



المقاولة الثقافية: مدخل لدعم الصناعات الثقافية- استعراض تجربة 'أوروبا المبدعة 2021-2027' لدول الاتحاد

الأوربي

Cultural entrepreneurship gateway to support cultural industries: a review of the 'Creative Europe 2021-2027' experience of European Union

بودربالة فايزة*، جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، faizab16@yahoo.fr

المؤلف المرسل: بودربالة فايزة	تاريخ النشر: 2024/11/03	تاريخ القبول: 2024/11/02	تاريخ الارسال: 2024/07/28
-------------------------------	-------------------------	--------------------------	---------------------------

الملخص:

تعد المقاولة الثقافية نسقا مستحدثا للأعمال في القطاع الثقافي، يسعى إلى استغلال الزخم الثقافي لأجل إحداث تغيير إيجابي على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعي. ضمن هذا الإطار، أدركت دول الاتحاد الأوروبي مبكرا، التأثير الإيجابي للصناعات الثقافية عموما والمقاولة الثقافية خصوصا، في رفع النمو الاقتصادي والتوظيف ومقاومة الأزمات؛ ولأجل ذلك هدفنا من خلال هذه الدراسة إلى استعراض ما تم تضمينه برنامج 'أوروبا المبدعة 2021-2027' بالتركيز على ما تعلق بتفعيل المقاولة الثقافية، كما سعينا إلى عرض ما تحقق خلال انطلاقة البرنامج الذي ما يزال قيد التنفيذ، معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي وأدواته. بالاستدلال على ما تم إنجازه منذ انطلاق البرنامج، يمكن التوصل إلى أن البرنامج توفق في توحيد جهود دول الاتحاد، لوضع استراتيجية متناغمة تبعث مقاولة ثقافية تستند على التنوع الثقافي كأصول رئيسية، غير أن نجاحه ما يزال بمستويات متفاوتة بين دول الاتحاد.

الكلمات المفتاحية: مقاولة ثقافية، صناعات ثقافية، برنامج 'أوروبا المبدعة'.

Abstract:

Cultural entrepreneurship is an innovative business models in the cultural sector, which seeks to exploit cultural diversity in a positive way at the economic and social level. Within this framework, the European Union countries recognized early on, the positive impact of cultural industries and cultural entrepreneurship in particular, in raising economic growth, employment and resisting crises. Through this study, we sought to review what was included in the 'Innovative Europe 2021-2027' programme by focusing on what related to the operationalization of cultural entrepreneurship, and we sought to present what was achieved during the launch of the programme, which is still under implementation, relying on the descriptive approach and its tools.

By demonstrating what has been done since the programme's inception, it can be found that the programme is successful in consolidating the efforts of the Union's States to develop a harmonious strategy that creates cultural entrepreneurship based on cultural diversity as a major asset. However, its success remains at varying levels among the States of the Union.

Keywords: entrepreneurship; cultural industries; Europe Creative program

* المؤلف المرسل : بودربالة فايزة.

1. مقدمة:

تزايد الاهتمام كثيرا منذ عقد التسعينات الماضي بمفهوم الصناعات الثقافية والابداعية (CCI)، وهذا ما دفع بالعديد من المهتمين من مختلف المجالات البحثية لإثارة نقاشات وطرح إشكاليات متنوعة، حول إمكانيات هذه الصناعات الواعدة والدور المنتظر منها لدعم النمو الاقتصادي.

وامتدادا لهذا السياق، برز مفهوم المقاولة الثقافية ليشمل كل ابداع يستهدف ويَعبر عن الأذواق، فهو النسق الفكري المنتشر خلال هذا العصر والنظرية البديلة للرأسمالية، أين يعد الجانب المادي للثقافة مدخل لفهم المقاولة الثقافية، والتي تنفرد عن دونها بأن المفاول الثقافي غالبا ما يتجاوز هدف تحقيق الربح، إلى تلبية شغف الثقافة بنشر فكرة أو دلالة ما، فالغاية تمزج بين تحقيق عائد ونشر تعاليم ثقافية.

ولقد أدرك الاتحاد الأوروبي مبكرا امكانياته الواعدة في مجال الصناعة الثقافية، ومدى اسهامها في خلق ثروة وتوظيف عمالة وتقديم قيمة مضافة للاقتصاد بدون إحداث استنزاف للثروات أو إضرار بالبيئة؛ ولأجل ذلك اهتم الاتحاد برسم استراتيجية 'أوروبا المبدعة' والاشادة بالمقاولة الثقافية لجعل الاتحاد قطبا ثقافيا في القارة والعالم.

1.1. طرح الإشكالية: تأسيسا لما سبق، نطرح الإشكالية البحثية التالية:

ما معالم المقاولة الثقافية؟ وفيما تتمثل تجربة الاتحاد الأوروبي في تفعيل المقاولة الثقافية ضمن استراتيجية 'أوروبا المبدعة 2021-2027'؟

2.1. التساؤلات الفرعية: وبناءً على الإشكالية جاءت الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

- ما مدلول الصناعات الثقافية؟ وما مدى التداخل بينها وبين مفهوم الصناعات الإبداعية؟
- ما الاعتبارات التي يُستند عليها للفصل بين المقاولة في المجال الثقافي عن غيرها؟
- ما الخصائص التي تنفرد بها المقاولة الثقافية؟
- ما مكانة المقاولة الثقافية في برامج الاتحاد الأوروبي لدعم الصناعات الثقافية والابداعية '2021-2027'؟

3.1. الفرضيات: وبغرض الاجابة عن الإشكالية السابقة اعتمدنا على الفرضيتين التاليتين:

- تعدد المقاولة الثقافية نسقا جديدا للاستثمار في النشاطات الثقافية وهي لا تختلف عن المقاولة في القطاعات الأخرى.
- يولي الاتحاد الأوروبي اهتمامه بالمقاولة الثقافية لاستغلال تنوعه الثقافي بما يدعم الصناعات الثقافية.

4.1. أهمية الدراسة: تزايد الاهتمام بالبحث في العلاقة بين كل من المقاولاتية والثقافة بالنظر إلى الإمكانيات الواعدة التي حققها معا في مجال النمو، وخلق الثروة وتوظيف اليد العاملة وتأمين الموروث الثقافي بمختلف اشكاله، ما دفع السلطات في عدد من الدول —لاسيما المتطورة— الى توجيه بالغ اهتمامها بتأطير المقاولاتية في المجال الثقافي.

5.1. أهداف الدراسة: يهدف هذا البحث إلى جملة من الأهداف نوجز أهمها في الآتي:

- الاسهام في إثراء المجال البحثي بالتطرق إلى المقاولة الثقافية والتي مازال لم تحض بنصيبها في البحث والدراسة عربيا؛

- تحديد الإطار المفاهيمي للمقابلة الثقافية وأهم الجوانب المتعلقة بها؛
- عرض تجربة 'أوروبا المبدعة' في مجال دعم الصناعات الثقافية والابداعية وتفعيل المقابلة الثقافية.
- 6.1. منهجية الدراسة:** لمعالجة الإشكالية الآنفة ذكرها، اعتمدنا على المنهج الوصفي لعرض الجوانب الأساسية للموضوع، كما استندنا على ادواته التحليلية لأجل استعراض وتحليل تجربة الاتحاد الأوروبي.
- 7.1. الدراسات السابقة:** لم يحض هذا الموضوع بنصيبه من الأبحاث العربية، غير أنه كان محورا للعديد من الدراسات والأبحاث من طرف الباحثين الأجانب وذلك منذ عقود مضت أهمها ما يلي:
- DiMaggio, P (1982) 'المقابلة الثقافية في القرن التاسع عشر بوسطن' — انشاء قاعدة منظمة للثقافة الراقية بأمريكا' حيث قدم هذا المقال استشرافا لظهور الثقافة الراقية في القرن التاسع عشر، ولقد كان من أوائل البحوث التي تطرقت لظهور شخصية جديدة في القطاع الثقافي أطلق عليها 'الرأسمالي الثقافي' حيث اعتبره كل من يتحصل على ثروة ورأسمال ناتج عن استثمار في مؤسسات ثقافية بشكل خاص، مع الإشارة أنه لم يرد بعد استعمال لمصطلح 'المقاول الثقافي'.
- Kalmer, A (2011) 'المقابلة الثقافية' وركزت الدراسة على ظهور شخصية جديدة (متمثلة في المقاول الثقافي) في القطاع الثقافي، والذي لم يكن فيما سبق منفتحا على المفاهيم الاقتصادية، ولقد توافقت هذا الطرح مع النهج الذي جاء به الباحث 'Don Lavoie et All'، واسترسل الباحث في التعريف بالمقاول الثقافي في الدول الأوروبية، بالتذكير بما أهم البحوث التي قدمت إضافة في مجال التعريف بالمقاول الثقافي وخصائصه ومقوماته ومحاسنه، والبعد الثقافي في المقاولانية وعديد المفاهيم ذات الصلة.
- Chapain, C., Emin, S., & Schieb-Bienfait, N (2018) 'المقابلة ضمن النشاطات الإبداعية والثقافية: إشكاليات هيكلية لمجال دراسة ما يزال ناشئ' وتوصل الباحثان إلى أن المقاول الثقافي ما يزال 'أمرا غامضا' وأن هذا المجال ما يزال ناشئا ويتطلب بعض الجوانب لفهم هذا النوع من المقاول والعملية التي يتطور ضمنها، على حد سواء.
- Dallaire, G. (2019) 'مشروع تبني العملية المقاولانية في القطاع الثقافي'، تناولت الأطروحة الإجابة على الإشكالية التالية: كيف تطورت الثنائية ممثل/مشروع في خضم العملية المقاولانية؟ واعتمدت الدراسة على تحليل وفهم الوضعيات انطلاقا من دراسة مشروع 'بمنتريال Les Ballets Jazz'، وخلصت الدراسة إلى ان الثنائية تمتاز بدرجة من التداخل والارتباط تؤثر على تصميم وتنفيذ المشروع المقاولاتي، كما توصلت إلى تأكيد غنى وتداخل هذا القطاع بعدد كبير من الأطراف ذات الصلة داخليا وخارجيا والتي لها تأثير هام على العملية.
- Douyon, R (2020) 'خصائص المقابلة الثقافية والابداعية في مالي' سلطت الدراسة الضوء على دراسة المقابلة الثقافية في الدول النامية، وبالأخص في افريقيا أين 24% من الأفارقة يخوضون ضمار انشاء مؤسسات ضمن القطاع الثقافي والابداعي، حيث تتجاوز هذه النسبة تلك المسجلة في مناطق أخرى، كجنوب شرق آسيا أو المحيط الهادي. وتضمنت الدراسة عينة من 30 مقاول بدولة مالي وتوصلت الدراسة، إلى اظهار أهمية مكانة المقابلة الثقافية والابداعية في

