

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

توقعات
الاقتصاد
الإبداعي لعام
2022

لمحة عامة

السنّة السّولىة للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة:
الطريق إلى صناعات إبداعية قادرة على الصمود

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية

الاستراتيجية العالمية للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة:
الطريق إلى صناعات إبداعية قادرة على الصمود

توقعات
الاقتصاد
الإبداعي لعام
2022

لمحة عامة



حقوق النشر

© 2022، الأمم المتحدة

النفذ الحر إلى هذا العمل متاح بامتنال رخصة المشاع الإبداعي التي أنشئت للمنظمات الحكومية الدولية، عبر الرابط التالي: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

وليس في التسميات المستخدمة في هذا العمل ولا في طريقة عرض المادة الواردة في أي خريطة فيه ما يتضمن التعبير عن أي رأي كان للأمم المتحدة بشأن المركز القانوني لأي بلد أو إقليم أو مدينة أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تعيين تخومها أو حدودها.

ويُسمح بتصوير مقتطفات واستنساخها بشرط الإشارة إلى المصدر على النحو الواجب.

لم يخضع هذا المنشور لتحرير رسمي.

منشور للأمم المتحدة صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

UNCTAD/DITC/TSCE/2022/1 (Overview)

لمحة عامة

تعريف الاقتصاد الإبداعي: مفهوم قيد التطور

لا يزال الإبداع والاقتصاد الإبداعي يشكّلان مفهوماً آخذاً في التطور. ويستند تعريف الإبداع إلى التفاعل بين الإبداع البشري، والأفكار، والملكية الفكرية، والمعرفة، والتكنولوجيا، في حين يشمل الاقتصاد الإبداعي جميع القطاعات التي تتمحور حول الأنشطة الإبداعية. ويرتبط مفهوم الاقتصاد الإبداعي ارتباطاً وثيقاً بـ "اقتصاد المعرفة"، الذي يؤدي دوراً رئيسياً في تحفيز النمو الداخلي من خلال الاستثمار في رأس المال البشري.

وتختلف التعاريف اختلافاً كبيراً من بلد إلى آخر ومن منظمة دولية إلى أخرى. فعلى سبيل المثال، يعرف مصرف التنمية للبلدان الأمريكية الاقتصاد الإبداعي (أو الاقتصاد البرتقالي) بأنه "مجموعة الأنشطة التي تتيح تحويل الأفكار إلى سلع وخدمات ثقافية وإبداعية ذات قيمة محمية أو يمكن حمايتها بموجب حقوق الملكية الفكرية"⁽¹⁾. وترتكز منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) على الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية للثقافة، بناء على مفهومي المجالات الثقافية والمجالات ذات الصلة ودورة الثقافة⁽²⁾. أما المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) فتركز على أهمية حقوق المؤلف وتصنف القطاعات وفقاً لمدى توقف أنشطتها على حقوق المؤلف⁽³⁾.

ويعرف الأونكتاد القطاعات الإبداعية بأنها دورات تشمل إنشاء وإنتاج وتوزيع سلع وخدمات تقوم على الإبداع ورأس المال الفكري باعتبارهما مُدخلين رئيسيين. وهي تضم مجموعة من الأنشطة القائمة على المعرفة والتي تنتج سلعاً ملموسة وخدمات فكرية أو فنية غير ملموسة ذات محتوى إبداعي وقيمة اقتصادية وأهداف سوقية. ويتيح الاقتصاد الإبداعي خياراً إنمائياً مجدياً لجميع البلدان، لا سيما الاقتصادات النامية. ومع ذلك، ثمة حاجة إلى تعزيز الجوانب المتعلقة بالبيانات وإلى خطوات سياسية مبتكرة ومتعددة التخصصات للنهوض بالتأثيرات الإنمائية للقطاع الإبداعي.

الاقتصاد الإبداعي: دور حيوي في التنمية المستدامة

شكّل الاحتفال في عام 2021 بالسنة الدولية للاقتصاد الإبداعي خطوة بوأت هذا القطاع مكانة في الصدارة، وتزامن ذلك مع الحاجة إلى حشد الحلول الإبداعية للتغلب على التحديات العالمية القائمة. وكما برز في قرار الجمعية العامة للأمم

(1) Inter-American Development Bank (2017). Public Policies for Creativity and Innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. Inter-American Development Bank. August 2017. Available at: <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Public-Policies-for-Creativity-and-Innovation-Promoting-the-Orange-Economy-in-Latin-America-and-the-Caribbean.pdf>

(2) UNESCO (2009). UNESCO Framework for Cultural Statistics. Montreal. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191061>

(3) WIPO (2015). Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries. Available at <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=259>

المتحدة 198/74⁽⁴⁾، يساهم الاقتصاد الإبداعي في أهداف التنمية المستدامة بطرق شتى، لا سيما في سياق الأهداف 1 (القضاء على الفقر)، و5 (المساواة بين الجنسين)، و8 (العمل اللائق والنمو الاقتصادي)، و9 (الصناعة والابتكار والبنية التحتية)، و10 (الحد من أوجه عدم المساواة)، و11 (المدن المستدامة)، و12 (أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة)، و16 (المجتمعات السلمية والشاملة للجميع)، و17 (وسائل التنفيذ والشراكات العالمية).

والواقع أن القطاعات الثقافية والإبداعية تسهم إسهاماً كبيراً في الاقتصاد العالمي. فالقطاع الثقافي يمثل 3,1 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي⁽⁵⁾، في حين يقدر الأونكتاد أن السلع الإبداعية والخدمات الإبداعية شكلت في عام 2020 نسبة 3 و21 في المائة من إجمالي صادرات السلع والخدمات، على التوالي. وإضافة إلى ذلك، توفر الصناعات الثقافية والإبداعية 6,2 في المائة من جميع فرص العمل، وتولد ما يقرب من 50 مليون وظيفة في جميع أنحاء العالم⁽⁶⁾، وتوظف عدداً أكبر من الشباب (الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و29 عاماً) مقارنة بالقطاعات الأخرى. ويعزز الاقتصاد الإبداعي الإدماج الاجتماعي والتنوع الثقافي والتنمية البشرية، وتجعل هذه العوامل من القطاعات الإبداعية مجالات حاسمة لتحقيق خطة عام 2030.

ومع ذلك، كان لجائحة كوفيد-19 تأثير مدمر على بعض القطاعات الإبداعية، إذ عمقت مواطن ضعف كانت موجودة أصلاً. وتشير التقارير إلى أن هذه الفترة شهدت فقدان ما يصل إلى 10 ملايين وظيفة في القطاعين الثقافي والإبداعي، اللذين انكسرا في عام 2020 بمقدار يعادل 750 بليون دولار من دولارات الولايات المتحدة (دولار) على الصعيد العالمي⁽⁷⁾. وأظهرت دراسة مقارنة بشأن تأثير الجائحة على القطاع الإبداعي في أفريقيا أن القطاعات التي تكبدت أكبر الضرر هي الفنون الأدائية والفنون البصرية وقطاع التراث. وتشهد هذه القطاعات نسباً عالية من العمالة غير الرسمية ومن العاملين لحسابهم الخاص والعاملين بعقود قصيرة الأجل⁽⁸⁾. وإضافة إلى ذلك، تعتمد هذه القطاعات بصورة أساسية على الشركات الصغرى والصغيرة التي يشكل التفاعل المباشر عاملاً أساسياً في أنشطتها.

(4) انظر: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N19/433/84/PDF/N1943384.pdf?OpenElement>

(5) UNESCO (2022). Re-shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. Available at <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>

(6) المرجع نفسه.

(7) المرجع نفسه.

(8) Bunketi Buse, N. R. (2020). COVID-19 and culture in Africa. A comparative analysis of economic impact studies. Arts Management. 27 August 2020. Available at: <https://www.artsmanagement.net/Articles/COVID-19-and-culture-in-Africa-A-comparative-analysis-of-economic-impact-studies,4184>

الاقتصاد الإبداعي: أهمية اجتماعية وسياسية واقتصادية متنامية ومناهج مختلفة تدعم تدميته في البلدان النامية

أجرى الأونكتاد في عام 2021، في سياق تنفيذ قرار الجمعية العامة 198/74 بشأن السنة الدولية للاقتصاد الإبداعي، دراسة استقصائية عبر الإنترنت بشأن الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية. وتقدم الإجابات الواردة من 33 بلداً⁽⁹⁾ رؤى بشأن كيفية تحول الاقتصاد الإبداعي إلى قطاع ذي أهمية اجتماعية وسياسية واقتصادية متنامية على الصعيد الوطني.

ولدى جمع البلدان التي أجابت على استبيانات الدراسة الاستقصائية تقريباً كيان واحد على الأقل مسؤول عن الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية. ومع ذلك، لا يوجد بلدان متشابهان في ترتيباتهما المؤسسية. ففي معظم البلدان، تتقاسم عدة وكالات مسؤولية هذا القطاع. وتوجد في دول مثل ألمانيا، والإمارات العربية المتحدة، وبنما، وبيرو، وتركيا، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وجورجيا، وسلوفينيا، وكندا، وكولومبيا، ونيكاراغوا، وهندوراس وزارة وطنية واحدة أو نيابة وزارة أو وكالة مسؤولة بصفة عامة عن الاقتصاد الإبداعي. وتوزع معظم البلدان مهام الصناعات الإبداعية فيما بين وزارات ووكالات متعددة، مثل الوزارات المعنية بالثقافة، والرياضة، والتراث، والسياحة، والشباب، والتجارة، والشؤون الخارجية، والملكية الفكرية، والاتصالات، والابتكار، والتعليم.

