الإبداعي حاضراً بقوة في المشهد الاقتصادي العالمي.

يُعرف الاقتصاد الإبداعي بأنه نظام مركّب تتحقق قيمته الاقتصادية من التطور والإبداع، ويشمل مجالات السلع والخدمات المنتجة بواسطة الصناعات الإبداعية، بما في ذلك قطاعات البحث والتطوير وتنمية البرمجيات، وقد امتدَّ هذا المفهوم ليشمل التنمية الحضرية وتخطيط المدن، وبرز هذا البعد في إسهام الكاتب البريطاني شارلس لاندرى عندما صك مصطلح المدينة المبدعة (Galloway & Dunlop, 2007: 18; UNESCO, 2012: 22; UNESCO & UNDP, 2013: 14).

تطور الاهتمام العالمي بالتراث الثقافي بشكل لافت خلال النصف الثاني من القرن العشرين، وكان من نتائج ذلك تعدد المدارس والنظريات التي تُفسّر وتُحلّل القيم والمعاني التي يُعبّر عنها التراث المادي والشفاهي ومساهمته الاقتصادية. وقد ترافق هذا الاهتمام مع زيادة حجم التجارة العالمية من السلع والخدمات الإبداعية، إذ سجل ٦٢٤ بليون دولار في العام ٢٠١١م، وهو ما يبلغ ضعف ما كان عليه في العام ٢٠٠٢م بمعدل نمو سنوي مقداره ٨,٨٪ (UNESCO & UNDP 2013). وتوسّعت دائرة الاهتمام من الصناعات الثقافية إلى الصناعات الإبداعية لتستوعب مجالات التعبير الثقافي والتراث الثقافي والتخطيط الحضري، إضافة إلى الخدمات الإبداعية

لأصنام (حسن ٢٠١٢م: ٤٤؛ مكايي ١٩٩٢م: ٣٠).

وتبرز آراء مدرسة فرانكفورت في الصناعات الثقافية كجزء من منظورهم الكلي، والذي انتقد المركزية الغربية بحسبانها تجعل للقيم الغربية صلاحية كونية شاملة، عابرة للثقافات والقارات، مصنّفين ذلك كطموح امبريالي، وهو ما كانت تفعله الامبراطوريات القديمة وهي تغزو الدول والمجتمعات (هابرماس ٢٠٠٢م: ١٩١-١٩٢). وقد ذهب ادورنو وهوكهايمر في مؤلفهما جدل التنوير إلى أن صناعة الثقافة تعد آلية لقبول الأفراد وتمييطهم في المجتمعات الرأسمالية (Adorno & Hockheimer 2002: 94-95; Hesmondhalgh 2002: 15; Thorsby 2010: 88). وقد فسّرت أفكار أدورنو وهوكهايمر عن الصناعات الثقافية بأنها تتماهى مع المناخ السائد في أوروبا عقب الحرب العالمية، والذي كان يحذر من تمدد الثقافة الأمريكية وهيمنتها، ونبّه لتأثيرات ذلك على الثقافة والتقاليد الأوروبية (Oconnor 2007: 18).

ومنذ ظهور أفكار مدرسة فرانكفورت أصبح الحديث عن الصناعات الثقافية متداولاً باستمرار، وخاصة عند تناول العلاقة بين الثقافة والاقتصاد، والتي زادت بتوسّع ظاهرة العولمة وتأثيراتها الثقافية على المجتمعات. وقد ربط بعض الكتاب بين الصناعات الثقافية وخصائص مرحلة ما بعد الحداثة ومنهم ف. جيمسون (F. Jameson) والذي ذهب إلى أن الثقافة في عصر ما بعد الحداثة تمثل ثقافة المجتمع الاستهلاكي وأن كل مرحلة من مراحل الإنتاج الاقتصادي إنما تعبّر عن ظاهرة ثقافية (Jameson 1991: 6)، وأكد آخرون كهربرت شيلر (H. Shiller) أن العصر يشهد امبريالية ثقافية، وقد فسّرها بسيطرة إحدى الثقافات وهيمنتها؛ ويبدو ذلك بوضوح فيما تمارسه الشركات والمؤسسات العملاقة التابعة للدول المتقدمة على الدول النامية (Shiller 1989: 25).

عرف أوكونور (O'Connor) الصناعات الثقافية بأنها تلك الأنشطة التي تتعامل بشكل مباشر مع السلع الرمزية؛ أي السلع التي تبني قيمتها الاقتصادية على قيمتها الثقافية. ويلاحظ أن هذا التعريف يضم أنشطة

ومع هذا الاتساع في المفهوم تردّد الجدل حول مدى التزامه بالتعبير عن قيم التراث الثقافي، وهل هو محاولة للتوظيف الاقتصادي أم اتخاذه سلعة؟

يناقش هذا البحث مفهوم الصناعات الإبداعية وتطور مفرداته عبر رصد الأدبيات في هذا المجال ومراجعتها، كما يحاول الإجابة بشكل نقدي على السؤال المركزي: هل هو توظيف أم لا؟ وما هو المنظور (Paradigm) الذي يحكم مفهوم الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية؟