المجتمع المالي (ارتباطهم بالتقاليد وتثمينهم للثقافة) ومدى اسهامها في الثروة (7% من الناتج) وخلق مناصب عمل (12% من مناصب العمل) ومكافحة الفقر والتطور الاجتماعي والمؤسسي إذ ترتبط بحياة العائلات والمحيط.

8.1. خطة الدراسة: لقد ارتأينا تضمين البحث خمسة محاور، تناول الأول والثاني المفاهيم المتعلقة بالصناعات الثقافية والمقاولة الثقافية، بينما الثالث فتناول نسب ومؤشرات الصناعة الثقافية في دول الاتحاد الأوروبي، في حين خصصنا المحورين الأخيرين لدراسة وبحث سياسة الاتحاد الأوروبي لتفعيل قطاع الثقافة في إطار برنامج 'أوروبا المبدعة'، وكذا تطرقنا لدور السياسات العامة للاتحاد الأوروبي في تطوير المقاولة الثقافية.

2. الإطار المفاهيمي للصناعات الثقافية: تعد الصناعات الثقافية مجالا خصبا وواعدة للمقاولة، فلقد تمكنت هذه الصناعات على الرغم من حداثة ظهورها، من استقطاب فئة خاصة من المقاولين، فاسحة عن إمكانيات معتبرة لتطوير قطاع الثقافة واسهامه في تحقيق نمو اقتصادي يتوافق مع متطلبات 'الاقتصاد الجديد'.

1.2. تطور مفهوم الصناعات الثقافية: يعود الاستعمال الأول لمصطلح 'الصناعة الثقافية' ضمن مؤلف الفيلسوفين الألمانيين (T.Adorno & M. Horkheimer)* لسنة 1947 أين استعمل مصطلح الصناعة** الثقافية بدل المصطلح السائد 'الثقافة المكثفة' *Culture de masse*، خلال انتقادهما للظاهرة التي برزت في القرن 19 والمتمثلة في إعادة الإنتاج والتوزيع المكثف. (Adorno, 1964, p. 12)

كان الظهور الثاني للمصطلح في بريطانيا سنوات الـ 1980، في إطار مشروع تحسين صورة مدينة 'Glasgow' ثم مدن أخرى، حيث ساد الاعتبار ان الثقافة ليست عنصر إنفاق بل استثمار، بمعنى بيع صورة أخرى للمدينة موجهة لجذب المستثمرين و'طبقة من المبدعين'. (Toussaint, 2012, p. 62)

وضمن البحوث المقارنة حول الصناعات الثقافية، قدمت منظمة اليونيسكو خلال المحاضرة العامة للمنظمة لسنة 1978 تعريفا لهذه الصناعات على النحو الآتي: (Dallaire, 2019, p. 19) 'نكون بصدد صناعة ثقافية إذا كانت السلع والخدمات الثقافية تم انتاجها وإعادة انتاجها وتخزينها أو نشرها وفقا للمعايير الصناعية والتجارية أي أنتاج بأحجام كبيرة واستراتيجية اقتصادية ذات أولوية لأي تنمية ثقافية'.

طرح الباحث 'G.Tremblay' تساؤلا جوهريا حول الشروط الواجب توفيرها ليصنف الابداع الفني ضمن الصناعات الثقافية، واقترح أربعة معايير لتعريف الصناعات الثقافية هي: (Tremblay, 1990)

- أهمية الوسائل الضرورية لإنتاج ونشر المنتج ضمن أحد قطاعات النشاط الثقافي؛
- التكنولوجيا المستعملة؛
- الدور المحوري للسوق أين يتحدد العرض/الطلب للمنتجات الثقافية؛
- مكانة عمليات الإنتاج الرأسمالية في هذا القطاع.

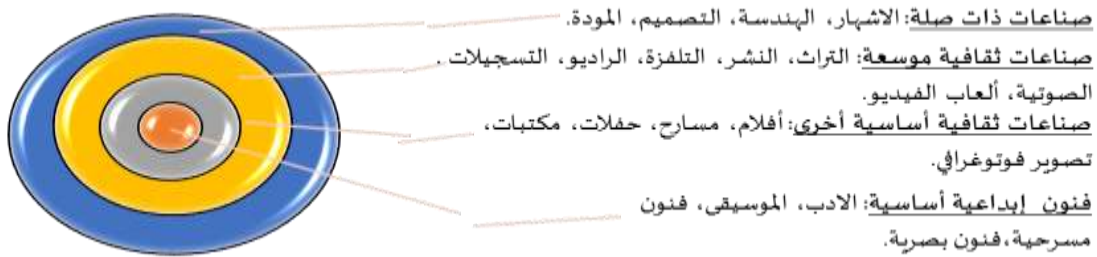
* 'The cultural industry: Enlighten as mass deception', 1947

** يقصد بمصطلح الصناعة مجموع الأنشطة الاقتصادية التي تنتج السلع والخدمات من خلال تحويل عوامل الإنتاج.

وإثراء لهذا الطرح، أضاف باحثون آخرون لاحقا معايير أخرى مثل: مدى أهمية العمل الإبداعي، اشتراط التكرار المتواصل للإنتاج، الطابع العشوائي للطلب، طابع 'النموذج الأولي' للمنتج.
ما يزال يشهد المفهوم منذ ظهوره تطورا مستمرا، فلا يوجد تعريف متفق عليه للصناعات الثقافية سوى أنها مجموعة من النشاطات الاقتصادية التي تعتبر أنها ثقافية، حيث تتطلب الصناعة الثقافية: نوعا من الإبداع في إنتاجها وتولد معنى رمزي (symbolique) وترجم بنوع من الملكية الفكرية. (Throsby, 2001)

ووفقا للمعايير الثلاثة السابق ذكرها، تم بناء نموذج 'الدوائر المتحدة المركز' والذي نوضحه في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): نموذج الدوائر الممركزة للصناعات الثقافية:



Source : (Throsby, 2008, p. 150)

يمكن النموذج الشهير من التمييز بين الصناعات الثقافية والصناعات الإبداعية، حيث تضم الحلقات الثلاثة الأولى (بدءا من المركز) الصناعات الثقافية، أما الإبداعية فهي ممثلة في آخر حلقة، ويعتمد هذا التصنيف على اعتبار درجة المحتوى الثقافي ضمن المنتج مقارنة بالقيمة التجارية، فكلما ابتعدنا عن المركز قلت قيمة المحتوى الثقافي وارتفعت القيمة الاقتصادية. فالصناعتين مختلفتين إلا أنهما متصلتين، إذ تشكل الصناعة الثقافية مدخلات الصناعة الإبداعية، لإنتاج سلع/خدمات ذات قيمة استعمالية (منخفضة القيمة الرمزية).

ومن أجل رفع اللبس بين الصناعات الثقافية والصناعات الإبداعية، يمكن التذكير بأن ظهور هذه الأخيرة يظل حديثا ويرجع أول استعمال لها إلى سنة 1994 بأستراليا حين نشرت تقرير 'Creative Nation'، ثم ببريطانيا سنة 1998 ضمن التقارير الرسمية لقسم 'DCMS'*** حيث تضمنت 'وثيقة خارطة الصناعات الإبداعية' أول تعريف لها معتبرا أنها 'الأنشطة التي مصدرها الابداع الفردي، الكفاءة والموهبة والتي لها إمكانيات خلق وظائف عمل وخلق الثروة من خلال استغلال الملكية الفردية'. (Dallaire, 2019, p. 20) أما تعريف 'UNCTAD' فقد اعتبرها دورات الانشاء، الإنتاج، والتوزيع للسلع والخدمات التي تستعمل الابداع ورأس المال الفكري كمدخلات أساسية؛ وهي تقاطع قطاعات الحرفيين والخدمات والصناعيين، وتشكل قطاع ديناميكي جديد للتجارة الدولية. (UNCTAD, 2010, p. 08)

وعليه، تضم الصناعات الإبداعية الصناعات الثقافية إضافة لنشاطات الإنتاج الفني التي تتم مباشرة أو تُصنع بصفة فردية. ولقد ميّزت الدراسة المقدمة من طرف 'مكتب الدراسات المتخصص في الثقافة ببروكسل' 'KIA' سنة 2006، بين: (Bouquillion, 2012, p. 21) أولا: النشاطات الفنية غير الصناعية (الفن البصري، العروض الحية والتراث) والتي تعتبر

*** : Department for Culture, Media and Sport.

'قلب الصناعة'، ثانيا الصناعات الثقافية (سينما، فيديو، تلفاز، راديو، ألعاب فيديو، موسيقى مسجلة، كتب وجرائد)، ثالثا الصناعة الإبداعية (التصميم، الأزياء، الغرافيك، الديكور الداخلي، الهندسة والاشهار)، رابعا الصناعات ذات الصلة (صناعة الكمبيوتر والهواتف النقالة). وأوضحت الدراسة أن قطاع الاعلام والاتصال تم استبعاده من التصنيف بالرغم من ارتباطه بما سبق. وتجدر الإشارة إلى ان الدراسة اعتمدت على معيارين: النموذج الأولي (لتصنيف الصناعة الثقافية) وإعادة الإنتاج المكثف (للتصنيف ضمن الصناعات الإبداعية).

