

اقتصاديات الصناعات الثقافية و الإبداعية: صناعة النشر أنموذجاً  
Cultural industries: the publishing industry as a model

إعداد

د. أحمد عادل زيدان  
Dr. Ahmed Adel Zeidan

Doi: 10.21608/jinfo.2022.229726

استلام البحث : ٢٠٢٢/ ١ / ١٦ / ٢٠٢٢ / ١ / ٣١ : قبول النشر

زيدان ، أحمد عادل (٢٠٢٢). اقتصاديات الصناعات الثقافية و الإبداعية: صناعة النشر أنموذجاً. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب ، مصر، ٣ (٧) ، ١ - ٣٠.

## اقتصاديات الصناعات الثقافية و الإبداعية: صناعة النشر نموذجاً

## المستخلص :

تُعد الصناعات الثقافية والإبداعية في الوقت الراهن من أسرع الصناعات نمواً في العالم باعتبارها خيار إنمائي مستدام يعتمد على مورد فريد ومتجدد وغير محدود و هو الإبداع البشري، حيث أصبحت الأفكار بديلاً لرأس المال المادي، و تعد صناعة النشر، محور الدراسة، واحدة من أهم الصناعات الإبداعية والثقافية، و أحد مكونات ما يسمى بالاقتصاد الإبداعي. يقدم هذا البحث نظرة شاملة لمساهمة الكتاب وصناعة النشر في اقتصاديات الدول مستعرضاً تجارب كلاً من دولة المملكة المتحدة ودولة الإمارات العربية المتحدة والتي تتمثل في إلقاء الضوء على المساهمة المباشرة لهذه الصناعة في الاقتصاد الوطني وفقاً للمقاييس الاقتصادية المتعارف عليها مثل القيمة المضافة الإجمالية والعمالة والإنتاجية، و كذلك المساهمة غير المباشرة من خلال الصناعات أو القطاعات المتاخمة والمعتمدة على صناعة النشر، كما يلقي الضوء بشكل واضح على القيمة التي ساهم بها النشر في المجتمع البريطاني والمجتمع الإماراتي وذلك وفقاً للإحصاءات المتعلقة بالتأثير المباشر للنشر في هذا السياق.

كما يلقي الضوء على مدى المساهمة الاقتصادية لصناعة النشر في المملكة المتحدة والإمارات العربية المتحدة وأثارها و أبعادها، بالإضافة إلى كونها من العوامل الفاعلة والمؤثرة على الحالة التعليمية والفكرية والثقافية والاجتماعية للمجتمعين البريطاني والإماراتي خاصة والعالم بشكل عام.

**الكلمات المفتاحية :** "الاقتصاد الإبداعي-الصناعات الثقافية-الصناعات الإبداعية - النشر".

**Abstract:**

The cultural and creative industries are currently one of the fastest growing industries in the world as a sustainable development option that depends on a unique, renewable and unlimited resource which is human creativity, where ideas have become an alternative to physical capital, and the publishing industry, the focus of the study, is one of the most important creative industries and cultural, and one of the components of the so-called creative economy. This research provides a comprehensive view of the contribution of the book and the publishing industry to the economies of countries, reviewing the experiences of both the United Kingdom and the United Arab Emirates, which is to shed light on the direct contribution of this

industry to the national economy according to the recognized economic standards such as total value added, employment and productivity, as well as Indirect contribution through industries or sectors adjacent and dependent on the publishing industry, and clearly sheds light on the value that publishing has contributed to British society and Emirati society, according to statistics related to the direct impact of publishing in this context. It also sheds light on the extent of the economic contribution of the publishing industry in the United Kingdom and the United Arab Emirates, its effects and dimensions, in addition to being one of the effective and influencing factors on the educational, intellectual, cultural and social status of the British and Emirati societies in particular and the world in general.

## الإطار المنهجي

### ١/ تمهيد

تُعد الصناعات الثقافية والإبداعية في الوقت الراهن من أسرع الصناعات نمواً في العالم باعتبارها خيار إنمائي مستدام يعتمد على مورد فريد ومتجدد هو الإبداع البشري. لقد برزت تلك الصناعات خلال السنوات القليلة الماضية كأحد روافد الاقتصاد العالمي، ومحركاً من محركات النمو ومؤشراً لتماسك ورفاهية المجتمعات؛ كما تعد الصناعات الإبداعية و الثقافية بمثابة ذاكرة جماعية للمجتمع المحلي، و مستودع للأفكار الخلاقة للأجيال القادمة، بالإضافة إلى دورها كنموذج إنمائي اقتصادي فريد من خلال خلق البيئة الداعمة للابتكار الإبداعي و تحسين نوعية الحياة للأفراد، فالثقافة ليست وسيلة لتحقيق النمو الاقتصادي فحسب، بل هي أيضاً أحد عوامل التماسك الاجتماعي و التنمية البشرية.

إن البعد التنموي المستدام لهذه الصناعات يجعلها دوماً تلعب دوراً حيوياً في رسم المستقبل حيث حرية التعبير والتنوع الثقافي والتنمية الاقتصادية. و يمثل الإبداع والابتكار عاملاً مشتركاً بين قطاعات الصناعات الثقافية المتعددة كما في مجالات النشر والموسيقى والسينما والمهن الحرفية والتصميم، وهي صناعات تشهد نمواً مستمراً ومتعاضماً وتلعب دوراً حاسماً في مستقبل الثقافة.

و تمثل صناعة النشر، قلب الصناعات الثقافية، والتي شهدت منذ تسعينيات القرن الماضي، مجموعة من التطورات أسهمت في عملية التحول الكلي تجاه المعتقدات التقليدية السائدة التي اكتست بها تلك الصناعة لعقود طويلة، ومن ثم طرح مفاهيم جديدة ترتبط بطبيعة

العصر، بجانب توفر أدوات و وسائل تكنولوجية ذكية أسهمت في إحداث ثورة حقيقية في طرائق إنتاج الثقافة والمعرفة.

على إثر تلك التطورات، شهدت صناعة النشر و مؤسساتها، لا سيما في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا، تغيرات جوهرية في أنماط ملكيتها وفي هياكلها الإدارية والفنية، و في اقتصادياتها و هياكلها التمويلية، و في تقنيات وتكنولوجيا إنتاجها، كما قادت هذه التغيرات إلى تحول هذه المؤسسات إلى كيانات اقتصادية متعاطمة، تسعى إلى الربحية في المقام الأول، وبالتالي أصبحت خاضعة لمتطلبات الإنتاج وشروط الشركات سواء المحلية أو متعددة الجنسيات.

لذا، تركز الدراسة على قطاع النشر باعتباره أحد أهم مرتكزات الصناعة الإبداعية والثقافية، والذي يحوي بين طياته أبعاداً اقتصادية واجتماعية وثقافية وإبداعية. كما تلقي الضوء على مدى المساهمة الاقتصادية لصناعة النشر في المملكة المتحدة، وكذلك دولة الإمارات العربية المتحدة والجهود المبذولة في سبيل تطوير و تحويل صناعة النشر وجعلها محركاً مؤثراً ومتكاملاً مع الحراك التنموي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي محلياً و إقليمياً و دولياً.

#### ١/١ أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها محاولة جادة لإلقاء الضوء على وضع النشر العربي من الناحية الاقتصادية في ظل قلة الدراسات والبحوث ذات الصلة بالموضوع.

كما أن دراسة الواقع واستشراف المستقبل في صناعة النشر العربي من الأهمية بمكان في الوقت الراهن في ظل التطورات الجارية على الساحة الدولية، وقد أضفى مزيداً من الأهمية على هذه الدراسة تناول نموذجين رائدين في تلك الصناعة هما النموذج البريطاني والنموذج الإماراتي، وتكتسب الدراسة أهميتها من العوامل التالية :

- زيادة التوجه الدولي نحو عولمة وسائل الإنتاج المختلفة من خلال التوسع في سياسة الدمج والشراكة متعددة الجنسيات والعابرة للقارات، الأمر الذي أدى إلى زيادة الضغوط والتحديات أمام المؤسسات الصغرى والمستقلة.
- نجاح كثير من مؤسسات النشر في إعادة هيكلة ذاتها على المستوى الاقتصادي والإداري والمهني واعتراف القائمين على شئون هذه المؤسسات بقدرة هذا المنظور الاقتصادي مما عمل على جذب استثمارات جديدة، وتوفير مصادر دخل بديلة يمكن الاستفادة منها في تطوير الأداء المهني وفي استمرار المنافسة ومواجهة تحديات السوق وتقلباته.
- تحول صناعة النشر إلى صناعة ضخمة ذات أصول واستثمارات هائلة على صعيد التقنية ووسائل الإنتاج وأدواته وعلى صعيد رأس المال والإدارة والقوى البشرية وبالتالي وجود ضرورة كبرى لتعظيم الاستفادة من هذه الأصول.

• نتيجة لتطور شبكات وتكنولوجيا المعلومات ظهرت أنماط جديدة من النشر أثرت على النشر التقليدي المطبوع ودفع مؤسسات النشر لاحتمية التغيير والتطوير وإيجاد حلول بديلة و تطويع واستثمار الأدوات الجديدة لدعم قدرات المؤسسة على المنافسة والاستمرارية.

#### ٢/١ أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء واقع صناعة النشر واقتصادياته في الوطن العربي في ظل ثورة الاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي، كما أنها تساهم في إلقاء المزيد من الضوء على التحديات المهنية والاقتصادية لهذه الصناعة، مع دراسة نموذجين أحدهما دولي والآخر عربي للاستفادة من هاتين التجربتين.

#### ٣/١ منهجية الدراسة

نظراً لطبيعة هذه الدراسة فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بصناعة النشر واقتصادياته، للخروج ببعض التوصيات في سبيل تطوير صناعة النشر في الوطن العربي.

#### الإطار النظري

#### ١/٢ الصناعات الثقافية والإبداعية، و الاقتصاد الإبداعي : نظرة مفاهيمية

تستخدم مصطلحات "الصناعات الثقافية" و "الصناعات الإبداعية" بالتبادل للدلالة على نوع جديد من الاقتصاد وهو ما يسمى "بالاقتصاد الإبداعي". يرتبط مفهوم "الصناعات الثقافية" بشكل كبير بالتراث الثقافي والأشكال التقليدية للإبداع، في حين أن "الصناعات الإبداعية" تشمل ممارسات الفنون التطبيقية والابتكارات وتوليد الربح وخلق فرص العمل من خلال توليد واستغلال الملكية الفكرية.