ومنذ عام 2015، انتشر اعتماد استراتيجيات وسياسات ولوائح وطنية للقطاع بسرعة في جميع أنحاء العالم النامي. ووضعت معظم البلدان المجيبة استراتيجية محددة أو خطة وطنية لدعم وتطوير الصناعات الإبداعية على الصعيد الوطني. ومع ذلك، غالباً ما تطبق الاستراتيجيات والخطة الوطنية تعاريف مختلفة لمفهوم الاقتصاد الإبداعي. ومن بين البلدان التي شملها الاستطلاع، كانت ترينيداد وتوباغو، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وكمبوديا، ولاتفيا، وهندوراس

الأسرع في إدراك الأهمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للاقتصاد الإبداعي. وبلورت هذه البلدان استراتيجيات وخططاً وطنية لتطوير صناعاتها الإبداعية منذ منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين إلى منتصف العقد الثاني منه. ووضعت بلدان أخرى استراتيجياتها وخططها خلال النصف الثاني من العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين. وإضافة إلى ذلك، صاغت بلدان متعددة خططاً وطنية لصناعاتها الإبداعية في عامي 2020 و2021 كجزء لا يتجزأ من خطتها للتعافي من جائحة كوفيد-19.

وحوّلت البلدان اهتمامها على نحو متزايد إلى قياس المساهمة الاقتصادية لصناعاتها الإبداعية. ومن ثم، عملت على إنتاج إحصاءات مختلفة عن الاقتصاد الإبداعي، مثل المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وحصّة السلع والخدمات الإبداعية من إجمالي الصادرات والواردات، وعدد الأشخاص العاملين في القطاع الإبداعي وعدد المؤسسات النشطة فيه، ونسب المشاركة في الثقافة. وعلى الرغم من أن بعض البلدان قد اعتمدت منهجيات إحصائية متماثلة، فإن عدم وجود تقارير سنوية وتباين التعاريف والأساليب المطبقة من بلد إلى آخر يجعل المقارنات الدولية صعبة. وعلاوة على ذلك، ففي حين يغلب الطابع المتقطع على الإبلاغ عن الصناعات الثقافية والإبداعية في بعض البلدان، يتسم نفس الإبلاغ في بلدان أخرى (مثل كندا) بطابعه المنتظم. وذكرت بعض البلدان المجيبة، مثل أذربيجان وجورجيا، أنها تعاونت مع اليونسكو من أجل تقدير المساهمة الاقتصادية لقطاعها الإبداعي.

(9) البلدان التي أجابت على الدراسة الاستقصائية هي: الاتحاد الروسي، وأذربيجان، وإكوادور، وألمانيا، والإمارات العربية المتحدة، وأندورا، وباراغواي، والبحرين، والبرتغال، وبلجيكا، وبنما، وبنن، وبولندا، وبيرو، وتركيا، وترينيداد وتوباغو، وجمهورية أفريقيا الوسطى، وجورجيا، وسلوفينيا، وشيلي، وعمان، وغواتيمالا، وكمبوديا، وكندا، وكولومبيا، ولاتفيا، والمغرب، والمكسيك، ومنغوليا، وموريشوس، وميانمار، ونيكاراغوا، وهندوراس.

وأعدت بلدان أخرى، مثل تركيا أو ترينيداد وتوباغو، دراسات بالتعاون مع الويبو بشأن المساهمة الاقتصادية للصناعات القائمة على حقوق المؤلف.

وأولت عدة بلدان مجيبة الأولوية لقطاعات معيّنة باعتبارها رافداً للتجارة الدولية. وشملت الصناعات الأكثر استئثاراً بالاهتمام الموسيقي (التي ذكرها 15 بلداً من البلدان المجيبة البالغ عددها 33 بلداً)، والفنون السمعية البصرية والصناعات ذات الصلة، والأزياء، وألعاب الفيديو، والتصميم، والفنون الأدائية، والرسوم المتحركة، وصناعة السينما.

تجارة السلع والخدمات الإبداعية: إيرادات متزايدة للبلدان ودور مهيم للخدمات

تولد التجارة في السلع⁽¹⁰⁾ والخدمات الإبداعية⁽¹¹⁾ إيرادات متزايدة تجنيهاً للبلدان، لكن صادرات الخدمات الإبداعية تتجاوز بمقدار كبير صادرات السلع الإبداعية (الشكل أ). وارتفعت الصادرات العالمية من السلع الإبداعية من 419 بليون دولار في عام 2010 إلى 524 بليون دولار في عام 2020، في حين زادت الصادرات العالمية من الخدمات الإبداعية من 487 بليون دولار إلى ما يقرب من 1,1 تريليون دولار خلال الفترة نفسها. وحصل انفصال في وتيرة النمو بين صادرات السلع الإبداعية وصادرات الخدمات الإبداعية في السنوات القليلة الماضية نتيجة الارتفاع القوي لصادرات البرمجيات وخدمات البحث والتطوير وما اصطحح عليه بـ "التحول اللامادي" لبعض السلع الإبداعية (أدت الرقمنة إلى تحول بعض السلع إلى خدمات إبداعية على نحو متزايد). وثمة عامل آخر مرده أن الرصد الإحصائي لتفاصيل الفئات الفرعية من الخدمات قد تحسن تحسناً كبيراً في السنوات الأخيرة.

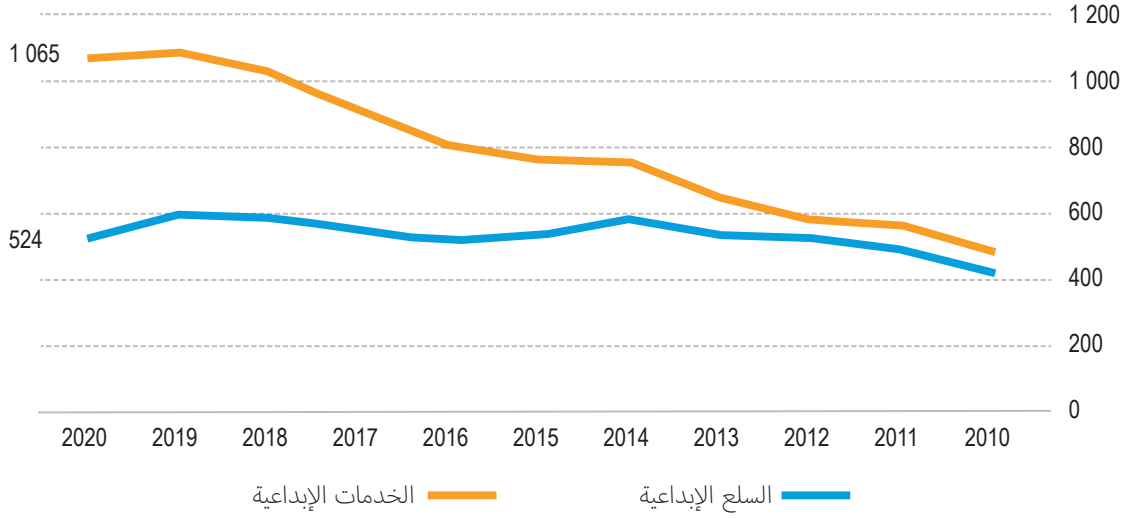
(10) لدى الأونكتاد قائمة تضم 197 سلعة إبداعية حُدِّدت ضمن النظام المنسق برمز من 6 أرقام، وهي تندرج تحت الفئات الفرعية التالية: مصنوعات الحرف اليدوية (السجاد، والمنتجات المتعلقة بالاحتفالات، ومصنوعات أخرى، والأواني الورقية، ومنتجات الخوص، ومنتجات الغزل)؛ المنتجات السمعية والبصرية (الأفلام والأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية والأشرطة)؛ والتصميم (الهندسة المعمارية، والأزياء، والأواني الزجاجية، والتصميم الداخلي، والمجوهرات، ولعب الأطفال)؛ والوسائط الجديدة (الوسائط المسجلة وألعاب الفيديو)؛ والفنون الأدائية (الآلات الموسيقية والموسيقى المطبوعة)؛ والنشر (الكتب والصحف والمطبوعات الأخرى)؛ والفنون البصرية (التحف والرسم والتصوير والنحت). للحصول على قائمة مفصلة بمجموعات منتجات الاقتصاد الإبداعي وتسلسلها الهرمي، انظر: https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2012Products_Creatives_Hierarchy.pdf. ووفقاً لتعريف الأونكتاد الحالي، يهيمن التصميم على السلع الإبداعية، مثل التصميم الداخلي، والأزياء، والمجوهرات، ولعب الأطفال. ومثلت هذه المنتجات ما يقرب من ثلثي جميع الصادرات في عام 2020. وقد يؤدي هيكل المنتجات الحالي إلى المبالغة في تقدير التجارة التي تتضمن فعلاً محتوى إبداعي كبير. ويعود سبب في ذلك إلى أن السلع المدرجة تحت الفئات المحددة ليست متجانسة وقد تشمل سلعا لا "يهيمن التصميم على إنتاجها".