2.2. الخصائص العامة للصناعات الثقافية: سنحاول إيجازها في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): خصائص الصناعات الثقافية:



Source : Adaptée d'après : (Vincent & Wunderle, 2009, pp. 14-24)

3. المقالة الثقافية: مداخل أساسية: سنستعرض أهم الجوانب الأساسية لبناء تصور شامل لأبعاد المقالة الثقافية.

3.1 تعريف الثقافة والمقالة: تعبر الثقافة عن مجموعة القيم الدائمة لأمة أو منطقة أو منظمة، وهي القيم التي تشكل سلوك الناس وطريقة التفكير المشتركة بينهم في المجتمع.

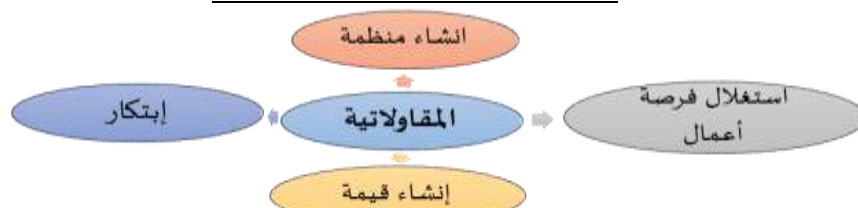
وتتمثل الثقافة في كل من القيم والمعتقدات والممارسات والسلوكيات، التي تشترك فيها مجموعة أفراد أو مجتمع؛ وتتأثر الثقافة بكل من التاريخ والجغرافيا والدين واللغة والتقاليد الاجتماعية.

وفي تعريف اليونيسكو لها لسنة 1982 يتمثل المفهوم الشامل للثقافة في المميزات المعنوية والروحية والفكرية والعاطفية التي تتميز مجتمعا أو مجموعة اجتماعية ما، وتشمل الفنون والآداب وأنماط الحياة والحقوق الأساسية للإنسان ومنظومة القيم الاجتماعية والتقاليد والمعتقدات. (بن عالية، غ.م، صفحة 23)

ولقد استلهمت النشاطات الثقافية من حركية الابداع لاسيما في مجال التكنولوجيا والاعلام والاتصال، فاسحة المجال الواسع أمام المقالة الثقافية بتقديم فرص عديدة تمكن من تحقيق الربح من جانب ونشر ثقافة معينة من جهة اخرى.

بينما تعرّف المقاوالاتية على أنّها الاجراء والعملية التي تقوم بها المجتمعات أو المنظمات أو الأفراد لتحديد ومتابعة الفرص وخلق الثروة، ولقد عرفها (Schumpeter (1934 أنّها إعادة توليف جديدة لعناصر كانت متواجدة. (Ratten & Ferreira , 2017, p. 64) ويمكن توضيح أبعاد المقاوالاتية ضمن الشكل الموالي:

الشكل رقم (03) : أبعاد المقاوالاتية



Source : (ARCADE, 2015, p. 04)

تتخذ أبعاد المقاوالاتية أربعة نماذج متكاملة، كما تظهر في الشكل، ويُضفي القطاع الذي ينشط فيه المقاول تأثيره وخصوصيته على العمل.

أما تعريف المقاول فوفقا لـ (Schumpeter) فهو الذي يقدم إبداعا، سواء تعلق بمنّج جديد أو جودة جديدة لمنّج قديم أو طريقة إنتاج أو مراجعة لتنظيم العمل. وفي الواقع المقاول الثقافي تواجد عبر كل الأزمنة، غير أنّ عصر الرقمنة الحالي أضفى المزيد من الفرص الجديدة لقاءات السينما والعرض، المكتبات، التسجيل الموسيقي... إلخ (Benhamou, 2016). ويعتبر تعريف (Van Der Ploeg (1999 للمقاول الثقافي مهما، إذ اعتبر أنّه شخص يجمع بين امكانيتين هما: معرفة وميول نحو الفنون والمقدرة على اكتشاف المواهب، ومعرفة وفهم الجمهور المحتمل وتقنيات التسويق. (ARCADE, 2015, p. 03)

الشكل رقم 04: المقاول الثقافي



Source : (Dallaire, 2019, p. 14)

2.3. تعريف المقاولة الثقافية: المقاولة الثقافية " هو مفهوم مركب من مصطلحين ظهور كل منهما ليس بالحديث، غير أنّ تركيب المصطلحين أسفر عن مفهوم حديث النشأة، وما يزال يثير الكثير من النقاشات والاشكاليات البحثية، لدى أطراف فعالة وعديدة كأصحاب القرار، المقاولين والمستثمرين، الجمهور.

تعتبر عديد الدراسات أنّ الباحث (DiMaggio (1982 كان أول من تناول بحثا أكاديميا حول " Cultural Entrepreneurship in nineteenth-century Boston " غير أنّه لم يقدّم تعريفا صريحا له ضمن بحثه، فأشار ضمن التمييز بين "الثقافة الراقية والثقافة الشعبية" إلى الدور الرئيسي لـ'الرأسمالي الثقافي' cultural Capitalist في تأسيس منشأة الثقافة

الراقية -من طرف الطبقة الراقية ببوسطن- والذي يتوجب انجاز ثلاثة مشاريع متزامنة لكنها منفصلة، وهي: (DiMaggio, 1982, p. 36) *المقاولة* -تعني انشاء صيغ منظمات حيث يمكن لأعضاء النخبة مراقبتها وإدارتها، التصنيف -يقصد بها إقامة حدود بين الفن والتسلية، وبدء فن راقى يمكن للنخبة وشرائح من الطبقة الوسطى أن تعتبره كممتلكات ثقافية خاصة بها، وتعترف الدولة وباقي الطبقات بشرعية هذا التصنيف- *والتأطير* -الإشارة إلى تطوير طريقة جديدة للتمليك وعلاقة جديدة بين الجمهور والعمل الفني-.

تتضمن المقاولة الثقافية على عدد من خدمات الأعمال من تطوير فكرة واطلاق حدث وكسب الزبائن، والتي تشكل جزءاً لا يتجزأ من الأعراف والقيم الثقافية الموجودة في المجتمع، ومثالها نذكر: المهرجانات السينمائية والمعارض الفنية والمهرجانات الفنية، . (Ratten & Ferreira, 2017, p. 165)

لقد أسهمت العديد من الدراسات والأبحاث منذ زمن - وما تزال- في إشكالية ضبط مفهوم المقاولة الثقافية، غير ان الملاحظ هو اختلاف عدد من الأبحاث واتفاق عدد آخر، حول ما يمكن ان تمثله المقاولة الثقافية في مجال تعتبر معالمه غير ثابتة وغير موحدة محلياً ودولياً؛ ولأجل ذلك أسفرت جملة من الأبحاث عن ثلاثة تيارات فيما يخص تطور مفهوم هذه المقاولة يمكن اجمالها في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): تيارات التطور المفاهيمي للمقاولة الثقافية وفق أهم الدراسات البحثية:

التيار الأول (CE 1.0)	التيار الثاني (CE 2.0)	التيار الثالث (CE 3.0)	
صناعة الثقافة	نشر الثقافة	الصناعة الثقافية	الشعار
"تحقيق توليفة غير مسبقة ينجم عنها شيء جديد يحظى بالتقدير في المجال الثقافي" (Swedberg, 2006)	"عملية السرد (storytelling) التي تتوسط المخزون الحالي من الموارد المقاولة و اكتساب رأس المال وخلق الثروة لاحقاً. (Lounsbury & Glynn, 2001)	"عملية تأطير وإعادة تأطير مستمرة للتطلعات المستقبلية والأحداث الماضية، حتى مع تطور مسار المقاولة بمرور الزمن" (Garud et al., 2014)	التعريف
محصلة العملية التي صاغت بها النخب الحضارية نظاماً يجسد أفكارهم حول الفنون الكبرى (DiMaggio, 1982)	مجموعة مرنة من الأدوات التي يمكن ان تُنشأ وتُنشر بشكل فعال... (Lounsbury & Glynn, 2001.)	"الثقافة هي رمز متعدد الأولوان، يمكن تتبعه على عدة سجلات كالقيم، التواريخ، الأطر... (Giorgi et al., 2015)	مفهوم الثقافة

Source: (Gehman & Soublière, 2017, p. 62)

يلخص الجدول السابق تطور التيارات الثلاثة لمفهوم المقاولة الثقافية، حيث أصل التيار الأول (CE 1.0) هو اجتماعي ويركز على إنشاء الثقافة، أي العمليات التي يتم من خلالها إنشاء منظمات الثقافة الراقية (high culture) ومنتجات الثقافة الشعبية (popular culture).