ويشار إلى قطاع الصناعات الإبداعية أيضاً باسم "الصناعات الإبداعية والثقافية" أو "الصناعات الإبداعية والرقمية" أو "الصناعة الإبداعية" وكلها مكونات حيوية لما يسمى ب "الاقتصاد الإبداعي". والذي أطلق عليه مؤخراً في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي اسم "الاقتصاد البرتقالي" (La Economía Naranja).

#### ١/١/٢ الاقتصاد الإبداعي

تم تعريف مفهوم الاقتصاد الإبداعي من قبل جون هوكينز في كتابه عام ٢٠٠١ "الاقتصاد الإبداعي: كيف يكسب الناس المال من الأفكار". ينص هذا الكتاب على أن الملكية الفكرية هي ما يعطي قيمة للسلع والخدمات (Howkins، ٢٠٠١).

بشكل عام، يشير مصطلح "الصناعات الإبداعية" إلى مجموعة من الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بتوليد الإبداع والأفكار والمعارف والمعلومات وتسويقها.

قام جون هوكينز بتطوير المفهوم في عام ٢٠٠١ لوصف النظم الاقتصادية حيث تستند القيمة إلى الخصائص الإبداعية الجديدة بدلاً من الموارد التقليدية للأرض والعمل ورأس

المال. كما تستخدم لوصف الإبداع في الاقتصاد كله، حيث أصبح الإبداع هو السمة المميزة لاقتصادات القرن الحادي والعشرين المتقدمة، كما كان حال مع التصنيع في القرن التاسع عشر و أوائل القرن العشرين.

ووفقاً لـ هوكنز "هناك أربعة قطاعات للاقتصاد الإبداعي وهي (حقوق التأليف والنشر، والبراءات، والعلامات التجارية، وصناعات التصميم) وجميعها تشكل معا الصناعات الإبداعية. أما القطاعات أو الصناعات الأساسية للاقتصاد الإبداعي هي: البحث والتطوير، النشر، البرمجيات، التلفزيون والراديو، التصميم، الموسيقى، الأفلام، الألعاب، الإعلان، العمارة، الفنون والأداء، الحرف، ألعاب الفيديو، الموسيقى، الفن (Metropolises).

وضعت منظمة اليونسكو، هي الأخرى، تعريفاً للصناعات الثقافية والإبداعية حيث عرفت أنها "تلك الصناعات التي تجمع بين إنتاج وتسويق محتويات إبداعية غير ملموسة وذات طبيعة ثقافية، عادة ما تكون هذه المحتويات محمية بموجب حقوق الطبع والنشر ويمكن أن تتخذ شكل سلعة أو خدمة. إلى جانب كل ما يتعلق بالإنتاج الفني والثقافي "

و في هذا المجال تعمل منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) من خلال شبكة التحالف العالمي للتنوع الثقافي والمدن الإبداعية من أجل تعزيز الصناعات الثقافية على الصعيد الدولي من خلال تشجيع تبادل المعرفة وبناء القدرات والممارسة الجيدة والتوجيه بين أعضائها، حيث يشجع التحالف العالمي للتنوع الثقافي من خلال تعزيز قدرة الصناعات الثقافية على إنتاج وتوزيع السلع والخدمات ومساعدتها على الوصول إلى الأسواق الوطنية والدولية.

على الجانب الآخر، قدم مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) تعريفاً للصناعات الإبداعية بأنها "دورات لإنتاج السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري كمدخلات رئيسية. حيث يتم تصنيفها حسب دورها على أنها تراث وفن وإعلام وإبداعات وظيفية".

كما قدم (UNCTAD) موضوع "الاقتصاد الإبداعي" في جدول أعمال الاقتصاد والتنمية العالمي. وعرف الاقتصاد الإبداعي بأنه "مفهوم ناشئ يتعامل مع التفاعل بين الإبداع والثقافة والاقتصاد والتكنولوجيا في عالم معاصر تهيمن عليه الصور والأصوات والنصوص والرموز". حيث يعتبر الأونكتاد الصناعات الإبداعية من بين القطاعات الأكثر ديناميكية في الاقتصاد العالمي التي توفر فرص جديدة للبلدان النامية للقفز إلى المناطق الناشئة ذات النمو المرتفع للاقتصاد العالمي.

أما المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) فقد عرفتتها على أنها "الصناعات القائمة على حق المؤلف هي الصناعات المكرسة أو المترابطة أو المرتبطة بشكل مباشر أو غير مباشر بإنشاء أو إنتاج أو تمثيل أو عرض أو اتصال أو توزيع أو بيع بالتجزئة للمواد المحمية بموجب حقوق النشر".

أما وزارة الثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة (DCMS) فتعرف الصناعات الإبداعية بأنها تلك الأنشطة القائمة على الإبداع والموهبة الفردية والمهارة ، والتي لديها القدرة على خلق الوظائف والثروة من خلال توليد الملكية الفكرية واستغلالها. كما عرفت اللجنة الاقتصادية لأمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي (ECLAC) صناعات المحتوى بأنها هي: النشر، الأفلام، التلفزيون، الراديو، الفونوغراف، الإنتاج السمعي البصري، محتويات الويب، الألعاب الإلكترونية... إلخ. (Parrish, 20-).

### ٢/١/٢ الاقتصاد البرتقالي (Economia Naranja)

الاقتصاد البرتقالي (Economia Naranja) مصطلح صاغه فيليبي بويتراجو ريستريبو وإيفان دوكي، مؤلفا كتاب "الاقتصاد البرتقالي، فرصة لا حصر لها". والذي برر اكتساب هذا النوع من الاقتصاد تلك الصبغة، كون اللون البرتقالي كان رمزا للثقافة والإبداع والهوية عند المصريين القدماء، وهو الصبغة الطاغية على إبداعات الفراعنة، و تزينت بها رسوم ونقوش مقابر الفراعنة.

يشير الاقتصاد البرتقالي إلى مجموعة الأنشطة الاقتصادية التي تجمع بين الموهبة والإبداع والتكنولوجيا والثقافة ، والتي من المتوقع أن تكون بمثابة محرك جديد للنمو الاقتصادي والتحول الاجتماعي. حيث يتم جمع ثلاث فئات عريضة في الاقتصاد البرتقالي تجمع بين الالتزام الإبداعي، وهي : الفنون والتراث، والصناعات الإبداعية والإبداعات الوظيفية (Desarrollo, 2013).

### ٢/٢ قطاعات الصناعات الثقافية والإبداعية

تتألف الصناعات الثقافية والإبداعية من جميع القطاعات التي تستند أنشطتها إلى القيم الثقافية أو أشكال التعبير الإبداعي الفردي أو الجماعي؛ والتي تمثل عامل مشترك للتماسك الاجتماعي وتعزيز الهوية ؛ وهي تتألف من القطاعات التالية : (الإعلان والتسويق؛ الهندسة المعمارية؛ الحرف؛ التصميم؛ الموضة؛ السينما والتلفزيون والمسرح والفيديو والراديو والتصوير الفوتوغرافي؛ تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات وخدمات الكمبيوتر؛ النشر؛ المتاحف والمعارض والمكتبات؛ الموسيقى والأداء والفنون البصرية).

### ٣/٢ عوامل نجاح الصناعات الإبداعية والثقافية

يعتمد نجاح تلك الصناعات الناشئة في تحقيق تلك المكاسب على عدة مقومات أساسية لتحقيق العوائد المأمولة، تتمثل تلك العوامل في وجود مدينة لديها إرادة سياسية و مجتمعية وإدارة أعمال ناجحة وسوق كبيرة، وثقافة متميزة تحقق رواج فائق، وحاضنات أو تجمعات ذات موقع استراتيجي متميز يضم غالبية الصناعات الإبداعية الخاصة بالدولة أو المدينة، وطبقة مبدعة تتمثل في رأس المال البشري القادر على الإبداع والابتكار بمنظومة بحث وتطوير قادرة على أن ترتقى بصناعات إبداعية تحقق ميزة تنافسية عالمية، وهذه العوامل مجتمعة تحقق صناعات إبداعية ناجحة وناتج ذو قيمة عالية (يوسف و عبدالوهاب، ٢٠١٧).

## ٤/٢ متطلبات تعزيز الصناعات الثقافية والإبداعية

تواجه الحكومات -خاصة في الدول النامية- جملة من التحديات في سبيل توطين تلك الصناعات الناشئة من خلال توفير مجموعة من المتطلبات الجوهرية، والتي تتمثل فيما يلي:

- الاستثمار في التعليم، ورأس المال البشري.
- توفير أو تحسين البنية التحتية الرقمية.
- تعزيز استراتيجيات إدارة الأصول الثقافية والتنمية الثقافية المجتمعية.
- دعم وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة المرتبطة بالصناعات الإبداعية.
- العمل على جمع البيانات اللازمة من أجل تعزيز فهم حجم الصناعات الإبداعية الوطنية وأهميتها والروابط الناشئة عنها، والإلمام بالدور الذي يؤديه القطاع الخاص غير الرسمي من أجل تعزيز فهم واضعي السياسات ومتخذي القرار (Flew, T, 2014).
- إنشاء عناقيد إبداعية يمكن أن تجمع بين المشاركين في كل من القطاعين الحكومي والخاص المرتبط بالصناعات الإبداعية.

## ٥/٢ الصناعات الثقافية والإبداعية والتنمية

تعد الصناعات الثقافية والإبداعية محركات رئيسية لاقتصادات البلدان المتقدمة والبلدان النامية، حيث تعد من بين القطاعات الأسرع نمواً في جميع أنحاء العالم، لما لها من تأثير على توليد الدخل، وخلق فرص العمل، وقدرتها على صياغة مستقبل أفضل للدول في جميع أنحاء العالم.

تحلل الدراسة الشاملة التي أجرتها EY ، "أوقات ثقافية - الخريطة العالمية الأولى للصناعات الثقافية والإبداعية" (Times, C., 2015)، ١١ قطاعاً من الصناعات الثقافية والإبداعية (CCI) عبر آسيا والمحيط الهادي، وأوروبا، وأمريكا الشمالية، وأمريكا اللاتينية، وإفريقيا، والشرق الأوسط.