(11) تُقاس التجارة في الخدمات الإبداعية باستخدام التصنيف الموسع لخدمات ميزان المدفوعات. ويعتبر الأونكتاد أن عشر فئات من هذا التصنيف تمثل خدمات إبداعية أو خدمات ذات عنصر إبداعي مهم. ولتحقيق قدر أكبر من القابلية للمقارنة فيما بين البلدان، يعاد تجميع تلك الفئات على النحو التالي: البحث والتطوير؛ والبرمجيات؛ والمنتجات السمعية البصرية؛ والإعلام؛ والإشهار؛ وأبحاث السوق؛ والهندسة المعمارية؛ والخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية.

الشكل أ

الصادرات العالمية من السلع والخدمات الإبداعية، 2010-2020

(بليون دولار)



المصدر: الأونكتاد.

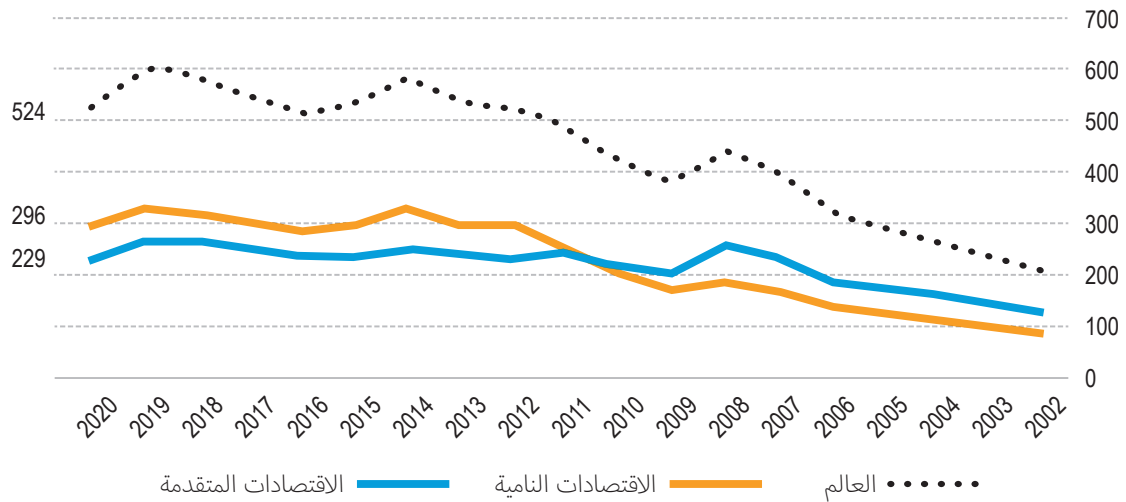
التجارة في السلع الإبداعية

منذ عام 2011، صَدَّرت الاقتصادات النامية سلعاً إبداعية أكثر من الاقتصادات المتقدمة (انظر الشكل ب). وعلاوة على ذلك، استحوذت مجموعة صغيرة من الاقتصادات على أكثر من ثلثي صادرات السلع الإبداعية العالمية. وفي عام 2020، كانت الصين هي المُصدِّر الأكبر للسلع الإبداعية (169 بليون دولار)، متبعدة بفارق كبير عن الولايات المتحدة الأمريكية (32 بليون دولار)، وإيطاليا (27 بليون دولار)، وألمانيا (26 بليون دولار)، وهونغ كونغ (الصين) (24 بليون دولار).

الشكل (ب)

صادرات جميع السلع الإبداعية من الاقتصادات النامية والمتقدمة، 2002-2020

(بليون دولار)



المصدر: الأونكتاد استناداً إلى قاعدة بيانات الأمم المتحدة لإحصاءات التجارة الدولية.

وتضاعفت تقريباً تجارة السلع الإبداعية فيما بين بلدان الجنوب خلال العقدين الماضيين. ومن ناحية أخرى، تميل بلدان الاقتصادات المتقدمة بشكل أساسي إلى تبادل السلع الثقافية فيما بينها. وفي عام 2020، مثلت تجارة السلع الإبداعية فيما بين بلدان الجنوب 40,5 في المائة من صادرات الاقتصادات النامية من المواد الإبداعية⁽¹²⁾. وشمل ذلك في المقام الأول صادرات المجوهرات، ومنتجات التصميم الداخلي، والوسائط المسجلة، والأزياء، والألعاب. ويمكن أن تمثل التجارة فيما بين بلدان الجنوب رافداً مهماً للاقتصادات النامية من حيث خلق الفرص التجارية الجديدة وتنويع الصادرات.

وعلى الصعيد العالمي، انخفضت نسبة جميع السلع الإبداعية من إجمالي الصادرات انخفاضاً طفيفاً بين عامي 2002 و2020، إذ تراجعت من 3,2 في المائة في عام 2002 إلى 3 في المائة في عام 2020⁽¹³⁾. وأدى التطور التكنولوجي إلى تغير كبير في تركيبة صادرات السلع الإبداعية خلال العقدين الماضيين. فتقلصت صادرات الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو الرقمية والأشرطة والصحف والمواد المطبوعة الأخرى في مقابل طفرة في صادرات الوسائط المسجلة وألعاب الفيديو.

وتهيمن منتجات التصميم على تجارة السلع الإبداعية. ففي عام 2020، شكلت سلع التصميم 62,9 في المائة من إجمالي صادرات السلع الإبداعية، تليها منتجات الوسائط الجديدة (13,4 في المائة)، والمصنوعات الفنية (8 في المائة)، والفنون البصرية (6,2 في المائة)، والنشر (5,4 في المائة)، والمواد السمعية البصرية (3,1 في المائة)، والفنون الأدائية (1 في المائة). ومن بين سلع التصميم، تأتي في الصدارة منتجات التصميم الداخلي (20,1 في المائة من إجمالي الصادرات الإبداعية)، والأزياء (15,9 في المائة)، والمجوهرات (15,3 في المائة)، ولعب الأطفال (11,4 في المائة)⁽¹⁴⁾.

(12) حسابات الأونكتاد استناداً إلى قاعدة بيانات الأمم المتحدة لإحصاءات التجارة الدولية.

(13) المرجع نفسه.

(14) المرجع نفسه.

وتضررت صادرات السلع الإبداعية بشدة من جائحة كوفيد-19- وعمليات الإغلاق في جميع أنحاء العالم، إذ انخفضت صادرات السلع الإبداعية بنسبة 12,5 في المائة في عام 2020، في مقابل انخفاض بنسبة 7,2 في المائة فقط في مجموع السلع الأخرى. ويمكن أن يكون مرد ذلك توقف المبادلات المادية في سوق الفن العالمي، التي تمثل قناة توزيع مهمة للفنون البصرية، وتزايد الرقمنة في قطاع السمعي البصري والنشر⁽¹⁵⁾. وتظهر البيانات الأولية أن صادرات السلع الإبداعية بدأت في التعافي في عام 2021.

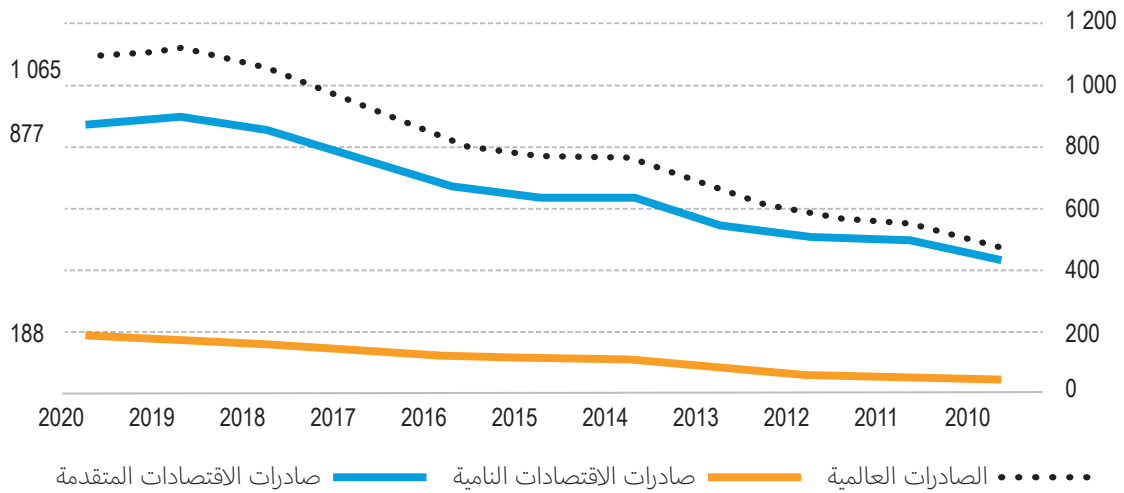
التجارة في الخدمات الإبداعية

تصدر البلدان المتقدمة خدمات إبداعية أكثر بكثير من بلدان الاقتصادات النامية (انظر الشكل ج)، إذ مثلت صادراتها 82,3 في المائة من جميع صادرات الخدمات الإبداعية في عام 2020. وتقلصت الفجوة ببطء بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية على مدى العقد الماضي. ففي عام 2020، كانت الولايات المتحدة الأمريكية وأيرلندا أكبر مصدرين للخدمات الإبداعية بمبلغ 206 بلايين دولار و174 بلايين دولار على التوالي. وفي أيرلندا، تساهم الشركات المتعددة الجنسيات بقوة في صادرات الخدمات الإبداعية، وخاصة في مجال الخدمات الحاسوبية. وتأتي تالية في ترتيب أكبر مصدرين للخدمات الإبداعية ألمانيا (75 بلايين دولار)، والصين (59 بلايين دولار)، والمملكة المتحدة (57 بلايين دولار).

