

الدور التنموي للاقتصاد الإبداعي (الثقافي) في العراق

The Developmental Role of The Creative (Cultural) Economy In Iraq

سونيا يغيازاريان^{*1}

¹مركز دراسات البصرة والخليج العربي، جامعة البصرة (العراق)، sonia.arzrony@gmail.com

تاريخ النشر: 2026/06/30

تاريخ القبول: 2026/06/17

تاريخ الاستلام: 2025/12/18

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى بيان الدور التنموي للاقتصاد الإبداعي في العراق وفق أبعاد عدة (الاقتصادية: محرك للنمو الاقتصادي العالمي - خفض معدلات البطالة في ظل توظيف المهارات الإبداعية من (2016-2021)م بـ (36,2%) - تعزيز التبادل التجاري - رفع جودة أداء العمل) و(السياسية: بناء جسور من التعاون والصداقة) و(الحضارية: زيادة عدد المتاحف الأثرية وعدد زائريها) و(الثقافية والاجتماعية: تعزيز الهوية الوطنية والتراث الثقافي من عروض وأنشطة الفنون الشعبية لدائرة السينما والمسرح وعدد المهرجانات - التماسك الاجتماعي) و(التربوية: عرض المسرحيات المنتجة - تطوير اللغة) في الوقت ذاته، لا يخلو من تحديات كـ(الشخصية - المعرفة - ضعف الأداء اللوجستي - انخفاض الموارد المالية المخصصة للبحث والتطوير ولوزارة الثقافة)، وتوصلت إلى نتائج أهمها (إنشاء قاعدة بيانات رقمية للصناعات الثقافية - تشجيع الاستثمار الخاص في الصناعات الإبداعية - زيادة الموازنة المخصصة للبحث والتطوير والثقافة - اعتماد مبدأ دولة المعرفة، الخ).

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الإبداعي - البرتقالي - الصناعات الثقافية - الصناعات الإبداعية - الخدمات الإبداعية.

Abstract:

The study aims to explain the developmental role of the creative economy in Iraq according to several dimensions. Economic: an engine of global economic growth , reducing unemployment rates in light of the employment of creative skills from 2016-2021 by (36,2%) , enhancing trade exchange , raising the quality of work performance . Political: building bridges of cooperation and friendship . Civilizational : increasing the number of archaeological museums and the number of their visitors . Cultural and social: strengthening national identity and cultural heritage through popular arts performances , activities , number of festivals of the cinema and theatre department , and social cohesion. Educational : Showing the produced plays , developing the language, but, at the same time, it is not without challenges, such as personality, knowledge, poor logistical performance, and financial resources decline allocated to research and development and to the ministry of culture. The study reached the most important conclusions, including : establishing a digital database for cultural industries, encouraging private investment in creative industries, increasing the budget allocated for research development and culture, adopting the principle of the knowledge state, etc..

Keywords: Creative Economy, Orange Economy, Cultural Industries, Creative Industries, Creative Services.

* المؤلف المرسل.

مقدمة:

برز الاقتصاد الإبداعي كأحد روافد الاقتصاد العالمي الذي يقوم على انتاج المعرفة وتوزيعها واستغلال إنجازاتها، وهو مرادف لمصطلح الاقتصاد البرتقالي، وبذلك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالأنشطة الثقافية والفنية والتقنيات الرقمية أو ما يمكن تسميتها بالصناعات الثقافية (التراث الثقافي والأشكال التقليدية للأبداع) والابداعية (الشاشة-الكتابة-الأدب-الموسيقى-الفنون المسرحية-الحرف اليدوية، إلخ) التي تمثلان شريان الاقتصاد الإبداعي " يضع الفنون - الثقافة في صلة مباشرة مع صناعات ضخمة"، أما مؤشرات والتي منها في العراق، تتمثل في (الموهبة-العرض والطلب-عوامل التمكين التكنولوجية- قوة المكان- نسبة الانفاق على البحث والتطوير- عدد العاملين في البحث والتطوير لكل مليون شخص وفي وزارة الثقافة- براءات الاختراع الممنوحة، إلخ) وما له من دور تنموي "ثقافي" بجوانب (اقتصادية- تربوية - سياسية- ثقافية- حضارية)، إلا أنه لا يخلو من معوقات تحول دون تحقيقه، مما يتطلب دراستها والنظر فيها لما لها من فوائد اقتصادية وغير اقتصادية تساهم في رفاهية المجتمعات وتعزيزها.

أهمية البحث: إن الاقتصاد الإبداعي (الثقافي) يعد خياراً "انمائياً" مستداماً يعتمد على مورد فريد ومتجدد (الإبداع البشري) وما له من دور بإبعاده (الاقتصادية-الثقافية-الحضارية، إلخ).

إشكالية البحث: ينطلق من صياغة الأسئلة الآتية:

* ما هو الاقتصاد الإبداعي؟

* ما هي مؤشرات الاقتصاد الإبداعي ودوره التنموي في العراق؟

* ما هي المعوقات التي تواجه الاقتصاد الإبداعي في العراق؟

* ما هي المعالجات اللازمة لتعزيز دوره التنموي؟

فرضية البحث: للاقتصاد الإبداعي أو الثقافي دور مهم في التنمية الاقتصادية، ومع ذلك هناك تحديات عدة تحول دون تحقيق تلك الأبعاد.

هدف البحث: بيان ملامح الاقتصاد الإبداعي في العراق من نقاط القوة "مؤشرات ودوره التنموي" والضعف "المعوقات".

منهجية البحث: يعتمد البحث على المنهج النظري من مفهوم الاقتصاد الإبداعي ومقوماته والتحليلي من دوره التنموي في العراق والمعوقات التي تواجهه، وختتمت بعدد من الاستنتاجات والمقترحات.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للاقتصاد الإبداعي (الثقافي)

أولاً: "الجدور التاريخية للاقتصاد الإبداعي: في بادى الأمر نشير إلى أن مصطلح (الابداع) قد ظهر منذ فجر الحضارة، إلا أنه لم يدرس كمصطلح علمي، إلا في القرن (العشرين) في المجتمعات القديمة التي ترجع رمزياتها إلى الحضارتين (اليونانية والرومانية) (إنه هبة من الآلهة أو مصدر إلهام روحي) (العبيدي، 2025: صفحة 1)، وأصبح موضوعاً "أكاديمياً" بعد الحرب العالمية الثانية، عندما بدأ علماء النفس في دراسته ضمن سياقات التفكير وحل المشكلات، وهنا أكتسب مفهوم القدرة على توليد الأفكار أو مفاهيم جديدة أو إيجاد روابط غير معتادة بين عناصر مألوقة لا يشترط ان يكون قابلاً" للتطبيق التجاري، أما ظهوره في علم الاقتصاد، فقد برز تحت عنوان (التدمير الإبداعي) على يد الاقتصادي (جوزيف شومبيتر) لوصف الطريقة التي يتم بها تدمير الطرق القديمة لفعل الأشياء داخلياً واستبدالها بالجديدة، في حين يرى الاقتصادي (بول رومر)، أنه كعنصر مهم في إعادة تجميع العناصر لإنتاج تقنيات ومنتجات جديدة كونه مساهم قوي في النمو الاقتصادي (أحمد، 2023: صفحة 12)، حيث يشير الإبداع إلى "العملية التي يمكن من خلالها خلق وقبول وتطبيق أفكار جديدة تساهم في إحداث نقلة نوعية على مستوى المنظمة: الإبداع بالنتائج التي تساهم في تطوير المنظمة على

نحو ملموس وجذري (الهيبي، 2013: صفحة 58)، أو "خاصية ذهنية تمكن الفرد من التفكير بطرق غير تقليدية" التفكير خارج الصندوق" وينتج عنها: *توليد شي جديد غير مسبوق على الإطلاق. *توحيد: دمج مجموعة أفكار متباعدة بطريقة جديدة غير مألوفة. *نقل الأفكار الموجودة أصلاً" والمتداولة إلى أشخاص جدد (أمباي، 2020: صفحة 56)، أما الإبداع الاقتصادي فيقصد به، عملية ديناميكية تؤدي إلى الابتكار في مجال التكنولوجيا والأعمال والتسويق ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم اقتصاد المعرفة (حسين وآخرون، 2025: صفحة 797). الجدير بالإشارة، بدأ الترويج لمفهوم الاقتصاد الإبداعي لأول مرة في كتاب الخبير الاقتصادي البريطاني (جون هو كيتز) في (2001) بعنوان "الاقتصاد الإبداعي)... كيف يكسب الناس الأموال من صناعة الأفكار" ينص على الملكية الفكرية هي ما تعطي قيمة للسلع والخدمات"، أما الاعتراف المؤسسي الرسمي به (2015) (الهيبي، 2023: صفحة 4: صفحة 11)، ويطلق على (15) مجموعة من الأنشطة لمجالات متنوعة تبدأ بـ (الفن التشكيلي ومجالات العلوم والتكنولوجيا) وبدورها تدعى بـ (الصناعات الإبداعية) "تذكر لاحقاً"، أما وفق ألوان الاقتصاد، الذي يعرف بـ (الاقتصاد البرتقالي)، والذي برز عند إصدار المؤلفان الكولومبيان (فيلبي بويتراجو-ريستريو) و(إيفان دو كي-ماركيز) كتاباً "أو دليل عمل بعنوان (الاقتصاد البرتقالي فرصة لا حصر لها) في (2013)، وسبب اكتسابه اللون المذكور يعود إلى ارتباطه بالثقافة والإبداع والهوية من حيث استعراض دلالات اللون في مختلف الحضارات والثقافات، ومنها في (العصور القديمة: استخدم الفنانون المصريون القدماء صبغة برتقالية" مصنعة من (كبريت الزرنيخ) في الكتابات الهيروغليفية والزخارف والرسوم والنقوش على مقابر الفرانعة رمزا" للثقافة والإبداع)، وبـ (التقاليد الغربية: إلى الترفيه" كانت ملابس (ريو نيسيسوس) (باخوس) ملهم طقوس الابتهاج والمرح (برتقالية)) و(الثقافات الآسيوية ترتبط بالفكر والإبداع والثقافة) و(التعليم والقيادة للسكان الأصليين لأمريكا اللاتينية) و(اللون المميز للخزف في حضارات أمريكا الوسطى) و(المجتمع والثقافة في بيرو) (أبو غازي، 2025: صفحة 6- صفحة 7)، ويمكن ملاحظة الاستراتيجيات أو الخطط الوطنية للاقتصاد الإبداعي في دول عديدة بالملحق ((1)).

ثانياً: مفهوم الاقتصاد الإبداعي (البرتقالي) وبعض المصطلحات المتعلقة به:

يعرف مصرف التنمية للبلدان الأمريكية على أنه: "مجموعة الأنشطة التي تتيح تحويل الأفكار إلى سلع وخدمات ثقافية وإبداعية ذات قيمة محمية أو يمكن حمايتها بموجب حقوق الملكية الفكرية" (محمد، 2024: صفحة 95) على وفق مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد): "ذلك النمط من النشاط الاقتصادي الذي يقوم على استغلال الأصول الإبداعية التي يمكن أن تولد النمو الاقتصادي وتقود إلى التنمية الاقتصادية"، إذ يقوم على توليد وتسويق الإبداع بوصفه تفاعلاً بين ثلاثة عناصر "الإبداع البشري استخدام التكنولوجيا-الاستثمار في المعرفة" من استخدام الناس لخيالهم الإبداعي لزيادة قيمة الفكرة، فقد طوره (جون هو كيتز) لوصف الأنظمة الاقتصادية من اعتماد القيمة على صفات خيالية جديدة بدلاً من الموارد التقليدية من الأرض والعمل والفرد (الهيبي، 2023: صفحة 4)

أو: "المعاملات أو الصفقات في المنتجات الإبداعية التي لها قيمة اقتصادية" (زيدان، 2022: صفحة 5).

يعرف على أنه: "نمط من الاقتصاد يركز على الابتكار والإبداع في إنتاج السلع والخدمات" إلى جانب مجموعة من الأنشطة والقطاعات التي تستند إلى الإبداع والموهبة والملكية الفكرية لإنتاج قيمة اقتصادية وثقافية واجتماعية، ويعد رابع قطاعات الاقتصاد بعد "الزراعة-الصناعة-الخدمات" (فيومي، 2023: صفحة 60)

تعرفه الباحثة: (الاقتصاد الذي يعتمد على أفكار المبدعين "أنشطة اقتصادية قائمة على المعرفة واستخدام إنجازاتها" تكون فيه السلع والخدمات ذات قيمة فكرية كونه نتاج أفكار وتجارب إبداعية" وتحويلها إلى مال" ذات بعد تنموي له قيمة اقتصادية وطنية وفردية، وفي الوقت ذاته،

يمكن تسويقها وتطويرها، وبذلك تشكل مصدرا رئيسا لثروة المجتمع ورفاهيته"، ومن المفاهيم الآنفه الذكر، للاقتصاد الإبداعى خصائص عدة: * مفهوم حديث ومتطور يستند على الأصول الإبداعية. * خيار تنموي يتطلب استجابات سياسة مبتكرة ذات تخصصات متعددة. * يعبر عن مجموعة النشاطات الاقتصادية المعرفية ذات البعد التنموي الشامل على المستويين الكلي والجزئي على حد سواء. * يضم الجوانب الاقتصادية والاجتماعية التي تتعامل مع التكنولوجيا والأهداف السياحية والملكية الفكرية. علما، من الجانب المفاهيمي، يستخدم مصطلح (الاقتصاد البرتقالي) كمترادف لـ (الاقتصاد الإبداعي) مقترن بأوجه التشابه والاختلاف المبين بـ (الجدول 1):

جدول رقم (01): التشابه والاختلاف بين الاقتصاد (الإبداعي والبرتقالي)

ت	التشابه	الاختلاف
1	يعبران عن الأنشطة المتسلسلة التي تسمح بتحويل الأفكار سلع وخدمات ثقافية وتستند قيمتها إلى الملكية الفكرية التي تحدد قيمة الإبداعات الثقافية.	يتكون الاقتصاد البرتقالي من (الاقتصاد الثقافي - الصناعات الإبداعية - الصناعات الثقافية التقليدية - مجالات دعم الإبداع - الأنشطة الفنية التقليدية - الأنشطة المتعلقة بالتراث الثقافي - إيجاد وتسويق المنتجات والخدمات في قطاعات الأفلام والموسيقى والألعاب والزبائ والترفيه والمطاعم والفنادق والمهرجانات الثقافية).
2	يربط بين الثقافة والاقتصاد من إنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات الترفيهية وتكوين قطاعات اقتصادية ثقافية يمكن استغلالها اقتصاديا.	يتكون الاقتصاد الإبداعي من (الإبداع - الثقافة - الاقتصاد - التكنولوجيا)، يمزج بين الإبداع والتراث الثقافي والسياسات العامة.
3	الهدف يكمن في القدرة على إنشاء وتطوير رأس المال الفكري وتعميمه والقدرة على توليد الدخل وزيادة فرص العمل.	تعد الروابط التاريخية والتقاليد الثقافية من المدخلات السياسية بالاقتصاد الإبداعي التي يتم التعبير عنهم من المنتجات الثقافية المعتمدة على القدرة الإبداعية والتخيلية للأفراد التي تتجاوز الإبداع الفني التقليدي إلى القدرة على الخيال وتوليد أفكار أصيلة وجديدة لها روابط تاريخية وثقافية ينتج عنها منتجات ابتكارية يمكن تسويقها والتجارة فيها.
4	يرتبط كلاهما باقتصاد المعرفة وهو أحد الحركات الرئيسة للنمو الداخلي من الاستثمار في رأس المال الفكري.	