تستحوذ آسيا والمحيط الهادي على ٣٤ % من إيرادات CCI العالمية، و ٤٠ % من الوظائف مع أكبر قاعدة للمستهلكين، كما تستحوذ الألعاب الإلكترونية على النسبة الأكبر من الإيرادات، مع ملاحظة النمو المتسارع في قطاع الأفلام والكتب.

أما أوروبا فتستحوذ على ٣٢ % من إيرادات CCI العالمية، و ٢٥ % من الوظائف، حيث يعتمد الاقتصاد الثقافي على التاريخ، ويعزز دعم شعبي قوي.

و تستحوذ أمريكا الشمالية على ٢٨ % من إيرادات CCI العالمية، و ١٥ % من الوظائف. مع تأثير دولي قوي من خلال الأفلام الرائدة والفنون الاستعراضية والإنتاج التلفزيوني.

أما أمريكا اللاتينية فتستحوذ على ٦ % من إيرادات CCI العالمية، و ١٦ % من الوظائف. ويعد الإنتاج التلفزيوني هو الملك بالنسبة لقطاع الصناعات الإبداعية والثقافية حيث تصدر البرامج التلفزيونية إلى جميع أنحاء العالم، فضلاً عن الموسيقى والرقص.



وأخيراً، تستحوذ أفريقيا والشرق الأوسط على ٣ % من إيرادات CCI العالمية، و ٨ % من الوظائف. ويستحوذ إنتاج الأفلام، و التلفزيون والموسيقى على النسبة الأكبر من تلك الإيرادات.

كما تسلط العديد من الدراسات الضوء على تأثير الصناعات الثقافية والإبداعية على النمو والتوظيف وإمكاناتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإبداعية. فقد ساهمت في خلق فرص العمل، كما ساعدت الاقتصادات المحلية على النمو المتسارع، حيث تمثل الصناعات الثقافية والإبداعية ٣ في المائة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، بفضل إيراداتها البالغة ٢.٢٥٠ تريليون دولار أمريكي وتوظيف ما يقرب من ٢٩.٥ مليون شخص، وهو ما يمثل حوالي ١ في المائة من تعداد سكان العالم حالياً.

أشارت إلى تلك المساهمات دراسة قدمت بالاشتراك بين الاتحاد الدولي لجمعيات المؤلفين والملحنين (CISAC) ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) في مقر اليونسكو في باريس، فرنسا، والتي نشرتها EY (سابقاً Ernst & Young).

تخلص الدراسة إلى أنه من أجل إطلاق الإمكانيات الكاملة للصناعات الإبداعية والثقافية، يجب أن يتقاضى المبدعون أجراً ملائماً مقابل استخدام أعمالهم الإبداعية، حتى يتمكنوا من مواصلة المساهمة في الثقافة والاقتصاد، كما توفر الدراسة حقائق تعكس التنوع الذي تمثله اتفاقية اليونسكو لعام ٢٠٠٥ بشأن حماية وتعزيز تنوع أشكال التعبير الثقافي، وتعزز الجهود العالمية لليونسكو من أجل "مزيد من البيانات ومؤشرات أقوى حول دور الثقافة في تنمية المجتمعات" (SOCAN, 2015).

#### ١/٥/٢ قطاع الصناعات الثقافية والإبداعية في الولايات المتحدة الأمريكية

تساهم الصناعات الإبداعية في الولايات المتحدة الأمريكية بأكثر من ٨٠٠ مليار دولار سنوياً في الاقتصاد، بما يعادل أكثر من ٤ % من الناتج المحلي الإجمالي (أكثر من قطاعات الزراعة والبناء والنقل). كما أن الصناعات الإبداعية تنمو بشكل أسرع بكثير عن غيرها في الاقتصاد الكلي للولايات المتحدة الأمريكية. ففي الفترة من عام ٢٠١٤ إلى عام ٢٠١٦، نمت الصناعات الإبداعية في المتوسط ٤.٢ % كل عام، مقارنة بمعدل نمو قدره ٢.٢ % للاقتصاد الأمريكي بأكمله. في عام ٢٠١٦، حققت الولايات المتحدة فائضاً تجارياً قدره ٢٥ مليار دولار للسلع والخدمات الإبداعية بسبب صادرات الأفلام والبرامج التلفزيونية وألعاب الفيديو وغيرها. وهو ما يمثل أكثر من ١٠ أضعاف الإيرادات في عام ٢٠٠٦، حيث بلغ الفائض التجاري ملياري دولار فقط (Al Mulla, Sara, 2019).

#### ٢/٥/٢ قطاع الصناعات الثقافية والإبداعية في أوروبا

تعد الصناعات الثقافية والإبداعية مصدر حيوي للنمو الاقتصادي في أوروبا، وذلك وفقاً لما أكدته تقرير قمة الصناعات الإبداعية الأوروبية (European Creative Industries Summit, 2015)، حيث تشكل القطاعات الثقافية والإبداعية حوالي ٤.٥ %

من الاقتصاد الأوروبي، من خلال ١.٤ مليون شركة صغيرة ومتوسطة الحجم تقوم بتوليد وتوزيع المحتوى الإبداعي في جميع أنحاء أوروبا، ويعمل بها ما يقرب من ٨.٥ مليون شخص في القطاعات الإبداعية في جميع أنحاء أوروبا.

بشكل عام يلاحظ ارتفاع مؤشرات قياس المساهمة الاقتصادية للقطاع الثقافي والإبداعي في الاتحاد الأوروبي، حيث تمثل الصناعات الإبداعية والثقافية 3.3% من الناتج المحلي الإجمالي للاتحاد الأوروبي وتولد ٦.٧ مليون وظيفة (٣% من إجمالي العمالة)، كونها واحدة من القطاعات الأكثر ديناميكية في أوروبا، حيث تشير البيانات الحديثة أيضاً إلى أنه في وقت الأزمات، أظهر التوظيف في هذا القطاع قدراً كبيراً من المرونة (EUROCITIES, 2016).

لقد أولى الاتحاد الأوروبي هذا القطاع الناشئ اهتماماً واضحاً، تجلى ذلك الاهتمام في خطة عمل المفوضية الأوروبية الخاصة بالثقافة (٢٠١٥-٢٠١٨) والتي أشارت إلى القطاعات الثقافية والإبداعية والاقتصاد الإبداعي والابتكار كأحد أولوياتها الرئيسية لصياغة سياستها الثقافية. كما أكدت الخطة الأوروبية الجديدة للثقافة (٢٠١٩-٢٠٢٢) على أهمية القطاعات الثقافية والإبداعية للابتكار وخلق فرص العمل والتماسك ورفاهية المجتمعات، وتنفذ خطة السياسة هذه من خلال مجموعة متنوعة من الإجراءات والمبادرات - مثل برنامج أوروبا الإبداعية - وكذلك التمويل من مختلف موارد المفوضية (European Commission, 2018).

حيث يدعم الاتحاد الأوروبي القطاعات الثقافية والإبداعية من خلال:

- برامج دعم الاتحاد الأوروبي: أوروبا الإبداعية، والسياسات الإقليمية للاتحاد الأوروبي عبر الصناديق المختلفة (ERDF، ESF، صندوق الاستثمار، إلخ).
- السياسة الثقافية للاتحاد الأوروبي لتعزيز التعلم وتبادل أفضل الممارسات من خلال (خطة العمل للثقافة، مجموعات خبراء الدول الأعضاء، حوارات المجتمع المدني، أنشطة التعلم عبر المراكز الإبداعية... إلخ).
- و في خطة عمل الاتحاد الأوروبي الأخيرة للثقافة، كانت السياسات العامة وريادة الأعمال والابتكار للقطاعات الثقافية والإبداعية واحدة من القضايا التي تم تناولها والتركيز عليها من قبل خبراء الدول الأعضاء وأصحاب المصلحة وخدمات المفوضية:
- شبكة الاتحاد الأوروبي للمراكز الإبداعية
- الفضاءات الثقافية والإبداعية
- المشروع التجريبي Creative FLIP (التمويل والتعلم والابتكار وبراءات الاختراع)
- الإدارة التشاركية للتراث الثقافي
- شبكة رواد الأعمال من الشباب المبدعين
- شبكة الأعمال الإبداعية الأوروبية (ECBN)

URBACT ■

■ الشبكة الأوروبية لمراكز الابتكار الرقمي (الكعبي، ٢٠٢٠)

من أجل دعم القطاعات الثقافية والإبداعية في صنع السياسات القائمة على الأدلة. كما تعمل المفوضية الأوروبية على الإحصاءات الثقافية وغيرها من الدراسات ذات الصلة، كالدراسات التالية "الإحصاءات الثقافية للاتحاد الأوروبي - دراسة على سلاسل القيمة الإبداعية - مرصد الثقافة والإبداع - دليل للإحصاءات الثقافية".

٣/٥/٢ قطاع الصناعات الثقافية والإبداعية في دولة الإمارات العربية المتحدة

أدركت دولة الإمارات مبكراً أهمية الاستثمار في الصناعات الثقافية والإبداعية، فسارعت إلى وضع خريطة طريق متكاملة، وأعدت منظومة من السياسات والمبادرات لدعم واكتشاف الموهوبين والمبدعين الذين سيقودون هذا القطاع الحيوي، والمتوقع له أن يصبح في المستقبل القريب أحد محفزات النمو الاقتصادي.

فقد سارعت الدولة إلى مواكبة تلك المستجدات بتشجيع ريادة الأعمال في المجالات الثقافية والإبداعية من خلال خطة استراتيجية تتضمن إطلاق حاضنات ومسرعات الأعمال الثقافية والإبداعية.

يتميز قطاع الصناعات الثقافية والإبداعية في دولة الإمارات العربية المتحدة بتوفر فرص واعدة ضخمة تهبيئ لها تحقيق طفرة إنمائية مستدامة بين دول المنطقة و تعزيز مكانة الإمارات على خارطة الثقافة العالمية، حيث تؤمن قيادات الدولة بدور الثقافة في تقدم الدولة ودعم مشاريع ريادة المستقبل، حيث لا معنى لتقدم أي مجتمع ما لم يمتلك قطاعاً ثقافياً متطوراً يقوم على صناعات ثقافية حقيقية على أساس الإبداع والابتكار لتسهم بشكل فعلي في الاقتصاد، حيث تلعب الصناعات الإبداعية والثقافية في الوقت الراهن دوراً متعاضداً في اقتصادات الدول الكبرى الصناعية.