الشكل ج

صادرات الاقتصادات النامية والمتقدمة من جميع الخدمات الإبداعية، الفترة 2010-2020

(بليون دولار)



المصدر: الأونكتاد.

UNESCO (2022). Re-shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. Available (15) at <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>.

وتجدر الإشارة إلى أن الأهمية النسبية لصادرات الخدمات الإبداعية آخذة في التزايد. فقد ارتفعت نسبة جميع الخدمات الإبداعية من إجمالي صادرات الخدمات من 12,3 في المائة في عام 2010 إلى 17,4 في المائة في عام 2019. وعلاوة على ذلك، فبسبب الانخفاض الكبير في التجارة العالمية في خدمات السفر، ارتفعت حصة الخدمات الإبداعية إلى 21,4 في المائة في عام 2020⁽¹⁶⁾. وقد يستمر هذا الارتفاع في حالة ترسخ التغييرات التي طرأت على سلوك المستهلك وعادات تشغيل الأعمال بسبب جائحة كوفيد 19.

واستحوذت خدمات البرمجيات (التي مثلت 39,3 في المائة من إجمالي صادرات الخدمات الإبداعية في عام 2020) والبحث والتطوير (33,2 في المائة) على القسط الأكبر من صادرات الخدمات الإبداعية. يليها الإشهار، وأبحاث السوق، والهندسة المعمارية (14,8 في المائة)، والمجال السمعي البصري (8,6 في المائة)، والمعلومات (3,5 في المائة)، والخدمات الثقافية والترفيهية والتراثية (0,5 في المائة). وتهيمن البلدان المتقدمة على الصادرات في جميع فئات الخدمات، كما تصدر فئات متنوعة من الخدمات مقارنة بالاقتصادات النامية. فعلى سبيل المثال، تستأثر البلدان المتقدمة بأكثر من 90 في المائة من الصادرات العالمية من خدمات البحث والتطوير والخدمات السمعية البصرية، التي تنطوي على إيرادات تصدير كبيرة تستمد من المبيعات والتراخيص⁽¹⁷⁾.

وكانت الخدمات الإبداعية أكثر صموداً خلال فترة الجائحة مقارنة بقطاعات الخدمات الأخرى. فقد انخفضت صادرات الخدمات الإبداعية بنسبة 1,8 في المائة فقط في عام 2020، في حين تراجعت صادرات جميع الخدمات الأخرى بنسبة 20 في المائة (وهو تراجع مرده بصورة رئيسية خدمات قطاعي السفر والنقل، اللذين تقلصاً بنسبة 62,5 و20,3 في المائة في عام 2020، على التوالي). وخلال الجائحة، شهدت جميع فئات الخدمات الإبداعية بعض الخسائر في الصادرات في عام 2020، باستثناء خدمات البرمجيات (التي سجلت نمواً سنوياً بنسبة 5,6 في المائة)⁽¹⁸⁾.

وتواجه البلدان النامية عدة حواجز تحول دون مشاركتها في تجارة الخدمات، بما في ذلك الخدمات الإبداعية. ويتمثل العامل الأول في الافتقار إلى المهارات الأساسية والبنية التحتية، وهو عامل يمنع البلدان النامية من أن تصبح أطرافاً فاعلة قادرة على المنافسة في مجال الخدمات الإبداعية. ومعلوم أن أهم البلدان المصدرة للخدمات الإبداعية في العالم، سواء كانت ذات اقتصادات متقدمة أو نامية، تسجل درجات عالية في مؤشرات قياس رأس المال البشري والبنية التحتية المادية والرقمية. ويتمثل العامل الثاني في أن البلدان النامية تواجه قيوداً في تجارة الخدمات، إذ يظل الوصول إلى أهم أسواق الخدمات الإبداعية محكوماً بالالتزامات المنصوص عليها في الاتفاق العام المتعلق بالتجارة في الخدمات، المنفذ في إطار منظمة التجارة العالمية. غير أن أعضاء منظمة التجارة العالمية استخدموا حتى الآن الاتفاق العام المتعلق بالتجارة في الخدمات استخداماً محدوداً فيما يتصل بتشجيع إزالة القيود التجارية أو ضمان المستويات الحالية للوصول إلى الأسواق. وتظل الالتزامات المتعددة الأطراف بشأن الخدمات - بما في ذلك الخدمات الإبداعية - متواضعة عموماً.

(16) حسابات الأونكتاد.

(17) المرجع نفسه.

(18) المرجع نفسه.

الافتقار إلى تعاريف ومنهجيات منسقة ونقص البيانات: تحديان يعيقان قياس الاقتصاد الإبداعي

ثمة عدة أطر تتيح قياس الاقتصاد الإبداعي، استناداً إلى أنماط مشتركة بين الصناعات والمنتجات (الفنون، والمجال السمعي البصري، والنشر، والموسيقى، والفنون الأدائية، والتصوير الفوتوغرافي)، لكن توجد أيضاً أوجه اختلاف مردها التصنيفات الوطنية أو الإقليمية؛ ونطاق استخدام الأنشطة أو المنتجات؛ والمنهجيات والمبادئ التوجيهية المعتمدة؛ وأنواع الأنشطة والمنتجات (التي قد تكون ثقافية أو مرتبطة بالثقافة، أو إبداعية، أو مساعدة، أو متداخلة). والمبادئ التوجيهية الأكثر استخداماً هي إطار اليونسكو للإحصاءات الثقافية لعام 2009، ودليل استقصاء المساهمة الاقتصادية للصناعات القائمة على حقوق المؤلف، الصادر عن الويبو في عام 2015، والمبادئ التوجيهية للحسابات الثقافية الفرعية، الصادر عن منظمة اتفاق أندريس بيلو (المستخدمة على نطاق واسع في بلدان أمريكا اللاتينية)، ودليل إحصاءات الثقافة للمكتب الإحصائي للاتحاد الأوروبي (المستخدم في الاتحاد الأوروبي). ويركز الأونكتاد بالنظر إلى الولاية التي يضطلع بها بوصفه مركز تنسيق المعالجة المتكاملة للتجارة والتنمية في منظومة الأمم المتحدة، فيما يتعلق بالقياس، على الجانب المرتبط بالتجارة الدولية وجمع بيانات التجارة الدولية للسلع والخدمات الإبداعية.

وتقيس البلدان النامية المساهمة الاقتصادية لقطاعها الإبداعي بطرق متنوعة. فعلى سبيل المثال:

- يمثل الاقتصاد الإبداعي قطاعاً متزايد الأهمية في إندونيسيا. فاستناداً إلى تصنيف الأعمال التجارية الإندونيسي لعام 2009 والتصنيف الصناعي الدولي الموحد لجميع الأنشطة الاقتصادية، حدد البلد ست عشرة صناعة إبداعية: الهندسة المعمارية؛ والتصميم الداخلي؛ وتصميم الاتصالات المرئية؛ وتصميم المنتجات؛ والأفلام والرسوم المتحركة والفيديو؛ والتصوير؛ والحرف؛ وفن الطبخ؛ والموسيقى؛ والأزياء؛ والألعاب؛ والنشر؛ والإشهار؛ والتلفزيون والإذاعة؛ والفنون الأدائية؛ والفنون الجميلة. وإضافة إلى ذلك، فباستخدام رموز النظام المنسق لعام 2012، حُدِّدت سبع فئات منتجات رئيسية ذات صلة بقياس التجارة الدولية في السلع الإبداعية، بما في ذلك الأفلام والرسوم المتحركة والفيديو؛ والمصنوعات الحرفية؛ وفن الطبخ؛ والموسيقى؛ والأزياء؛ والنشر؛ والفنون⁽¹⁹⁾.
- على غرار العديد من بلدان أمريكا اللاتينية، تحرص المكسيك على مسك حسابات ثقافية فرعية لتقدير الأبعاد الاقتصادية لقطاعها الإبداعي. وتستند المنهجية المتبعة إلى المعايير الإحصائية الدولية مثل نظام الحسابات القومية لعام 2008، وإطار اليونسكو للإحصاءات الثقافية، ودليل تجميع الحسابات الثقافية الفرعية لمنظمة اتفاق أندريس بيلو. وتشمل الحسابات الثقافية الفرعية جداول إحصائية تستوعب الإنتاج، وتوليد الدخل، والوظائف، والأشخاص العاملين حسب المؤشرات الجنسانية وغير النقدية. وتُحدد الأنشطة الإنتاجية للثقافة باستخدام نظام الحسابات القومية في المكسيك ونظام أمريكا الشمالية لتصنيف الصناعات. وتشمل الأنشطة العشرة الرئيسية الفنون الأدائية والعروض؛ والفنون البصرية والتشكيلية؛ والحرف؛ وخدمات التصميم والخدمات الإبداعية؛ والكتب والمطبوعات والصحافة؛ والوسائط السمعية

Badan Pusat Statistik and Badan Ekonomi Kreatif (2017). Ekspor ekonomi kreatif 2010–2016. ISBN: 978-602-438-195-0. Available at <https://www.bps.go.id/publication/2018/04/09/74b5c165025132e98a36c8f0/ekspor-ekonomi-kreatif-2010-2016.html> (19)

البصرية؛ والموسيقى والحفلات الموسيقية؛ والتراث المادي والطبيعي؛ والتعليم ونشر الثقافة في المؤسسات التعليمية؛ والإنتاج الثقافي للأسر⁽²⁰⁾.