المراجع: (محمد، 2024: صفحة 98 - صفحة 99)

أما المصطلحات (الصناعات الثقافية والصناعات الإبداعية)، فأما تستخدم بالتبادل للدلالة على الاقتصاد الإبداعي والتي تعرف:

2.1. الصناعات الثقافية: تعود أصولها بوصفه موضوعا "أكاديميا" إلى (الثلاثينات والاربعينات من القرن العشرين) من نص معنون (بالإنتاج الصناعي للمواد الثقافية) في كتاب (جدل العقل التنويري) لـ (ماكس هوركهايمر و ثيودور أدورنو) التي فسرت أفكارهم عنها، بأنها تتماشى مع المناخ السائد في أوروبا بعد (الحرب العالمية الثانية) الذي كان يحذر من تمدد الثقافة الأمريكية وهيمنتها، علما "استخدم المصطلح آنذاك بصيغة المفرد (الصناعة الثقافية) للدلالة على سلبية تحول الثقافة إلى قيمة تبادلية، إلا بدءا من (سبعينات القرن العشرين) قد تحول إلى صيغة الجمع (الصناعات الثقافية)، إذ بدأ المحللون يعترفون، بأن عملية تحول الفن إلى سلع لا يؤدي إلى المساس بطبيعة إشكال التعبير الثقافي على نحو دائم، والعكس صحيح، فالسلع والخدمات التي تنتج صناعيا "تنسم بمزايا إيجابية عديدة، وبذلك، تعرف على أنها: "الأنشطة التي تنتج وتعيد إنتاج الأعمال الثقافية وفق مبادئ الإنتاج الصناعي" (علي، 2018: صفحة 199-201)، والحال ذاتها إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) التي عملت على "تقديم خدمات الدعم لحماية وتطوير قيم ثقافية (التنوع الثقافي وتقديم المساعدة التقنية لتعزيز السياسات الثقافية) على نشره في مختلف أرجاء العالم في (الثمانينات)، فأصبح يشمل طائفة واسعة النطاق، وبدورها تضم (الموسيقى - الصحافة المكتوبة - ألعاب الفيديو - الكتابة - الفنون -

الصناعات الإعلامية "الإذاعة - النشر - الإنتاج السينمائى والتلفزيونى) إلى جانب (فرنسا) التى باتت اهتماما "كبيرا" بالإنتاج الثقافى فى (1981)، ومن ثم، تحول الاهتمام بها من المبادرات الفردية إلى الاعتراف الجماعى بأهمية الإنتاج الثقافى (محمد، 2024: صفحة 95)

2.2. الصناعات الإبداعية: ظهر المصطلح لأول مرة فى أستراليا (1994) فى تقرير (الأمة المبدعة - السياسات الثقافية لكونمولث)، وتم استخدامه على المستوى الوطنى لأول مرة حكومة (المملكة المتحدة) فى (1998) عندما أصدرت وزارة الثقافة البريطانية وثيقة (خرائط الصناعات الإبداعية) (على، 2018: صفحة 202) من أجل توضيح التقارب المفاهيمى والعقلي بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (الموهبة - النطاق الجماهيرى) فى إطار تقنى جديد، أو هى إدراك حقائق الوجود والوحي من عمليات الإدراك والتفكير العقلى الذى يصوغ السلوك الإنسانى الفردى ويحدد قواعد الاجتماع البشرى، لاسيما إن السلوك البشرى يرتبط بالبنية العقلية والمعرفة للإنسان، ويصدر عن وعي بحملة العلاقات والظروف والاعتبارات الثقافية، فالصناعات الإبداعية كـ (الترفيهية والثقافية) تعد سلع المعرفة، وتتميز بأنها: (الفارس، 2018: صفحة 14 - صفحة 17)

* غير تنافسية وغير قابلة للنفاذ فى الاستعمال "لا تخضع لمسالة الندرة لأنها متوفرة دائما" وبأشكال متعددة.

* لا تخضع لقانون تناقص المنفعة، لأن الزيادة فى استهلاكها يؤدي إلى زيادة فى المنفعة.

* سلعة تراكمية بمعنى ليست استهلاكية فقط، بل إنتاجية قادرة على توليد سلع جديدة تكون قابلة للاستخدام إلى ما لا نهاية.

* يتحدد مستواها وفق المستوى الاجتماعى والثقافى للفرد، فهى عن العلماء تدخل فى (الضروريات)، وعند المستويات الاجتماعية المتعلقة ضمن (الحاجيات)، وعند العامة من (الكماليات) التى ينظر إليها على أنها مصدر من مصادر المتعة الفكرية كـ (الألعاب الإلكترونية وغيرها). ويمكن بيان الخصائص الاقتصادية للصناعات الإبداعية فى الجدول (2):

جدول رقم (02): الخصائص الاقتصادية للصناعات الإبداعية

ت	الخاصية	الوصف
1	عدم اليقين (لا أحد يعرف المبدأ)	يتميز الطلب عليها بعدم اليقين لأن ردة فعل المستهلكين على المنتج غير معروف مسبقا ولا يمكن فهمه بسهولة.
2	تفضيل الجانب الفكرى على الجانب المادى (الفن من أجل الفن)	إن الاهتمام الأول للعمال المبدعين العاملين فى مجال المنتجات الإبداعية يتمثل فى الأعمال ذات الأصالة والمهارات الفنية والمهنية على حد سواء مقابل قبول أجور أقل مما توفره الوظائف التقليدية.
3	تنوع المهارات (طاقم العمل المتنوع)	المدخلات ذات المهارات المتنوعة من عمال متعددي الوظائف تعد مطلوبة لأنشاء منتجات إبداعية معقدة نسبيا (الأفلام) للخروج بنتائج ذات قيمة "إنتاج منتج له قيمة مضافة".
4	إمكانية التصنيف	مهارات الأفراد المبدعون مختلفة، ومن ثم، هناك إمكانية لتصنيفها وفق الأصالة والكفاءة فى العمليات (الإبداعية/المنتجات)، الأمر الذى يترتب عليه، وجود اختلافات كبيرة فى النجاح المالى هؤلاء الأفراد.
5	أهمية الوقت (الوقت يمر بسرعة)	يكون الوقت عاملا "جوهريا" فى حال تنسيق المشروعات الإبداعية المعقدة ذات المدخلات المهارية المتنوعة.
6	حقوق الملكية الفكرية	إن بعض المنتجات الإبداعية قد تحتوي على جوانب فكرية إبداعية (أصالة) تتطلب وقتا وجهدا "كبيرا"، مما يستدعي حماية حقوق الملكية الفكرية، مما يسمح للمبدع بجمع الربح - العوائد.
7	تنوع وتميز المنتجات (التنوع اللانهائى)	تتميز المنتجات بالجودة والتفرد، أى كل منتج عبارة عن مجموعة مميزة من المدخلات التى تؤدي إلى خيارات لا حصر لها كـ (أعمال الكتابة الإبداعية سواء كانت شعرا - رواية - غيرها) لا يمكن أن تكون متشابهة.

المراجع: (محمد، 2024: صفحة 102) - (أحمد، 2023: صفحة 125 - صفحة 126)

بينما عرفت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (ويو) الصناعات الإبداعية على أنها: "الصناعات المرتبطة بشكل مباشر-غير مباشر بـ(إنشاء- إنتاج- تمثيل- عرض- اتصال- توزيع- بيع بالتجزئة للمواد المحمية بموجب حقوق النشر)(زيدان، 2022: صفحة 6)، أما مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) قد حدد السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمدخلات أساسية (الهيقي، 2023: صفحة 6)، وبدورها، تشتمل على (4) مجموعات: (محمد، 2024: صفحة 97).

1. التراث: بفرعيه (الأول: إشكال التعبير الثقافي التقليدي من الفنون-المهرجانات-الحرف اليدوية" فنون يدوية تمارسها جماعة مبدعة قادرة على إنتاج منتجات فنية إبداعية مستوحاة من التراث والهوية الثقافية القومية (نحاس- حلي- صدف- خيامية)" - الاحتفالات) و(الثاني: المواقع الثقافية-الأثرية- فنون أداء-السيرك-المتاحف-المعارض- المكتبات).

2. الفنون "التعبير الإبداعي": يراد بها الصناعات الثقافية وتنقسم إلى الفنون (البصرية: "الرسم - النحت- التصوير الفوتوغرافي) و(الفنون الادائية-المسرحية: الموسيقى التقليدية والمعاصرة- الرقص التقليدي والمعاصر-العروض المسرحية في الشارع-المسرح الشعبي غير الرسمي - السيرك - الأوبرا- البالية).

3. التكنولوجيا الإبداعية "وسائل الإعلام": بفرعيها (الأولى: النشر-الإعلان- الوسائط المطبوعة" الكتب- الصحافة-غيرها من المطبوعات) و(الثانية: الوسائل السمعية والبصرية "الأفلام- الإذاعة- التلفزيون").

4. الإبداعات الوظيفية: الصناعات الموجهة نحو خلق السلع والخدمات التي تحدها أذواق المستهلكين وديناميكية السوق الدولية بـ(3) مجموعات فرعية:

* التصميم الداخلي: الرسم- المجوهرات- الأزياء- لعب الأطفال.

* وسائل الإعلام الجديدة: البرمجيات-الوسائط الرقمية" ألعاب الفيديو-الرسوم المتحركة"- المحتوى الإبداعي الرقمي: تسجيل صوت- تخزين المعلومات واسترجاعها.

* الخدمات الإبداعية: المعمارية- الثقافية- الترفيهية- الاعلان-الأبحاث الإبداعية "البحث والتطوير-النشر الالكتروني"، بالإضافة إلى ذلك، لدى الأونكتاد قائمة تضم (197) سلعة إبداعية حددت ضمن النظام المنسق برمز من (6) أرقام تدرج تحت الفئات الفرعية (مصنوعات الحرف اليدوية السجاد-المنتجات المتعلقة بالاحتفالات-الأواني الورقية-مصنوعات أخرى-منتجات الغزل-منتجات الخوص) و(المنتجات السمعية والبصرية "الأفلام والأقراص المدججة -أقراص الفيديو الرقمية والأشرطة) و(التصميم: الأزياء- الهندسة المعمارية-الأواني الزجاجية- التصميم الداخلي- المجوهرات- لعب الأطفال) و(الوسائط الجديدة "الوسائط المسجلة وألعاب الفيديو) و(الفنون الادائية "الآلات الموسيقية-الموسيقى المطبوعة) و(النشر "الكتب-الصحف-المطبوعات الأخرى") و(الفنون البصرية" التحف - الرسم-النحت-التصوير)، في حين تشير الخدمات الإبداعية أو ذات عنصر إبداعي إلى (البحث والتطوير- البرمجيات-المنتجات السمعية البصرية-الإعلام-الإشهار-أبحاث السوق-الهندسة المعمارية-الخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية)(الأمم المتحدة، 2022: صفحة 4)

ثالثاً: "العلاقة بين الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية: (فيومي، 2023: صفحة 64)

إنَّ الكثير من الدول، ترى أنَّ الصناعات الإبداعية فرصة للجمع بين نقيضين (نشر الفن) و(السوق التجاري) لتجاوزهما للتوصل إلى إمكانات جديدة، إذ ان فكرهما تجمع ثم تغير بصورة جذرية بين مصطلحين أقدم عمراً (الصناعات الإبداعية والثقافية)، ويعد مهماً كونه يضع الفنون أو الثقافة في صلة مباشرة مع صناعات ضخمة، إلى جانب ذلك، توفر مدخلات ذات قيمة مضافة من