ولقد ميّز الباحثون بين الثقافة الراقية التي اعتبروا أنها 'ما يجري ضمن المتاحف، دور الأوبرا، قاعات السنفونيا والمسارح"، والثقافة الشعبية "الأصناف التجارية الموجهة لعامة الجمهور". (Solheim, 2022, p. 11)، وخلال هذه المرحلة سادت روح

المؤسسة الجماعية، الهياكل غير الربحية وارتباط الأتعاب والحمايات الفردية والحكومية لأجل تغطية النفقات؛ وأهم الأعمال المقاولاتية كانت تتمثل في مؤسسات موسيقى **POP**، مهرجانات الأفلام، المنتجون الموسيقيون... إلخ. أما المفهوم الثاني (CE 2.0) فيرجع أصله إلى نظرية الإدارة الاستراتيجية والمنظمات، ويتركز على نشر الثقافة سواء على مستوى إضفاء الشرعية للمؤسسات أو الأسواق الجديدة (ومثال ذلك ظهور الراديو عبر الأقمار الصناعية والذي تطلب فترة حتى اكتسب سوقه الشرعية لأجل مباشرة الأعمال المقاولاتية ضمنه)؛ واعتبرت الأبحاث في هذا التيار أن المقاولون الثقافيون هم متعاملون ثقافيون يتمتعون بالكفاءة ويهتمون بتشكيل الطريقة أين يترجم الجمهور المستهدف أفكارهم ومشاريعهم المقاولاتية.

وما يجب الإشارة له أن تطور المفهومين كان بالتوازي (أي تقريبا خلال نفس الفترات) واعتبر أن المقاولة الثقافية هي تجسيد جماعي وليس فردي.

بينما التيار الثالث (CE 3.0) فقد انبثق عن الأبحاث الجديدة ويتركز على الصناعة الثقافية، وهو يمثل تطور التيار السابق، ويتمثل في العمليات الموزعة عبر الزمن، والتي من خلالها يتم انشاء القيمة عبر سجلات المعاني ومراجع متنوعة. وبالتالي أصبحت الثقافة وسيلة (للنشر) وكذا نتيجة (ابتكار) للعملية المقاولاتية.

وبناء على ما سبق، يمكن تعريف 'المقاولة الثقافية' على أنها نشاط اقتصادي واجتماعي وثقافي يقوم على الابتكار واستغلال الفرص والمخاطرة، وعليه فالمقاولون الثقافيون هم 'وكلاء التغيير الثقافي' (رواد الأعمال، 2021) الذين ينظمون رأس المال الثقافي والمالي والاجتماعي والبشري، لتوليد إيرادات من نشاط ثقافي، بتقديم حلول مبتكرة بمثابة مشاريع ثقافية مستدامة تعزز سبل العيش وتصنع قيمة للمنتجين وفي ذات الوقت لمستهلكي السلعة/الخدمة الثقافية. (Dallaire, 2019, p. 51)

3.3. مميزات المقاولة الثقافية: يمكن لحامل المشروع في المجال الثقافي أن يجسد مشروعه بصيغ عديدة: عمل مستقل، انشاء مؤسسة مصغرة، انشاء مؤسسة ناشئة، الحياة على حصص مساهمة في مشروع مشترك أو تعاوني، انشاء أنماط مؤسسات حديثة (مثل المنصات الرقمية الموسيقية وغيرها...)، تطوير مشاريع ضمن مؤسسات كالمسرح أو مؤسسات التوزيع السينمائية أو السمعية-البصرية أو الموسيقية.

ومن خلال مشروعه يطور المقاول قدراته الابتكارية والتنظيمية بالمزج بين موارد بشرية، مادية ومالية، (Chapain, Emin, & Schieb-Bienfait, 2018, p. 17).

في الواقع، تتميز المقاولة في المجال الثقافي بجملة من الخصائص تشكل في مضمونها تحديات للمقاولين، انطلاقا من البحث عن السوق وجذب الجمهور لنمو الطلب، البحث عن الموارد المالية والتقنية، اتخاذ قرارات استراتيجية حول التعاون والاشتراك والتخصص للتأقلم من المحيط الذي يشهد تغيرات تكنولوجية واجتماعية سريعة وزيادة المنافسة وغيرها... (Rae, 2007, p. 59)

أ. ارتفاع درجة عدم التأكد: تتجسد في الغالب المشاريع المقاولاتية في المجال الثقافي في صيغة شركات صغيرة/متوسطة الحجم؛ وبالاعتماد على التصنيف المعتمد من كل من 'Eurostat' & 'DCMS' فإن المؤسسات الثقافية تضم مؤسسات

الإنتاج والتوزيع، وكالات الهندسة الثقافية، شركات الصحافة، مستغلوا قاعات العرض، مؤسسات الوساطة (شركات الأعران، الحفلات الفنية، الوكالات المتخصصة في العلاقات العامة والصحافة، المرقون (promoteurs) (Hearn, 2014). وما يميز المقولة الثقافية هو ارتفاع المنافسة بين الشركات الصغيرة، في ظل وجود شركات ذات أحجام أكبر تستحوذ على مجالات كالسينما والصحافة والموسيقى... يصعب منافستها.

يواجه المقاتول في المجال الثقافي العديد من وضعيات عدم التأكد نذكر منها:

✓ عدم القدرة على التنبؤ بالطلب: ينطبق على المنتجات الثقافية (ذات القيمة الرمزية) مبدأ 'العرض يخلق الطلب' فمعظم الابداعات تشكل تحديا فنيا وتجاريا أين يصعب تقدير نتيجته، (Douyon, 2020, p. 86)، كما أن الطلب على هذه المنتجات يتوقف على جانب 'الأذواق' ما يعني أن تقييم جودة هذه المنتجات خاضع لمعايير شخصية يصعب التنبؤ بها أو تحديدها مسبقا (نسب النجاح أو الفشل متعادلة).

✓ ارتفاع التكاليف: تتميز بعض العمليات الإنتاجية بعدم الاستمرار (متقطعة) خاصة المتعلقة بالمنتجات الثقافية في صيغة 'نموذج أولي prototype'، ما يتوجب إتمام العملية الإنتاجية في إطار مشروع، وهي صيغة تنظيمية خاصة تستدعي في كل مرة تكوين طاقم انتاجي (تقني وبشري ومادي ومالي) متغير، تبعا لمتطلبات المنتج الجديد. (Dutraive, Szostak, & Tiran, 2018, p. 11)، وينجم عن هذا من جانب، عدم التمكن من تحقيق خبرات إنتاجية وصعوبة التحكم الجيد في العملية الإنتاجية، ومن جانب آخر، ارتفاع في التكاليف الكلية للمنتج.

✓ صعوبة تحديد أسعار بيع المنتج الثقافي: في بعض الفروع النشاط الثقافي، تشكيلة التكاليف غير متوازنة حيث ترتفع التكاليف الثابتة كثيرا وتنخفض التكاليف الهامشية ما يشكل تهديدا للتنافسية المؤسسة الثقافية، ومثال ذلك نشاطات العروض الحية والتي تلجأ لرفع أسعارها حتى تتمكن من تحقيق هامش ربح، ولكن يؤدي هذا إلى انخفاض الطلب عليها ما يجعل الوضع أكثر صعوبة.

ب. المخاطر المالية: إن ما يميز المقولة الثقافية عن دونها هو المزج المعقد بين الأهداف الاقتصادية والأهداف الثقافية في ذات المشروع، ما يضع المقاتول في مراجعة بينها، والتي تنتهي أحيانا بتفضيل الأهداف الثقافية، فالسوق في نظر المقاتول الثقافي هو 'أداة لا أكثر والتحدي الحقيقي له هو القيمة الثقافية' (Kalmer, 2011, p. 154)، ويُفسر هذا بخصوصية المقاتول الثقافي (شخص له ميول وشغف بالثقافة والفن)، من جانب آخر أثرت الأنترنت سلبا على إيرادات فروع من النشاط الثقافي (الموسيقى، الأغاني، الأفلام، الكتب...)، حيث تداول بعض المنتجات الثقافية أصبح دون مقابل.

ينجم عن هذا الوضع، تراجع في الموارد المالية للمشروع والتي تعتبر ضرورية لضمان البقاء والاستمرار، ولذلك تواجه العديد من المؤسسات الثقافية وضعيات مالية صعبة تتجاوز مرحلة الانشاء لتهدد استمرارها، فالصنغ التمويلية المتاحة امام هذه المؤسسات تنحصر أحيانا في الموارد المالية الخاصة (أي إيراداتها من بيع التذاكر، عائداتها من بيع منتجاتها...) والتمويل الخارجي (قروض، أو رأسمال مخاطر)، واللجوء إلى اعانات حكومية أو الأعمال الخيرية (Mécénat) من منشآت

فنية خاصة أو الرعاية 'Sponsoring'. وتظل إشكالية التمويل من أهم انشغالات المقاولين الثقافيين (ما نسبته 34% منهم يواجهون مشكل مصادر التمويل (Géraldin, 2017, p. 10)

وفي هذا الصدد، أثبتت دراسة (Bocconcelli & al, 2020) مدى فعالية صناديق التمويل الجماعي 'Crowdfunding' في تقديم حلول تمويلية لهذه المشاريع (دراسة حالة مهرجان RATATA بإيطاليا و BRUTI Card Game بطاقة ألعاب صدرت بإيطاليا)، خاصة وأن معظم المقاولين الثقافيين فنانين يمتلكون جمهور ومتابعين لأعمالهم، لذا فإن عملية تعبئة الجمهور للمشاركة في منصات التمويل الجماعي تعد أكثر فعالية في هذه الحالة.