• في عام 2022، أجرت جنوب أفريقيا عملية الجرد الثالثة لقياس الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية لاقتصادها الإبداعي. ويستند الأسلوب والنهج اللذان اتبعتهما جنوب أفريقيا في تحديد الصناعات الثقافية إلى مفاهيم اليونسكو وقائمة الأونكتاد للمنتجات فيما يتعلق بقياس التجارة الدولية، مراعية في ذلك تكييف المرجعيات المعتمدة مع النظام الإحصائي للبلد والبيانات المتاحة. ويفضل البيانات الجديدة المتعلقة بالاقتصاد الإبداعي، تمكنت جنوب أفريقيا من رصد تأثير الجائحة على القطاع الإبداعي والتجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية⁽²¹⁾.

ومن الصعب في ظل غياب تعاريف منسقة وإحصاءات قابلة للمقارنة تقدير الحجم الكامل للاقتصاد الإبداعي. ويشدد قرار الجمعية العامة 198/74 على أهمية وجود بيانات منتظمة وموثوقة وقابلة للمقارنة بشأن مساهمة الاقتصاد الإبداعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. غير أن صعوبات قياس الإنتاج المحلي والتجارة الدولية في المنتجات والخدمات الإبداعية لا تزال تشكل تحدياً لمعظم البلدان النامية.

وقد يكون الفصل التقليدي بين السلع والخدمات غير مناسب في سياق قياس تجارة المنتجات الإبداعية. فالإبداع عملية غير ملموسة يمكن أن تتجسد في سلعة أو خدمة، ويمكن استهلاك هذه السلعة أو الخدمة محلياً أو تصديرها. لذا، يتمثل تحدي القياس في تقدير المحتوى الإبداعي المحلي والمستورد ضمن جميع المنتجات التي تُنتج محلياً والمنتجات التي تصدر، بدلاً من تصنيف العنصر بأكمله على أنه "إبداعي" أو "غير إبداعي". وقد لا يحيط تعريف الأونكتاد الحالي إحاطة كاملة بتجارة السلع ذات المحتوى الإبداعي الفعلي وقد ينطوي على تقدير مبالغ فيه لهذه التجارة. وتهيمن سلع التصميم، مثل التصميم الداخلي، والأزياء، والمجوهرات، ولعب الأطفال، على التجارة في السلع الإبداعية استناداً إلى تركيبة المنتجات التي يعتمدها الأونكتاد حالياً.

وهناك حاجة إلى بيانات أفضل وأكثر تفصيلاً للإحاطة على نحو أدق بدور الخدمات في تحقيق التحول الاقتصادي وبالفرص التي تتيحها في مجال تنويع الاقتصادات النامية. وأخذت تجارة الخدمات، بما في ذلك الخدمات الإبداعية، تكتسي من الأهمية ما يجعل من مسألة قياسها أمراً لا مناص منه. ويمكن أن تكون الخدمات وسيلة للتحول الهيكلي ولاكتساب الميزة التنافسية. وتحتاج البلدان إلى قياس الخدمات لرصد وإدارة منحة الخدمة في اقتصادها، أي الاعتماد المتزايد على الخدمات في القطاعات غير الخدمية مثل الصناعة التحويلية.

ويمثل الافتقار إلى البيانات إشكالاً حاسماً، لا سيما في الاقتصادات النامية. وتواجه البلدان النامية عدة تحديات في تحديد حجم الخدمات. فكثيراً ما تفتقر إلى الهياكل الأساسية الإحصائية المناسبة، بما في ذلك سجلات تجميع بيانات الأعمال التجارية. وتفتقر هذه البلدان إلى الترتيبات المؤسسية التي تسمح لجامعي البيانات بالوصول إلى مصادر بيانات متعددة ويمكن التعويل عليها، فضلاً

(20) Instituto Nacional de Estadística y Censos (2018). Cuenta satélite de cultura. Metodología de estimación del valor agregado bruto, comercio exterior cultural generación del ingreso y consumo privado cultural. Metodología .INDEC No. 25. Available at: https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/metodologia_25_csc.pdf

(21) South African Cultural Observatory (2022). The Economic Mapping of the Cultural and Creative Industries in .South Africa 2022. Available at <https://www.gtac.gov.za/wp-content/uploads/2022/03/sacoreportfinal.pdf>

عن الموارد المالية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والخبراء المدربين. وحتى في حالة توافر البيانات، قد تواجه البلدان النامية صعوبات في معالجتها وتنسيقها ونشرها. وثمة حاجة إلى مزيد من التمويل وبناء القدرات لتعزيز القدرات الإحصائية للبلدان⁽²²⁾.

وللمضي قدماً، يعمل الأونكتاد حالياً ضمن مجموعتين لتيسير إجراء المزيد من المناقشات بشأن تعريف الاقتصاد الإبداعي وقياسه. وتشترك اليونيسكو والأونكتاد في قيادة فريق فرعي لتوضيح المنتجات الثقافية المنبثقة من الصناعات الإبداعية كجزء من فرقة العمل المعنية بإحصاءات التجارة الدولية، التي تيسر أعمالها شعبة الإحصاءات في الأمم المتحدة. وسيعقد الفريق مذكرة توجيهية لإدراجها في النسخة المحدثة من دليل تجميع إحصاءات التجارة الدولية في البضائع. وأنشأ الأونكتاد أيضاً فريقاً عاملاً غير رسمي معنياً بالاقتصاد الإبداعي، يضم خبراء من البلدان المتقدمة والنامية لمناقشة القضايا الناشئة بشأن الاقتصاد الإبداعي. ويهدف الفريق العامل إلى استعراض موضوع الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية وربما وضع تعريف عملي جديد لهذا المفهوم يعتمد الأونكتاد. وفيما يتعلق ببناء القدرات من أجل تحسين إحصاءات تجارة الخدمات، اقترح اجتماع خبراء الأونكتاد المتعدد السنوات بشأن التجارة والخدمات والتنمية⁽²³⁾ خلال دورته المعقودة في تموز/يوليه 2022 إنشاء فريق عامل غير رسمي يضم خبراء في مجال البيانات الخدمية لمناقشة الاحتياجات ذات الصلة، وتحديد الثغرات وفرص التمويل الممكنة لدعم البلدان النامية.

تشهد بعض الصناعات الإبداعية تغييراً جذرياً تحفزه التكنولوجيات الجديدة والناشئة. ويجب على البلدان النامية اللحاق بالركب من خلال توفير بنية تحتية رقمية كافية وبيئة تنظيمية مناسبة

يفتح استخدام تكنولوجيات الثورة الصناعية الرابعة فرصاً جديدة أمام الاقتصاد الإبداعي. ومن بين هذه التكنولوجيات الطباعة ثلاثية الأبعاد، والذكاء الاصطناعي، والواقع المعزز والواقع الافتراضي، وتقنية سلسلة الكتل، والحوسبة السحابية، والمُسبَّرات، وإتترنت الأشياء. وتتيح هذه التكنولوجيات طرقاً جديدة لإنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات الإبداعية (مثل التجارة الإلكترونية والبث التدفقي)، فضلاً عن الوصول إلى مجموعات أوسع من المستهلكين على الصعيد العالمي⁽²⁴⁾. وعلى سبيل المثال، تستخدم المنصات الشبكية الذكاء الاصطناعي لتحديد تفضيلات العملاء إزاء ما يُبث من موسيقى وأفلام. ويمكن استخدام التصنيع بالإضافة، أو الطباعة الثلاثية الأبعاد، لإنتاج المصنوعات الحرفية. ويسمح استخدام تطبيقات الواقع المعزز في عروض الأزياء بالاعتماد على عارضات غير مرئيات. ويمكن أن تساعد تقنية سلسلة الكتل (أي الرموز غير القابلة للاستبدال) في التصديق على أصالة وملكية الأعمال الفنية الفريدة. وأحدث استعمال تقنية المسيرات تأثيراً كبيراً في الإنتاج الإعلامي، بما في ذلك في مجالات الإشهار والبث والتصوير الصحفي والتلفزيون وصناعة الأفلام. ويمكن للواقع الافتراضي أن يعزز تجربة الانغماس في عالم الألعاب الحاسوبية والفنون الأدائية.

Peltola, A. (2022). Statistics on international trade in services: Challenges, tools, and resources. Presentation made UNCTAD's Multi-year Expert Meeting on Trade, Services and Development, 4-6 July 2022. Available at https://unctad.org/system/files/non-official-document/tsce-myem2022-05-ppt-S1-Peltola_en.pdf (22)

انظر: <https://unctad.org/meeting/multi-year-expert-meeting-trade-services-and-development-ninth-session> (23)

UNCTAD (2022). Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. Available at <https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy> (24)

وأدت جائحة كوفيد إلى تسريع الانتقال صوب التجارة الإلكترونية والمنصات الرقمية وتوسيع نطاق تحول الاقتصاد الإبداعي. ولا يزال يتعين رصد مستجدات سلوكيات المستهلك وعادات تشغيل الأعمال لمعرفة ما إذا كانت ستصبح دائمة. ومع ذلك، قدرت مؤسسة البيانات الدولية أن رقمنة الأنشطة الاقتصادية ستبلغ مستوى يعادل 65 في المائة من الناتج الإجمالي العالمي في عام 2022 بسبب الجائحة⁽²⁵⁾.