تزويدها بالمحتوى الرقمي الذي يتم ترجمته على نحو مباشر إلى ميزة تنافسية و طاقة إبداع لقطاعات الاقتصاد الأخرى و رأس المال الإبداعي والعاملين به (القاضي وآخرون، 2024: صفحة 792 - صفحة 793)، بمعنى، آخر، إن استخدام تكنولوجيا الثورة الصناعية الرابعة تتيح طرقاً جديدة لإنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات الإبداعية (التجارة الإلكترونية) و (الطباعة ثلاثية الأبعاد لإنتاج المصنوعات الحرفية - الذكاء الاصطناعي: من إنشاء إعلانات متعددة على نحو تلقائي بناءً على الأهداف المحددة للمسوق من جمع وتحليل وفرز كميات هائلة من البيانات وتحديد الاتجاهات واتخاذ القرارات الإعلانية) و (الفنون والحرف اليدوية: يساعد الخوارزميات الإنتاج على التصميم، مما يساعد الأشخاص على إتمام مهام التصميم والصيانة والترجمة، ويسهل تطوير المعارض الفنية الافتراضية والمعارض من استخدامه الفنانون لغرض إنشاء عروض رقمية يمكن الوصول إليها عالمياً) و (الهندسة المعمارية: لمعالجة العديد من المخاوف المتعلقة بالجماليات ولوائح البناء والكفاءة الهيكلية والبيئة الثقافية) و (صناعة السيناريوهات: استطاع الذكاء الاصطناعي إنشاء سيناريو لفيلم خيال علمي قصير (2016)) و (مقالات إخبارية: استخدام الصحافة الآلية تقنيات حسابية لإنشاء مقالات إخبارية عن طريق مسح كميات كبيرة من البيانات وإخراج التفاصيل من الأسماء والأماكن والأرقام، وتم استخدام ذلك في الانتخابات العامة في المملكة المتحدة لبريطانيا وإيرلندا الشمالية (2019)) (المجلس الوزاري المصري، القسم الرابع: الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الاقتصاد البرتقالي، 2024: صفحة 23 - صفحة 24)، أضف إلى ذلك، تستخدمها المنصات الشبكية لتحديد تفضيلات العملاء إزاء ما يث من موسيقى وأفلام - الواقع الافتراضي يعزز تجربة الانغماس في عالم الألعاب الحاسوبية والفنون الادائية - تقنية سلسلة الكتل "الرموز غير القابلة للاستبدال" قد تساعد في التصديق على أصالة وملكية الأعمال الفنية الفريدة - الحوسبة السحابية - الواقع المعزز من استخدام تطبيقاته في عروض الأزياء بالاعتماد على عروض غير مرئية - تقنية المسيرات باستعمالها في الإنتاج الإعلامي بمجالات الأشهار والبث والتصوير الصحفي والتلفزيون وصناعة الأفلام (الأمم المتحدة، 2022: صفحة 11)، فالعلاقة بينهما، تكمن في:

* إن الصناعات الإبداعية تختلف بأنها شديدة العموم، بينما الثقافية منها والخاصة بالأعمال الثقافية الفنية الأصيلة يمكن ان تحول صناعها إلى سلع استهلاكية وتعرض في السوق مثل السلع الصناعية التحويلية.

* إن الصناعات الثقافية هي صناعات إبداعية، إلا أن الأخيرة ليست صناعات ثقافية (علي، 2018: صفحة 205).

* ترتبط الصناعات الثقافية بالتراث الثقافي والأشكال التقليدية للإبداع، ومنه شبه الثقافية (المنتجات الإلكترونية الاستهلاكية - البرمجيات - الرياضة - تصميم الأزياء) - الأوسع نطاقاً (خدمات التراث - التلفزيون - الإذاعة - التسجيلات الصوتية - ألعاب الفيديو - الحاسوب) - القائمة على حقوق المؤلف: الإعلان - الموسيقى - فنون الأداء - النشر - البرمجيات - التلفزيون - الإذاعة - الصناعات القائمة جزئياً على حقوق المؤلف (صنع الملابس والأحذية) - فن التصميم - تصميم الأزياء - الهندسة المعمارية - السلع المنزلية - الدمى، أما الصناعات الإبداعية، فتشمل ممارسات الفنون التطبيقية والابتكارات وتوليد الربح من استغلال الملكية الفكرية (الهندسة المعمارية - الإعلان - إنتاج الأفلام والمسلسلات التلفزيونية - الموضة - الأدب والكتابة، الخ)، علماً، إن الشركات التي تقدم هذه الخدمات يمكن أن تضيف القيمة للقطاعات الأخرى (السيارات - البناء - التجارة - المفروشات - البنوك) من توفير مدخلات إبداعية تدخل في المنتجات مع خلق علامات تجارية أكثر جاذبية وسهولة الاستخدام (علي، 2018: صفحة 212)، ومن ثم، فإن الصناعات المتمثلة بشريان الاقتصاد الإبداعي، لخلقها فرص العمل وتعزيز الابتكار، ومثاله (إنتاج الأفلام والمسلسلات التلفزيونية - التصميم الصناعي - الفنون التشكيلية - صناعة الألعاب الرقمية - الأدب والكتابة - الموضة - التصوير الفوتوغرافي - العروض المسرحية - النشر - الإعلام - التصميم الجرافيكي).

الخور الثاني: الإطار التحليلي للاقتصاد الإبداعي (الدور التنموي للاقتصاد الإبداعي) (الثقافي) في العراق

أولاً: مقومات -البني التحتية الثقافية والإبداعية "مؤشرات الاقتصاد الإبداعي" في العراق: (حسين وآخرون، 2025: صفحة 798 - صفحة 799)

- نقاط القوة المحلية (المادة الخام: الموهبة): تكون على مقربة من المراكز الأكاديمية والبحثية والثقافية، مما يسمح للأفكار والأشخاص بالاختلاط "كل ما قدمه ويقدمه العقل البشري من الأفكار ومعلومات ومخرجات انتاجه الفكري الفردي والاجتماعي ونتاج المعرفة التي حصلها من حوله" ومثالها (المهارات الإدارية والمالية والقانونية والتسويقية "الإنتاج التنفيذي- الإدارة- الإنتاج- تمويل المشاريع- المبيعات- التسويق") و(المهارات المتعلقة بالمعلومات "الأرشفة- استرجاع المعلومات- الإدارة- التدريس- مهارات البحث والمهارات والصفات العامة من المثابرة- القدرة على التكيف- التواصل- العمل الجماعي- حل المشكلات- القيادة- مهارات التعلم المستمر") و(المهارات الإبداعية "الرسوم المتحركة- تصميم الواجهة- كتابة السيناريو- القصص المصورة، الخ.") و(مهارات الكمبيوتر "برمجة الكمبيوتر- تكوير الألعاب- تصميم مواقع الويب") (محمد، 2024: صفحة 201)

-عوامل التمكين التكنولوجية "وحدات الإنتاج": الإطار المؤسسي والتنظيمي الذي يتولى شراء الإنتاج الفكري وإعادة معالجته وتسويقه من تنظيم وتنفيذ عملية التحويل الصناعي "العملية الإنتاجية" (الموزعين-الناشرين- الشركات التي تقوم بعملية الإنتاج) والتسويق بنفسه أو عبر موقع خاص به على الأنترنت، إذ تتيح التكنولوجيا الرقمية إطلاق المشاريع الإبداعية من أي مكان وعلى نطاق واسع.

- رواد الاعمال الملهمون "الابتكار": اتخاذ أساليب مبتكرة وأنماط جديدة لتطويع بعض المعطيات بهدف الوصول إلى ناتج ملموس ومقبول من المحيطين والمعنيين، إلا أنه يعد سبقاً بالنسبة لوقت تنفيذه، وبذلك، لا يشمل إنشاء ونشر الأفكار الجديدة فقط، بل تحويلها واستخدامها إلى منتجات وخدمات جديدة ذات قيمة مضافة في السوق، مما يتطلب مستويات عالية من الإبداع والمعرفة والتعاون والتطبيق والمهارة، بمعنى آخر، المحفزون في المراكز الإبداعية هم الأفراد الناجحون الذين يظهرون ما هو ممكن أثناء إلهام وتدريب رواد الأعمال المبدعين الآخرين، ناهيك عن ذلك، هناك فرق بين كل من الإبداع والابتكار والذي يوضحه (الجدول 3):

جدول رقم (03): الفرق بين الإبداع والابتكار

ت	الإبداع	الابتكار
1	القدرة على إيجاد فكرة غير عادية	القدرة على تنفيذ الأفكار بأسلوب جديد غير عادي
2	ناتج عن المخيلة	ناتج عن العمليات الإنتاجية
3	لا تحتاج إلى تكاليف مالية	يحتاج إلى تكاليف مالية
4	لا يخشى فيه الوقوع في المخاطر	احتمالية الوقوع بالمخاطر كـ فشل تنفيذ الفكرة الإبداعية
5	من الصعوبة قياس نسبة نجاح الإبداع	من الممكن قياس درجة الابتكار ونسبة نجاحه، لأنه يتعلق بإنتاج ولادة لأفكار جديدة "إيجاد شيء على أرض الواقع يكون جديد وفريد"
6	تتكون من (المرونة- الأصالة - غزارة الإنتاج)	استخدام أسلوب الوعي واللاوعي القدرة على إقناع الآخرين

المراجع: (الحياي، 2019: صفحة 162)

علماً، أن العراق لم يدرج ضمن مؤشر الابتكار العالمي "الصادر لأول مرة (2007) من المنظمة العالمية للملكية الفكرية (ويو) في (سويسرا) والذي يضم (مدخلات الابتكار بـ (5) مؤشرات (المؤسسات- رأس المال البشري- البنى التحتية -تطوير السوق- تطوير

بيئة الاعمال) و(مخرجات الابتكار بـ(مؤشرين: المخرجات المعرفية والتكنولوجية- المخرجات الإبداعية)" للمدة 2016-2021 و2023)، إلا في (2022) وبالمرتبة قبل الأخيرة (131) وبالمرتبة (127-128-132-125-129) للمجالات المذكورة على التوالي من أصل (132) دولة والتي احتلتها غينيا، وسجلت(سويسرا المرتبة الأولى للمدة 2016-2023) و(السويد الثانية 2016 و2017 و2019 و2021 و2023) و(الثالثة 2018 و2022) و(الولايات المتحدة الأمريكية بتراجعها من المرتبة(الرابعة 2016-2017) إلى(السادسة 2018) لتتقدم إلى(الثالثة 2019 و2020) و(الثانية 2022) للتراجع مرة أخرى إلى (الثالثة 2023)) (مؤشر الابتكار العالمي، (2019-2023): صفحة 20)

– **دور الحكومة:** استخدام التنظيم والحوافز بحكمة، مما يمكنها من تهيئة الظروف المناسبة لازدهار الاقتصادات الإبداعية كـ(البنى الأساسية) من كفاءة عمل الأنظمة الحضرية في مجالات النقل والإسكان والصحة والمياه وإمدادات الطاقة وحفظ القانون والنظام والخدمات المالية والاتصالات.

– **قوة المكان "رأس المال الثقافي":** الموجودات الثقافية المادية كـ(المواقع التراثية) وغير المادية (الطقوس- التقاليد- الموروث) ووفرة رأس المال (التمويل العام والخاص) والأخير الذي يتفاوت وفق نوع مجال الصناعة الإبداعية، كـ صناعة(الإعلام تحتاج إلى رأس مال كبير) و(ألعاب الفيديو والنشر الإلكتروني إلى العنصر البشري المبدع باعتباره الأداة المهمة لصناعتها)، فضلاً عن (التجهيزات الحاسوبية والبرمجية ووسائل الاتصال)، وبذلك توحد الاقتصادات الإبداعية في الأماكن الذي يرغب الناس العيش فيها بسبب الموقع ووسائل الراحة.

– **السوق (العرض والطلب):** إنَّ اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطور التجاري في صناعة الإعلام وتكريس عولمة الثقافة والاقتصاد، يسهم لخلق طلب متزايد على الصناعة الإبداعية ومخرجاتها، والحال ذاته للتعليم والتجارة الإلكترونية والسياحة الإلكترونية.

– **السياحة:** يمكن أن تعمل القطاع السياحي على دعم جزء كبير من الصناعات الإبداعية، فالسياح مستهلكون رئيسيون للخدمات الترفيهية والثقافية وبعض المنتجات الإبداعية كالخرف اليدوية، لاسيما السياحة الثقافية التي تزيد من الطلب على زيادة مواقع التراث الثقافي والمهرجانات والمتاحف والمعارض، ويمكن أن تكون التقاليد الثقافية للمواقع المختلفة عامل جذب للسياح لأولئك اللذين يصفون على أنَّهم سياح ثقافيون، وفي السياق المذكور، بلغت السياحة الدولية في البلاد من إجمالي الصادرات (6,6% : 2016- 4,6% : 2017- 2,1% : 2018- 4,0% : 2019- 1,8% : 2020) (البنك الدولي، البيانات المفتوحة) بالإضافة إلى (إرادة سياسية مجتمعية وثقافة متميزة تحقق رواج فائق- تعزيز استراتيجيات إدارة الأصول الثقافية والتنمية الثقافية المجتمعية- دعم وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة المرتبطة بالصناعات الإبداعية).

– **نسبة صادرات السلع والخدمات العراقية إلى إجمالي الصادرات (النقل-السفر-الاتصالات-الخدمات المعلوماتية) بقيم (28,1 مليون دولار: 2016- 33,9 : 2017- 40,88 : 2018- 27,7 : 2019- 37,3 : 2020- 44,5 : 2021- 39,6 : 2022- 37,5 مليون دولار: 2024) وبنسب (45,4%- 7,0%- 27,1%- 34,6%- 19,3%- 11,0%- 5,3%) (البنك الدولي، البيانات المفتوحة).**

– **نسبة الإنفاق على البحث والتطوير:** عالمياً، تجاوزت عدد المقالات العلمية المنشورة (2) مليون مقالة في (2021 و2022) و زاد الانفاق الإجمالي عليها بنسبة تزيد عن (11% : 2020) و(10% لتصل إلى أكثر من 900 مليار دولار: 2021) وهذه

الزيادة مدفوعة بـ(4) صناعات (أجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمعدات الكهربائية-البرمجيات وخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات-المستحضرات الصيدلانية والتكنولوجيا الجديدة-البناء والمعادن الصناعية)، وقيمة (1,1 تريليون دولار: 2022) (مؤشر الابتكار العالمي، 2022: 2023: صفحة 7: صفحة 6)، أما في (العراق)، شهدت عدد المقالات العلمية والتقنية المنشورة زيادة بمعدلات نمو (1,65%: 2017-76,3%: 2018-83,7%: 2019-17,7%: 2020-51,5%: 2021-17,5%: 2022) (البنك الدولي، البيانات المفتوحة) وزيادة الإفاق على البحث والتطوير بـ(25,7%) من (0,035%: 2016) إلى (0,044%: 2017) لينخفض إلى (0,043%: 2018) و(0,027%: 2019) بنسب سالبة (2,2%- و 2,37%-) % ليستمر بالارتفاع على نحو طفيف إلى (0,036%: 2020) و (0,04%: 2021) بـ(33,3% و 11,1%)، مع ذلك، لا يشكل (1%) (وزارة التخطيط، منتدى العراق للتنمية المستدامة، 2021: صفحة 4).