لذا وجه صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم بإطلاق «صندوق التنمية الثقافية» في دولة الإمارات، والذي يهدف إلى توفير الموارد المالية اللازمة لدعم النشاط الثقافي في مختلف أنحاء الدولة، ومساندة المشاريع والمبادرات الرامية إلى تعزيز المنتج الثقافي الإماراتي والارتقاء به على الصعيدين الإقليمي والعالمي، كما كلف وزارة الثقافة وتنمية المعرفة باعتبارها جهة اختصاص بتأسيس هذا الصندوق والإشراف عليه، وبإطلاق «مؤشر مساهمة الصناعات الإبداعية» في الناتج الإجمالي المحلي للدولة لتحديد مدى إسهام قطاع الثقافة بمختلف مساراته في دعم مسيرة التنمية الاقتصادية (سلطان، ٢٠١٨).

كما أطلقت وزارة الثقافة وتنمية المعرفة في سبيل ذلك ما يسمى بالمجالس الثقافية لمجموعة من القطاعات، حيث سيكون هناك مجلس الفنون، مجلس التراث، مجلس الصناعات الثقافية والإبداعية، و ستكون هذه المجالس تحت مظلة وزارة الثقافة وتنمية

المعرفة، وهدفها دراسة التحديات التي تواجه العمل الثقافي على المستويات التشريعية والتنظيمية والاستراتيجية وتضع الحلول والمبادرات لمعالجتها بالتعاون مع الشركاء. وقد وضعت الوزارة استراتيجية مخصصة للقطاع الثقافي والمتمثلة بالأجندة الثقافية التي تمتد حتى عام ٢٠٣١، وهي المرحلة الأولى من استراتيجية مئوية الإمارات ٢٠٧١، حيث سيتم تحديث الأجندة الثقافية بشكل دوري كل عامين وفقاً للمتغيرات الاستراتيجية والتوجهات الحكومية المستجدة.

تهدف الأجندة الثقافية لوزارة الثقافة إلى بناء قطاع ثقافي متكامل وملهم للإمارات والعالم، و تطوير ثقافة تنسم بالريادة والتميز، واطلاق شرارة الإبداع في الأجيال الشابة، وتعمق الانتماء الوطني وتعزز التفاؤل بالمستقبل الذي يليق بالدولة ومكانتها (الكعبي، ٢٠١٨).

#### ٦/٢ العوائد الاجتماعية والثقافية والسياسية والبيئية للصناعات الإبداعية

لم تعد قيمة الصناعات الإبداعية والثقافية الاقتصادية بمعزل عن قيمتها الاجتماعية والثقافية، فقد أشار مسح أجرته الأمم المتحدة للاقتصاد الإبداعي العالمي، نُشر في عام ٢٠٠٨، إلى أنه بعيداً عن كون هذه الصناعات ظاهرة مرتبطة بالدول المتقدمة وما بعد الصناعية في أوروبا وأمريكا الشمالية، فإن معدل النمو السريع في "الصناعات الإبداعية والثقافية" أصبح ملموساً في كل قارة من قارات العالم. وخلص التقرير إلى أن "التفاعل بين الإبداع والثقافة والاقتصاد والتكنولوجيا، على النحو المعبر عنه في القدرة على خلق وتداول رأس المال الفكري، لديه القدرة على خلق الوظائف والصادرات وتعزيز الدخل القومي، وفي الوقت نفسه تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنوع الثقافي وتنمية وتطوير المورد البشري.

و مع تحول الثقافة والإبداع إلى قوة دافعة متزايدة في الاقتصاد الدولي، أصبح من الضروري قياس تأثيرها ليس فقط على الاقتصاد ولكن أيضاً على المجتمع ككل؛ فبالإضافة إلى العوائد والمكاسب الاقتصادية للصناعات الإبداعية، إلا أن ثمة جوانب اجتماعية أخرى على جانب كبير من الأهمية تتعلق بتعزيز الاندماج والتماسك الاجتماعي، كما في المملكة المتحدة التي تطبق ما يعرف بـ "الاندماج الاجتماعي من خلال الاقتصاد الرقمي"، وهو مشروع تموله مجالس البحوث في المملكة المتحدة التي ترمي إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومستجداتها للمنفعة الاجتماعية (يوسف و عبد الوهاب، ٢٠١٧).

كما ينضوي الاقتصاد الإبداعي أيضاً على الأنشطة الثقافية التي يمكن لها أن تلعب دور حيوي في ربط الفئات الاجتماعية بالمجتمعات المحلية والمساهمة في التماسك الاجتماعي وتعزيز الهوية، فمظاهر الثقافة -العادات والطقوس والموسيقى وما إلى ذلك - تتخلل الحياة اليومية لجميع أفراد المجتمع، وتشكل مقوماً هاماً من مقومات توفير التعليم والثقافة والسعادة (United Nations, 2010).

فالصناعات الثقافية تعد بمثابة ذاكرة جماعية للمجتمع المحلي، وهي بمثابة مستودع للأفكار الخلاقة للأجيال القادمة، بالإضافة إلى دورها في التنمية الاقتصادية من خلال خلق البيئة الداعمة للابتكار والإبداع وتحسين نوعية الحياة للأفراد. كما أنها ليست وسيلة لتحقيق النمو الاقتصادي فحسب، بل تعد أيضاً عاملاً من عوامل التماسك الاجتماعي و التنمية البشرية (Van der Pol, H., 2007).

ومن الناحية السياسية تمثل الصناعات الإبداعية حافزاً لدعم الجهود الحكومية الرامية إلى زيادة الاندماج في الاقتصاد العالمي عن طريق زيادة القدرة التنافسية لسلعها وخدماتها الإبداعية في الأسواق العالمية، وفي الوقت نفسه تعزيز خلق فرص العمل والتنوع. ووفقاً للأونكتاد فإنه علينا في الوقت الراهن أن نفهم التفاعل بين الإبداع والاقتصاد والثقافة والتكنولوجيا من أجل صياغة الاستراتيجيات الإنمائية للقرن الواحد والعشرين (KEA, E., 2009).

هناك أيضاً عوائد بيئية للصناعات الإبداعية تتجلى في مراعاة الاعتبارات البيئية، فهي تقوم بالأساس على الأفكار التي يتم ترجمتها في صورة منتجات و سلع وخدمات إبداعية، و حيث أن الإبداع مقوم أساسي وأصيل من مدخلات الإنتاج، بالتالي فإن مخرجاتها ومنتجاتها صديقة للبيئة (يوسف و عبدالوهاب، ٢٠١٧).

### المحور التطبيقي

#### ١/٣ صناعة النشر قلب الصناعات الثقافية

تعد صناعة النشر هي قلب الصناعات الثقافية، و يحظى تاريخ قطاع النشر في منطقة الشرق الأوسط بالتقدير والأهمية، بفضل مساهماته الكبيرة في تنمية ونشر المعرفة وتنشئة أجيال من المتعلمين والمثقفين والمبدعين، إلا أنه يواجه دوماً جملة من الأزمات والتحديات التي تقف دوماً حجر عثرة في سبيل تطوره وازدهاره، فحقيقة الواقع تقول أن صناعة النشر في الوطن العربي مازالت في بداياتها مقارنة بالعالم الغربي، وأنها في بعض الأحيان تبقى عالية على الحكومات بدلاً من قيامها بدورها المرجو بدعم الاقتصاد الوطني للبلدان العربية وتصبح مورداً رئيسياً من موارد الدخل القومي كسائر دول العالم الغربي ولا سيما المملكة المتحدة، كما أن حركة النشر في العالم العربي تواجه إشكالية كبيرة، تتمثل في العلاقة بين مضمون ما ينشر وحجم ما ينشر وطبيعة النشر ذاته.

في هذا الإطار، تشكل دولة الإمارات العربية استثناءً نوعياً في واقع النشر العربي المتدهور، والتي تشهد حركة النشر فيها نمواً مطرداً؛ وأصبحت رائدة بمبادراتها ومشاريعها الضخمة وتجربتها الثرية في هذه الصناعة بمختلف أشكالها وقطاعاتها.

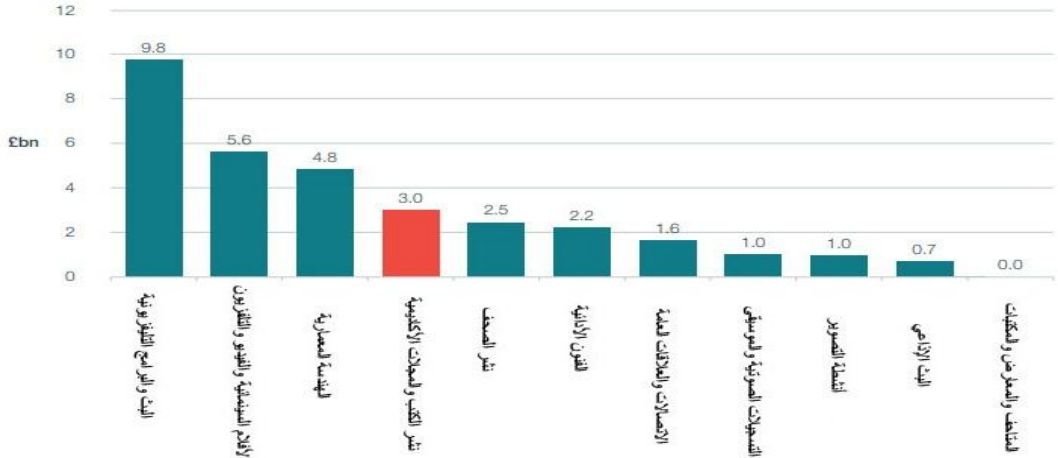
#### ١/٣ الصناعات الثقافية والنشر في المملكة المتحدة

حظت الصناعات الثقافية والإبداعية في المملكة المتحدة باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة، حيث تقدر وزارة التكنولوجيا الرقمية والثقافة والإعلام والرياضة (DCMS)

مساهمة هذا القطاع بقيمة ٥.٣ ٪ من إجمالي القيمة المضافة (GVA) للمملكة المتحدة. فقد وفر مجال الصناعات الثقافية والإبداعية في المملكة المتحدة حوالي مليون وظيفة، كما جلب هذا المجال حوالي ١٢.٥ مليار جنيه إسترليني للاقتصاد المملكة، فالصناعات الثقافية والإبداعية توفر دخلاً قومياً يزيد أربع مرات عن الدخل الذي تقدمه الزراعة وصناعات صيد الأسماك وأعمال الغابات، ويعمل في هذه الصناعات حوالي ٤-٦٪ من قوة العمل في بريطانيا، ويقدم مجال التصميم والنشر والتلفزيون والراديو حوالي ٧٥٪ من الدخل الخاص بهذه الصناعات، ويعمل في هذه المجالات الأربعة أيضاً ٥٠٪ من العاملين في مجال الصناعات الثقافية والإبداعية (عبد الحميد، ٢٠١٤).