٢. من الصناعات الثقافية إلى الإبداعية:

١-٢. التطور التاريخي لمفهوم الصناعات الثقافية والاقتصاد الثقافي:

بدأ انتقاد تحويل المُنجز الثقافي إلى سلعة مع بعض المثقفين الأوروبيين مثل ت. س. إليوت ولويس ممفورد اللذين اعترضوا على إنتاج البضائع الثقافية وتوزيعها على نطاق صناعي واسع، وعدّاه تسليعاً (Commodification) ويفتقر إلى الأصالة (هارتلي ٢٠٠٧م: ١٩). ويُعد العلامة الفارقة في بحث علاقة الثقافة بالسياسات الاقتصادية إسهام مدرسة فرانكفورت^(١) عندما حاولت تفسير الإنتاج الصناعي للفنون بأنها تخطيط أيديولوجي من المجتمعات الرأسمالية لإضفاء الشرعية (Ideological Legitimizing of Capitalist Society)، وقد ذهبت إلى أن الإنتاج الثقافي إنما يعكس الثقافة السائدة ونمط العلاقات الاجتماعية والتي يعود بعضها لأسلوب الإنتاج الرأسمالي، وانتقدت المدرسة بشدة تحويل الفنون لنشاط اقتصادي.

تعد مقولة التشيؤ والاعتراب إطاراً مرجعياً لمعظم أفكار مدرسة فرانكفورت، وفحواها أن البشر مغتربون عن إمكاناتهم وماهياتهم؛ فالمجتمع الصناعي المتقدم يكشف عن اغتراب الإنسان، وقد تتبّع بعض مفكري النظرية، وخاصة هوكهايمر وادورنو، تأثير ظاهرة الاغتراب والتشيؤ على الفن والإبداع، مبرزين كيف انحط العمل الفني في ظل المجتمع الصناعي، ما أفقده أصالته، مفسرين ذلك بنمط علاقات الإنتاج والنظام الرأسمالي الذي حوّل السلع

الفكري؛ فخلال عقدي السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين برزت مدرسة (مركز برمنجهام للدراسات الثقافية المعاصرة)، وقد عملت هذه المدرسة على تحويل مجرى التفكير في الصناعات الثقافية وعلاقة الثقافة بالتنمية، ونادت بما أسمته (المادية الثقافية)، وذلك بنزع البُعد القيمي عن الثقافة، وجعلها أكثر مادية؛ ومن أبرز مفكري هذه المدرسة ريموند وليامز وستيوارت هول (11: 2012 UNESCO). ولم تقتصر الإسهامات البريطانية والأوروبية على مدرسة برمنجهام، بل تعدته لتيارات أخرى ركزت على بعد آخر للاقتصاد الثقافي، وذلك بوصفه مكوناً لنظريات التخطيط والسياسيولوجيا الحضرية والتنمية الاقتصادية المحلية، وقد ذهب هذه الدراسات إلى أن الصناعات الثقافية تعد من العوامل التي تؤدي إلى تطوير الجواذب في البيئة الحضرية.

أدت هذه التوجّهات الأوروبية إلى تحوّل ثقافي، وذلك بزيادة الاهتمام بالصناعات الثقافية وريادة الأعمال في القطاع الثقافي بحسبانها عوامل تنموية، وقد أشار بعض الكتاب، مثل بييلي وشولز إلى أن تنمية الصناعات الثقافية تحقق تأثيرات في المدى القصير، وذلك بجذب الزوار والمستهلكين المحليين، هذا فضلاً عن تأثيراتها على المدى الطويل بخلق بيئة ثقافية مفضلة تجذب الأفراد، والشركات وكذلك الاستثمارات (Bille & Schulz 2006: 123).

لئن توزعت اهتمامات الباحثين في الاقتصاد الثقافي بين ضفتي الأطلسي (الولايات المتحدة وأوروبا)، فقد انقسمت لمراحل تاريخية أيضاً؛ فخلال عقد الثمانينيات انصبّ البحث على اختبار تأثير مختلف القطاعات الثقافية على تنمية المجتمعات المحلية والتخطيط الحضري، أما التسعينيات وما بعدها فقد شهدت تحوّل الاهتمام للقضايا التي أفرزها التطبيق وخاصة الملكية الفكرية (UNESCO 2012: 9).

أكدت معظم الكتابات التي تناولت موضوع الاقتصاد الثقافي أنها تسعى لتقديم رؤية تبرز التنوع الذي يتيح

مثل: الإذاعة والتلفزيون، والأفلام، والنشر، والموسيقى المسجلة، والتصميم، والعمارة، والفن التقليدي، والفنون البصرية، والمصنوعات التقليدية، والمسرح، والأدب، والفنون الأدائية، والمتحف وصلات العرض (Galloway 21: 2007 Dunlop &). وقد بدأت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) في ثمانينيات القرن العشرين بنشر المصطلح، والذي قصدت به كل أشكال الإنتاج الثقافي من موسيقى، وفن تشكيلي، وكتابة، وتصميم، وصناعات الإعلان، إضافة إلى الحرف والمصنوعات التقليدية (UNESCO & UNDP, 2013).