-مؤشر براءات الاختراع الممنوحة للعراقيين من مكتب البراءات العراقية: بما أن الاقتصاد الإبداعي يعتمد على استثمار الأفكار والاختراعات وتحويلها إلى منتجات وخدمات قابلة للتسويق، وبذلك، يعتبر أحد أشكال الملكية الفكرية لأنه يعمل كجسر بين الشركات والمؤسسات والأفراد. عالمياً، شهد نشاط إبداع الملكية الفكرية والعلامات التجارية الدولية الذي يدل على ريادة الأعمال ما نسبته (15%: 2021) وحققت إيداعات البراءات الدولية رقماً قياسيًّا بـ(280) ألف مخترع (2022) (مؤشر الابتكار العالمي، 2022: 2023: صفحة 7: صفحة 6)، وفي (مصر) بنشرها (1044) مقالة وتقديمها (8) طلبات براءات اختراع و(18%) من طلبات براءات الاختراع المقدمة من القاهرة بالتعاون مع مخترعين آخرين من مناطق ودول أخرى، وأبرز مواقع التعاون للنشر (بوسطن-كامبريدج) (الولايات المتحدة الأمريكية)- كولونيا (ألمانيا)- مونتريال (كندا) وحوالي (37%) من المقالات العلمية (القاهرة) يتم نشرها بالتعاون مع منظمات أخرى في (لندن-بكين-الرياض) (المجلس الوزاري المصري، القسم الخامس: الاقتصاد البرتقالي من واقع بعض التجارب الدولية، 2024: صفحة 29- صفحة 30)، وفي العراق، يتضح أن التصنيف الأول لمؤشر الاختراع (ضروريات الإنسان) (الجدول 4))، قد سجل أعلى النسب وظل محافظاً على نسبته ما بين (39,60%: 2016-47%: 2021) يليه (الكيمياء والاستفلاز) وتصنيف (إجراءات العمليات والنقل) على الترتيب نفسه بين أدناها (5%: 2018-أعلىها (10,70%: 2019)، مع ذلك، يعد أعلى من نسب تصنيف (الإنشاءات الثابتة والكهرباء)، أما ما يعتبر كأدنى نسبة فهو ما حازت عليها (المنسوجات والورق 0,20%: 2016: 2021 وعدم تحقيقها 0%: 2020)، في حين أقدم (التطورات التكنولوجية الحديثة) على الارتفاع والانخفاض النسبي، فهو لا يكاد أن يكون (1%: 2017)، بينما تشير مصادر أخرى إلى أن براءات الاختراع في مجال (العلوم الطبية والصحية والبيطرية سجلت (144) براءة اختراع) تليها الرياضة والألعاب والملاهي (36) براءة اختراع وبمشاركة (7) جامعات-وزارة الشباب والرياضة-وزارة التربية (6) مدارس-مديرتين للتربية ثم (الكيمياء الحياتية (34) براءة اختراع) في (2021)، أي وفق الاختصاص، هناك انخفاض في مجال الصناعات الإبداعية، فغالبيتها لـ (الاحتياجات الإنسانية-الكيمياء والفيزياء والهندسة الميكانيكية والنسيج والورق)، مما يعكس وجود فجوة واضحة بين متطلبات قطاعات الاقتصاد الإبداعي ومؤسسات البحث العلمي والتطوير، ومن ثَمَّ فإن عدد البراءات العراقية قد تذبذبت بين الانخفاض بواقع (264: 2016-232: 2017: -12,0%) والارتفاع (398: 2018-446: 2019: 12,0%) ثم الانخفاض والارتفاع مرة ثانية (384: 2020: 478: 2021) وبنسب (9,13%- و 24,4%) (بدرابي، 2022: صفحة 20: صفحة 25)، إلا قد شهد انخفاضاً في منح شهادات براءات الاختراع بنسبة سالبة (47,7%-) من (775) براءة موزعة بين (687) عراقية- 88 أجنبية وبنسب (89%- و 11%) في (2022) إلى (405)

في(2023)، والحال ذاته لانخفاض عدد منح شهادة لنموذج صناعي بنسبة سالبة أيضا"(2,8-%) من(70: 2022 إلى 68: 2023)(وزارة التخطيط، التقريرين السنويين 2022-2023: صفحات متفرقة) وسبب ذلك يعود إلى انخفاض نسب الإنفاق على البحث والتطوير "يذكر لاحقا".

جدول رقم (04): مؤشر البراءات العراقية حسب التصنيف الدولي للبراءات
للمدة (2016- 2021) (%)

التصنيف	A	B	C	D	E	F	G	H	Y
السنة	ضروريات الانسان	إجراءات العمليات والنقل	الكيمياء والاستفلاز	المسوجات والورق	الانشاءات الثابتة	الهندسة الميكانيكية - الإنارة-التدفئة- الأسلحة-التفجير	الفيزياء	الكهرباء	التطورات التكنولوجية الحديثة
2016	39,60	8,60	23	0,20	8,10	7,80	8,10	4	0
2017	35	12	26,30	0,50	4,90	7	8	4,40	1
2018	43	5	28	0,40	2,40	4,80	9,60	4,80	0,70
2019	39	10,70	25,50	0,80	3,30	4	9,70	3,70	0,80
2020	41	7,50	30	0	3	4	8,50	5,20	0,50
2021	47	7,70	21,70	0,20	5,60	4,60	9	2,60	0,80

المراجع: (بدر اوي، 2022: صفحة 17)

عدد العاملين في قطاع الاقتصاد الإبداعي ومنها في مجالي (البحث والتطوير لكل(مليون) شخص: ازداد عدد العاملين من(62,3) مليون: 2016) إلى(102,2: 2017) ليواصل بالارتفاع مسجلا"(107,3: 2018) و(118,2: 2019) و(136,5: 2020) و(164,2: 2021) وبمعدلات نمو قدرها(64,0%- 4,9%- 10,1%- 15,4%- 20,2%) في الأعوام المذكورة على التوالي(البنك الدولي، البيانات المفتوحة) و(وزارة الثقافة: شهد تذبذبا" بين الارتفاع بنسبة(2,7%) من(13,813) ألف شخص: 2016) إلى (14,190) ألف شخص: 2017) ثم بانخفاضه بنسبة سالبة(13,715) ألف شخص: 3,3%- 2018) وبين الارتفاع بـ(0,7%: 13,820) ألف شخص: 2019) والانخفاض بـ(1,1%- 13,657: 2021) والارتفاع بـ(9,0%: 14,887: 2023))(وزارة العدل، جريدة الوقائع العراقية،(2016-2019 و 2021 و 2023: صفحات متفرقة)

ثانيا: الدور التنموي للاقتصاد الإبداعي(الثقافي) في العراق

في بادئ الأمر، نشير إلى إنَّ الهدف(9) من أهداف التنمية المستدامة (2023)، ينص على "إقامة بني تحتية قادرة على الصمود وتحفيز التصنيع الشامل للجميع وتشجيع الابتكار-تعزيز تنمية الهياكل الأساسية للتصنيع والابتكار من تعزيز الدعم والبحث والابتكار في المجالات التكنولوجية والتقنية والمالية على المستويين الدولي والمحلي وزيادة إمكانية التحول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات(وزارة التخطيط، أهداف التنمية المستدامة-تقرير احصائي، 2017: صفحة 28)، أما دوره التنموي، يكمن في: (*)وفقا" لبعض الأبعاد، لم يتم ذكر العراق فيها، لعدم توافر بيانات)

2.1. البعد الاقتصادي

- نقطة الالتقاء بين الثقافة والاقتصاد من حيث اسهامه بالناتج المحلي الإجمالي للدولة عبر تحويل الأفكار الإبداعية إلى سلع وخدمات ثقافية قابلة للنشر والعرض والاستهلاك، فللمنظمة العالمية لحقوق الفكرية، أكثر من(50) صناعة لحقوق الملكية الفكرية

حول العالم، ونسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي في الاقتصادات الوطنية تتراوح ما بين (2% - 11%) (2015)، وقد مثلت الصناعات الإبداعية والثقافية (3,3%) من الناتج المحلي الإجمالي (زيدان، 2022: صفحة 10)، وحسب دراسة أجرتها الأونكتاد والتي تغطي (36) دولة نامية في (2024) أسهم الاقتصاد الإبداعي خلال السنوات العشر الماضية فيما بين (0,5% - 7,3%) في الناتج المحلي الإجمالي ومنها (أندونيسيا : (82) مليار دولار من الناتج المحلي الإجمالي (2021) - الفلبين: شكل الاقتصاد الإبداعي (7,3%) من الناتج المحلي الإجمالي ومساهمة الصناعات الثقافية والإبداعية من إجمالي القيمة المضافة (3%) في (2020) (المجلس الوزاري المصري، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي، 2024: صفحة 19)، ومثالها (الإمارات العربية المتحدة: 2016) التي أطلقت الاستراتيجية الوطنية للقراءة (2016 - 2026) بأكثر من (340) مبادرة وأنشطة قراءة جرت في أنحاء البلاد كافة، وبمشاركة أكثر من (100) جهة محلية بالتنسيق مع اللجان الإشرافية العليا لعالم القراءة مع إنشاء الصندوق الوطني لدعم القراءة بقيمة (100) مليون درهم إلى جانب تخصيص (شهر) لقراءة كل (عام) فيها يقام في شهر (آذار) وتوزيع حقيبة معرفية لكافة المواليد المواطنين فيها (زيدان، 2022: صفحة 23 - صفحة 24) إلى جانب عقد اتفاق بين حكومتي "أبو ظبي و"باريس" لإنشاء متحف اللوفر مع إسهام حكومتها بقيمة (330) مليون دولار لبناء دار الأوبرا الجديدة في (دبي). بمبيعات تذاكر تفوق أوبرا (متروبوليتان: نيويورك) و إصدار (بابا زايد) وهو أول كتاب في العالم الذي يستخدم تقنية ثلاثية الأبعاد لتمكين الأطفال من القراءة (المجلس الوزاري المصري، القسم الخامس: الاقتصاد البرتقالي من واقع بعض التجارب الدولية، 2022: صفحة 31 - 32) - وفق الفقرة السابقة، يعد محركاً " للنمو الاقتصادي العالمي من توفيرها عوائد مالية، ومنها في (الولايات المتحدة الأمريكية) بعائد صادرها الصناعات الإبداعية والثقافية يزيد على (85) مليون دولار في (2016) (أحمد، 2023: صفحة 129) و (أوروبا، بوضع برنامج تمويل للصناعات الإبداعية (2021 - 2027). بميزانية قدرها (2,2) مليار يورو من أجل استمرار تمويل بعض المشاريع القائمة والتوسع في استحداث مسارات أخرى من تخصيص تمويل لدعم الموسيقى الحية والمعاصرة) (المجلس الوزاري المصري، القسم الخامس: الاقتصاد البرتقالي من واقع بعض التجارب الدولية، 2024: صفحة 30)، أضف إلى ذلك، تولد الصناعات الثقافية والإبداعية إيرادات سنوية بقيمة (3,2) تريليون دولار سنوياً في العالم وفق تقرير اليونيسكو (2022 - 2023) (حسين وآخرون، 2025: صفحة 798)، أما أفضل خمس صناعات من القيمة المضافة في النشاط الاقتصادي للفنون والثقافة في (الولايات المتحدة الأمريكية) لـ (2022)، كانت لـ (خدمات المعلومات (171,7) مليار دولار - البث (154,5) مليار دولار - المؤسسات الثقافية العامة (129,9) مليار دولار - النشر (112,5) مليار دولار - الأفلام السينمائية (78,7) مليار دولار) (المجلس الوزاري المصري، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي والتشغيل، 2024: صفحة 18)، مع ذلك، لا تزال التجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية غير متوازنة إقليمياً، فقد أشار تقرير الأونكتاد (2024)، هناك (10) دول من الاقتصادات المتقدمة تستحوذ على تصدير (70%) من صادرات السلع الإبداعية و (69%) من صادرات الخدمات الإبداعية وهي (الولايات المتحدة الأمريكية 244 مليار دولار - أيرلندا 231 مليار دولار - المملكة المتحدة 87 مليار دولار - ألمانيا 79 - الصين 67 مليار دولار - سنغافورة 65 - هولندا 54 - اليابان 54 - فرنسا 35 - سويسرا 34) مليار دولار في (2022)، بينما شهدت الاقتصادات النامية معدلات نمو أعلى في صادرات الخدمات الإبداعية مقارنة بالاقتصادات المتقدمة للعام (ذاته) بـ (14,9%) مقارنة بمعدل (0,3%) للاقتصادات المتقدمة، بالرغم من أن الأخيرة تصدر خدمات إبداعية أكثر بكثير من الاقتصادات النامية باستحواذها على (80%) من إجمالي صادرات الخدمات الإبداعية، وأكبر (5) اقتصادات نامية مصدرة للخدمات الإبداعية لـ (2022) من

نصيب (الصين) 67,5% - سنغافورة (65,5%) - تاوان (5,9%) - الفلبين (3,3%) - تركيا (2,1%) (المجلس الوزاري المصري، القسم الثاني: الاقتصاد البرتقالي والتجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية، 2024: صفحة 12 - صفحة 14)