ومع ذلك، لا تزال الفجوات الرقمية العالمية أمراً قائماً لا يخلو من تداعيات على الاقتصاد الإبداعي. فعلى سبيل المثال، قدر الاتحاد الدولي للاتصالات، في نهاية عام 2021، أن أكثر من ثلث سكان العالم، أي 2,9 بليون شخص، لا يستخدمون الإنترنت⁽²⁶⁾. وتتكون هذه الفئة في معظمها من النساء والفتيات⁽²⁷⁾. ويعيش أكثرهن في أقل البلدان نمواً والبلدان النامية غير الساحلية والدول الجزرية الصغيرة النامية. وإضافة إلى ذلك، قُدِّر أن 39 في المائة فقط من الأسر المعيشية الريفية لديها إمكانية للوصول إلى الإنترنت. وتؤثر هذه الفجوة بصورة رئيسية على قدرة الاقتصاد الإبداعي على أن يكون شاملاً للجميع بصورة حقيقية، لا سيما في البلدان النامية وأقل البلدان نمواً والدول الجزرية الصغيرة النامية التي لا تزال بحاجة إلى الاستفادة من البعد الرقمي للاقتصاد الإبداعي.

وإضافة إلى ذلك، يواجه منتجو السلع الإبداعية، لا سيما الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، عدة عقبات في الوصول إلى الأسواق العالمية. ويشمل ذلك محدودية الوصول إلى حلول الدفع عبر الإنترنت، وارتفاع تكاليف الخدمات اللوجستية، والافتقار إلى شركات تكنولوجيا معلومات موثوقة يمكن الاستعانة بها لتطوير المواقع الإلكترونية، ومحدودية نطاق الأسواق الإقليمية والدولية، وضعف الاتصال في المناطق الريفية، ونقص المهارات في مجال أبحاث السوق، والتسويق الرقمي، وتأسيس العلامات التجارية، وتصميم المواقع الإلكترونية والأسواق، والخدمات اللوجستية، والمدفوعات، وخدمة العملاء.

ويتسم نطاق حقوق الملكية الفكرية وتطبيقها في البيئة الرقمية بطابع غير واضح⁽²⁸⁾. وتحمي حقوق الملكية الفكرية الإبداع في الأعمال الأصلية. لكن نظام حقوق الملكية الفكرية صمم لبيئة تناظرية. وتمثل النسخ الرقمية، والاقتراس المتعدد، والنماذج الجديدة لقطاع الأعمال، مثل البث التدفقي، قيمة في المجال الرقمي لكنها تمثل أيضاً تحدياً لخبراء حقوق المؤلف وواضعي السياسات.

ويمكن أن تسهم المجالات السياساتية التالية في تطوير الاقتصادات الإبداعية بالاعتماد على التكنولوجيات الجديدة والناشئة:

- تعتبر المهارات البشرية عاملاً حاسماً في السير على درب التحول الرقمي الذي يتيح الاقتصاد الإبداعي. وتتطلب تنمية القدرات البشرية الاستثمار في نظام التعليم، بما في ذلك المدارس والجامعات والكليات وهيئات التدريب. وتمثل الكفاءات الرقمية وسيلة ضرورية، لكن المهارات العامة والتكميلية، القائمة مثلاً على التثقيف والمهارات الحسابية، ومهارات التصميم والتسويق وريادة الأعمال، مطلوبة أيضاً لمعظم مهن الصناعات الإبداعية الرقمية. ومن السمات التي يتميز بها القطاع الإبداعي أن بعض الفنانين والحرفيين قد تكون لديهم مواقف سلبية تجاه الأعمال التجارية أو مفاهيم التسويق أو التقنيات الجديدة. ويمكن للسياسات أن تصب في إنشاء فضاءات مثل معامل التصنيع (أو مختبرات التصنيع)

International Data Corporation (2020). IDC FutureScape: Worldwide Digital Transformation 2021 Predictions. (25)
.Doc # US46880818

انظر: <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/digital-inclusion-of-all.aspx>. (26)

انظر: <https://www.itu.int/en/mediacentre/backgrounders/Pages/bridging-the-gender-divide.aspx>. (27)

Spennemann, C. (2019). Intellectual Property Rights in the Creative Economy. Presentation made as part of (28)
.the UNCTAD short courses for Permanent Missions in Geneva (P166 courses). Geneva, 6 December 2019

المخصصة للفنانين والمصممين لاختبار التقنيات الجديدة وتجريبها⁽²⁹⁾. وفي سياق تنامي أهمية التجارة الإلكترونية، تعدّ مهارات التجارة الرقمية أمراً ضرورياً للمهنيين المبدعين والشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة. ويجب أن تكون سياسات التعليم متاحة وشاملة للجميع⁽³⁰⁾، بما في ذلك النساء والأشخاص ذوو الإعاقة والفئات العمرية المختلفة. فقد أضحت التعلم مدى الحياة أداة أساسية.

- من الأهمية الحاسمة بمكان التغلب على حواجز البنية التحتية التي تعرقل الرقمنة. ويمثل ذلك خطوة ذات أهمية بالغة لأن التقنيات الرقمية لها أهمية قصوى في الوصول إلى الأسواق. فالوصول الشامل للجميع والميسور التكلفة إلى الإنترنت هو الخطوة الأولى، حتى ولو كان من الصعوبة بمكان توفير الربط الشبكي لقطاعات الحرف اليدوية الموجودة في المناطق الريفية. ومع ذلك، يظل الربط الشبكي وحده غير كاف. فهناك حاجة أيضاً إلى بنى تحتية أخرى تكفل مثلاً الوصول إلى الخدمات المالية والخدمات البريدية وشبكات النقل⁽³¹⁾. وثمة في هذا الصدد أوجه تآزر يمكن الاستفادة منها، إذ تسهّل الرقمنة الوصول إلى العديد من الخدمات الأخرى، مثل الخدمات المالية الرقمية⁽³²⁾.
- قد تتطلب تهيئة بيئة تمكينية للصناعات الإبداعية معالجة عدة مجالات سياسية، بما في ذلك مسألة الحوافز. وقد يشمل ذلك منح القطاع الخاص حوافز ضريبية وإنشاء برامج تمويل لدعم البحث والتطوير في الصناعات الإبداعية. وقد تحتاج بعض قطاعات إنشاء المحتوى العالية المخاطر إلى دعم حكومي للوصول على نحو أفضل إلى رأس المال. ويمكن اعتبار أنشطة إبداعية أخرى سلعة عامة غير قائمة على الجدوى التجارية، الأمر الذي يجعل وجودها متوقفاً على دعم عام غير تجاري. ومن الأهمية بمكان تحقيق التوازن الصحيح بين حماية الملكية الفكرية من ناحية ومنع إساءة استخدام حقوق الملكية الفكرية من ناحية أخرى. ويؤدي وجود سياسة ملائمة بشأن المنافسة والملكية الفكرية دوراً رئيسياً في منع إساءة استعمال حقوق الملكية الفكرية والحفاظ على أسواق مفتوحة وتنافسية في مجال الاقتصاد الإبداعي، الأمر الذي يمكن أن ييسر دخول الشركات الجديدة ويكفل عدم وجود عوامل طاردة.

الاقتصاد الإبداعي في دائرة الضوء والاحتفال بالسنة الدولية للاقتصاد الإبداعي في عام 2021

في كانون الأول/ديسمبر 2019، اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة القرار 198/74 بشأن الاحتفال في عام 2021 بالسنة الدولية للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة. وطلبت الجمعية العامة في القرار إلى أمانة الأونكتاد أن تتولى، بالتشاور مع اليونسكو والكيانات ذات الصلة في منظومة الأمم المتحدة، إطلاع الجمعية العامة في دورتها السابعة والسبعين على

UNCTAD (2022). Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. Available at <https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy> (29)

الأونكتاد (2021). تقرير التكنولوجيا والابتكار 2021. UNCTAD/TIR/2020. جنيف. (30)

UNCTAD (2022). Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy. Available at <https://unctad.org/webflyer/creative-industry-40-towards-new-globalized-creative-economy> (31)

UNCTAD (2021). Financial inclusion for development: Better access to financial services for women, the poor, and migrant workers. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2020d6_en.pdf (32)

تنفيذ القرار، من خلال تخصيص فرع ضمن تقرير توقعات الاقتصاد الإبداعي تفصل فيه على وجه الخصوص كيفية تماشي القرار مع خطة عام 2030 ونهوضه بها.

ونظم الأونكتاد وشركاؤه 44 نشاطاً خلال السنة الدولية للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة، التي احتفل بها في عام 2021. وأتاحت هذه الأنشطة للأونكتاد تنفيذ القرار عن طريق إذكاء الوعي بالاقتصاد الإبداعي، وتعزيز التعاون وإقامة الشبكات، وتشجيع تقاسم أفضل الممارسات، وتعزيز بيئة تمكينية لجميع أصحاب المصلحة في الاقتصاد الإبداعي.