المؤسسة	حجم العمالة
Macmillan	1564
Oxford University Press	1500
Penguin Group UK	1300
Random House Group	1100
Pearson Education	1100
HarperCollins Publishers	1017
Blackwell Publishing	962
Cambridge University Press	850
Taylor & Francis	808
Hodder Headline	703

جدول (١) حجم العمالة في أكبر ١٠ مؤسسات نشر بريطانية (source: The Bookseller)



شكل (٢) إجمالي القيمة المضافة لبعض الصناعات الإبداعية (ONS, 2020)

كما يوضح الشكل السابق (٢) التأثير الاقتصادي لنشر الكتب والمجلات الأكاديمية مقارنة بالصناعات الإبداعية المختارة باستخدام بيانات Annual Business Survey (ABS) لعام 20٢٠، حيث ساهمت بما يقدر بثلاثة أضعاف القيمة المضافة لصناعة التسجيل الصوتي والموسيقي (١.٠ مليار جنيه استرليني) ولكنها في نفس الوقت أقل من قيمة مساهمة صناعة التلفزيون والبيث (٩.٨ مليار جنيه استرليني).

### ١/١/٣ نظرة عامة على قطاع النشر البريطاني

تتكون صناعة النشر في المملكة المتحدة من ثلاث مجموعات رئيسية من الشركات: الشركات متعددة الجنسيات، وكبار الناشرين في المملكة المتحدة، و دور النشر الخاصة الصغيرة.

الشركات متعددة الجنسيات هي شركات دولية كبرى، بعضها شركات بريطانية خالصة و البعض الآخر مملوك لأجانب من خارج المملكة، وجميعها يمثل القلب النابض لصناعة النشر في المملكة المتحدة.

وهذه الشركات بعضها متخصص كلياً في قطاع النشر و خدمات المعلومات مثل (RELX و Informa و Thomson)، في حين أن البعض الآخر عبارة عن تكتلات إعلامية يمثل قطاع النشر جزء صغير من أنشطتها مثل (News Corp or Bertelsmann)، كما أنها تستحوذ على حصة كبيرة من سوق النشر بقطاعاته المختلفة حيث تستحوذ على ٤٤ % من نسبة المبيعات مثل Penguin Random House (المملكة)

المتحدة / ألمانيا)، Hachette (فرنسا) و HarperCollins (الولايات المتحدة الأمريكية) (Publishers Association Market Report UK و ٢٠١٦).

وعلى صعيد قطاع النشر المتخصص برزت أسماء العديد من الشركات متعددة الجنسيات، ففي مجال نشر الكتب المدرسية وتعليم اللغة الإنجليزية نجد منها Pearson (المملكة المتحدة)، Oxford University Press (المملكة المتحدة)، و Hodder (جزء من Hachette).

و في سوق الكتب الأكاديمية والمهنية نجد أبرزها : Pearson (المملكة المتحدة)، McGraw Hill Education (الولايات المتحدة) و Wiley (الولايات المتحدة)، أما على صعيد سوق المجالات الأكاديمية نجد من أبرز روادها RELX (المملكة المتحدة / هولندا)، Nature Springer (ألمانيا)، Informa (المملكة المتحدة) و Wiley (الولايات المتحدة). هذه الشركات متعددة الجنسيات تشكلت في الغالب من خلال سلسلة من عمليات الاستحواذ والاندماجات منذ فترة الثمانينات حتى وقتنا الراهن. فعلى سبيل المثال Penguin Random House، والتي تعد أكبر ناشر في العالم تم تشكيلها عن طريق دمج مجموعتي (Penguin) و (Random House) في عام ٢٠١٣.

دفعت العديد من العوامل هذه الشركات إلى الاندماج منها أنها حافظت على القوة التفاوضية للناشرين في ظل الاندماج المتنامي لتجار التجزئة، كما أنها ساهمت في الحصول على خصومات على خدمات الطباعة والورق، بالإضافة إلى عامل آخر مهم وهو أن مؤسسات النشر تعد عامل جذب للشركات متعددة الجنسيات لأنها توفر تدفقات نقدية ثابتة يمكن التنبؤ بها نسبياً سواء من خلال النشر العادي أو المعتمد على المنصات الإلكترونية.

و على الرغم من أن شركات النشر الرائدة قد نمت بسرعة مذهلة مع مرور الوقت، إلا أنها تميل منذ أواخر التسعينات إلى التخصص في مجالات محددة من أجل تحقيق الريادة في هذا القطاع المتخصص سواء مجلات أكاديمية أو كتب دراسية أو كتب إلكترونية أو غيرها.

أما الفئة الثانية وهي كبار الناشرين في المملكة المتحدة نجد هناك هناك مجموعة متنوعة منهم بأحجام وتخصصات مختلفة، وهي تتراوح بين شركات كبيرة مثل Bloomsbury (ناشر هاري بوتر، والكتب الأكاديمية والتجارية)، و Thames & Hudson (متخصص في الكتب الفنية) و Faber & Faber (رائد الكتب الأدبية)، إلى الشركات الصغيرة و التي يبلغ متوسط مبيعاتها السنوية حوالي ٥٠٠ ألف جنيه إسترليني لكل منها، وأخرى محدودة والبعض مملوك لعائلات وأفراد.

بالإضافة إلى ما سبق نجد أن هناك الآلاف من مكاتب النشر الصغيرة جداً المملوكة لأفراد، و هذه تميل إلى النشر في مجالات متخصصة مثل الشعر والفن والموضوعات ذات الاهتمام المحلي أو نصوص في اللغات الويلزية أو الغيلية أو الأسكتلندية، وهؤلاء بالرغم من ضعف حالتهم الاقتصادية إلا أنهم يحتفظون بنفوذ ثقافي كبير في المملكة المتحدة وخارجها.



في السنوات الأخيرة ، مكنت التطورات التكنولوجية المرتبطة برقمنة المحتوى شركات النشر الكتابية من مراجعة عملياتها التشغيلية وهياكلها التنظيمية في ظل التحديات والتطورات الجديدة. وتشمل هذه [العمليات] تكامل البيانات مع شركاء سلسلة التوريد، والتوزيع عبر الإنترنت، والتسعير الديناميكي (وفقاً لنوعية العملاء أو بناءً على الحالة الشرائية)، والطباعة عند الطلب، والكتب الإلكترونية، وغيرها. كما أتاحت الرقمنة فرصاً للابتكار في نماذج الأعمال (Business Models)، مما مكّن الناشرين من تطوير المحتوى الخاص بهم وجعله أكثر سهولة وأكثر إفادة.

مما سبق، يتضح الدور الاقتصادي الفاعل لصناعة النشر في الاقتصاد البريطاني، بالإضافة إلى كونها من العوامل الفاعلة والمؤثرة في الحالة التعليمية والفكرية والثقافية والاجتماعية للمجتمع البريطاني خاصة والعالم بشكل عام فعلى سبيل المثال :

- يساهم الناشر في المملكة المتحدة في نشر الكتب الدراسية وغيرها من مصادر التعلم التي تعتمد عليها المدارس والكلية وأنظمة التعليم العالي لإنتاج قوة عاملة متعلمة.

- يلعب الناشر في المملكة المتحدة دوراً رئيسياً في دعم المجتمعات البحثية والمهنية العلمية، فهم عامل رئيس في تسهيل المراحل المختلفة لدورة الابتكار من التمويل، والنشاط البحثي، ومخرجات البحوث واستيعابها.

- يعمل الناشر في المملكة المتحدة على نشر الإبداع في قطاعات أخرى مثل الأفلام والتلفزيون والألعاب والأحداث الحية والمسرح ؛ على وجه التحديد، يلعب النشر دوراً مركزياً في اكتشاف محتوى الأفلام والتلفزيون والمسرح فهو واحد من المصادر الرائدة للمواد في هذه المجالات.

### ٢/١/٣ صناعة النشر والتنمية في بريطانيا

ساهمت صناعة النشر في اقتصاد المملكة المتحدة بشكل مباشر بمبلغ ٣.٢ مليار جنيه استرليني في إجمالي القيمة المضافة (GVA). حيث ساهم نشر الكتب ب ٢.٢ مليار جنيه استرليني (٦٨ ٪) ، في حين بلغت أرباح نشر المجلات الأكاديمية ١.٠ مليار جنيه استرليني (٣٢ ٪).

نستنتج مما سبق، أن صناعة النشر في المملكة المتحدة ساهمت بشكل مباشر بأكثر من الخمس في الاقتصاد الوطني البريطاني مقابل أرباح نشر الصحف (٢.٥ مليار جنيه استرليني) وثلاث مرات على سبيل المثال كما في صناعة التعدين والمحاجر وصناعة آلات البناء (١.١ مليار جنيه استرليني).

منذ عام ٢٠١٢ ، ارتفعت القيمة الإجمالية (GVA) للنشر في المملكة المتحدة بنسبة ١٩ ٪. وهذا المعدل يعد أسرع من نمو اقتصاد المملكة المتحدة ككل (١٥ ٪) ويتوافق بشكل كبير مع النمو في الصناعات الإبداعية كما هو معلن من قبل (DCMS) وزارة التكنولوجيا

الرقمية والثقافة والإعلام والرياضة في المملكة المتحدة. كما ارتفع إجمالي القيمة المضافة (GVA) للكتب المنشورة في المملكة المتحدة بنسبة ٥٤٪ منذ عام ٢٠٠٧ ، بنسبة ٢٥٪ من إجمالي اقتصاد المملكة. كما أن إجمالي القيمة المضافة GVA قد نمت في نشر الكتب بنسبة (١١٪) وارتفعت بشكل قوي في نشر المجلات الأكاديمية بنسبة (٤١٪) ( Publishers Association, 2017).