- تعزيز التفكير الابتكاري والإبداعي في المجتمع، مما ينجح حلول مبتكرة للتحديات الاقتصادية والاجتماعية، ومثالها في دولة (الإمارات العربية المتحدة) وذلك عند إطلاق وزارة الثقافة وتنمية المعرفة ما يسمى بـ (المجالس الثقافية لمجموعة من القطاعات) (الفنون - مجلس التراث - الصناعات الثقافية والإبداعية) بهدف دراسة التحديات التي تواجه العمل الثقافي على المستويات التشريعية والتنظيمية والاستراتيجية ووضع الحلول والمبادرات لمعالجتها بالتعاون مع الشركاء (زيدان، 2022: صفحة 11 - صفحة 12)

- **توظيف المهارات والمواهب الإبداعية:** ان الصناعات الإبداعية تعتمد على المواهب والمهارات الإبداعية، وعند توفير بيئة داعمة للمبدعين والفنانين والمبتكرين، يمكن للدولة استغلال تلك المهارات وتوظيفها لتنمية الاقتصاد " القدرة على توليد فرص عمل جديدة في مجموعة من القطاعات (الفنون - التصميم - التكنولوجيا)، مما يدعم سوق العمل المحلي، وكتحصيل حاصل، خفض معدلات البطالة، ومن ثم تحقيق الرخاء الاقتصادي، لتوفيرها (2,6%) فرص العمل على المستوى العالمي، ويتولد ما يقارب من (50) وظيفة في كافة أنحاء العالم، علماً، تبلغ حصة الأشخاص العاملين في المهن الثقافية بين سن (15 - 24) سنة ما نسبته (باكستان 33%) و (غانا 27,1%) و (أوغندا 25,3%) و (أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي، يشكل العمال الشاب (20%) من المهن الثقافية في (بيرو وباراجواي وهندوراس) في (2015)) (المجلس الوزاري المصري، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي والتشغيل، 2024: صفحة 20)، وفي (البرازيل)، تم إجراء دراسة (2021) عن القطاعات المكثفة للملكية الفكرية في الاقتصاد البرازيلي بـ (450) فئة من (673) فئة اقتصادية يمكن تصنيفها على أنها كثيفة الاستخدام للملكية الفكرية و توظف بشكل جماعي (19,3) مليون شخص (أحمد، 2023: صفحة 131)، وقد أسهم الاقتصاد الإبداعي للسنوات العشر الماضية بـ (0,5%) - (12,5%) من القوى العاملة، وأبرز هذه الدول (المملكة المتحدة بتوظيف 2,5 مليون شخص في الصناعات الإبداعية - أندونيسيا (24) مليون شخص (2022) - الفلبين (7) ملايين شخص (2022) - جنوب إفريقيا: وظف قطاع الصناعات الثقافية والإبداعية (4,1%) (2019) ما يعادل (679,9) وظيفة (المجلس الوزاري المصري، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي والتشغيل، 2024: صفحة 19)، وفي العراق، انخفضت معدل البطالة بنسبة سالبة (36,2%) من (8,10% : 2016 الى 5,16% : 2021) (الزهيري ومحمد، 2024: صفحة 322).

- تعزيز التبادل التجاري: تكون الصناعات الإبداعية قابلة للتصدير؛ لأنها تجذب المنتجات والخدمات الإبداعية اهتمام الأسواق الدولية، ومن ثم زيادة الصادرات وتحسين ميزان المدفوعات. تقدر الأونكتاد أن صادرات السلع والخدمات الإبداعية قد مثلت (3% و 21%) من إجمالي صادرات السلع والخدمات الإبداعية العالمية (2020) (محمد، 2024: صفحة 104)، أما بالنسبة إلى أعلى (5) دول ذات معدلات نمو سنوية في صادرات الخدمات الإبداعية (2022) هي (إسرائيل 18% - رومانيا 15% - اسبانيا 13% - البرتغال 105 - الدنمارك 7%) (المجلس الوزاري المصري، القسم الثاني: الاقتصاد الدولي والتجارة الدولية في السلع والخدمات، 2024: صفحة 15)، وبالنسبة إلى الاقتصادات النامية لـ (10) دول الأكثر مساهمة في صادرات السلع الإبداعية لـ (2020) (الجدول (5) كـ (الصين باستحوادها على (169,309) مليار دولار ونسبة (32,3%) من إجمالي الصادرات العالمية من السلع الإبداعية البالغة (267,997) مليار دولار تليها (هونك كونك) (24,267) مليار دولار : 4,6%) ثم بنسب متقاربة لـ (فيتنام والهند وتاوان) وأدناها (تايلند) (5,015) مليار دولار : 1,0%)، أما من حصة السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات، أعلاها

أيضاً "الصين (6,5%) و(تركيا 5,5%) و(الهند وفيتنام 5,0%) وأدناها(تاييلند) أيضاً" مقابل الدول المتقدمة (الجدول ذاته) كـ(الولايات المتحدة الأمريكية بقيمة 32,371) مليار دولار تليها(إيطاليا 27,031) و(المانيا 26,064) مليار دولار من إجمالي صادرات السلع الإبداعية(176,704) مليار دولار وبنسب(6,2%) و(5,2%) و(5,0%) وأدناها قيمة ونسبة(اليابان 7,326 مليار دولار 1,4%)، أما بالنسبة إلى حصة هذه الدول من السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات، بين الأعلى(إيطاليا 5,4%) والأدنى (اليابان 1,1%)؛ لأنَّ الاتجاهات الحالية في التجارة الإبداعية تميل إلى الخدمات، أما على وفق التوزيع النسبي لصادرات الخدمات الإبداعية المتمثلة بـ(البحث والتطوير - البرمجة - الخدمات السمعية والبصرية - خدمات الإعلان - خدمات المعلومات - أبحاث السوق - الهندسة المعمارية - الخدمات الترفيهية والتراثية - رسوم الملكية الفكرية - تراخيص الاستخدام ذات الصلة) لـ(2020)، أعلاها(البرمجيات 39,3%) تليها(البحث والتطوير 33,2%) ثم كل من(الإعلان وأبحاث السوق والهندسة المعمارية بـ 14,8%) و(المجال السمعي والبصري 8,6%) و(المعلومات 3,5%) وأدناها(الخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية 0,5%) (الهيبي، 2023: صفحة 16)، أما تجارة السلع الإبداعية على وفق نوع المنتج، أعلاها(منتجات التصميم 62,9% ومنها أعلاها التصميم الداخلي 20,1% - الأزياء 15,9% - المجوهرات 15,3% - لعب الأطفال 11,4%) تليها(الوسائط الجديدة 13,4%) ثم(المصنوعات 8%) و(الفنون البصرية 6,2%) و(النشر 5,4%) و(المواد السمعية والبصرية 3,1%) وأدناها(الفنون الإبداعية 1%) (الهيبي، 2023: صفحة 21)،

جدول رقم (05): الدول العشر الأكثر تصديراً للسلع الإبداعية في الاقتصادات

المتقدمة والنامية في (2020) (مليار دولار / %)

ت	الدول المتقدمة				الدول النامية			
	الدول	صادرات السلع الإبداعية	الحصة من إجمالي الصادرات العالمية من السلع الإبداعية	حصة السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات	الدول	صادرات السلع الإبداعية	الحصة من إجمالي الصادرات العالمية من السلع الإبداعية	حصة السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات
1	الولايات المتحدة الأمريكية	32,371	6,2	2,3	الصين	169,309	32,3	6,5
2	إيطاليا	27,031	5,2	5,4	هولندا كندا	24,067	4,6	4,4
3	المانيا	26,064	5,0	1,9	فيتنام	14,153	2,7	5,0
4	فرنسا	21,438	4,1	4,4	الهند	13,785	2,6	5,0
5	المملكة المتحدة	15,331	2,9	3,8	تايلاند	13,040	2,5	3,8
6	جمهورية كوريا	13,900	2,7	2,7	ماليزيا	9,716	1,9	4,1
7	بولندا	11,593	2,2	4,2	سنغافورة	9,351	1,8	2,6
8	سويسرا	10,868	2,1	3,4	تركيا	9,341	1,8	5,5
9	هولندا	10,781	2,1	1,6	الإمارات	9,219	1,8	2,8
10	اليابان	7,326	1,4	1,1	تايلاند	5,015	1,0	2,2
	الإجمالي	176,704	33,7		الإجمالي	276,997	52,8	

المراجع: (الهيبي، 2023: صفحة 19 - صفحة 20)

أي أن النجاح في تصدير السلع يساهم في زيادة الطلب المحلي عليها وتعزيز المنتجات في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، إن هذه العلاقة تنبع من تعزيز هذه السلع للتنوع الاقتصادي وتحفيز التطور والابتكار وتطوير رأس المال البشري، ومن ثم، دفع عملية التنمية الاقتصادية، في حين احتلت الدول الأوروبية أعلى الصادرات العالمية من الخدمات الإبداعية بقيمة (720) مليار دولار تليها آسيا (359) مليار دولار ثم أمريكا الشمالية (274) مليار دولار مقابل (4) مليارات دولار في أفريقيا، وقد ارتفعت صادرات الخدمات الإبداعية لتحقيق (1,4) تريليون دولار وهو يمثل ضعف صادرات السلع الإبداعية البالغة (713) مليار دولار (2022) والخدمات الإبداعية كـ البرمجيات أكثرها تصديراً بنسبة (41,3%) من الإجمالي يليها البحث والتطوير (30,7%) ثم خدمات الإعلان والبحاث السوق والهندسة المعمارية (15,5%) والخدمات السمعية والبصرية (7,9%) وخدمات المعلومات (4%) والخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية (0,6%)، أي ارتفعت صادرات السلع الإبداعية بنسبة (3,1%) وصادرات الخدمات الإبداعية (9,2%) في العام ذاته (المجلس الوزاري المصري، القسم الثاني: الاقتصاد البرتقالي والتجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية، 2024: صفحة 11-12: صفحة 15)

– تحسين مستوى المعيشة في ظل العلاقة الطردية بين زيادة الدخل والمهارات والكفاءات "العلاقة الوطيدة بين الإبداع والمبتكرات الجديدة ولوغارتم الدخل القومي لكل فرد"، فقد أوضحت الهيئة الاستراتيجية الصناعية بـ(كندا)، وجود علاقة بين الدخل القومي ومعدل الأفكار المبتكرة (إنَّ زيادة معدل دخل الفرد، ينعكس إيجابياً على معدل الأفكار المبتكرة بنسبة (0,001%) وبقيمة (0,69%) من دخله (الهيقي، 2013: صفحة 65)، بالإضافة إلى ذلك لم يعد البحث العلمي مرتبطاً بأبداع وتصميم السلعة أو الخدمة بقدر ما أصبح مرتبطاً بما ينتج عنها من ترابطات وتداخلات وتكاملات، وعلى وفق دراسة قامت بها منظمة الأونكتاد إلى أنَّ الدول الرأسمالية المتقدمة تكسب على أقل تقدير عن كل كفاءة مهاجرة إليها عائداً "مالياً" يتراوح ما بين (1560 – 9900) دولار، مضيفة إلى ذلك أنَّ استثمار هذه الكفاءة في أحد قطاعات الاقتصاد الأمريكي يعود لها بعائد مالي (314) ألف دولار، وأنَّ حامل شهادة الدكتوراه في العلوم يعادل رأس مال موظف (600) ألف دولار (طاهر، 2014: صفحة 8)

– جذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية، فالابتكار والإبداع لهما أثر إيجابي على النمو الاقتصادي، عالمياً، من المتوقع أن ينمو الاقتصاد الإبداعي بنسبة (40%) بحلول (2030) مما يضيف أكثر من (10) ملايين وظيفة في العالم (المجلس الوزاري المصري، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي والتشغيل، 2024: صفحة 17)

– يسهم استخدام الحاسوب الآلي المنشآت الاقتصادية والصناعية في رفع جودة أداء العمل من استخدام النماذج الإحصائية والرياضية، ومن ثم، توفير تقارير فورية للمستويات الإدارية المختلفة. – السيطرة على الأنشطة المتعددة للمؤسسات الاقتصادية الصناعية منها والمالية والتجارية بفضل شبكات الحاسب الآلي والاتصالات ونظم المعلومات والمعرفة الإدارية.

2.2. البعد السياسي

– تكوين تكتلات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية، وهي تنطلق من الإبداع الذي يتركز على وحدة اللغة والثقافة والمصالح الاقتصادية المشتركة.

– يسهل التواصل والتفاهم بين الشعوب والثقافات المختلفة وبناء جسور من التعاون والصداقة، وفي المجال ذاته، من أرقام الجدول (6)، يتبين لنا أنَّ عدد الشركات المشاركة في (معرض بغداد الدولي)، قد ازدادت بنسبة (305,1%) من (154: 2016 إلى 624: 2017) موزعة ضمن الجناح هي الأعلى بـ (91-221) مقارنة بـ (المستقلة) بـ (63-91) والموزعة بدورها وفق

الجنسية إلى الشركات العربية (ضمن الجناح هي الأعلى (23: 128) مقابل الأدنى للمستقلة "على الرغم من ارتفاعها (59-68)" والأجنبية بزيادة عدد شركاتها (ضمن الجناح والمستقلة بـ (68-93: 4-23)) في العامين المذكورين، وقد شهد عددها بالانخفاض إلى (411: 2018) ليستمر بالانخفاض (292: 2020) وينسب سالبه (1,34-%) و (9,28-%) يقابلها الانخفاض في عدد الشركات العربية والأجنبية كل واحدة على حدة أو كإجمالي على حد سواء، والحال ذاتها إلى زيادة عدد الدول المشاركة فيه (الجدول (7)) من (11: 2016) إلى (17 مكرر: 2017 و 2018) ونسبة (54,5%) ثم انخفاضها بنسبة سالبه بـ (4,29-%) إلى (12: 2022) يقابل ذلك زيادة في عدد الدول الأجنبية بـ (8: 2016 إلى 12: 50% : 2017 و 13: 8,3% : 2018) وانخفاضها (9: 2022: 30,7-%) والدول العربية من (3: 2016) إلى (5: 2017) لتواصل بانخفاضها إلى (4: 20-%) : 2018 و 3: 25% : 2022).