رصدت اليونسكو في تقريرها عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم 2012م تطور الدراسات والأدبيات حول نمط العلاقة بين الثقافة والاقتصاد، مشيرة إلى أن أولى المحاولات الجادة لدراسة نمط العلاقة والتأثيرات وتحليلها تعود إلى إسهامات بومول وأوين (Baumol & Bowen)، وخاصة بحثهما عن «الفنون الأدائية: تشريح لمشاكلها الاقتصادية» والمنشور في 1965م، وكتابهما «الفنون الأدائية: الأزمة الاقتصادية» في 1966م، وقد حلّل الكاتبان الأوضاع الاقتصادية للفنون الأدائية في الولايات المتحدة (9: 2012 UNESCO). وفي مطلع الثمانينيات نشر هيندون وشانهام (Hendon & Shanaham) كتابين عن الاقتصاد الثقافي وتحليل الآثار الاقتصادية للقطاعات الفنية في الولايات المتحدة.

يلاحظ أن معظم الدراسات التي تناولت التجربة الأمريكية في الاقتصاد الثقافي خلال عقد السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين كانت تركز على ضرورة دعم الدولة (على المستويين الوطني والمحلي) للفنون وزيادة التمويل الفدرالي لهذا القطاع، وذلك لما له من قدرة على توليد الدخل وتحسين مستويات التشغيل، بل قد طالب بعضها بضرورة إسهام رجال الأعمال المحليين في برامج دعم الفنون عبر المنح وتقديم الدعم (Heilbrun & Gray 2004: 344).

لم تتخلف بريطانيا عن الإسهام في هذا الحراك

بلغ ٢,٢ تريليون دولار بمعدل نمو سنوي ٥٪ (UNESCO 2012: 13)، وقد وسَّع هوكينز المصطلح ليشمل قطاع الألعاب الإلكترونية وغيرها، إضافة إلى نشاطات البحث والتطوير.

تسمى فكرة الصناعات الإبداعية إلى توضيح التقارب المفاهيمي والعقلي بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (النطاق الجماهيري) في إطار تقنيات إعلام جديدة (هارتلي ٢٠٠٧م: ١٢) وهي تجمع بين مصطلحين أقدم عمراً: الفنون الإبداعية والصناعات الثقافية.

أخذ المصطلح بُعده العالمي باستخدامه بواسطة المنظمات الدولية، وذلك عندما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرارها رقم ٢/٥٥ والذي يؤكد على أهمية الثقافة في التنمية، وفي العامين ٢٠٠٨م و٢٠١٠م صدرت طبعتان من تقرير الاقتصاد الإبداعي في العالم، المنجز بواسطة وكالات الأمم المتحدة المتخصصة، ومنها اليونيسكو UNESCO، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي UNDP، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD، وقد ذهب التقريران إلى أن الاقتصاد الإبداعي لا يعد من القطاعات سريعة النمو في الاقتصاد العالمي فحسب، ولكنه يتميز كذلك بقدرته العالية في إحداث التحوُّلات، وتوليد الدخل، وخلق فرص العمل، وزيادة عائدات التصدير (UNESCO 2013: 11 & UNDP). واستمرارا لاهتمام المنظمات الدولية بالموضوع، فقد أصدرت UNCTAD تقريراً في مايو ٢٠١٣م أوضحت فيه أن حجم التجارة العالمية من السلع والخدمات الإبداعية بلغ ٦٢٤ بليون دولار في العام ٢٠١١م، وبذلك يكون قد بلغ ضعف أرقامه المسجلة في العام ٢٠٠٢م، كما بلغ معدل النمو السنوي ٨,٨٪ على المستوى العالمي وزاد معدل نمو صادرات الدول النامية من السلع والخدمات الإبداعية ليصل إلى ١٢,١٪ خلال الفترة نفسها.

تعددت إسهامات المنظمات والكيانات ذات الصلة

عمل الاقتصادي والثقافي معاً متكاملين لا متنافسين (Lee 2002: 355)، بل ذهب بعض الباحثين خطوة أبعد بالدعوة إلى أن يكون الاقتصاد أكثر اهتماماً بالبعد الثقافي (Culturalization of Economy) وذلك لأن الثقافة أصبحت تلعب دوراً محورياً في العلاقات الاقتصادية (Warde 2002: 185)، ورأى آخرون في الطرف الآخر أن تعمل المؤسسات والكيانات الثقافية لزيادة اهتمامها بالبعد الاقتصادي (Economization of Culture) لتنامي المفاهيم الاقتصادية والآليات الكفيلة بحسن إدارة المنشآت وأشكال التعبير الثقافي (Salaman 1997); (Thrift, 1999).