كما يتبين أيضاً أن أكبر ركائز صناعة النشر هي مبيعات الكتب والتي تبلغ ٣.٥ مليار جنيه استرليني (٦٩٪) ، ومعظمها يأتي من الطباعة (٣.٠ مليار جنيه استرليني) ، والباقي من الكتب الرقمية (٠.٥ مليار جنيه استرليني). أما المصدر الثاني هو مبيعات المجلات الأكاديمية بمبلغ ١.٢ مليار جنيه استرليني (٢٤٪). كما أن هناك تدفقات دخل أصغر مثل دخل الحقوق والإيرادات المشتركة وإيرادات الترخيص.

تستضيف المملكة المتحدة ١٠٪ من إجمالي الناشرين الأكاديميين في العالم وهي مسؤولة عن نشر حوالي ٤٠٠.٠٠٠ مقالة بحثية سنوياً و ٥٠٠٠ مقال صحفي؛ وعلى الرغم من أنها تشكل أقل من واحد بالمائة من سكان العالم و ٤ بالمائة من الباحثين، فإن المملكة المتحدة تستحوذ على ١٠٪ من إجمالي التنزيلات (downloads)، و ١٢٪ من الاستشهادات (citations)، و ١٦٪ من إجمالي المقالات الصحفية الأكثر استشهاداً على مستوى العالم، أكثر من أي دولة أخرى باستثناء الولايات المتحدة، كما تعد المملكة المتحدة هي أكبر مصدر للكتب المطبوعة في العالم.

كما توضح قاعدة بيانات إحصاءات التجارة الدولية للأمم المتحدة، أن المملكة المتحدة لديها ١٧٪ من حصة صادرات الكتب المطبوعة العالمية، تليها الولايات المتحدة الأمريكية (١٦٪) ، وألمانيا (١٠٪) ، والصين (٨٪).

أما على مستوى التوظيف فبلغت الفرص الوظيفية المتاحة ما يقرب من ٢٩.٠٠٠ وظيفة : منها ٢٦,١٠٠ (٩٠٪) في نشر الكتب و ٢,٩٠٠ (١٠٪) في نشر المجلات الأكاديمية، منها ٨٥٪ تعمل بدوام كامل و ١٣٪ فقط يعملون بدوام جزئي. في المقابل نجد أن ٢٦٪ من إجمالي الوظائف الأخرى في المملكة المتحدة تعمل بدوام جزئي.



شكل (5) عمالة كبيرة، إنتاجية عالية، استثمارات ضخمة (الباحث)

### ٢/٣ صناعة النشر العربي : الإمارات العربية نموذجاً

تُعد الصناعات الإبداعية والثقافية جزءاً مهماً من الاقتصاد الوطني الإماراتي، والتي يتنامى دورها تدريجياً في صياغة المشهد التنموي المستدام والشامل، حيث تعد دولة الإمارات العربية المتحدة من أبرز الأسواق الناشئة في منطقة الشرق الأوسط في مجال صناعة النشر، فقد شهدت تطوراً كبيراً واتساعاً خلال السنوات الأخيرة، ودخلته عشرات دور النشر المحلية والعالمية، التي قدمت الكتاب الإماراتي والعربي للقارئ بأشكال متعددة وبأحدث تقنيات الإخراج والعرض والتوزيع، وتتمتع صناعة النشر بدولة الإمارات ببنية تحتية متطورة وقوانين صارمة تحفظ للمؤلف والناشر سويةً حقوقهما الفكرية والمادية، بالإضافة إلى انفتاحها على صناعة النشر العالمي وهو ما شجع على الاستثمار في هذه الصناعة مادياً وثقافياً ليوكب الحراك الثقافي والمعرفي الذي أحدثته دولة الإمارات العربية المتحدة محلياً وإقليمياً ودولياً.

إن سوق النشر في الإمارات يقدر بنحو ٢٣٣ مليون دولار أمريكي، وتشير التوقعات إلى أن حجمه سيتضاعف ثلاث مرات بحلول عام ٢٠٣٠، وهذا النمو المتوقع يشير إلى فرص هائلة للناشرين الدوليين للاستثمار في هذا القطاع الحيوي، كما أنها تقدم مزايا كبيرة للناشرين من مختلف أصقاع العالم كونها قاعدة عمليات إقليمية للوصول إلى الأسواق النامية؛ وقد عملت الدولة على الاستثمار في الفنون والصناعات الإبداعية، إلى جانب تعزيز برامج

التطوير المهني في معارض الكتب الرئيسية في الإمارات العربية المتحدة، والتواصل مع مؤسسات التعليم الدولية، مثل مركز النشر بجامعة نيويورك وجامعة بيل لتوسيع نطاق العروض التعليمية في مجال النشر وعلوم المكتبات والفنون.

كما تسعى دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال تحقيق رؤيتها لهذا القطاع الحيوي في أن تصبح الدولة مركزاً عالمياً للنشر، بسعيها الدائم إلى تعزيز أهمية الكتاب من خلال تنظيم أكبر معارض الكتب في الوطن العربي، فالشارقة هي موطن لثالث أكبر معرض للكتاب في العالم، معرض الشارقة الدولي للكتاب، كما أنها خصصت حدث أدبي مخصص للأطفال، وهو مهرجان الشارقة القرائي للطفل، بالإضافة إلى المبادرات المستمرة للتشجيع على القراءة، كما في مشروع ثقافة بلا حدود، بالإضافة إلى احتضانها جمعية المكتبات الإماراتية، وجمعية الناشرين الإماراتيين، وتأسيس أول منطقة حرة للنشر والطباعة في العالم، هذا بالإضافة إلى مبادرة صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد "تحدي القراءة العربي" أكبر مشروع عربي لتشجيع القراءة لدى الطلاب في العالم العربي والذي من خلاله يلتزم أكثر من مليون طالب بقراءة ٥٠ مليون كتاب، وهو ما يساهم بشكل كبير في تحقيق عدة مكاسب منها تعزيز صناعة النشر في ربوع الوطن العربي وكذلك الإسهام في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة ثقافياً واقتصادياً واجتماعياً.

### ١/٢/٣ استراتيجية صناعة النشر في الإمارات

وضعت دولة الإمارات العربية المتحدة عشرة أهداف استراتيجية لصناعة النشر لقيادة عملية تحول شاملة وتعزيز موقعها كدولة رائدة إقليمياً في هذه الصناعة.

تدور الأهداف الرئيسية حول بناء شراكات إقليمية وعالمية، وتطوير مركز نشر عالمي، وتحسين الإطار القانوني للأطراف ذوي العلاقة بتلك الصناعة، وبناء محتوى عربي جيد للقراء المحليين والإقليميين، ودعم النشر التربوي، وإطلاق مبادرات لتشجيع القراءة للمتعة، وتحسين شبكات التوزيع والبيع بالتجزئة، وتحويل المكتبات، وغرس الشعور بالفخر وفهم الثقافة المحلية مع دعم المواهب والمهارات الإبداعية (Bodour, 2017).

لقد منحت استراتيجية صناعة النشر، دولة الإمارات العربية المتحدة، ميزة التكيف مع المتغيرات الدائمة لتلك الصناعة ومواكبة التطورات التي تطرأ عليها باستمرار. وقد عملت دولة الإمارات العربية المتحدة على تحقيق استراتيجيتها المتعلقة بصناعة النشر، بأهدافها العشر، من خلال التواصل البناء مع مختلف شركائها والأطراف ذوي العلاقة بصناعة النشر.

من خلال إنشاء وتشكيل جمعية الناشرين الإماراتية (EPA)، قامت الدولة بتعزيز الشراكة بين مختلف أصحاب المصلحة. كما وضعت جمعية الناشرين الإماراتية بدورها أجندة للنشر على المستوى الوطني لتحديد احتياجات الصناعة والتحديات التي تعترضها.

واليوم، أصبحت جمعية الناشرين الإماراتية تضم ١٣٨ عضواً والعدد في تزايد مستمر، وبرزت كلاعب إقليمي نشط وقوي في قطاع النشر، وبمرور الوقت ومع العمل على تخصيص أكثر من عشر مناطق حرة للنشر، بما في ذلك مدينة الشارقة للنشر، ستصبح الإمارات مركزاً عالمياً للنشر، وقد ساهم في ذلك النجاح تنظيم معارض للكتب ذات شهرة وثقل عالمي في أبوظبي والشارقة، والتي تستقطب بدورها محترفي النشر وخبراء الصناعة ذوي الصلة من جميع أرجاء العالم، مما جعل الإمارات العربية المتحدة مركزاً عالمياً للنشر. علاوة على ذلك، قدمت الإمارات برامج دعم الصناعة لتجارة الحقوق الدولية والترجمة، من خلال دعم جمعية الناشرين الإماراتية للناشرين الدوليين لاستكشاف فرص الاستثمار والتعاون في السوق المحلية والدولية، كما أنشأت أول منظمة حقوق نسخ (RRO) في العالم العربي.

كما قدمت الجمعية برامج تطوير لتحسين توجهات سوق الناشر وبرامج للمؤلفين للمساعدة في نشر وتوزيع الأعمال الأدبية، بالإضافة برامج لدعم الترجمة والحقوق الأجنبية، كما حرصت الجمعية إنطلاقاً من دورها الريادي والفاعل في المجتمع بكافة أطيافه وخلق أجيال مستنيرة قادرة على مواكبة متطلبات العصر والتفاعل الإيجابي مع التحديات الراهنة والمستقبلية، على تعزيز النشر التعليمي، ودمج التقنيات الذكية في الفصول الدراسية، مثل مبادرة (Darfa) التي تمكن المعلمين من دمج المعارف التعليمية في الفصول الدراسية وتعزيز التجارب التفاعلية، وقدمت أيضاً برامج لتنمية القدرات ، مثل Made in UAE و Qalam ، لتعزيز تنوع كتب الأطفال العربية والمواد التعليمية.