جدول رقم (06): عدد الشركات المشاركة في معرض بغداد الدولي حسب الجنسية للمدة (2016-2022)

السنة	الشركات العربية		الشركات الأجنبية		الإجمالي		الكلي	
	ضمن الجناح		مستقلة		ضمن الجناح		مستقلة	
	العدد	(%)	العدد	(%)	العدد	(%)	العدد	(%)
2016	23	-	59	-	68	-	4	-
2017	128	456,5	68	15,2	93	36,7	23	475
2018	66	(48,4)	135	98,5	167	79,5	43	86,9
2019	-	-	-	-	-	-	-	-
2020	-	-	-	-	-	-	-	-
2021	-	-	-	-	-	-	-	-
2022	5	-	110	-	106	-	21	-

المرجع: (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2020-2021) و (2022-2023)، الباب الحادي عشر: إحصاءات الثقافة والإعلام: صفحات متفرقة). *النسب المئوية استخرجت من الباحثة. *الأرقام بين الأقواس قيم سالبه.

جدول رقم (07): عدد الدول المشاركة في معرض بغداد الدولي للمدة (2016-2022)

السنة	الدول العربية	(%)	الدول الأجنبية	(%)	الإجمالي	(%)
2016	3	-	8	-	11	-
2017	5	66,6	12	50	17	54,5
2018	4	(20)	13	8,3	17	-
2019	-	-	-	-	-	-
2020	-	-	-	-	-	-
2021	-	-	-	-	-	-
2022	3	-	9	-	12	-

المرجع: (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2020-2021) و (2022-2023)، الباب الحادي عشر: إحصاءات الثقافة والإعلام: صفحات متفرقة). *النسب المئوية استخرجت من الباحثة. *الأرقام بين الأقواس قيم سالبه.

2.3. البعد الحضاري: المتمثل بجمالية المنتج التقليدي "ذوق سكان الأوائل في رسم رموز للحيوانات والطبيعة وأشكال هندسية واستعمال مواد وألوان طبيعية تظهر في صناعة السجاد والصناعات الفخارية والتحف اليدوية وغيرها في العراق، فقد ازداد عدد المتاحف الأثرية لـ (14) محافظة (الجدول (8)) منها بنسبة (26,6%) من (15: 2021 إلى 19: 2022) أي بواقع (4) متاحف جديدة والناجمة عن إضافة (3) في بغداد ومتحف واحد في الديوانية في 2022 مقارنة بالعام السابق، أما بالنسبة إلى عدد الزائرين،

فإنها كسابقتها قد ازدادت بنسبة (16,2%) من (1,646: 2021 الى 28,312 متحف: 2022)، وعلى وفق المحافظات أعلاها (بغداد 26,667) زائرا (2022) تليها ثبات عدد الزائرين في (واسط 925 - ذي قار 520 - البصرة 200) زائرا في العامين المذكورين مقابل عدم وجود أي زائر في المحافظات الأخرى البالغة (10).

جدول رقم (08): عدد المتاحف الأثرية وعدد الزائرين حسب المحافظة في العراق للمدة (2021-2022)

ت	المحافظة	2021 عدد المتاحف	2022 عدد المتاحف	معدل (الزيادة - النقصان - الثابت)	2021 عدد الزائرين	2022 عدد الزائرين	معدل (الزيادة - النقصان - الثابت)
1	بغداد	1	4	3	-	26,667	-
2	واسط	1	1	ثابت	925	925	ثابت
3	ذي قار	1	1	ثابت	520	520	ثابت
4	البصرة	1	1	ثابت	200	200	ثابت
5	الانبار	2	2	ثابت	1	-	-
6	المثنى	1	1	ثابت	-	-	-
7	ميسان	1	1	ثابت	-	-	-
8	صلاح الدين	1	1	ثابت	-	-	-
9	كركوك	1	1	ثابت	-	-	-
10	نينوى	1	1	ثابت	-	-	-
11	بابل	1	1	ثابت	-	-	-
12	ديالى	1	1	ثابت	-	-	-
13	الديوانية	1	2	1	-	-	-
14	النجف	1	1	ثابت	-	-	-
الإجمالي		15	19	26,6%	1,646	28,312	16,2%

المرجع: من عمل الباحثة بالاعتماد على (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2022-2023)، الباب الحادي عشر: الثقافة والإعلام: صفحة 11)

2.4. البعد الثقافي والاجتماعي

- تعزيز الهوية الوطنية والثقافة، يمكن للثقافة والفنون والتراث الوطني أن تسهم في تعزيز الهوية الوطنية والتراث الثقافي والتعاون بين الشعوب والثقافات (فيومي، 2023: صفحة 63)، إذ يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد وواقعه وارتباطه بالسمات النوعية لحياة الشعوب ونظامها وتقاليدها وشخصيات أفرادها ويعبر عن هويتها وبصماتها ويعد متوارثا" عبر الأجيال المتعاقبة. من البيانات الواردة بـ (الجدول 9)، يلاحظ أن العدد الإجمالي لعروض أو أنشطة الفنون الشعبية لدائرة السينما والمسرح ازداد من (14) عرض (2015) إلى (15 مكررا: 2017: 2018) بنسبة (7,1%) ليستمر بالارتفاع مسجلا" (20: 33,3%: 2019) ثم بين انخفاضها (3: 2020) وارتفاعها (11: 2021) وبنسب (85%- و 226,6%) والحال ذاتها بالنسبة إلى عدد الحفلات من (13: 2016) إلى (15 مكررا: 2017: 2018 و 20: 2019) وبنسب (15,3% و 33,3%)، وعدم تسجيلها (2020-2021)، يقابل ذلك، زيادة عدد المشاهدين بـ (24,4%) من (9,800: 2016 الى 12,200: 2017) تم تأرجحها بين النقصان (7,500: 2018) والزيادة (10,000: 2019) ليتناقص مرة ثانية إلى (850: 2020 و 450: 2021) أي بين نسب النقصان (38,5%- و 91,5%- والزيادة (33,3%) موزعة بين (العروض الشهرية من حيث أعدادها "لم تسجل أي نشاط (2016-2017) وبين

ارتفاعها بـ(66,6%: 2019 و 250% : 2021) وانخفاضها بنسبة سالبة (6,1%- : 2020) وكسابقتها من عدد الحفلات التي شهدت زيادة بـ(66,6%: 2019) وعدم تسجيلها(2020) وانخفاضها إلى(4 حفلات: 2021) وعدد المشاهدين بزيادتها بمعدلات نمو (66,6%: 2019) وانخفاضها بـ(78%- : 2020) و (18,1%- : 2021) والعروض الخاصة: التي تذبذبت عدد عروضها بين الزيادة(2017: 2019) والنقصان(2018: 2020) وعدم تسجيلها(2021) يقابلها القيم ذاتها كسابقتها(2018: 2017: 2019) وعدم تسجيلها(2020- 2021) أما بعدد مشاهديها فقد ازدادت من (8,800: 2016) إلى(12,200: 2017) لتتخفص(5,500: 2018) وبين ارتفاعها(6,500: 2019) وانخفاضها وعدم تسجيلها في(2020 و 2021)، أي بين نسب زيادة قدرها (38,6% و 18,1%) وانخفاض(54,9%- و 95,3%-) والعروض خارج العراق: أعلاها من عدد العروض والحفلات(2 مكررا: 2019 وعرض واحد ثابت وحفلة واحدة أيضا: 2016: 2018) وعدم تسجيلهما(2017: 2020: 2021) و بعدد مشاهديها ثابتة عند(ألف) مشاهد مكرر(2016: 2019) وأدناها(500: 2018) وعدم تسجيلها(السنوات الأخرى).

جدول رقم (09): نشاطات الفنون الشعبية لدائرة السينما والمسرح للمدة (2021-2016)

السنة	العروض الشهرية			العروض الخاصة			عروض خارج العراق			الإجمالي		
	عدد العروض	عدد الحفلات	عدد المشاهدين	عدد العروض	عدد الحفلات	عدد المشاهدين	عدد العروض	عدد الحفلات	عدد المشاهدين	عدد العروض	عدد الحفلات	عدد المشاهدين
2016	-	-	-	-13	-12	8,800	-1	-1	1,000	-14	-13	9,800
2017	-	-	-	15,3(%)	15,3(%)	12,200	-	-	-	15,3(%)	15,3(%)	12,200
2018	-	3	1,500	26,6(%)	11(26,6%)	5,500	-1	-1	500	-15	-15	7,500
2019	5(66,6%)	5(66,6%)	2,500	13(18,1%)	13(18,1%)	6,500	2(100%)	2(100%)	1,000	3(33%)	20(33,3%)	10,000
2020	2(66,1%)	-	550	1(92,3%)	-	30	-	-	-	3(85%)	-	850
2021	7(250%)	4	450	-	-	-	-	-	-	11(226,6%)	-	450

المراجع: (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2022-2023)، الباب الحادي عشر: إحصاءات الثقافة والإعلام: صفحة 4). *النسب المتوية استخرجت من الباحثة. * الأرقام بين الأقواس قيم سالبة.

– ربط الفئات الاجتماعية بالمجتمعات المحلية والمساهمة في التماسك الاجتماعي من غرس الثقة بالنفس والفخر والرفاهية الشخصية مع تحسين مهارات الاتصال وتعزيز التفكير الإبداعي، كونها تعزز شعور الانتماء للمجتمع.

2.5. البعد التربوي: يعد عنصر أساسي لعملية التربية والتعليم باعتبارها وسيلة لتحقيق غايات (أربع) حسب تقرير(اليونيسكو) والمتمثلة في (تعلم لتعرف- تعلم لتعمل- تعلم لتكون- تعلم لتشارك الآخرين (علي، 2018: صفحة 222) من حيث:

– تنمية روح المبادرة والريادة والقيادة" الإبداع مهارة حياتية يمارسها الفرد يوميا" من خلال التعلم والتدريب وتنمية المواهب وإدارك العالم بشكل أفضل، ومنها أنشطة الإنتاج المسرحي لدائرة السينما والمسرح (الجدول (10)، شهدت عدد المسرحيات المنتجة كأجمالي، ارتفاعاً من (15) مسرحية (2016) إلى (16) مسرحية (2017). بمعدل نمو (6,6%) نتيجة زيادة المخصصة منها للكبار من (13 إلى 15) مسرحية في العامين المذكورين وبمعدل نمو قدرها (15,3%)، إلا أنها شهدت تذبذباً بين الانخفاض (11 مسرحية: (2018: -31,2%) والارتفاع بـ (18,8%: 2019) ثم انخفاضها لعامين متتاليين (2020-2021: بنسب سالبة (53,8%) - (6,66%)) وارتفاعها مرة ثانية بـ (250%) والناجمة كسابقتها عن التذبذب الواضح بين الارتفاع والانخفاض للمخصصة منها للكبار مقابل المخصصة للأطفال التي شهدت انخفاضاً من (مسرحيتين: 2016) إلى (واحدة للمدة 2017-2020 و 2022 وعدم تسجيلها 2021)، أما بالنسبة إلى عدد أيام عرضها، فقد انخفضت من (129 يوماً: 2016 إلى 67: 2017 وبنسبة سالبة (84,0%) وبين الارتفاع (123 يوماً: 83,5%: 2018) والانخفاض للمدة (2019-2020 بنسب سالبة أيضاً) ثم ارتفاعها بنحو (75%: 2022)، والحال ذاته إلى عدد المشاهدين للأعوام المذكورة، أما من عدد المهرجانات المقامة داخل البلاد.

جدول رقم (10): نشاطات الإنتاج المسرحي لدائرة السينما والمسرح للمدة (2016-2022)

المهرجانات		المشاهدين		أيام العرض		المسرحية المنتجة						السنة	
خارج العراق		داخل العراق		(%)		(%)		الإجمالي		للأطفال		للکبار	
(%)		(%)		العدد		العدد		(%)		(%)		(%)	
العدد		العدد		العدد		العدد		العدد		العدد		العدد	
-	5	-	1	-	90,480	-	129	-	15	-	2	-	13
20	6	-	-	(61,4)	34,854	(84,0)	67	6,6	16	(50)	1	15,3	15
-	6	-	2	29,9	45,283	83,5	123	(31,2)	11	-	1	(33,3)	10
33,3	8	(50)	1	(44,0)	25,331	(29,2)	87	18,8	13	-	1	20	12
-	-	100	2	(90,3)	2,437	(82,7)	15	(53,8)	6	-	1	(58,3)	5
-	-	-	-	22,7	558	(46,6)	8	(66,6)	2	-	-	(60)	2
-	4	-	1	455	3,100	75	14	250	7	-	1	200	6

المراجع: (وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2022-2023)، الباب الحادي عشر: إحصاءات الثقافة والإعلام: صفحة 5). *النسب المتوية استخرجت من الباحثة. * الأرقام بين الأقواس قيم سالبة.

وخارجها، سجل داخلياً (مهرجان واحد: 2016: 2019: 2022) و(مهرجانين: 2018: 2020) وعدم تسجيله (2017: 2021) وخارجياً: ارتفاعه من (5) مهرجان (2016) إلى (6) مهرجانات (2017 و 2018) ليواصل مسجلاً (8) مهرجانات (2019) وبمعدلات نمو (20% و 33,3%) وعدم تسجيله (2020-2021) وانخفاضه (2022)، أي أن عددها في الخارج أكثر مقارنة مع الداخل.

– تحقيق الذات الإبداعية وتطوير المنتجات الإبداعية.

– جعل الفرد يستمتع باكتشاف الأشياء بنفسه لاسيما وإن المكتبات وبرامج القراءة تسهم في تحسين معرفة القراءة والكتابة وتطوير اللغة (محمد، 2024: صفحة 104).