٢-٢. حقبة الصناعات الإبداعية:

ظهر مصطلح الصناعات الإبداعية لأول مرة في أستراليا في العام ١٩٩٤م حينما ورد في تقرير: (الأمة المبدعة- السياسات الثقافية للكونولث)، وفي عام ١٩٩٨م أصدرت وزارة الثقافة البريطانية وثيقة (خرائط الصناعات الإبداعية) (Creative Industries Mapping)، وإن انتقدها بعض الباحثين لتوسعها في مفهوم الصناعات الإبداعية فإنهم قد فسروا ذلك لرغبة الوزارة في التركيز على إسهامها في الاقتصاد البريطاني الأوسع بزيادة القطاعات الإبداعية وتعددتها (هارتلي ٢٠٠٧م: ١٨١). وقد عرّفت الوثيقة الصناعات الإبداعية بأنها: تلك الصناعات التي يكون مصدرها الإبداعية الشخصية، والمهارات والموهبة، هذا فضلاً عن مقدرتها الكامنة لخلق الثروة والوظائف، وذلك عبر بناء الملكية الفكرية واستغلالها (DCMS 1998: 7)، ويلاحظ أن هذا التعريف صنّف الإنتاج الثقافي كواحد فقط من أنواع الإبداع؛ وهو في ذلك لا يختلف عن أي صناعة أخرى، ما دامت قائمة على عنصر إبداعي. وقد أخذ المصطلح بُعده الأوسع عندما استخدمه الكاتب البريطاني جون هوكينز في ٢٠٠١م، وذلك بوضعه معايير تصنيف ما أسماه الاقتصاد الإبداعي على ١٥ صناعة، تشمل قطاعات الفنون والعلوم والتكنولوجيا، وطبقاً لتقديراته فإن حجم القطاع الإبداعي في العالم

حديثاً لتحليل الإسهامات التنموية للصناعات الثقافية، وذلك بتحوّل التركيز من هيكل الإنتاج المادي إلى الموارد البشرية المبدعة، والتي أطلق عليها مصطلح «الطبقة المبدعة»، ويتضح أنّ هذا التوجّه قريب الصلة بالمداخل السابقة، وخاصة السييسولوجيا الحضريّة الحديثة.

تتميز الصناعات الإبداعية بسمات معينة فضلها ريتشارد كيفز كما نقلها عنه (هارتلي ٢٠٠٧م: ٨٩) على النحو الآتي:

١. التشكل الكبير في الطلب المتوقع على الإنتاج الإبداعي لأن المنتجات الإبداعية (سلع تجربة) يعوز المشتري فيها المعلومات قبل الاستهلاك، ويتحقق الإشباع من الذاتي والضمني إلى حد كبير.
٢. طرق استهلاك المنتجين الإبداعيين لأشكال غير اقتصادية للإشباع من عملهم ونشاطهم الإبداعي تعتمد في الوقت ذاته على أداء أنشطة أكثر رتابة (مثل المحاسبة والتسويق) لإتمام تلك الأنشطة.
٣. الطبيعة الجماعية، أحياناً، للإنتاج الإبداعي والحاجة إلى توفير فرق إبداعية تتمتع بمهارات متنوعة والمحافظة عليها، والتي غالباً ما تتعارض رؤيتها وتطلعاتها بالنسبة إلى المنتج النهائي.
٤. التنوع شبه المطلق للإنتاج الإبداعي سواءً في إطار أشكال خاصة (أجهزة الفيديو في محلات تأجيرها مثلاً) أو بين الأشكال نفسها.
٥. المهارات المختلفة رأسياً، أو ما يُطلق عليه ظاهرة القائمة (أ) والقائمة (ب)، وطرق المنتجين أو غيرهم من مجمعي المحتوى في تصنيف وتقييم المستخدمين الإبداعيين.
٦. الحاجة إلى التنسيق بين أنشطة إبداعية متنوعة في مدى زمني قصير نسبياً ومحدد غالباً.
٧. تحمل الكثير من المنتجات الإبداعية وقدرة منتجها على مواصلة استخلاص الإنجاز الاقتصادي (مدفوعات حقوق النشر على سبيل المثال) بعد وقت

لتحديد مكوّنات الصناعات الإبداعية، ويبرز في هذا السياق نموذج اليونسكو والذي اعتمد على تجربتها السابقة في تصنيف الصناعات الثقافية، إذ فرّق النموذج بين الصناعات في النطاقات الثقافية المحورية وتلك التي أسماها النطاقات الثقافية المتوسعة، ويلخص الجدول رقم (١) هذه المكونات.

الجدول ١: نموذج اليونسكو للصناعات الإبداعية

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

المصدر: UNESCO 2012

يُبرز الجدول حجم التوسّع الذي طرأ على مفهوم الصناعات الثقافية الذي ساد خلال عقدي الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين، وذلك بأن ضمت الصناعات الإبداعية قطاعات لم تكن ذات علاقة بالنشاط الثقافي؛ كالتخطيط الحضري، والإعلان، والبرمجيات. وقد أكدت اليونسكو هذا التوجه في تقريرها الأخير عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم (UNESCO & UNDP 2013)، وذلك عندما أشارت إلى أن النطاقات التي تعبر عن قيم الثقافة هي:

- التعبير الثقافي.
 - التراث الثقافي المادي والشفاهي.
 - العمارة والتخطيط الحضري.
- ترافق مع هذا التصنيف للصناعات الإبداعية اتجاهات

السياحة التراثية تعد من أهم أنواع السياحة وأكثرها نمواً على المستوى العالمي. وقد تطور اهتمام المنظمات الدولية بضرورة إدماج برامج الحفاظ على التراث واستراتيجيات التخطيط الحضري مع الأهداف الكبرى للتنمية المستدامة على المستوى الوطني.