4.3. خصائص المقاول الثقافي 'الجيد': يواجه المقاول الثقافي العديد من التحديات، أهمها كيف يمكن تحويل الأفكار المبتكرة إلى مؤسسات ناجحة؟ ما الدافع للنشاط ضمن وضعيات مخاطرة وعدم استقرار تميز المقاولة الثقافية؟ ولذلك يتوفر في المقاول بصفة عامة سبعة مميزات هي: الحكمة والاعتدال والشجاعة والعدالة وكذا الإيمان والأمل والمحبة. (Kalmer, 2011, p. 152)

المقاول الثقافي هو في ذات الوقت عامل في المشروع، منشئ لعمله، قائد فرقة عندما يجمع حوله منسقون بمواهب مختلفة، عون تجاري أو إعلامي، مبتكر لهياكل جديدة...، ويتولد هذا الوضع عن الخصوصية التي تميز المقاولة في المجال الثقافي، ألا وهي ارتباط نجاح المشروع يتوقف بالمقام الأول على المقاول، ومدى توفره على جملة من الخصائص نوردها في الشكل الموالي:

الشكل رقم (05): مميزات المقاول الثقافي 'الجيد'



Source : (Kalmer, 2011, p. 155)

ويضاف إلى ما سبق، أن شخصية المقاول الثقافي وكفاءته (اليقين وقوة الإقناع ومقدرته على التنظيم والتنسيق بين مختلف الأطراف الفاعلة في مشروعه) (Henry, 2018, p. 17) تحددان مدى نجاح عمله، هو في الغالب المبادر في مشروعه حتى وإن اشترك مع بعض المقربين، فيظل دافعه الأساسي هو شغفه وانجذابه لنشاطه، وإصراره في مواجهة التحديات خاصة ضعف موارده الخاصة وصعوبة الحصول على التمويل الخارجي وعدم استقرار مستخدميه... (Douyon, 2020, p. 87) وتتمه لما سبق يجب الإشارة إلى أن نجاح المقاول الثقافي هو محصلة لتوفره على مميزات معينة في ظل توفر بيئة اقتصادية واجتماعية وثقافية ملائمة.

4. الصناعات الثقافية في منطقة الاتحاد الأوروبي: نسب ومؤشرات: سجل قطاع الثقافة والابداع نموا جيدا بـ 2,6% خلال الفترة 2019/2013 وفائضا تجاريا بـ 8,6 مليار أورو ورقم أعمال 643 مليار أورو (4,4% من PIB) وقيمة مضافة فاقت 253 مليار أورو، وتعكس هذه البيانات أن دول الاتحاد تشكل قوة ثقافية حتى دوليا. (Lhermitte & al, 2021, p. 29)

1.4. هيكل الصناعة الثقافية في الاتحاد الأوروبي: اعتمد خبراء 'Eurostat' على تحديد قائمة النشاطات المتضمنة في قطاع الصناعات الثقافية والابداعية، مع إدخال تعديلات آخرها تمت سنة 2021، ليتضمن المجال الثقافي على 18 نشاطا اقتصاديا مختلفا، وفقا لـ 'المدونة الإحصائية للنشاطات الاقتصادية في المجتمع الأوروبي NACE' مجمعة ضمن المحاول التالية:

الجدول رقم(02): الأنشطة المكونة للقطاع الثقافي المعتمدة من طرف الاتحاد الأوروبي سنة 2021

النشاطات	NACE Rev.2
طباعة وإعادة إنتاج للدعائم التسجيل، صناعة الأدوات الموسيقية والمجوهرات	الصناعة
بيع تجزئة في محلات متخصصة: كتب جرائد، ورق، تسجيل موسيقي وفيديو	تجارة التجزئة
نشر الكتب، الجرائد، المجلات والدوريات، ألعاب الكمبيوتر، إنتاج فيديو وبرامج تلفزيونية، نشاطات البرمجة ونشاطات وكالات الأخبار	إعلام واتصال
نشاطات الهندسة المعمارية، نشاطات متخصصة في التصميم، نشاطات التصوير الفوتوغرافي، نشاطات الترجمة الكتابية والشفوية	نشاطات مهنية، علمية وتقنية
تأجير الشرائط وأقراص الفيديو	نشاطات إدارية وخدمات الدعم
نشاطات فنية وتسليية، ورق، أرشيف، متاحف ونشاطات ثقافية أخرى	فن، تسليية وترفيه

Source : Eurostat (Guide of Eurostat culture statistics-2019, P : 82)

2.4. المؤسسات الثقافية في الاتحاد الأوروبي: يجدر بنا التوضيح أن الإحصائيات المجمعة حول ما يخص المؤسسات الثقافية (عددها، قيمتها المضافة ورقم اعمالها) تتم وفقا للقاعدة البيانات (SBS)¹ لسنة 2020، التي تعتبر أن النشاطات الثقافية لم تعد تتضمن (صنف 90: نشاطات الابداع، الفن والتسليية؛ وصنف 91: الورقة، الأرشيف، المتاحف) الموجودة في المدونة 'NACE' السابق ذكرها (الجدول رقم: 02).

وفقا للإحصائيات الأخيرة المتوفرة لسنة 2021 يتواجد 1,5 مليون مؤسسة تنشط ضمن النشاطات الإبداعية والفنية والتسليية، و 12 ألف مؤسسة في نشاطات المكتبات والأرشيف والمتاحف، ويضاف لها 1,2 مليون مؤسسة تمارس نشاطات اقتصادية مرتبطة بالثقافة.

أ. هيكل المؤسسات الثقافية وفق النشاطات الثقافية لدول الاتحاد: خلال سنة 2020 تأثرت الصناعة الثقافية كثيرا بأزمة كورونا، حيث تراجع ادائها بـ 9,5% عن السنة السابقة، ولقد مثلت هذه المؤسسات نسبة 5,2% من

¹ SBS : Structural Business Statistics

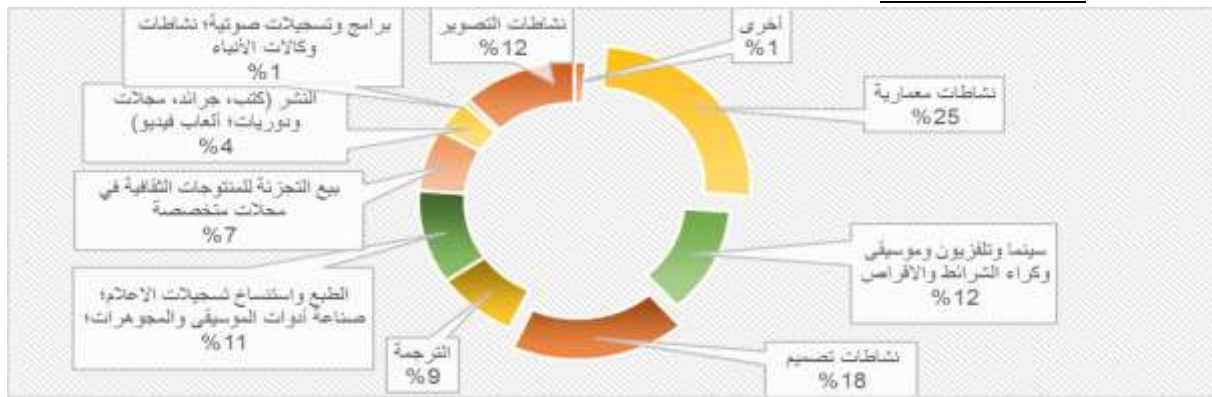
NACE : Nomenclature of Economic Activities in the European Community.

إجمالي مؤسسات اقتصاد الاتحاد (غير المالية)، وحققت رقم اعمال قدره 363.336 مليون أورو (يمثل نسبة 1,5% من إجمالي رقم أعمال المؤسسات غير المالية للاقتصاد).

ولقد سجلت دولة إيطاليا سنة 2020 أكبر عدد للمؤسسات الثقافية في الاتحاد بنسبة 14,8%، بينما يتركز نصف عدد مؤسسات القطاع في الاتحاد لدى أربعة دول هي إيطاليا، فرنسا، اسبانيا وألمانيا.

يوضح الشكل التالي توزيع المؤسسات الثقافية —بغض النظر عن أحجامها— وفق النشاطات الثقافية:

الشكل رقم (07): توزيع المؤسسات الثقافية وفقا للنشاطات الثقافية لسنة 2020:



Source : (Eurostat (online data code: cul_ent_num), 2023)

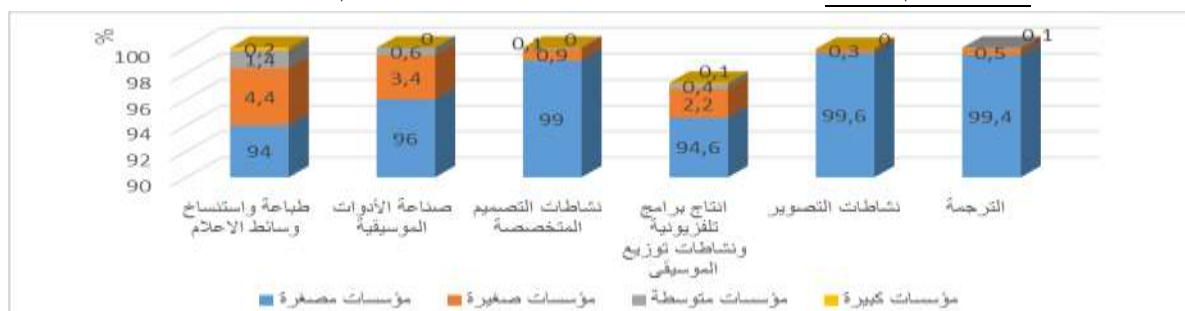
تنشط ربع المؤسسات الثقافية في مجال الهندسة المعمارية، وتليها كل من مجال التصميم ومجال الطبع والسينما واستنساخ تسجيلات الاعلام وصناعة المجوهرات والأدوات الموسيقية.