– الانفتاح على الأفكار الجديدة والاستجابة بفعالية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع المتغيرات. على الرغم من الدور التنموي للاقتصاد الإبداعي في العراق مع ذلك لا يخلو من الفقرة التالية:

ثالثاً: "معوقات الاقتصاد الإبداعي في العراق (حسين وآخرون، 2025: صفحة 799)

3.1. الشخصية: المتمثلة في الخوف من المبادرة وارتكاب الأخطاء والمقترنة بالرغبة في تحقيق النجاح السريع (عدم إقبال الشباب على تعلم الحرف التقليدية لانعدام الأمن المهني في ظل عدم دعم الدولة لهذه الصناعات) إلى جانب الافتقار إلى شركات تكنولوجيا معلومات موثوقة يمكن الاستعانة بها لتطوير المواقع الإلكترونية مع نقص المهارات في (أبحاث السوق-التسويق الرقمي-خدمة العملاء-تأسيس العلامات التجارية-تصميم المواقع الإلكترونية والأسواق) (الأمم المتحدة، 2022: صفحة 12)

3.2. المعرفية: التي تحدث بعد أن يفهم الأفراد العاملون جوانب المشكلة على نحو صحيح بسبب ضيق نطاقها، كـ (غياب الوعي المجتمعي "قلة الوعي بأهمية الاقتصاد الإبداعي")، وفي السياق ذاته، عالمياً، قدر الاتحاد الدولي للاتصالات (2021)، إن أكثر من ثلث سكان العالم (9,2) مليون شخص لا يستخدمون الأنترنت، ومعظمها من النساء والفتيات اللواتي يعشن في أقل البلدان نمواً والبلدان النامية غير الساحلية والدول الجزرية الصغيرة النامية، وما يقارب (39%) فقط من الأسر الريفية لديها إمكانية الوصول إليها، وعلى وفق الاتحاد الدولي للاتصالات لـ (2023)، إن (93%) من الأشخاص يستخدمونها في الدول مرتفعة الدخل وبنحو (27%) في الدول ذات الدخل المنخفض (المجلس الوزاري المصري، القسم الرابع: الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الاقتصاد البرتقالي، 2024: صفحة 22)، أما في العراق، على الرغم من زيادة مستخدمي الأنترنت لكل (مليون) شخص في البلاد بـ (3,9 مليون شخص: 2016-9,9 : 2017-10,8 : 2018-11,5 : 2019-17,0 : 2020-21,5 : 2021-30,7 : 2022-43,6 مليون شخص: 2023) وينسب قدرها (153,8%-9,0%-6,4%-47,8%-26,4%-42,8%-42,0%) في الأعوام

المذكورة (البنك الدولي، البيانات المفتوحة)، بينما تذكر مصادر أخرى إلى ازدياد نسبة الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت بـ (235%) من (2016: 13,2%) إلى (2019: 44,3%) بين الذكور الأعلى بـ (17,7% و 53,1% بنسبة نحو (200%)) مقابل الأدنى للإناث بـ (8,6% و 35,0% بنسبة نحو 306,9%) (وزارة التخطيط، التقرير الطوعي الوطني الثاني، الفصل الثالث: التقدم في تحقيق الأهداف: الهدف (17): عقد الشراكات لتحقيق الأهداف، 2021: صفحة 69)، فهم مع ذلك يشكلون

مجموعة مختلفة في الأذواق والقدرة. **3.3. ضعف الأداء اللوجستي:** إن أصل الكلمة (اللوجستية) إلى معنى أغريقي قديم (لوجوس) (النسب والعمليات الحسابية)، إذ يشير إلى فن وعلم وإدارة تدفق البضائع والطاقة والمعلومات والموارد من منطقة (الإنتاج إلى الاستهلاك) لتحقيق أهداف عدة "تقدم خدمات أو منتجات ذات جودة عالية وتكلفة منخفضة وفي الوقت المناسب" (فيومي، 2023: صفحة 61) ويقاس كفاءة وفعالية الخدمات اللوجستية في دولة ما والمتمثلة بـ (عمليات التخليص الكمركي-جودة البنى التحتية المرتبطة بالتجارة والنقل-سهولة ترتيب الشحنات، الخ). على وفق مؤشر (اللوجستي الذي يندرج ما بين (درجة-نقطة: 1: منخفض: أسوأ أداء- 5 مرتفع: أفضل أداء))، فالبلاد يعاني من ضعف تلك الخدمات بتسجيله (درجات منخفضة: أسوأ أداء) (2,14 : 2016-2,18 : 2018-2,4 : 2022) (البنك الدولي، البيانات المفتوحة).

3.4. الثقافية والاجتماعية: الضغوط الاجتماعية المختلفة التي تشكل حياة الأفراد وسلوكهم، ومنها (التجريف الثقافي من اندثار بعض الحرف اليدوية نتيجة غزو منتجات حرفية أجنبية، وعلى رأسها الصينية للأسواق العراقية مقابل ضعف التمويل من ارتفاع أسعار المواد الخام لاسيما المستوردة، وتأثير ذلك على زيادة سعر المنتج المحلي النهائي).

3.5. محدودية نطاق الأسواق الإقليمية والدولية "صغر حجم السوق المحلية": إنَّ الطلب على بعض خدمات الصناعات الإبداعية يعد محدوداً ولا ينمو بالسرعة الكافية للاستفادة من عدد مزودي الخدمات الموجودين في بعض القطاعات المرئية والمسموعة، مما يعيق تقدمها ويخضع الوصول إلى الأسواق في الخارج لتنافسية عالية جداً.

3.6. انخفاض الموازنة الاستثمارية لوزارة الثقافة بنسب (8,1% - 0,4% - 1,1% - 0,4% - 26,3% - 24,3%) مقابل ارتفاع التشغيلية منها (98,1% - 99,6% - 98,9% - 99,6% - 73,7% - 75,7%) في (2016-2017-2018-2019-2021-2023) على التوالي (وزارة العدل، جريدة الوقائع العراقية، (2016-2019 و 2021 و 2023): صفحات متفرقة).

3.7. انخفاض مدخلات البحث والتطوير بدءاً من شحة الموارد المالية المخصصة بانخفاض الانفاق الاستثماري (1,34% - 4,0% - 16,7% - 47,0% - 33,5% - 9,1%) مقابل ارتفاع التشغيلي (65,9% - 96% - 83,3% - 53% - 66,5% - 90,9%) في (2016-2017-2018-2019-2021-2023) على التوالي وضعف الروابط الأساسية بين العلم والتقنية من عم توافر الأجهزة والمعدات المختبرية والمصادر المكتبية الحديثة، يضاف إليها، هجرة العديد من العلماء وأساتذة الجامعات من زيادة عدد المهاجرين من ذوي التعليم العالي من البلاد من (140,817 ألف: 2016 إلى 157,930: 2018) ليسجل أعلاها (174,666 ألف: 2020) وبنسب (12,1% و 5,10%) (إبراهيم وسعيد، 2023: صفحة 51)، وكتحصيل حاصل، فإنَّ الهجرة باختصاصاتها كافة لاسيما الأكثر أهمية وندرة، قد تعكس الطابع الانتقائي لسياسات الهجرة في البلدان المتقدمة وتمثل ضياعاً وخسارة لا يمكن إنتاجها مرة أخرى.

4. الخاتمة

4.1. الاستنتاجات

1. على وفق ألوان الاقتصاد، يعرف الاقتصاد الإبداعي بـ (اللون البرتقالي) كونه رمزاً للثقافة والابداع عند المصريين وارتباطه بالفكر والابداع والثقافة عند الآسيويين، ويأتي ضمن القطاع الرابع بعد (الزراعة-الصناعة-الخدمات)، وتعد كل من الصناعات الثقافية والإبداعية دلالة على ذلك، إلّا أنَّ الأولى هي صناعات إبداعية، والثانية ليست صناعات ثقافية.

2. للاقتصاد الإبداعي مقومات أو مؤشرات عدة كـ (المادة الخام-الابتكار- السوق- نسبة صادرات السلع والخدمات بارتفاعها (33,4%) من (28,1 مليون دولار: 2016 إلى 37,5 مليون دولار: 2024)) و(نسبة الإنفاق على البحث والتطوير بين الارتفاع (2017-2020-2021) والانخفاض (2018-2019) مع زيادة عدد المقالات العلمية والتقنية المنشورة للمدة (2017-2022)) و(مؤشر براءات الاختراع الممنوحة من مكتب البراءات العراقية: وفق الإختصاص بين (الأعلى: ضروريات الانسان والأدنى: المنسوجات والورق)، مما يعكس انخفاضاً في مجال الصناعات الإبداعية، كونها متعلقة بالاحتياجات الإنسانية، الأمر الذي يعكس الفجوة الواضحة بين متطلبات قطاعات الاقتصاد الإبداعي ومؤسسات البحث العلمي والتطوير) و(عدد العاملين في قطاع الاقتصاد الإبداعي: البحث والتطوير لكل (مليون) شخص بمعدلات نمو قدرها (64,0% - 4,9% - 10,1% - 15,4% - 20,2%) للمدة (2017-2021)) و(وزارة الثقافة: التذبذب بين الارتفاع والانخفاض).

3. يتنوع دوره الترموي وفق أبعاده المختلفة (الاقتصادية: نقطة الالتقاء بين الثقافة والاقتصاد من اسهامه بالناتج المحلي الإجمالي للدولة عبر تحويل الأفكار الإبداعية إلى سلع وخدمات ثقافية قابلة للنشر بنحو (5,0% - 3,7%) خلال العشر السنوات الماضية وما بين (0,5% - 3,7%) (2024) - توفير عوائد مالية بـ (3,2) تريليون دولار سنوياً في العالم (2022) - توظيف المهارات والمواهب الإبداعية

بـ(50) وظيفة عالميا"، مما يسهم في خفض معدلات البطالة لاسيما في البلاد بنسبة سالبة- تعزيز التبادل التجاري: مثلت صادرات السلع والخدمات الإبداعية عالميا (3% و 21%)، ووفقا للتوزيع النسبي، أعلاها (البرمجيات 39,30%) وأدناها (الخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية 0,5%) (2020)- تحسين مستويات المعيشة "زيادة معدل دخل الفرد ينعكس إيجابيا" على معدل الأفكار المبتكرة بقيمة (0,69%) من دخله- جذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية، الخ.- (السياسية: تكوين تكتلات سياسية ذات أبعاد معلوماتية وتكنولوجية- التواصل والتفاهم بين الشعوب والثقافات من زيادة عدد الشركات المشاركة في (معرض بغداد الدولي) وعدد الدول المشاركة (2017)، إلّا أنّ كل منهما تذبذب بين الانخفاض والارتفاع للمدة (2018-2022)- (البعد الحضاري: بزيادة عدد المتاحف الأثرية لـ(14) محافظة بواقع (4) متاحف جديدة (3: بغداد ومتحف واحد: الديوانية) لـ(2021-2022) وزيادة عدد زائريها)- (الثقافية والاجتماعية: تعزيز الهوية الوطنية والثقافة ويؤكد أنشطة الفنون الشعبية لدائرة السينما والمسرح في البلاد- غرس الثقة بالنفس) و(التربوية عن طريق تنمية روح المبادرة والقيادة ومثالها أنشطة الإنتاج المسرحي لدائرة السينما والمسرحي- عدد المهرجات المقامة داخليا" وخارجيا"- الانفتاح على الأفكار الجديدة، الخ.).

4. على الرغم من دوره التنموي أو الثقافي، إلا أنّه لا يخلو من معوقات عدة (الشخصية: الخوف من ارتكاب الأخطاء- نقص المهارات) و(المعرفة: قلة الوعي بأهميته- للعراقيين مجموعة مختلفة في الأذواق والمقدرة) و(ضعف الخدمات اللوجستية بتسجيله أسوء أداء (2016 و 2018)- انخفاض الموازنة الاستثمارية لوزارة الثقافة- هجرة الكفاءات العلمية، الخ.).

4.2. المقترحات

1. إنشاء قاعدة بيانات رقمية للصناعات الثقافية لها صلة بها والمتمثلة في المنتجين والمنتجات والمستهلك المحلي والدولي لدخول المستثمرين الثقافيين، ناهيك عن إصدار مؤشر سنوي للتمكين الإبداعي عن طريق:

* تشجيع الحكومات على العمل مع المنظمات الدولية (مصرف التنمية للبلدان الأمريكية- اليونيسكو- الأونكتاد- الويبو).
* إشراك السلطات والمؤسسات العاملة في القطاع الثقافي والإبداعي ومكاتب الإحصاء الوطنية "اللازمة لجمع وإنتاج ونشر البيانات الرسمية للاقتصاد الإبداعي لمعرفة المساهمة الحقيقية لها في الاقتصاد" الناتج المحلي الإجمالي- العمالة- التجارة).
* ضرورة تشجيع الأفكار الإبداعية بعمل وحدة خاصة لكل مؤسسة من المؤسسات تهتم وتعني بها لتحفيز الموظفين نحو التجديد والابتعاد عن بعض الأفكار التقليدية وتطوير المؤسسات القانونية التي تحمي الفعل المعرفي والحق والحضارة والتي تحول المعرفة إلى فعل.

2. زيادة الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية الاستثمار في القطاع الإبداعي من تخصيص مساحة بوسائل الإعلام لتسليط الضوء على الصناعات الثقافية على صعيدي الإنتاج والاستهلاك.

3. توافر استراتيجيات وتشريعات تدعم قطاع الصناعات الإبداعية وتشجيع مزاولة الأنشطة القائمة على الابتكار وتحمي حقوق الملكية الفكرية للمبدعين ورواد الأعمال كـ:

* تأسيس غرفة للصناعات الإبداعية والثقافية تضم ممثلين من كافة القطاعات بهدف توحيد استراتيجيات النهوض بها مع تذليل الصعوبات التي تواجه منتسبيه من المبدعين والمثقفين.