إن كان ما سبق هو التوظيف، فما الجديد الذي يُقدّمه مفهوم الصناعات الإبداعية؟

استخدم المفهوم إطاراً نظرياً ومناهجاً لتحليل تعبير بدقة عن أوضاع المجتمعات الغربية في مرحلتها ما بعد الصناعية، والتي تتميز بزيادة نسبة الخدمات وصناعات التقنية الفائقة في الناتج المحلي الإجمالي، هذا فضلاً عن سعي الاقتصاد الإبداعي لفك الارتباط ما بين الإنسان وتراثه وتحويل هذا التراث لسلعة تنطبق عليها كل نظريات التحليل الاقتصادي ووسائله، ويبرز هذا البعد بوضوح عندما يتم الحديث عن الطبقة المبدعة لا المجتمع المحلي صاحب التراث ومالكه.

يعتقد الباحث أن ما يسعى إليه الاقتصاد الإبداعي هو ليس توظيف للتراث بل تحويله لسلعة وذلك لعدة قرائن:

أولاً: يُعدّ المنتج التراثي منجزاً إبداعياً للمجتمعات البشرية بصرف النظر عن مستواها الاقتصادي، وذلك تأكيداً لتفرد التراث وتعدّده بتعدد المجتمعات؛ ومع هذه الحقيقة فإن تصنيف اليونسكو للصناعات الإبداعية توسّع بضم منتجات وثيقة الصلة بالمجتمعات الصناعية؛ كمعدات الصوت والطباعة والبرمجيات والمعدات السمعية والبصرية وغيرها (الجدول ١)، وكل هذه المنتجات تُعد من السلع كثيفة رأس المال، وهي وإن كانت منجزاً عقلياً إلا أنه لا يمكن مساواتها مع التراث المادي والشفاهي للمجتمع.

ثانياً: يستبطن الاقتصاد الإبداعي مفهوم فك الارتباط بين الإنسان وتراثه وتحويله لسلعة، وذلك على غرار تحويل اليد العاملة والأرض لسلع، وهي أبرز دعائم اقتصاد السوق، والتي لاحظ كارل بولاني

طويل من الإنتاج.

تذهب الكتابات الحديثة إلى أن الطبقة المبدعة برزت كعامل حديث وجالب للنمو الاقتصادي وخلق بيئة للتكنولوجيا والإبداع وذلك ما يُعرف بنظرية T3 ويقصد بها:

- الموهبة Talent.

- المثابرة Tolerance.

- التكنولوجيا Technology.

وتفترض هذه النظرية أن الاستثمار في الإبداع والابتكارات التكنولوجية هي القوة الأولية والدافعة للنمو في الاقتصاد الإبداعي.

يُبرز هذا المفهوم أن الأمر ليس مجرد توسّع في المكونات وتصنيفها، ولكنه يُعبّر عن تحوّل جذري من قطاع يعتمد على المُنجز الإبداعي في مكوّنه الثقافي إلى آخر يضم جميع أشكال الإبداع، وخاصة منتجات التقنية الفائقة، ومن ثم التأسيس لمفهوم الطبقة المبدعة. يطرح هذا التحوّل السؤال المركزي: هل يُعد هذا توظيفاً للتراث الثقافي أم تحويله لسلعة؟ وهل وسائل التحليل المستخدمة تتوافق مع طبيعة التراث؟ وما دور المجتمعات المحلية في الاقتصاد الإبداعي الذي يقوم على الطبقة المبدعة؟ هذه التساؤلات سنحاول الإجابة عليها في الجزء التالي من هذا البحث.

٣. توظيف للتراث الثقافي أم تحويله لسلعة؟

يعد التراث الثقافي، ببعديه المادي والشفاهي، من أكثر الأشياء التصاقاً بالإنسان؛ فهو وإن كان ابن تراثه فإنه ينتج التراث أيضاً.

أفرزت هذه العلاقة الجدلية شكلاً معيناً من الارتباط والتماهي، خاصة مع التراث الشفاهي، وظل الإنسان -عندما وعى البعد الاقتصادي لتراثه- يوظفه اقتصادياً؛ فشهدنا إنتاج الحرف والمصنوعات التقليدية، والتي تختلف باختلاف الصناعات وبيئاتهم وأحوالهم، وذلك كدليل على تفرد المُنجز الإبداعي التراثي وارتباطه الصميم بصانعه. ولا يقتصر التوظيف على المصنوعات التقليدية، بل إن

جماعية لكل أفراد المجتمع وأجياله، ويتعارض ذلك بشكل واضح مع مفاهيم الاقتصاد الإبداعي التي تقوم على نظرية المنفعة^(٢) وغيرها من آليات التحليل الاقتصادي؛ ولئن أقررنا بهذه المبادئ، فيمكن لشخص ما أو عدة أشخاص تسجيل زي شعبي لجماعة ما أو أحاجي باعتبارها ملكية خاصة.