في سياق متصل، يجب الإشارة إلى أن تحليل ديموغرافيا المؤسسات الثقافية (مثل معدلات انشاء المؤسسات، ومعدلات زوالها، ومعدلات حياتها) يُظهر أن معدل الإنشاء لعدد من المؤسسات الثقافية، يفوق المعدل المتوسط لباقي مؤسسات الاقتصاد (بلغ 9% لسنة 2020) حيث أعلى معدل سُجل بفرع 'نشاطات التصميم المتخصص' والذي بلغ 14,4%؛ أما أعلى معدل الزوال فقد سُجل بفرع 'تأجير شرائط الفيديو والأقراص' (بلغ 5,12%)، وهو ما يفوق المعدل المسجل في كل من: نشاطات الهندسة، ونشاطات الترجمة. (Eurostat (bd_9bd_sz_cl_r2), 2023)

ب. تصنيف المؤسسات الثقافية لدول الاتحاد حسب الحجم: تهيمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (تشغل أقل من 250 عامل) على أغلب فروع قطاع الثقافة في الاتحاد الأوروبي، حيث لا تتجاوز نسب المؤسسات الكبيرة (تشغل أكثر من 250 عامل) من إجمالي الشركات 0,2%، وتحديدًا تمثل المؤسسات المصغرة (تشغل أقل من 10 عمال) الحصة الأسد من إجمالي المؤسسات الثقافية بنسب تتراوح بين 99,6% و 94%.

وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

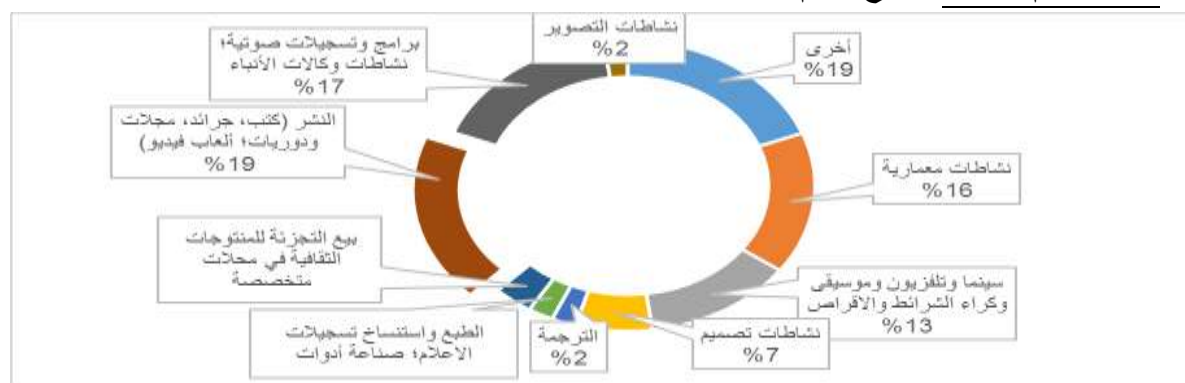
الشكل رقم (08): تصنيف المؤسسات الثقافية حسب الحجم لسنة 2020



Source : Eurostat (online data code: cul_ent_num), (2023)

ج. القيم المضافة المحققة من المؤسسات الثقافية في الاتحاد: وفقا للإحصائيات المنشورة لسنة 2020 فقد بلغت القيمة المضافة الاجمالية، المحققة من طرف المؤسسات الثقافية الناشطة في الاتحاد الأوروبي: 146.640 مليون أورو، حيث يوضح الشكل الموالي اسهامات كل نشاط ثقافي في تكوين هذه القيمة:

الشكل رقم: (09): توزيع القيم المضافة المحققة من المؤسسات الثقافية لدول الاتحاد لسنة 2020:



Source : (Eurostat (online data code: cul_ent_num), (2023)

ترجع أكبر حصة من القيمة المضافة المحققة إلى قطاع النشر (كتب وجرائد ومجلات ...) متبوعا بثلاثة قطاعات أخرى، هي برامج وتسجيلات صوتية، ونشاطات معمارية وسنيما وتلفزيون وموسيقى، حيث أن أكبر حصة من إجمالي القيمة المضافة المحققة ترجع إلى أقل عدد من المؤسسات الثقافية الناشطة بمجال البرامج وتسجيلات صوتية (عددتها يمثل 0,6% من إجمالي المؤسسات)، مما يثبت نجاحاتها.

5. سياسة الاتحاد الأوروبي لتنشيط قطاع الثقافة: برنامج 'أوروبا المبدعة': سعيًا منه للمحافظة وإضفاء قيمة على الموروث الثقافي، في إطار توحيد الجهود بين دول الاتحاد حُصص لبرنامج 'أوروبا المبدعة 2021-2027' ميزانية أكبر تقدر بـ 2,44 مليار أورو (مقابل 1,47 مليار أورو للمخطط السابق).

1.5. أهداف برنامج 'أوروبا المبدعة 2021-2027': توازيا مع تقييم البرنامج السابق 'أوروبا المبدعة 2014-2020'، أخذت اللجنة الأوروبية باقتراحات عدد كبير من الأطراف الفاعلة الخبراء من جميع الدول، وتوصلت اللجنة إلى أن احتياجات بعض النشاطات لم يتم أخذها بالحسبان سابقا.

ولأجل ذلك، تسعى اللجنة من خلال البرنامج الحالي لمعالجة النقائص وإعطاء دعم خاص لمجالات مثل: الموسيقى والهندسة المعمارية والكتب والنشر، والموروث الثقافي.

ويهتم البرنامج بثمين التنوع الثقافي والاستجابة لاحتياجات وتحديات قطاع الثقافة والابداع، ويهدف إلى: (European Commission، 2023)

✓ حماية وتطوير وترقية التنوع والموروث الثقافي وعلم اللغات الأوربية؛

✓ تنمية تنافسية والإمكانيات الاقتصادية للقطاعات الثقافية والابداعية وبالأخص قطاع السمعي البصري.

2.5. مضمون برنامج 'أوروبا المبدعة 2021-2027': تتمثل إضافة هذا البرنامج في المساهمة في إنعاش هذه القطاعات بتدعيم جهودهم لتصبح أكثر شمولية ورقمية واستدامة في مجال البيئة؛ وتمثلت أهم النقاط الجديدة المتضمنة في البرنامج في: (European Commission، 2023)

✓ تسهيل الولوج للتمويل بفضل معدلات التمويل المشترك (مستويات مساهمة أعلى لـ 'أوروبا المبدعة' في المشاريع)؛

✓ دعم التعاون في الاتحاد لجعل قطاع السمعي-البصري أكثر تنافسية على المستوى الدولي؛

حيث ينقسم البرنامج إلى ثلاثة محاور نوضحها في الشكل الموالي:

الشكل رقم 10: محاور برنامج 'أوروبا المبدعة 2021-2027'



Source : (European Commission, 2023)

وفق البرنامج، تضم الثقافة كل النشاطات الثقافية والابداعية باستثناء قطاع السمعي البصري والسينماتوغرافية، وخصص لهذا الجانب 33% من ميزانية البرنامج الاجمالية (2,44 مليار أورو)، بينما خصصت 9% من الميزانية لتغطية الجانب الثالث، في حين حُصصت نسبة 58% لجانب الاعلام الذي يضم قطاع السمعي-البصري والسينماتوغرافية. قدم الاتحاد الأوروبي ثلاثة مخططات عمل متتابعة خلال الفترات (2011-2014)، (2015-2018)، و(2019-2022)، ولقد حدد مخطط العمل للفترة الحالية الممتدة من '2023-2026' أربعة أولويات للتعاون الأوروبي في مجال إعداد السياسات الثقافية هي: (European Commission، 2023)

— فنانون ومهنيون الثقافة: تحميل المسؤولية للقطاعات الثقافية والابداعية؛

— الثقافة للجمهور: تقوية المساهمة الثقافية ودور الثقافة في المجتمع؛

— الثقافة للكرة الأرضية: تحرير قوة الثقافة؛

— الثقافة للشراكة الإبداعية؛

6. دور السياسات العامة في تطوير المقاولة الثقافية في الاتحاد الأوروبي: استمر اهتمام الاتحاد بالمقاولاتية الثقافية منذ الإشارة له ضمن نتائج مجلس سنة 2015 حول 'عمليات التقاطع الثقافية والابداعية لتحفيز الابتكار والاستدامة الاقتصادية والاندماج الاجتماعي'، بالتطرق لأهم مواضيعه ضمن مختلف السياسات والمبادرات والبرامج والخطط.