ومن الأنشطة الرئيسية التي اضطلع بها الأونكتاد منتدى الاقتصاد الإبداعي والرقمنة، الذي نُظِم بالاشتراك مع حكومة بربادوس. وسلط اتفاق بريدجتاون⁽³³⁾ الذي اعتمده المنتدى الضوء على انعدام المساواة المتجدر في النظم الثقافية والإبداعية والتكنولوجية في العالم، وعلى الحاجة إلى تحديد طرق أكثر شمولاً تجعل من الإبداع والتكنولوجيا والابتكار صناعة تصب في مستقبل أكثر إنصافاً.

وأحيط الأونكتاد علماً بـ 82 نشاطاً نظمها المجتمع المدني خلال السنة الدولية للاقتصاد الإبداعي في عام 2021⁽³⁴⁾. وامتد التركيز خلال الحملة التي استمرت طوال العام إلى مجالات تتجاوز الاقتصاد الثقافي التقليدي لتشمل العلوم والإنتاج الصناعي. ويسمح هذا التركيز الجديد لواضعي السياسات بتوسيع نطاق وأسلوب سياسات الاقتصاد الإبداعي. وتتطلب هذه السياسات أنواعاً من التدخلات الحكومية المشتركة بين الوزارات والقائمة على نهج أفقي أقوى في مجال التعليم وتعزيز شراكات البحث والتطوير بين القطاعين العام والخاص. وينبغي أن يشمل ذلك أيضاً إمكانية اعتماد تدابير دعم محددة يمكن أن توفرها الحكومات لمختلف أشكال التعبير الفني أو الثقافي.

واضطلعت اليونسكو بأعمال للاحتفال بالسنة الدولية للاقتصاد الإبداعي من أجل التنمية المستدامة لعام 2021، شملت العديد من المناسبات والأنشطة، مثل قمة أبو ظبي لعام 2021⁽³⁵⁾، وحركة "صمود الفن" (ResiliArt) في عام 2020⁽³⁶⁾، ومجموعة متنوعة من المشاريع على الصعيد العالمي التي نظمت من خلال الصندوق الدولي للتنوع الثقافي⁽³⁷⁾. وشجعت هذه الأنشطة صناعات القرار على التفكير في إجراءات ملموسة لما بعد عام 2021، واشتملت على استطلاع الأفكار والتحديات المرتبطة بتطوير بيئة إبداعية قادرة على الصمود والتعاون، وأذكت الوعي بتداعيات جائحة كوفيد 19 في القطاع الإبداعي. وأفضت أيضاً إلى نقاش عالمي مع كبار المهنيين في القطاع بشأن تجربة الفنانين في هذا السياق وإلى فرص تعاون مع الحكومات الوطنية.

وشاركت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (اليونيدو) في 4 أنشطة رئيسية متعلقة بالاقتصاد الإبداعي في عام 2021 وسهلت مشاريع واسعة النطاق في مجال المساعدة التقنية. وأتاح أحد الأنشطة الجانبية التي نُظمت على هامش الدورة 19 للمؤتمر العام لليونيدو⁽³⁸⁾ لخبراء دوليين من أرمينيا، وتونس، وطاجيكستان، ولبنان، على سبيل المثال لا الحصر، مناقشة الكيفية التي يمكن

(33) انظر: https://unctad.org/system/files/official-document/td540_en.pdf.

(34) انظر: https://unctad.org/system/files/information-document/cep2022d01-cso-events_en.pdf.

(35) انظر: <https://en.unesco.org/news/unesco-advocates-robust-and-resilient-cultural-economy-abu-dhabi-culture-summit-2021>.

(36) انظر: <https://en.unesco.org/news/resiliart>.

(37) انظر: <https://en.unesco.org/creativity/ifcd>.

(38) انظر: <https://www.unido.org/19th-general-conference>.

بها للخبرة الحرفية والتراث الثقافي أن يصبحا محركين للتغيير الاجتماعي. ويمكن للأشطة الثقافية والإبداعية، من خلال ما تتيحه من فرص جديدة في مجال العمل وزيادة الأعمال، أن تسهم في تحسين سبل عيش الفئات الاجتماعية الضعيفة والمجمعات الريفية.

وتناولت شركات اليونيدو مع منظمات دولية أخرى مجال الابتكار الرقمي. وبالتعاون مع الأونكتاد ومؤسسة الخدمات الاستشارية Sound Diplomacy، أجرت اليونيدو حواراً بشأن موضوع "الإبداع والابتكار والتعافي: رقمنة الصناعات الإبداعية من أجل انتعاش مستدام في أفريقيا"⁽³⁹⁾ لاستكشاف أهمية الابتكار والتحول الرقمي في القطاع الإبداعي. وأبرمت اليونيدو أيضاً شراكة مع المعهد الأوروبي للعلامات التجارية خلال القمة العالمية الـ 17 للعلامات التجارية⁽⁴⁰⁾، وسلطت الضوء على دور العلامات التجارية باعتبارها عوامل تغيير مفصلية لها أهميتها في تعزيز الانتعاش الاقتصادي بعد الجائحة وتحرير طاقات الإبداع والابتكار في عصر الرقمنة.

ونظمت الويبو 12 نشاطاً رئيسياً لتعزيز الاقتصاد الإبداعي في عام 2021. وأتاحت الأشطة للمنظمة إقامة شراكات واغتنام فرص تعاون مع القطاعين الخاص والعام وتيسير أنشطة لبناء القدرات، بهدف إذكاء الوعي بحقوق المؤلف والملكية الفكرية في أوساط المبدعين وواضعي السياسات الحكومية ودوائر الأعمال والمجتمع المدني. وأطلقت المنظمة مبادرة "اتحاد الويبو للمبدعين"⁽⁴¹⁾ لزيادة الوعي بحقوق المبدعين والعمليات ذات الصلة. ونظمت المنظمة أيضاً حلقات دراسية شبكية نصف شهرية بشأن أسس حقوق المؤلف، كما تعمل مع الدول الأعضاء وأصحاب المصلحة في الصناعة الإبداعية على تعزيز الأطر القانونية وأطر الترخيص دعماً لإدارة حقوق المؤلف والحقوق المجاورة بفعالية وكفاءة.

ونظمت المنظمة أيضاً أنشطة لبناء القدرات على الصعيد الوطني والإقليمي والدولي. ويسرت، على سبيل المثال، عقد اجتماعات مختلفة بشأن الصناعات الإبداعية مع الدول الأعضاء في المنظمة الإقليمية الأفريقية للملكية الفكرية (الأريو)، وأنتيغوا وبربودا، وبولندا، وترينيداد وتوباغو، والفلبين، وقيرغيزستان، وكازاخستان. وركزت الاجتماعات على القضايا المفاهيمية، ودور الملكية الفكرية، وبناء قدرات المديرين في مجال الملكية الفكرية، وجمع البيانات وتحليلها، وقطاعات إبداعية محددة، مثل القطاع السمعي البصري، ونشر الكتب، وتطبيقات الهاتف المحمول، والموسيقى، وألعاب الفيديو.

وكثيرة هي الحكومات التي أدركت المساهمة الإيجابية التي يمكن جنيها من الاقتصاد الإبداعي واستثمرت بالتالي في برامج وأنشطة متعددة طوال السنة الدولية للاقتصاد الإبداعي. وسلطت سلوفينيا الضوء على أهمية الثقافة والإبداع في الحوارات السياسية، والمشاريع الثقافية ذات الأهداف الملموسة، وحملات الاتصال. وأتاحت حملة⁽⁴²⁾ الفيديو التي نُظمت في هذا البلد تحت شعار "إبداع من أجل الاستدامة" (Creative4Sustainability) إذكاء الوعي العام بالمساهمة الشاملة للثقافة والإبداع في أهداف التنمية المستدامة. وتعلّق إندونيسيا من جهتها أهمية متواصلة على تطوير وتعزيز اقتصاد إبداعي شامل للجميع. فطوال عام 2021، نفذت أنشطة مختلفة على الصعيد الوطني والثنائي والإقليمي والمتعدد الأطراف، من خلال التعاون مع مختلف أصحاب المصلحة.

وانطلقت جهود ترمي إلى تعزيز الحوار والإدماج في مجال الصناعات الإبداعية في أقل البلدان نمواً. فعلى سبيل المثال، عُقدت في كانون الأول/ديسمبر 2021 النسخة الثانية من منتدى لواندا - "منتدى عموم إفريقيا لثقافة السلام"⁽⁴³⁾، وهو ملتقى ينظم

(39) انظر: <https://ti.unido.org/event/create-innovate-recover-digitalizing-creative-industries-sustainable-recovery-africa>.

(40) انظر: <https://www.brandglobal.org/brand-global-summit-2021/>.

(41) انظر: <https://www.wipo.int/wipoforcreators/en/>.

(42) انظر: https://www.youtube.com/watch?v=4gAKi7F2_B8.

(43) انظر: <https://unctad.org/meeting/biennale-luanda-angola>.

كل سنتين بفضل مبادرة مشتركة بين اليونسكو، والاتحاد الأفريقي، وحكومة أنغولا، والأونكتاد. وتهدف المبادرة إلى تعزيز منع العنف وحل النزاعات، من خلال تشجيع التبادلات الثقافية في أفريقيا والحوار بين الأجيال.