خامساً: يُعدّ التراث الثقافي أحد الأصول والموارد للمجتمعات المحلية، وتبرز أهميته في إشباعه للجوانب الرمزية والروحية للمجتمع والتي تعد من أهم عناصر التماسك والوحدة في بنية الثقافات المحلية؛ وعندما يتم تسليح هذا التراث فإنه يخرج من دائرة مبدعيه إلى دائرة أخرى استثمارية، وربما يفقد تدريجياً سياقه الثقافي التاريخي وتشكلاته الأصلية.

سادساً: يعكس مفهوم الصناعات الإبداعية بالمكونات التي أقرتها اليونسكو شكلاً من أشكال سيطرة المفاهيم والتصورات الغربية، والتي انتشرت خلال العقود الثلاثة الأخيرة، بدرجة يصدق عليها وصف تقرير اللجنة العالمية للثقافة والتنمية بأنها تحوّل جذري في أسواق الفن والصناعات الثقافية (عصفور، ١٩٩٧م: ٨٣)؛ وما من شك أنها تعبر عن المركزية الغربية التي تعتقد بحتمية الصلاحية الكونية لأفكارها ورؤاها ونظرياتها (هابرماس ٢٠٠٢م: ١٩١).

سابعاً: تمثل الحرف والمصنوعات التقليدية صورة من صور توظيف التراث الثقافي واستغلال عائدته الاقتصادي، ولكن عندما يتحوّل الإنتاج الحرفي لصناعات ضخمة تحدّ من سيطرة الحرفي على هامش ربحه، يبرز السؤال عن نصيب هذا الحرفي من العائدات، والذي غالباً ما يكون من الفقراء ولا يملك القدرة على المساومة.

ثامناً: إن استخدام وسائل التحليل الاقتصادي وآلياتها وتطبيقها على التراث الثقافي كما تستخدم على

خطل هذا الفصل، وانتقد ذلك مطولاً في كتابه (التحوّل الكبير) عندما أشار إلى أن أهم التحوّلات التي رسخت للرأسمالية هي إخضاع المجتمع ونظمه لقوانين السوق وليس العكس؛ وذلك باعتبار اليد العاملة والأرض مجرد عوامل للإنتاج، الأمر الذي تطلب فك الارتباط ما بين الإنسان وأرضه (بولانسي، ٢٠٠٩م: ١٧٥-١٧٧)، ولعل هذا هو ما يسعى إليه مفهوم الاقتصاد الإبداعي، والذي يأتي متسقاً مع التطور الذي شهدته الأفكار الاقتصادية في مرحلة ما بعد الحداثة والسعي لتحويل الأشياء كلها إلى سلع، بما فيها التراث، تطبق عليها جميع أشكال التحليل الاقتصادي المعروفة، دونما نظر لخصوصية التراث. ويقف مفهوم الطبقة المبدعة شاهداً آخر على فك الارتباط بين المجتمع وتراثه؛ فهذه الطبقة، وليس المجتمع المحلي، هي المعنية بإنتاج التراث الثقافي وتسويقه، ومن المؤكد أنها ستستخدم كل مناهج إدارة الأعمال ومهاراتها التي تتيح تحويل المنتج التراثي إلى سلعة وزيادة حجم العائدات، وتظل العلاقة مع المجتمع المحلي أنه مجرد حارس لهذه المواد الأولية؛ بل إن المجتمع الذي كان لربغته في المعرفة السبب الأولى في إيجاد هذه الفرص يصبح محروماً من الوصول إلى أنواع الماضي الحقيقية الخاصة به (عصفور، ١٩٩٧م: ٢٠٨).

ثالثاً: في سعيه لزيادة الاهتمام بالمنتج الثقافي، فإن الاقتصاد الإبداعي يستخدم مفهوم القيمة المضافة والتي تعنى دخول المنتج في مراحل متعاقبة تضمن زيادة قيمته النقدية؛ وهذا المفهوم يتساوى فيه القطن والبتروول والفلكلور، فكلها سلع. يرى الباحث أن القيمة المضافة للتراث الثقافي خاصة الشفاهي، ليست في تحويله لسلع بل في مدى ارتباطه بمجتمعه المحلي وعمق الإحساس بأصالة هذا التراث وقيمه المعرفية.

رابعاً: يتميز التراث الثقافي، وخاصة الشفاهي، بأن ملكيته

جنباً إلى جنب مع الوسائط كالأجهزة السمعية والبصرية وصناعات التقنية تشبه إلى حد كبير المساواة في التصنيف بين الإنتاج الزراعي والشاحنة التي تنقله، وتبدو المقارنة في صالح الشاحنة بالنظر إلى قيمتها والتقنية المستخدمة فيها.

يعتقد الباحث أنه لا بد من الفصل في التصنيف بين منتج الثقافة، سواءً كان فرداً أم جماعة ووسائط توصيلها، وتبدو خطورة الجمع بين الاثنين أن الوسائط هي نتاج صناعة متقدمة وراسخة ولها تاريخها وآليات تحليلها وترابطاتها مع أنواع الصناعات الأخرى، بينما صناعات التراث الثقافي لم تتبلور لها بعد نظريات وآليات للقياس والتحليل؛ ما يجعل الكفة راجحة للأولى وما تمثله من منتجين ورؤوس أموال مقابل المجتمعات المحلية، خاصة في مجال القيمة المضافة والتطور التقني. ويقدم الجدول رقم (٢) تلخيصاً لهذا المقترح.