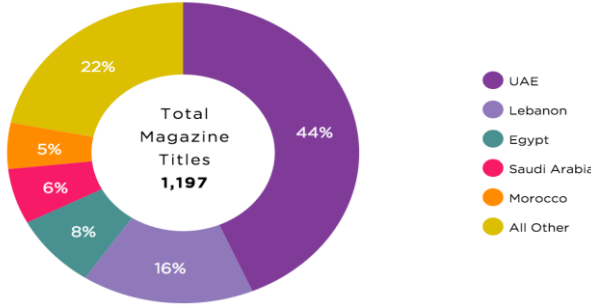
### ٢/٢/٣ صناعة النشر في الإمارات

يقوم على صناعة النشر في الإمارات العديد من الجهات سواء الحكومية أو الخاصة، ويمكن القول بتقسيم النشر إلى نشر حكومي تتولاه مؤسسات داعمة و فاعلة في حركة النشر مثل: هيئة أبوظبي للثقافة والتراث، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، دائرة الثقافة والإعلام بالشارقة، مؤسسات الأوقاف في دولة الإمارات العربية المتحدة، المؤسسات الصحفية كالبيان والاتحاد والخليج ، ندوة الثقافة والعلوم بدبي، جمعية أم المؤمنين بعجمان، مؤسسة سلطان العويس بدبي، مركز جمعة الماجد بدبي، معهد الشارقة للتراث، مركز زايد للتراث بمدينة العين.

هذا بالإضافة إلى العشرات من مؤسسات النشر الحكومية والخاصة مثل : منشورات القاسمي، كلمات، كتاب، مدارك، مدار، منارات، مداد، قنديل... وغيرها. وقد ساهم في تعزيز صناعة النشر بدولة الإمارات العربية المتحدة، عملية تحويل المكتبات إلى مراكز مجتمعية من أجل خلق بيئة تفاعلية حقيقية، كما أنها تخطط أيضاً لإنشاء مكتبة محمد بن راشد، والتي ستكون أكبر مكتبة في العالم العربي تضم ١.٥ مليون كتاب، ومليون كتاب صوتي ومليون كتاب إلكتروني ، وسوف تستحوذ على أكبر مجموعة

إلكترونية في العالم، هذا بالإضافة إلى عقد شراكة دائمة مع جمعية المكتبات الأمريكية لتبادل الخبرات والإطلاع على أحدث الاتجاهات لتبنيها في مختلف قطاعات صناعة المعلومات والمعرفة.

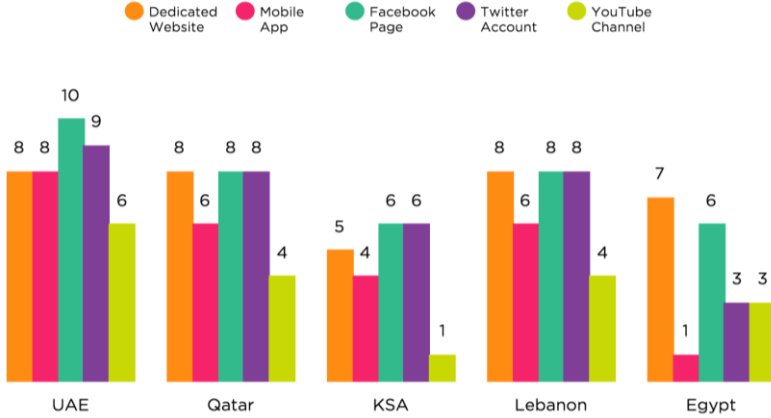
دأبت الدولة على تطوير وتحديث قنوات التوزيع والبيع بالتجزئة، كما عززت مشاركة الناشرين في أهم معارض الكتب في دولة الإمارات العربية المتحدة، وطورت برامج لتسهيل شراء وبيع حقوق الترجمة والتوزيع ، كما أطلقت أكبر شركة لتوزيع الكتب في المنطقة في مدينة الشارقة للنشر ؛ وعلي مدار السنوات القليلة الماضية، استحوذت دولة الإمارات العربية المتحدة على أكبر حصة من سوق إنتاج المجلات في الوطن العربي، مع ناشرين رئيسيين مثل ITP Publishing Group و Motivate Publishing في مدينة دبي للإعلام.



شكل (٦) أكبر ٥ دول عربية في مجال نشر المجلات ( Source : MENA Media ) guide

كما يبلغ عدد قراء المجلات الأسبوعية في أربعة من البلدان الخمسة التي نركز عليها حوالي ٥٠ بالمائة (ويصل إلى ٦١.٥ بالمائة في الإمارات العربية المتحدة). من هنا تتضح شعبية المجلات أيضاً عند النظر إلى معدلات تداول الفرد، وهو أعلى من الأرقام الأمريكية في كل من الإمارات العربية المتحدة ولبنان.

على الجانب الآخر تشهد منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا حركة بطيئة نسبياً نحو الرقمية. حتى في دولة الإمارات العربية المتحدة - يمكن القول إنها الدولة الأكثر تقدماً من حيث الانتقال إلى الرقمي فإن ٢٠ في المائة من المجلات العشرة الأولى ليس لديها مواقع على شبكة الإنترنت.



شكل (٨) نسبة إتاحة المجلات على الإنترنت (Source : MENA Media guide)

كما كان لدولة الإمارات العربية المتحدة قصب السبق والريادة في النشر التفاعلي بإصدار "أبأبا زايد" - وهو أول كتاب في العالم يستخدم تقنية ثلاثية الأبعاد ثلاثية الأبعاد لتمكين الأطفال من القراءة وفي الوقت نفسه تجربة تفاعل بزواوية ٣٦٠ درجة مع الشخصيات ، وبالتالي ربط شباب الإمارات رقمياً بترائهم وثقافتهم.

### ٣/٢/٣ المبادرات الوطنية وحركة النشر

تأثرت حركة النشر الإماراتية إيجاباً بالمبادرات المختلفة التي تطلقها مؤسسات الدولة باستمرار لتشجيع الصغار والكبار على القراءة وترسيخ تلك العادة في المجتمع. تعد أهم تلك المبادرات إقرار مجلس الوزراء في ديسمبر من عام ٢٠١٥ بإعلان عام ٢٠١٦ عاماً للقراءة ، أقر مجلس الوزراء وأصدر المجلس توجيهاته بالبدء في إعداد إطار وطني متكامل لتخريج جيل قارئ وترسيخ الدولة عاصمة للمحتوى والثقافة والمعرفة. وفي مايو ٢٠١٦ أطلقت دولة الإمارات الاستراتيجية الوطنية للقراءة ٢٠١٦-٢٠٢٦. وقد صاحب إعلان عام ٢٠١٦ عاماً للقراءة إطلاق أكثر من ٣٤٠ مبادرة وأنشطة قراءة رئيسية جرت في جميع أنحاء البلاد بمشاركة أكثر من ١٠٠ جهة محلية وبالتنسيق مع اللجان الإشرافية العليا لعام القراءة من أجل تحقيق أهداف هذه المبادرة (الفرقاوي، ٢٠١٦). كما صاحب إطلاق الاستراتيجية الإعلان عن انشاء الصندوق الوطني لدعم القراءة، بقيمة ١٠٠ مليون درهم، وتخصيص شهر للقراءة كل عام في دولة الإمارات، يقام في شهر مارس بالإضافة إلى وضع قانون للقراءة، وهو الأول من نوعه، يتم وفقاً له تحديد المسؤوليات الوطنية والجهات الوطنية المعنية بتنفيذ الاستراتيجية، بالإضافة إلى توزيع حقيبة

معرفية لكافة المواليد المواطنين في دولة الإمارات، والتوجهات لإثراء المحتوى القرائي الوطني، ومراجعة سياسات النشر في الدولة لتعزيز ودعم الناشرين المواطنين، وتضمين القراءة الاختيارية ضمن المناهج التعليمية وضمن تقييم المؤسسات التعليمية وغيرها من المبادرات.

### ١/٣/٢/٣ قانون القراءة وحركة النشر

في الثالث من مايو عام ٢٠١٦ ، قام رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة صاحب السمو الشيخ خليفة بن زايد آل نهيان بالتوجيه ببدء الإجراءات التشريعية لإعداد قانون للقراءة في الدولة تحت مسمى قانون القراءة ؛ حيث يعد هذا القانون أول قانون من نوعه للقراءة يضع أطراً تشريعية وبرامج تنفيذية ومسؤوليات حكومية محددة، لترسيخ قيمة القراءة في دولة الإمارات بشكل مُستدام.

ينص القانون على أنه «يجب أن تعامل مواد القراءة في الدولة كسلعة رئيسة تعفى من أي رسوم أو ضرائب لغايات التأليف أو النشر أو الطباعة، يتعين على الجهات الحكومية المعنية -وفقاً للقانون- السعي لتوفير مكتبات عامة أو مرافق للقراءة في مختلف مناطق الدولة، وتحفيز القطاع الخاص على الاستثمار في إنشاء المكتبات والمراكز الثقافية، تلتزم الجهات الحكومية المعنية بتمكين الموظف من الحصول على وقت للقراءة التخصصية في مجال عمله، ضمن ساعات العمل الرسمية».

ويعد القانون خطوة إيجابية غير مسبقة في الأوساط الثقافية محلياً وعالمياً لأنه يعفي الكتب ومواد القراءة من ضريبة القيمة المضافة، كما يعكس فهماً عميقاً لأهمية الكتب في الدولة، وهو دلالة واضحة على أن النشر سيكون في صميم استراتيجيات التنمية الوطنية لدولة الإمارات العربية المتحدة لسنوات قادمة.

في ضوء هذا القانون الجديد ، الذي دخل حيز التنفيذ في ١ نوفمبر ٢٠١٦ والذي يتناغم مع الهدف الثالث من استراتيجية صناعة النشر في دولة الإمارات العربية والمتحدة، والمعني بخلق وتعزيز إطار قانوني للنشر، يمكننا القول بأن صناعة النشر في الإمارات العربية المتحدة آخذة في النمو والتطور وتبوء مكانة فريدة على خريطة صناعة النشر العالمية.