النتائج والتوصيات الرئيسية

يتسم مفهوم الاقتصاد الإبداعي وتعريفه بتنوعهما، فهماً مرآة للتنوع الثقافي للبلدان، لكنهما ينبعان أيضاً من اختلاف الهياكل الاقتصادية والمنهجيات الإحصائية والتصنيفات المستخدمة. فلكل مفهوم أساس منطقي معيّن تحدده الافتراضات المؤسسة للعرض من الصناعة الإبداعية وطريقة تفعيلها. وغالباً ما يؤدي ذلك إلى أساس تصنيفي متباين يفضي إلى صناعات "أساسية" وأخرى "هامشية" داخل الاقتصاد الإبداعي. وفي حين لا يوجد تعريف واحد يناسب احتياجات جميع البلدان، فالأطر والتصنيفات القائمة يمكن أن تساعد البلدان على وضع تصور لاقتصادها الإبداعي وصناعاتها بطريقة أكثر تنسيقاً. وفيما يلي اعتبارات ينبغي أن تراعيها البلدان التي ترغب في وضع تصور لاقتصادها الإبداعي وصناعاتها الإبداعية أو لإعادة تحديدهما:

- الاعتراف بأهمية الاقتصاد الإبداعي من خلال الاستناد إلى تعاريف وتصنيفات المنظمات الدولية والإقليمية ووضع تصور للصناعات الإبداعية بطرق تراعي الهياكل الاقتصادية الوطنية والإقليمية؛
- تُشجّع الحكومات على العمل مع المنظمات الدولية مثل مصرف التنمية للبلدان الأمريكية، والأونكتاد واليونسكو، والويبو، من أجل بلورة مفهوم ونطاق الاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية على نحو أكثر تنسيقاً.

ومن الضروري رسم خريطة للاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية وقياسهما، بما يشمل مساهمتهما في التجارة الدولية. ويمكن أن يوفر قياس الاقتصاد الإبداعي أدلة ورؤى يستفيد منها واضعو السياسات في تصميم وتخطيط وتنفيذ سياسات تستهدف الصناعات الإبداعية وإعلام المستثمرين. وقد تشمل الفوائد الأخرى تحفيز خلق فرص العمل، وتحديد التكتلات القطاعية التي يمكن أن تفيدي في النمو الاقتصادي وزيادة عائدات التصدير، وتحديد السمات المكانية للصناعات الإبداعية، وتعزيز السياحة الثقافية والإبداعية. وتشمل الاعتبارات التي ينبغي أن تراعيها البلدان التي ترغب في بدء رسم خريطة اقتصاداتها الإبداعية وقياسها أو تحسين عملياتها ما يلي:

- ينبغي أن تشمل عمليات رسم الخريطة تحديد أهداف واضحة، والجمع بين أصحاب المصلحة المعنيين، ووضع تصور للصناعات الإبداعية وتحديد نطاقها، وتحديد بارامترات القياس ومصادر البيانات المتاحة، وجمع البيانات وتحليلها؛
- ينبغي استخدام التعاريف والتصنيفات والمنهجيات والمبادئ التوجيهية التي تتيحها بالفعل المنظمات الدولية والإقليمية، مثل الأونكتاد، واليونسكو، والويبو.

وثمة حاجة إلى بيانات أكثر وأفضل لقياس المساهمة الاقتصادية التي يمكن جنيها من الصناعات الإبداعية وتدفقات التجارة الدولية في السلع والخدمات الإبداعية. وقد أحرزت بعض البلدان تقدماً كبيراً على صعيد قياس المساهمة الاقتصادية للاقتصاد الإبداعي، لا سيما من حيث الناتج المحلي الإجمالي، والعمالة، والتجارة الدولية. وتعاونت بلدان أخرى مع منظمات دولية مثل اليونسكو والويبو لإعداد تقارير مشتركة. لكن نقص البيانات قد يؤدي إلى إغفال بعض الصناعات والأنشطة الإبداعية في التحليل وتصميم السياسات وعمليات التطوير. وهناك فجوة كبيرة في بيانات التجارة الإبداعية بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية. ولا يمكن دائماً التعويل على أنظمة التصنيف التجاري القائمة - التي تستند إلى الخصائص المادية للمنتج - في تقدير القيمة الثقافية والإبداعية. ويمكن الإشكال المتعلق ببيانات تجارة الخدمات في طابعها المعقد وفي الافتقار إلى القدرات الإحصائية في البلدان النامية وأقل البلدان نمواً. وتشمل التوصيات التي تصب في تحسين البيانات والإحصاءات المتعلقة بالاقتصاد الإبداعي والصناعات الإبداعية ما يلي:

- إشراك السلطات والمؤسسات العاملة في القطاع الثقافي والإبداعي، ومكاتب الإحصاء الوطنية، والمصارف المركزية في تحديد مصادر البيانات الموجودة بالفعل وتجميع البيانات لقياس مساهمة الاقتصاد الإبداعي في الناتج المحلي الإجمالي والعمالة والتجارة والرفاه؛
- تعبئة التمويل وتخصيص الموارد المالية والبشرية اللازمة لجمع وإنتاج ونشر البيانات الرسمية للاقتصاد الإبداعي بانتظام؛
- بناء القدرات الإحصائية في مجال قياس تدفقات التجارة الدولية للسلع والخدمات الإبداعية. وبوجه عام، تتزايد أهمية قياس خدمة الاقتصاد الإبداعي والتجارة الدولية في الخدمات الإبداعية لرصد وقياس التحول الهيكلي؛
- من الأهمية بمكان العمل على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالنساء والشباب والعمال غير الرسميين وغيرهم من الفئات المهمشة العاملة في القطاع الإبداعي للاسترشاد بها في السياسات التي تستهدف الصناعات الإبداعية وترمي إلى تحقيق الشمول. وثمة حاجة إلى مزيد من البيانات المصنفة. ولجمع البيانات على نحو شامل للجميع، من الضروري أيضاً أن تقدم المكاتب الإحصائية الوطنية ضمانات لاستقلالية وسرية التقارير الإحصائية؛
- يمكن للمنظمات الدولية أن تساهم في تقاسم المعرفة، ووضع مبادئ توجيهية إحصائية، وإجراء دراسات مشتركة لقياس القطاعات الإبداعية في البلدان، وإتاحة أنشطة لبناء القدرات في البلدان النامية، وتعبئة الموارد.

وتمثل الخدمات الإبداعية نسبة متزايدة من صادرات الخدمات على الصعيد العالمي، كما تسهم في توليد إيرادات تصديرية كبيرة. غير أن الاقتصادات المتقدمة تهيمن إلى حد كبير على صادرات الخدمات الإبداعية. وتشكل الخدمات، سواء كانت إبداعية أو غير إبداعية، عوامل قوية تتيح التنوع الاقتصادي. فهي قادرة على توليد المزيد من الدخل والإنتاجية وفرص العمل والاستثمار والتجارة. ويمثل الاعتماد المتزايد في الاقتصادات الوطنية والتجارة الدولية على الخدمات كمدخلات، وهو ما يصطلح عليه أيضاً بخدمته الاقتصاد، فرصة للبلدان النامية تتيح لها الانضمام إلى سلاسل القيمة العالمية وجني إيرادات من التصدير. وتزداد أهمية الخدمات الإبداعية لأن الابتكار التكنولوجي يقترن بتحول متسارع من إنتاج السلع الإبداعية إلى تقديم الخدمات الإبداعية. غير أن بيانات الأونكتاد الحديثة تبين أن البلدان النامية تظل ممثلة تمثيلاً ناقصاً إلى حد كبير في صادرات الخدمات الإبداعية، لا سيما في صادرات الخدمات المتصلة بالبحث والتطوير. ومن شأن السياسات الرامية إلى تعزيز الخدمات الإبداعية في البلدان النامية أن تسهم في تحقيق ما يلي:

- إنشاء وتحديث الإطار القانوني للاقتصاد الإبداعي، وذلك مثلاً من خلال سن قوانين للاقتصاد الإبداعي وتحديث قوانين الملكية الفكرية؛
- تعزيز القدرات المؤسسية للوكالات الحكومية المكلفة بالنهوض بالاقتصاد الإبداعي؛
- تحديد ومعالجة التحديات التي تعيق مشاركة رواد الأعمال والشركات الصغرى والصغيرة والمتوسطة في الخدمات القابلة للتسليم رقمياً، وهو نوع متزايد الأهمية من أوجه التسليم منذ جائحة كوفيد-19. وتشمل أهم التحديات التي يمكن لواضعي السياسات معالجتها ضعف الربط الشبكي في المناطق الريفية، والافتقار إلى المهارات والكفاءات الرقمية المناسبة، ومحدودية الوصول إلى حلول الدفع عبر الإنترنت، وارتفاع تكاليف الخدمات اللوجستية؛
- بلورة نظام لحقوق المؤلف يوازن بين حماية هذه الحقوق والحق في الوصول إلى الثقافة والمنتجات والخدمات الإبداعية، بما يكفل إنفاذ العوائد الريفية وتحصيلها وتوزيعها بصورة منهجية؛
- تحسين وصول مقدمي الخدمات في البلدان النامية إلى أسواق الخدمات الإبداعية في البلدان المتقدمة والنامية، وذلك مثلاً عن طريق فتح أسواق الخدمات في وجه مقدمي الخدمات الأجانب.