الجدول ٢: مقترح لتصنيف الصناعات الإبداعية

الصناعات والأنشطة الثقافية	وسائط الصناعات الثقافية
المتاحف، صالات العرض والمكتبات	الوسائط التفاعلية
الفنون الأدائية	الأدوات الموسيقية
المهرجانات	الإعلان
المصنوعات اليدوية والفنون البصرية	البرمجيات
التصميم	المعدات السمعية والبصرية
النشر	
الإذاعة والتلفزيون	
الأفلام والفيديو	
التصوير	
العمارة	
السياحة التراثية	

المصدر: إعداد الباحث

إن هذا المقترح بإعادة تصنيف مكونات القطاع الإبداعي ليست مجرد ترتيبات شكلية ولكنها تنطلق من المرجعية التي استعرضناها سابقاً بضرورة التفريق بين

القطاعات الإنتاجية كالزراعة والصناعة والخدمات لأمر يجافى الموضوعية، وذلك لاختلاف طبيعة المنتج الثقافي عن غيره، بل إن دور المستهلك فيه مختلف جداً عما سواه؛ ولئن كان التوصل إلى المعرفة، من خلال اقتصاد المعرفة، عملية إنسانية وليست تقنية (هارتلي ٢٠٠٧م: ١٥١) فإن البحث عن وسائل وآليات للتحليل والفهم لطبيعة هذا القطاع تعد من القضايا الأساسية؛ ولعل هذا ما لم تفعله تقارير أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم الصادرة عن اليونسكو للأعوام ٢٠٠٨م، و ٢٠١٠م، و ٢٠١٣م.

تاسعاً: كغيرها من الأنشطة الاقتصادية، تبرز الصناعات الإبداعية التفاوت الواضح بين الشمال والجنوب؛ فالموسيقيون الأفارقة مثلاً أقل دخلاً من رصنائهم في الدول الأخرى، وقد قدر تقرير اليونسكو عن أوضاع الاقتصاد الإبداعي في العالم ٢٠١٢م أن معدل دخل الموسيقي في السنغال لا يتجاوز ٦٠٠ دولار، وهو ما يقل بحوالي ١٦٪ من معدل الدخل في البلاد.

هذه بعض القرائن على أن مفهوم الاقتصاد الإبداعي يقوم على تحويل التراث الثقافي إلى سلعة وليس توظيفه، وتجدر الإشارة هنا إلى أن مجالات التركيز والاهتمام كانت مختلفة بين الولايات المتحدة وأوروبا (انظر القسم الثاني من هذا البحث)، فحين اهتمت الكتابات الأميركية بدعم الفنون الأدائية وتمويلها على المستوى الوطني والمحلي، فقد انصرف تركيز الأوروبيون إلى التخطيط الحضري؛ وهنا يتردد السؤال ما أولويات الدول النامية، وخاصة الدول العربية في الاقتصاد الإبداعي؟ وما وسائل التحليل المناسبة؟ إن هذه من الموضوعات التي تحتاج بحثاً واستقصاءً معمقاً.

إن الملاحظات أعلاه على مفهوم الاقتصاد الإبداعي لا تعني عدم جدواه، بل تعني أنه يحتاج لمواءمة وتكيف مع طبيعة التراث الثقافي وخصوصية المجتمعات، لنضمن توظيفاً وليس تسليعاً للتراث.

٤. مقترح بديل:

إن إدراج الأعمال والأنشطة المتعلقة بالتراث الثقافي

٥. خاتمة:

حاول هذا البحث الإجابة على السؤال: هل يعد مفهوم الصناعات الإبداعية الذي أقرته اليونسكو توظيفاً للتراث الثقافي أم تحويله لسلعة؟، وباستعراضه لتطور المفهوم خلال القرن العشرين ومكوناته المعرفية تبين أنه يستبطن التعامل مع التراث كأى مواد أولية قابلة للتحويل لسلعة فتطبق عليها وسائل وآليات التحليل ذات الصلة. كما لاحظ البحث أن التركيز على الطبقة المبدعة يعزز افتراض التسليع ويجعل من المجتمع المحلي، صاحب التراث، مجرد حارس لهذه المواد الأولية تنتظر الاستغلال بواسطة رواد الأعمال. وقد حاول البحث تقديم مقترح لإعادة تصنيف مكونات الصناعات الإبداعية بشكل يضمن تقدير المنجز الإبداعي وقيمه الاقتصادية ودور المجتمع المحلي في إنتاجه والمحافظة عليه وتطويره. ويفتح البحث الباب للنقاش والمدارسة في المجتمعات العربية حول مفهوم الاقتصاد الإبداعي وتشكلاته والسعي لبلورة رؤية عربية عن القضية.