1.6. تشخيص بيئة عمل المقاولة الثقافية في الاتحاد: بالإضافة لما تضمنته 'استراتيجية أوروبا 2020' حول إجراءات السياسة الصناعية الأوروبية بخصوص مبادرة الاتحاد لـ start-up و Scale-up، وكذا برامج صناديق الاتحاد الموجهة لدعم الابتكار والمقاولاتية؛ COSME² (المتضمن Erasmus للشباب المقاول)، و Start-up Europe، والصندوق الأوروبي الاجتماعي (ESF) وصندوق التنمية الجهوية الأوروبي (ERDF). (OMC (Open Methode og Coordination), 2018, p. 12)

ولقد سعى فريق 'OMC' خلال الفترة السابقة لمناقشة وتحديد المقاييس الابتكارية لدعم المقاولة ونماذج عمل جديدة في مجال الثقافة؛ مع اعتبار المعنى الأوسع لهذه الأخيرة والذي يتضمن بالإضافة إلى منظمات العمل الربحية، المنظمات الثقافية غير الربحية والعمال الفرديين في الثقافة والابداع.

ولقد انطلقت النقاشات الموسعة لتشمل عدة قطاعات ذات صلة بالقطاع الثقافي، لأجل التوصل إلى وضع خريطة عمل من شأنها تحسين بيئة أعمال المقاولين الثقافيين، والقضاء على التهديدات الكثيرة التي يعرفها القطاع والناجمة عن خصوصية هذا القطاع، لاسيما المتعلقة بالمحاور التالية:

الشكل رقم(11): تشخيص أهم تهديدات المقاولة الثقافية للاتحاد الأوروبي وفقا لخمس مجالات:

مجال الاطار السياسي والاستراتيجي: تهديدات حول التامين الاجتماعي (أعمال غير معيارية ومداخل متغيرة ومنخفضة، اقضاء من خدمات بنكية) الأنظمة القانونية، الحقوق الملكية الفكرية، صعوبة اجتذاب المقاول الثقافي للاعانات والاهتمام، تجزئة قطاع الثقافة (الترليز على أجزاء فقط من القطاع كالسمعي البصري والأدب ...)

مجال الهياكل الداعمة: عجز في الهياكل راجع لتعدد صيغ المقاولة الثقافية (أغلبها فردية أو صغيرة ومتوسطة) وقطاعاتها الفرعية، مما يزيد الحاجة لهياكل وشبكات دعم مادية ورقمية

مجال التعاون متعدد القطاعات: عدم ادراك القطاعات الاخرى امكانيات القطاع الثقافي والابداعي ما يقلل مجالات التعاون بين القطاعات.

مجال المستخدمون: عدم فهم جانب الطلب في بعض منتجات القطاع، عدم وجود وسطاء ومنصات لاشراك المستخدمين وتسهيل ميولاتهم، افتقاد المؤسسات الصغيرة لمهارات الأعمال في التفاوض مع الزبائن.

مجال الارتباط بالمكان: اختلاف احتياج المقاولة الثقافية حسب المكان (اقليمي، محلي، دولي...)، صعوبة رسم سياسة متعددة الابعاد (جهوية-إقليمية-وطنية) لادراج القطاع في مجال التنمية الاقتصادية.

Source : d'après : (OMC (Open Methode og Coordination), 2018)

² COSME: برنامج الاتحاد الأوروبي للفترة 2014-2020 يهدف لدعم المقاولاتية وتحسين بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
+Erasmus: برنامج الاتحاد للتعليم، التكوين، الشباب والرياضة، ويقدم دعم مالي للشباب حول فئة كبيرة من النشاطات في مجالات التعليم، التكوين، الشباب، والرياضة.

2.6. مقترحات صناع القرار لتحسين بيئة المقاولة الثقافية بالاتحاد: أسهم تشخيص الفرص والتهديدات التي تخضع لها الصناعة الثقافية في الاتحاد الأوروبي إلى رسم جملة من الاقتراحات لصناع القرار بغية تحسين بيئة عمل المقاولة الثقافية، ومن أهمها نذكر: (OMC (Open Methode og Coordination), 2018, pp. PP: 95-98)

- الأخذ بالاعتبار الخصائص التي تنفرد بها المقاولة الثقافية بالأخص اختلافات في سلسلة القيمة، صغر الحجم والعمل الفردي (Self-employed)، وهو ما يتطلب إيجاد نموذج أعمال جديد وطرق مبتكرة لخلق قيم جديدة للمقاولين والزبائن؛
- إدراج المنظمات الثقافية (الربحية وغير الربحية) في هياكل دعم الابتكار والمقاولاتية، للتمكن من تجاوز عقبة صغر حجمها لاسيما في المعايير الانتقائية للتمويل المتبعة من طرف المؤسسات التمويلية؛
- على السياسات التنموية أن تدرج المقاولة الثقافية ضمن الاستراتيجية الذكية وهياكل الدعم الأخرى كالمجموعات والمختبرات الصناعية، مساحات العمل، المراكز الإبداعية، ومساحات العمل المشترك، بالإضافة إلى المنصات والشبكات الرقمية. ويمكن هذا من العمل كمختبرات للمدن والأقاليم لتجربة واختبار حلول مبتكرة للتحديات الإقليمية والاجتماعية والاقتصادية؛
- يجب على السياسات العمل على تفعيل التعاون بين قطاع الثقافة وباقي القطاعات، بإقامة مشاريع مشتركة متعددة القطاعات، لاسيما في المقاولة والعمل الفردي الثقافي، ودعم ذلك بحوافز للممارسات الجيدة؛
- يعد تطوير الكفاءات أمرا رئيسيا لدى المقاولة الثقافية، وبالأخص حول كيفية التعرف على احتياجات الزبائن؛
- يجب على الهيئات العامة أن تكون على استعداد لتطوير القطاع الثقافي على الأمد الطويل، بوضع خطط متوافقة مع مميزات القطاع، مما يعمل على جذب المقاولين من مختلف القطاعات بحثا عن استغلال إمكانات المتاحة وتحقيق قيمة مضافة.

7. خاتمة: يجمع الباحثون أن أهم تحديات القرن الـ 21 سيكون ثقافيا، بالنظر إلى مقدار الابداع والمرونة التي يتمتع بهما هذا القطاع ما يشكل مجالا واعدا لإقامة نماذج أعمال جديدة على غرار المقاول الثقافية.

حيث تعتبر المقاولة الثقافية نشاطا اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، قائم على الابتكار وتحمل المخاطر وتحقيق العوائد، وبالنظر إلى الخصوصيات التي تميز الصناعات الثقافية عن دونهما، فإن المقاولة الثقافية هي الأخرى تنفرد بجملة من المميزات تضيفي عليها طابعا خاصا.

1.7. اختبار الفرضيات: مكنتنا هذه الدراسة من التوصل إلى اختبار الفرضيات الآنف ذكرها وذلك على النحو التالي:

✓ رفض الفرضية الأولى والتي نصت على 'تعد المقاولة الثقافية نسقا جديدا للاستثمار في النشاطات الثقافية وهي لا تختلف عن المقاولة في القطاعات الأخرى'، فالمقاولة الثقافية ليست وليدة اليوم بل أثبتت الأبحاث على تواجدها

ضمن ممارسات تعود لعدة عقود سابقة، غير أنها لم تحض بالاهتمام إلا لاحقا؛ كما أنها تنفرد بخصائص تميزها عن المقاولة في باقي القطاعات، على غرار الاختلافات في سلسلة القيمة، صغر الحجم والعمل الفردي.

✓ أما الفرضية الثانية والتي نصت على أن 'الاتحاد الأوروبي يولي اهتمامه بالمقاولة الثقافية لاستغلال تنوعه الثقافي بما يدعم الصناعات الثقافية' فلقد تم اثبات صحتها، استنادا إلى الأهمية البالغة التي منحها برنامج 'أوروبا المبدعة' للمقاولة الثقافية والجهود الرامية للارتقاء بها.

2.7. نتائج الدراسة: نوجز أهمها فيما يلي:

- لم يعد قطاع الثقافة ذلك القطاع العقيم اقتصاديا، بل أصبح منذ منتصف القرن الماضي قطاعا يحقق دخل وينتج ثروة ويخلق مناصب عمل ويسهم في النمو الاقتصادي؛
- يعتبر الباحثون أن المقاتل الثقافي تواجد في كل الازمنة (بيتهوفن، الفينيون، الرسامون)، ورهانه اليوم يتمثل في مواكبة الرقمنة بمختلف جوانبها؛
- اهتم الاتحاد الأوروبي بقطاع الثقافة مبكرا، واعد خطط عمل ثلاثية وبرامج واستراتيجية لتطويره والدفع به نحو المساهمة أكثر في اقتصاد المنطقة؛
- تحقق عددا من دول الاتحاد نتائج أفضل من غيرها فيما يتعلق بتنفيذ البرنامج، وذلك راجع لعدم مراعاة خصوصية كل بلد في صياغة الاستراتيجية العامة؛
- بالرغم من برامج الدعم المخصصة لفائدة المقاتلين الثقافيين في الاتحاد، إلا أن هذه الفئة تظل هشة وغير قادرة على مواجهة الصدمات (ومثال ذلك تأثرها بأزمة كورونا)؛
- يظل الهاجس الأكبر للمقاولة الثقافية متمثلا في صعوبة استفائها لشروط الحصول على التمويل من الهيئات التمويلية بالنظر لخصوصياتها (الحجم، ضعف الإيراد...).