### ٤/ النتائج والتوصيات

#### ١/٤ النتائج

- الإسهام الواضح لصناعة النشر في الغرب في الاقتصاد الكلي للدولة.
- التكيف السريع لسوق النشر الغربية مع التطورات ومتطلبات السوق وتعاضم دورها وحجمها ومواردها.
- دور دولة الإمارات العربية المتحدة البارز في تطوير ودعم حركة النشر المحلي العربي وترسيخ عادة القراءة في المجتمعات العربية.



- عدم وجود أرقام واحصائيات واضحة لحجم التداول لسوق النشر العربي على المستويين الوطني أو الإقليمي.
- على الرغم من أن دولة الإمارات العربية المتحدة لديها بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن النشر الرقمي لا يستفيد من هذا المشهد بشكل كافٍ. "يشارك المحتوى الرقمي أو الكتب الإلكترونية ١ في المائة فقط من قراء الكتب باللغة العربية.
- ضعف المخصصات المالية لشراء مصادر المعلومات بمؤسسات المعلومات.
  - تفشي ظاهرة الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية للمؤلف والناشر في الدول العربية.
  - الارتفاع المستمر في معدل الضرائب والرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج الكتاب وتسويقه وأسعار الدعاية والإعلان بوسائل الإعلام.
  - الارتفاع المستمر في تكاليف السفر والإقامة ومصروفات شحن الكتب وإيجار أجنحة بالمعارض، والتي أصبحت من أهم منافذ توزيع الناشر العربي.
  - تدني العائد المادي للناشر مقابل الوقت والجهد والمال الذي يستثمره في مجال النشر، وبالتالي تدني الإمكانيات المالية لمعظم الناشرين العرب بحيث لا تساعدهم في التوسع في مجال النشر، ليصبح ناشراً عالمياً.

#### ٢/٤ التوصيات

- توظيف الإمكانيات والتطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنوافذ لتقديم مصادر المعلومات في شكل معاصر غير تقليدي، بالإضافة إلى تطوير المواد والمضامين.
- تطوير البيئة التعليمية والثقافية والتكنولوجية التي تعمل بها مؤسسات النشر.
- تفعيل إتفاقية تيسير انتقال الإنتاج الثقافي العربي لعام ١٩٨٧م، فيما تضمنته من :
  - (أ) إعفاؤه وإعفاء المواد التي تدخل في إنتاجه من الرسوم الجمركية.
  - (ب) منحه أولوية النقل بين الأقطار العربية.
  - (ت) تمتعه بتعريفات نقل مخفضة لا تزيد عن ٢٥% من تعريفات النقل المفروضة على السلع الأخرى.
- ضرورة مواكبة الناشر العربي لمتغيرات العصر ومتطلبات حركة النشر سواء الورقي أو الصوتي أو الرقمي.
- وضع برامج قومية لتشجيع وتحفيز القراءة لدى المواطن العربي.
- التوسع في إنشاء المكتبات العامة والجامعية والمدرسية.
- إسناد طباعة ونشر الكتاب المدرسي للناشرين العرب.

- تقنين الرقابة الصارمة على الإنتاج الفكري وكفالة حرية النشر وأشكال التعبير للمبدعين بما لا يتعارض مع التوازن المأمول بين حرية المبدع وصون الهوية.
- تنمية الثقافة المجتمعية بأهمية حقوق الملكية الفكرية وتفعيلها.
- تفعيل التشريعات المعنية بحقوق الملكية الفكرية.
- تعظيم ودعم اتحاد الناشرين العرب للقيام بالمهام المنوطة به للارتقاء بحركة النشر على المستوى العربي والدولي.
- العمل بجدية على رصد حركة النشر العربي وعمل قاعدة بيانات عن صناعة النشر في الوطن العربي.
- الاهتمام بالمسابقات والجوائز المحلية والعربية والدولية في مجالي التأليف والترجمة بهدف تطوير المحتوى العربي.

المراجع

أولاً : المصادر العربية

١. وحدة النشر العالمي. ٢٠١٢. تنظيمات حوافز التميز في مجال النشر العالمي، الأردن، برنامج النشر العالمي.
٢. فاروق، علي منى، البلقيني أشرف. ٢٠١٣. تقرير حول النشر في العالم العربي لعام ٢٠١١، مصر: اتحاد الناشرين العرب.
٣. صناعة النشر في الدول المؤثرة عالمياً، مجلة فكر، (ع. ١٠)، ص. ١٤-١٥.
٤. عبدالعزيز، همت محمد يوسف و الحائس ، عبدالوهاب. (٢٠١٧). الصناعات الإبداعية وعائدها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع) رؤية مستقبلية. Sciences de l'Homme et de la Société, (25).

ثانياً : المصادر الأجنبية

1. Abbafati, C., & Spandonaro, F. (2011). Capitale sociale e qualità dei sistemi sanitari: una prima ipotesi di causazione. *Mecosan*, 78, 3-20.
2. Abbott, Julie (2003). The information technology evolution, *Qualitative Market Research*, 6(4), 273-8.
3. Al Mulla, Sara. Creative industries are the heartbeat of our economy, see <https://gulfnews.com/opinion/op-eds/creative-industries-are-the-heartbeat-of-our-economy-1.64405181>. (June 09, 2019)
4. Banks, M., Gill, R., & Taylor, S. (2013). *Theorizing Cultural Work. Labour, Continuity and Change in the Cultural and Creative Industries*. Abingdon: Routledge.
5. Barrowclough, D., & Kozul-Wright, Z. (2011). *Creative Industries and Developing Countries. Voice, Choice and Economic Growth*. Abingdon: Routledge.
6. Belussi, F., & Sedita, S. (2015). *Managing situated creativity in cultural industries*. Abingdon: Routledge.
7. Bone, Alison (2005a). Time for a change, *The Bookseller*, 29 July 2005.
8. Cartocci, R. (2007). *Mappe del tesoro. Atlante del capitale sociale in Italia*. Bologna: Il Mulino.

9. Cultural and creative industries as motor for urban regeneration and economic vitality. See, [http://www.cultureforcitiesandregions.eu/culture/project/activities/cultural\\_and\\_creative\\_industries](http://www.cultureforcitiesandregions.eu/culture/project/activities/cultural_and_creative_industries)
10. Davies, R., & Sigthorsson, G. (2013). *Introducing the Creative Industries. From Theory to Practice*. London: Sage Publications.
11. European Commission. (2018). *Supporting Cultural and Creative Sectors, Cultural and Creative Industries (CCIs) and Related Ecosystems*.
12. European Creative Industries Summit (2015). *ECIS report, Brussels 2015*, <http://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/09/ECIS-2015->
13. European Creative Industries Summit, Brussels 2015, <http://ecbnetwork.eu/wp-content/uploads/2015/09/ECIS-2015-Brussels.pdf>.
14. EY. *Cultural times. The first global map of cultural and creative industries*, see [https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural\\_times\\_the\\_first\\_global\\_map\\_of\\_cultural\\_and\\_creative\\_industries.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf)
15. Flew, T. (2012). *Creative Industries and Urban Development. Creative Cities in the 21st Century*. Abingdon: Routledge.
16. Gibson, C. (2014). *Creativity in Peripheral Places. Redefining the Creative Industries*. Abingdon: Routledge.
17. Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M., & Banks, J. (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. London: Sage Publications.
18. Hartley, J., Wen, Wen, & Siling Li, H. (2014). *Creative Economy and Culture Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries*. London: Sage Publications.
19. KEA, E. 2009. *The impact of culture on creativity, study prepared for the European Commission*. European Commission, 2009, p. 1<sup>9</sup>
20. Kolb, B. (2015). *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*. Abingdon: Routledge.

21. Mathieu, C. (2015). Careers in Creative Industries. Abingdon: Routledge.
22. ONS, DCMS, Frontier Analysis, PA Statistics Yearbook 2016, ABS
23. ONS, Frontier Analysis, PA Statistics Yearbook 2015, ABS.
24. Parrish, David. Creative Industries definitions. See, <https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/>
25. Publishers Association (2017). the contribution of the publishing industry to the uk economy. Retrieved from [www.frontier-economics.com/.../contribution-publishing-industry-uk](http://www.frontier-economics.com/.../contribution-publishing-industry-uk)
26. Publishers Association Market Report UK. (2016). Retrieved 9 5, 2018, from <https://www.publishers.org.uk/resources/market-research/uk-market/>
27. Qasimi, Bodour. "UAE's Publishing Industry: A Vision of an Avant-Garde Nation." Publishing Research Quarterly 33, no. 1 (March 2017): 37-40
28. The Seybold Report . A Look Inside the Publishers Association's Report on the Publishing Industry's Contribution to the United Kingdom Economy, Vol 17, Issue 23, Dec 11, 2017
29. United Nations (2010), Creative Economy Report. a feasible development option, Unesco . Geneva, 2010 ,pp. 6, 10.
30. United Nations/UNDP/UNESCO (2013). Creative Economy Report 2013. Special Edition, <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economyreport-2013.pdf>.
31. Van der Pol, H. (2007). Key role of cultural and creative industries in the economy. See, <http://www.oecd.org/site/worldforum06/38703999.pdf>

ثالثاً : المصادر الإلكترونية

١ . مدينة الشارقة للنشر، انظر،

<http://www.spcfz.com/default.aspx?PageId=89&languageid=2>

٢ . جمعية الناشرين الإماراتيين، انظر، <https://www.epa.org.ae/ar/UAE-Reads.aspx>

٣ . تحدي القراءة العربي، انظر،

4. <http://www.arabreadingchallenge.com/ar/project-launching#>  
محمد عبد الله القرقاوي ، رئيس اللجان الإشرافية العليا لسنة القراءة ووزير الدولة  
لشؤون مجلس الوزراء والمستقبل، انظر ،

<https://www.emirates247.com/government-units-mark-year-of-reading-2016-05-26-1.631163>

5. شاكرا عبد الحميد. (١٢ ديسمبر، ٢٠١٤). التجربة البريطانية في الصناعات الثقافية  
والإبداعية. الأهرام. تم الاسترداد من

<http://www.ahram.org.eg/NewsQ/346844.aspx>

6. صناعة النشر في العالم العربي، مجلة فكر، انظر،

[http://www.fikrmag.com/topic\\_details.php?topic\\_id=4](http://www.fikrmag.com/topic_details.php?topic_id=4) ،

Retrieved ٢٠١٩/٤/٢٨