* الترويج الدولي للصادرات الإبداعية عن طريق تشجيع المشاركة الدائمة بالمعارض الدولية واستحداث منصة إلكترونية دولية تلقى الضوء على الحرف التقليدية ويمثل مصدرا" للدعاية والتنمية السياحية.

* إنشاء مجلس قومي للحرف تابع لرئاسة مجلس الوزراء "تجميع الحرف التقليدية كافة" لغرض تأسيس خريطة حرفية، مع تقديم الدعم والتمويل والحماية لها وتأكيد الهوية للأماكن التراثية.

* زيادة الموازنة المخصصة للبحث والتطوير والثقافة والإبداع بما يدعم ويساند العمل الثقافي والإبداعي بهدف دعم الأبحاث التي تخطط للتنمية الحضارية- المنشورات العلمية وإيصالها إلى أبعد مركز في البلاد "رصد حركة النشر العربي وعمل قاعدة بيانات عن صناعة النشر"- براءات الاختراع مالياً وقانونياً.

4. تشجيع الاستثمار الخاص في الصناعات الإبداعية التي تحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة :-

* تطوير القطاع الخاص لإمكاناته الذاتية باعتماد سياسة علمية معرفية والعمل على تطوير مهارات العاملين فيه على وفق أرقى ما يقدمه التطور العلمي والتقني والمعرفة.

* التوسع في إنشاء مدارس متخصصة في مجالات الإنتاج الثقافي والإبداعي لاكتشاف المواهب وتنميتها مبكراً.

* استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة في الحفاظ على التراث الحضاري والفني من صيانه وترميمه وإرشفته وإعادة استخدامه وتوظيفه (المادة التراثية الخام متاحة للجميع ومعرضة للضياع).

* استقطاب المبدعين وأصحاب المواهب والمؤسسات والشركات الإبداعية وذلك بمنحهم التسهيلات التي تمكنهم من تأسيس المشاريع الإبداعية في بيئة مرنة "اعفاء منتجائهم من الضرائب"، تتيح لهم استغلال ابداعاتهم في الفرص الاستثمارية المتاحة.

5. اعتماد مبدأ (دولة المعرفة): التي تبني مؤسسات المعرفة وتدفع المواطنين باتجاه الإبداع والتغيير من خلال السياسة التربوية أو بتدريس مادة الإبداع في المراحل الدراسية كافة "تعلم الأجيال كيف تفكر وكيف تصنع الفكر"، فضلاً عن سن قوانين حماية الحرية والإبداع بمستوياته كافة أو بإعادة صياغة علاقة الجامعات المحلية مع الجامعات العالمية الرصينة بفتح بوابات الاستثمار في المؤسسات العلمية المحلية، ك:- مساهمة الطاقات العراقية المهاجرة في برامج تعزيز الحوار والتبادل الثقافي بين العراق ودول العالم.- تشجيع التعاون بين الكفاءات العراقية داخل البلاد لإنجاز المشاريع البحثية.

قائمة المراجع

1. د. إبراهيم حري إبراهيم و ياسمين حسين سعيد(2023)، تحديات هجرة الكفاءات العراقية بعد عام(2003) -الآليات والحلول، المؤتمر الدولي الرابع في الأطر القانونية والسياسية للحكومة الرشيدة للمدة(6- 7 / 12 / 2023)، أربيل: جامعة جيهان.
2. البنك الدولي، البيانات المفتوحة، مجموعة البنك الدولي. www.data.albnkaldawli.org.
3. د. جاسم محمد شهاب الفارس (2018)، اقتصاد المعرفة - طريق الابتكار والسعادة، الإمارات العربية المتحدة: منتدى فقه الاقتصاد الإسلامي: دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري.
4. حسناء صبري جابر القاضي وآخرون (د. جمعة حسين عبد الجواد ، د. اسلام محمد السيد هيبه، د. هشام محمد السرسري)(2024)، التصميم مدخل للاقتصاد الإبداعي ودوره في تنمية الدخل القومي المصري، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، مصر: جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، العدد(40)، الجزء الأول.
5. دعاء قاسم مكى الزهيري و د. شيماء فاضل محمد (2024)، قياس محددات البطالة في العراق للمدة(2004- 2021) باستخدام نموذج (VAR)، مجلة الكوكت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط: كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد(16)، العدد(50).
6. د. رانيا علاء الدين أحمد (2023)، دراسة واقع ومستقبل الاقتصاد الإبداعي المصري، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس: كلية التجارة الإسماعيلية، المجلد(14)، العدد(3).
7. د. أحمد عادل زيدان (2022)، اقتصاديات الصناعة الثقافية والإبداعية: صناعة النشر إنموذجا"، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، مصر: المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد(3)، العدد(7).
8. د. سلام فاضل علي(2018)، التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة العميد، كربلاء: العتبة العباسية المقدسة، السنة(7)، المجلد(7)، العدد(25).
9. د. سماح عبد المنعم فهمي محمد(2024)، الاقتصاد البرتقالي ودوره في تعزيز النمو الاقتصادي في مصر، جامعة دمياط: كلية التجارة، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد (5)، العدد(2)، الجزء(4).
10. سمير بدر اوي (2022)، براءات الاختراع العراقية-أرقام ومؤشرات: جلسة حوارية "المؤشرات من التصنيف الدولي للبراءات"، بغداد: الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية.
11. عبيدلي العبيدلي(2025)، مركاتز الاقتصاد البرتقالي-الإبداع -الاختراع، جريدة البلاد، 6/22، تاريخ الزيارة 2025/7/12. www.aibildpress.com
12. د. عماد أبو غازي، (2021)، الاقتصاد الإبداعي وآفاق التنمية، مجلة آفاق اقتصادية معاصرة، القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري، العدد(12).
13. فتون فواد عبد القادر فيومي(2023)، دور الاقتصاد الإبداعي في تعزيز اللوجستية كمدخل لاستحداث مشغولة فنية مبتكرة، مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع، أبو ظبي: كلية الإمارات للعلوم التربوية، العدد(96).
14. د. فؤاد فرحان حسين وآخرون(د. قتيبة ماهر محمود و د. منقذ إبراهيم صالح)(2025)، صادرات السلع الإبداعية وأثرها في التنمية الاقتصادية في بلدان مختارة للمدة(2007- 2022)، مجلة اقتصاديات الأعمال للبحوث التطبيقية، جامعة الفلوجة: كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد(7)، العدد(1).
15. الأمم المتحدة(2022)، السنة الدولية للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة: الطريق إلى صناعات إبداعية قادرة على الصمود- توقعات الاقتصاد الإبداعي لعام (2022)- لحة عامة.
16. المجلس الوزاري المصري(2024)، سلسلة تقارير توعوية- الاقتصاد البرتقالي: الواقع والأفاق، القسم الثاني: الاقتصاد البرتقالي والتجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية، القسم الثالث: مساهمة الاقتصاد البرتقالي في الاقتصاد العالمي والتشغيل، القسم الرابع: الرقمنة والذكاء الاصطناعي في الاقتصاد البرتقالي، القسم الخامس: الاقتصاد البرتقالي من واقع بعض التجارب الدولية، مصر: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
17. مؤشر الابتكار العالمي(2022 و 2023)، ملخص عملي، المنظمة العالمية للملكية الفكرية.
18. نزمين عبد القادر أمباي(2020)، التوجهات الدولية لتطوير مفهوم الصناعات الإبداعية وسياساتها وأثرها على مؤسسات المعلومات في المجتمعات العربية- دراسة تحليلية، المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات، جامعة القاهرة: كلية الآداب: قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، المجلد(2)، العدد(4).
19. د. نعمان عيس ندا الحياي (2019)، أثر الابداع والابتكار الإداري في التنمية الاقتصادية في العراق، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، بغداد: الجامعة المستنصرية، العدد(8).
20. د. نوزاد عبد الرحمن الهيبي (2023)، الاقتصاد الإبداعي وأهميته في تحقيق التنمية المستدامة، بغداد: مركز البيان للدراسات والتخطيط.
21. الهيبي، د. قيصر عبد الكريم (2013)، توظيف الإبداع في الفعاليات الاقتصادية- مطلب شرعي، مجلة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الأنبار: كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد(5)، العدد(10).
22. وزارة التخطيط (2017)، أهداف التنمية المستدامة-تقرير إحصائي، بغداد: قسم إحصاءات التنمية البشرية.
23. وزارة التخطيط (2021)، التقرير الطوعي الوطني الثاني للمتحقق من أهداف التنمية المستدامة 2021-العراق والعودة إلى المسار التنموي، الفصل الثالث: التقدم في تحقيق الأهداف: الهدف(17): عقد الشراكات لتحقيق الأهداف، بغداد: اللجنة الوطنية للتنمية المستدامة.
24. وزارة التخطيط، التقريرين السنويين(2022-2023)، بغداد: الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية: دائرة الخدمات الفنية والإدارية، 2023: 2024.

25. وزارة التخطيط، المجموعة الإحصائية السنوية (2020-2021) و(2022-2023)، الباب الحادي عشر: إحصاءات الثقافة والإعلام، بغداد: الجهاز المركزي للإحصاء وتكنولوجيا المعلومات.

26. وزارة التخطيط (2021)، منتدى العراق للتنمية المستدامة، 10/13، تاريخ الزيارة 26/7/2025. www.iqforum.mop.gov.iq.

27. وزارة العدل، جريدة الوقائع العراقية، قانون الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق للسنوات المالية (2016) و(2017) و(2018) و(2019)، قانون رقم (23) لسنة (2021)، الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق للسنة المالية (2021)، قانون رقم (13) الموازنة العامة الاتحادية لجمهورية العراق للسنوات المالية (2023-2024-2025)، العدد (57-58-59)، بغداد.

28. د. ياسين طه طاهر (2014)، دور الثقافة والحضارة في تنمية المجتمع ومواجهة تحديات العصر، مجلة كلية المأمون، بغداد: كلية المأمون الجامعة، العدد (23).

قائمة الملاحق

ملحق رقم (01): الاستراتيجيات والخطط الوطنية للاقتصاد الإبداعي

ت	الدولة	الاستراتيجية / الخطة المعنية للصناعات الإبداعية	سنة التنفيذ
1	جمهورية أفريقيا الوسطى	وثيقة السياسة الثقافية الوطنية لجمهورية أفريقيا الوسطى وثيقة السياسة الثقافية الوسطى	2005 2020
2	لا تيفيا	استراتيجية التنمية المستدامة (2030) استراتيجية قطاع التعليم الثقافي في لاتفيا (2018) خطة التنمية الوطنية في لاتفيا (2021-2027)	2010 2018 2021
3	كمبوديا	سياسة كمبوديا الوطنية للثقافة الخطة الاستراتيجية لوزارة الثقافة والفنون الجميلة	2014 2019
4	هندوراس	استراتيجية هندوراس الوطنية لتنشيط صناعة السياحة والثقافة	2014
5	ترينيداد وتوباغو	الخطة الاستراتيجية لترينيداد وتوباغو لصناعة الأزياء الخطة الاستراتيجية لصناعة الموسيقى (2017) الخطة الاستراتيجية لترينيداد وتوباغو لصناعة السينما	2015 2017 2018
6	جورجيا	استراتيجية جورجيا الثقافية (2025)	2016
7	منغوليا	برنامج منغوليا الوطني للإنتاج الثقافي	2016
8	الإتحاد الروسي	استراتيجية السياسة الثقافية الروسية للإتحاد الروسي حتى (2030) المشروع الوطني "الثقافة" (2018) استراتيجية الإتحاد الروسي لتطوير صناعة الآلات الموسيقية والمعدات الصوتية	2016 2018 2021
9	كندا	إطار سياسة كندا الإبداعية (2017) استراتيجية التصدير الإبداعي في كندا (2018)	2017 2018
10	شيلي	سياسة الثقافة الوطنية في شيلي الخطة الوطنية لشيلي لتعزيز الاقتصاد الإبداعي	2017 2017
11	المغرب	المخطط القطاعي لوزارة الثقافة	2017
12	بولندا	حزمة الصناعات الإبداعية في بولندا استراتيجية بولندا لتنمية رأس المال الاجتماعي (التعاون والثقافة والابداع)	2017 2020
13	أذربيجان	برنامج دولة أذربيجان لحماية وتطوير فن السجاد (2018)	2018
14	كولومبيا	حماية وتعزيز ثقافة وتنمية الاقتصاد البرتقالي الاقتصاد البرتقالي: السياسة المتكاملة	2019 2020
15	الإكوادور	خطة الإكوادور الشاملة لتعزيز الثقافة	2019

16	المكسيك	المكسيك كرياتيفو (2019)	2019
17	بنما	استراتيجية الدبلوماسية الثقافية - بنما	2019
18	تركيا	خطة التنمية الحادية عشرة تركيا	2019
19	ميانمار	استراتيجية ميانمار الوطنية للتصدير (الحرف اليدوية) (2020 - 2025) ميانمار 4.0 - التجارة الإلكترونية - التنمية الاقتصادية الرقمية	2020 2021
20	نيكاراغوا	الاستراتيجية الوطنية لنيكاراغوا للاقتصاد الإبداعي	2020
21	بيرو	السياسة الثقافية الوطنية في بيرو	2020
22	البرتغال	رؤية البرتغال الاستراتيجية لخطة الإنعاش الاقتصادي (2020 - 2030)	2020
23	أندورا	خطة أندورا لتنمية الصناعة السمعية والبصرية	2021
24	غواتيمالا	لجنة الاقتصاد البرتغالي التابعة لجمعية المصدرين الغواتيمالية (أجى السبورت)	2021
25	عمان	رؤية عمان	2040
26	الإمارات العربية المتحدة	استراتيجية الصناعات الثقافية والإبداعية العشرية	2021

المراجع: (الهيئة، 2023: صفحة 11 - صفحة 13)