النشاط الإبداعي ووسائط توصيله، ولأن هذا الأمر يترتب عليه المعايير والمؤشرات لتقييم مدى الإنجاز بين الدول والمجتمعات واقتراح الخطط والبرامج الكفيلة بتنمية التراث الثقافي مما يؤكد على قرب هذا المقترح وتلمسه لأوضاع المجتمعات المحلية وعدم دورانه في فلك المركزية الغربية والتي تعمم ما هو خاص بمجتمعاتها وتقطع بما هو مظنون. يتأكد هذا المقترح ويصبح ذي جدوى إذا علمنا أن فكرة الصناعات الإبداعية إنما هي جمع وتوليف بين الفنون الإبداعية التي تعتمد الموهبة الفردية والصناعات الثقافية والتي تستهدف توصيل الإبداع للجماهير، إذن فنحن أمام نوعين من القطاعات فردي وجماهيري ولكل واحد خصائصه ومناهج النظر والتحليل التي تستوعب تفرده، ومن التعسف وعدم الموضوعية إسقاط منهج قطاع على الآخر ومحاكمته به، وهذا ما أوضحه المقترح عندما فصل بين الإبداع كمنتج ثقافي وآليات ووسائط توصيله للجمهور.

د. علي محمد عثمان العراقي: كلية السياحة والآثار - جامعة الملك سعود - الرياض - المملكة العربية السعودية.

الهوامش:

- (١) مدرسة فرانكفورت أو النظرية النقدية، من أهم المدارس الفلسفية والاجتماعية التي ظهرت في ألمانيا خلال النصف الأول من القرن العشرين، أبرز أفكارها التشيؤ والاعتراب والعقلانية التقنية؛ كما اشتهرت بطرحها الناقد لنمط التفكير الرأسمالي وكذلك الماركسي؛ أبرز مفكرها: ماكس هوركهايمر، وثيودور أدورنو، ويورغن هابرماس.
- (٢) نظرية المنفعة، من المكونات الرئيسة لتحليل الاقتصادى الجزئي، وتنص على أن الإنسان في عمله يسعى لتعظيم منفعته الشخصية بصرف النظر عن منافع الآخرين، ويعبر عن ذلك رياضياً بدالة المنفعة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

حسن، ابوالنور ٢٠١٢م، يورجين هابرماس - الاخلاق والتواصل، دار التنوير للطباعة والنشر، بيروت.

مكاوي، عبدالغفار ١٩٩٢م، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، حوثيات كلية الآداب، جامعة الكويت، الرسالة رقم ٨٨.

عصفور، جابر ١٩٩٧م، التنوع البشري الخلاق - تقرير اللجنة العالمية للثقافة والتنمية، اليونسكو، المشروع القومي للترجمة، القاهرة.

بولاني، كارل ٢٠٠٩م، التحول الكبير - الأصول السياسية والاقتصادية لزمنا المعاصر، ترجمة، محمد فاضل طباطبا، ط١، المنظمة العربية للترجمة، بيروت.

هابرماس، يورجين ٢٠٠٢م، بعد ماركس، ترجمة، محمد ميلان، دار الحوار للنشر.

هارتلى، جون محرر ٢٠٠٧م، الصناعات الإبداعية - كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة، ترجمة، بدر السيد سليمان الرفاعي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت.

ثانياً: المراجع غير العربية

- Adorno, T. & Horkheimer, M. 2002. **Dialectic of enlightenment: philosophical fragments**, Stanford University Press.
- Bille, T. & Shulz, G. 2006. "Culture in urban and regional development». In: Ginsburgh V. & Thorsby. eds. **Handbook of the economics of arts & culture**, Vol.1, 1052-1099, Amestrdam.
- Galloway, S. & Dunlop, S. 2007. "A critique of definitions of the cultural & creative industries in public policy», **International Journal of Cultural Policy**, Vol. 13, No. 1, pp. 17-31
- Hesmondhalgh, D. 2002. **The cultural industries**, SAGE publication, London.
- Heilbrun, J. & Gray. 2004. **The economics of art and culture**, Cambridge University Press.
- Jameson, F. 1991. **Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism**, London, Verso.
- Lee, R. 2002. "Nice maps, shame about the theory, thinking geographically about the economics», **Progress in Human Geography**, 26: 333-55.
- O'Connor, J. 2007. "The cultural & creative industries: a review of literature", **A report for Creative Partnership**, School of Performance & Cultural Industries, The University of Leeds.
- Salaman, J. 1997. "Culturing production",. In: du Gray. (ed.) **Production of culture & culture of production**, pp. 235-284, SAGE, London.
- Shiller, H. 1989. **Culture, Inc.: The corporate takeover of public expression**, Oxford Printing Press, Oxford.
- Thrift. 1999. "Capitalism cultural turn». In: Ray, L. & Sayer, A. (eds.), **Culture of economy after the cultural turn**, SAGE, pp. 135-161, London.
- Thorsby. 2010. **Economics & Culture**, Cambridge University Press.
- UNESCO 2012. **Measuring the economic contribution of cultural industries**, UNESCO Institute of Statistics, Montreal.
- UNESCO & UNDP 2013. **Creative economy report- widening local development pathways**, Paris.
- Warde, A. 2002. "Production, consumption and the cultural economy» in du Gray. & Sayer, A. eds. **Cultural Economy**, pp. 185-200, SAGE, London.