3.7. التوصيات: وفقا لما سبق يمكن صياغة الاقتراحات التالية، مع الإشارة لما يمكن الاستفادة منه في حالة الجزائر:

- تنسيق الجهود أكثر بين جميع دول الاتحاد مع الأخذ بالاعتبار خصوصية كل بلد وهذا لأجل تقليل التفاوت في النتائج المحققة؛
- تطوير أكثر لأسواق السلع والخدمات الثقافية (أسواق مكانية) ومواكبة عصر الرقمنة (منصات رقمية) خاصة لدى الدول الاتحاد التي تفتقد لذلك؛
- ضرورة وضع شبكة مؤسسية لضمان التكوين للمقاتلين في شتى المجالات نظرا لافتقار المقاتل الثقافي -غالبا- لفنيات التسيير، مع التركيز على دول الاتحاد التي حققت نتائج أقل؛
- تزخر الجزائر بموروث ثقافي يضاهي (بل يفوق) ذلك الذي تتباهى به دول الاتحاد، ومن الجدير وضع الأسس والتدابير اللازمة (في مجالات التنظيم والتمويل والدعم والمرافقة والتكوين والضرائب...) لبعث روح المقاولة لدى حملة الأفكار الإبداعية، من المثقفين وأهل الفن والمنتجين الثقافيين؛

- تفعيل التعاون بين قطاع الثقافة وباقي القطاعات بوضع خطط تتوافق وخصوصية القطاع، ما يعمل على خلق بيئة عمل للمقاولة الثقافية كفيلة بتمكينها أن تصبح رافدا للتنمية الوطنية في الجزائر؛
- تجدر الإشارة إلى أن الوزارة الوصية تتطلع إلى تبني مشروع المقاولة الثقافية باعتباره اهم مخرجات 'لمنتدى الاقتصاد الثقافي لسنة 2021'، من خلال انشاء مؤسسات مصغرة (خاصة في السينما، السينماوغرافيا، المسرح، الكتب، الفنون التشكيلية، المتاحف، رقمنة التراث... إلخ) وانشاء مكتب للاستثمار الثقافي واستحداث دور المقاولة الثقافية.
- الاقتداء بتجربة الدول الاوربية لأجل إطلاق مشروع 'استراتيجية ترقية المقاولة الثقافية في الدول المغاربية' (أو تعميمها للدول العربية) على اعتبار التقارب الثقافي الكبير بين هذه الدول وكذا حداثة هذا النسق المقاوالاتي لديها.

8. قائمة المراجع:

1.8. قائمة المراجع باللغة العربية:

- بن عالية, ص. 'غ.م'. (الثقافة والتنمية: البارادايغم البديل) 'Récupéré sur <http://books4arab.me> ..
- "ريادة الأعمال الثقافية: تفكيك المفهوم وتحديد صلاته" www.rowadalaamal.com تم الاطلاع عليه 05 09 2023 .

2.8. قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- Adorno, T. (1964). "L'industrie culturelle". *Communications*(3), pp. 12-18. Récupéré sur www.presee.fr/doc/comm-0588-8018-1964-num-3-1993
- ARCADE. (2015). "L'entrepreneuriat culturel: un entrepreneur comme les autres?".
- Benhamou, F. (2016). "Portail de l'entrepreneur culturel en récurseur du monde de demain". Consulté le 05/09/2023, sur Huffington Post: www.huffingtonpost.fr
- Bocconcelli, R., & al. (2020). 'The role of Crowdfunding in cultural entrepreneurship: a business network perspective'. Dans M. Piber, 'Management, participation and entrepreneurship in the cultural and creative sector' (pp. 114-137). Springer.
- Bouquillion, P. (2012). "Les industries et l'économie créatives, un nouveau grand projet". Dans P. Bouquillion, 'Creative economy, creative industries: des notions à traduire' (pp. 05-46). Presses Universitaires de Vincennes.
- Capacoa. (2021, janvier 15). '2020: l'année pendant la quelle un travailleur culturel sur quatre perdit son emploi'. Consulté le 09 10, 2023, sur www.capacoa.ca
- Chapain, C., Emin, S., & Schieb-Bienfait, N. (2018). "L'entrepreneuriat dans les activités créatives et culturelles: problématiques structurantes d'un champ d'étude encore émergent". *Revue de l'entrepreneur*, 17(1), pp. 07-28. doi:10.3917/entre.171.0007
- Dallaire, G. (2019). 'Le projet pour aborder le processus entrepreneurial dans le secteur culturel'. Sciences de gestion: Communauté Université Grenoble Alpes et HEC Montréal.
- Dallaire, G. (2019). 'Le projet pour aborder le processus entrepreneurial dans le secteur culturel' (éd. Gestion et management). Montréal, Canada: Université Grenoble Alpes; École des hautes études commerciales.

- DiMaggio, P. (1982). Cultural Entrepreneurship in nineteenth-century Boston: the creation of an organization base for high culture in America,. *Media Cultural and Society*(\$), pp. 33-50.
- Douyon, R. (2020). "Les caractéristiques de l'entrepreneuriat culturel et créatif dans le contexte malien. *"Revue internationale P.M.E"*, 33(3-4), pp. 81-103. Récupéré sur <http://doi.org/10.7202/1074810ar>
- Dutraive, V., Szostak, B., & Tiran, A. (2018). '*Vers la compréhension de l'entrepreneur de demain: s'inspirer de l'entrepreneur dans les industries culturelles et créatives*'. Document de travail n°2018-49, Bureau d'Economie Théorique et Appliquée.
- European Commission. (2023, 09 11). '*About the creative Europe programme*'. Récupéré sur culture.ec.europa.eu
- Eurostat (bd_9bd_sz_cl_r2). (2023). Consulté le 16/09/2023, sur https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/not_supported.html
- Eurostat (online data code: cul_ent_num). (2023, 03). Consulté le 09 15, 2023, sur https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_enterprises
- eurostat. (2018). '*guide to Eurostat culture statistics. 2018 edition*'.
- Eurostat. (2019). '*Culture statistics: 2019 edition*'.
- fluxus. (2023, 09 12). Récupéré sur www.fluxus-incubateur.fr
- Gehman, J., & Soublière, J.-F. (2017). "Cultural entrepreneurship: from making culture to cultural making". *Innovation: Organisation & Management*, 19(1), pp. 61-73. Récupéré sur <https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1268521>
- Géraldin, D. (2017). '*Dans le cadre du projet de Politique de développement culturel 2017-2022 de la ville de Montréal: réflexions et recommandations sur le chantier concernant l'entrepreneuriat culturel et créatif*'. Pole entrepreneuriat culturel et créatif. Récupéré sur www.pole-entrepreneuriat-culturel.com
- Hearn, S. (2014). '*Rapport sur le développement de l'entrepreneuriat dans le secteur culturel en France*'. Ministère de la culture et de la communication Et Ministère de l'économie du redressement productif et du numérique.
- Henry, P. (2018). "L'entrepreneuriat culturel: des tensions génériques qu'amplifie la petite taille des organisations". *Cultural Entrepreneurship*, 2(2), pp. 1-36.
- Kalmer, A. (2011). "Cultural entrepreneurship". (Springer, Éd.) *Rev Austrian Econ*(24), pp. 141-156. doi:10.1007/s11138-011-0144-6
- Lhermitte, M., & al. (2021). '*Rebuilding Europe: the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*'. EY. Consulté le 09 10, 2023, sur www.ec.europa.eu
- OMC (Open Methode og Coordination). (2018). '*The role of public policies in developing entrepreneurial and innovation potential of the cultural and creative sectors*'. 'work plan for culture 2015-2018'.
- Rae, D. (2007). 'Creative industries in the UK: cultural diffusion or discontinuity?'. Dans C. Henry, '*Entrepreneurship in the creative industries: an international perspective*' (pp. 54-71). USA: Edward Elgar.

- Ratten, V., & Ferreira, J. (2017). "Future research directions for cultural entrepreneurship". *Int.J. Entrepreneurship and innovation management*, 21(3), pp. 163-169.
- Solheim, M. C. (2022). "From "Making Culture" to "Cultural Making": Unpacking Immigrant Entrepreneurship and Cultural Entrepreneurship in Norway". Dans Ratten, & Vanessa, *Cultural Entrepreneurship: New Societal Trends* (pp. 05-22). Springer.
- Throsby, D. (2001). "Economics and culture". *Combridge University Press*.
- Throsby, D. (2008, September). "The concentric circles model of the cultural industries". *Cultural trends*, 17(03), pp. 147-164.
- Toussaint, F. (2012). 'Approche des industries créatives: origine et définition de la notion'. Dans Bouquillion, & Philippe, *'Creative economy, creative industries: des notions à traduire'* (pp. 61-68). Presses Universitaire de Vincennes.
- Tremblay, G. (1990). *'Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada'*. Québec: Presses de l'Université du Québec /tele-université.
- UNCTAD. (2010). *'Creative economy: A feasible development option'*. Report 2010.
- UNCTAD. (2022). *'Perspectives de l'économie créative 2022'*. Récupéré sur www.creativecommons.org/licences/by/3.0/igo/.
- UNESCO. (11/09/2023). *'Fonds international pour la diversité culturelle'*. Récupéré sur 'Diversité des expressions culturelles': unesco.org
- Vincent, A., & Wunderle, M. (2009). 'Les industries culturelles'. (CRISP, Éd.) *Dossier du CRISP*, 1(72), pp. 11-131. doi:10.3917/dscrip.072.0011
- www.ec.europa.eu. (23/08/2023). *'Cultural employment in the EU grew by 4,5% in 2022'*. Consulté le 12/09/2023, sur www.ec.europa.eu/eurostat/web