

اقتصاديات الشعر كأحد روافد الاقتصاد الإبداعي والتنمية المستدامة

أ. عبد الملك محمد الطلحة أ. عبد اللطيف صالح السماعيل د. عبد الله سلطان الشمري
محاضر بقسم اللغة العربية وآدابها كلية الآداب، محاضر بقسم الاقتصاد كلية إدارة الأعمال جامعة أستاذ الاقتصاد المساعد بكلية إدارة
جامعة الملك فيصل الملك فيصل الأعمال جامعة الملك فيصل
(أرسل إلى المجلة بتاريخ 12/10/2024م، وقبل للنشر بتاريخ 3/12/2024م)

المستخلص:

تناولت هذه الدراسة التقاطع بين الشعر والاقتصاد، مركزة على كون الشعر أحد روافد الاقتصاد الإبداعي، وعلى إمكانات التنمية المستدامة للتأثير الإيجابي على الرخاء الاقتصادي والاستثمار في رأس المال البشري. وتهدف إلى وضع خارطة طريق لتشجيع الباحثين على إثراء اقتصاديات الشعر من خلال ربطه بالاقتصاد الإبداعي ودراسة أثره على التنمية الاقتصادية المستدامة. وانطلقت الدراسة في منهجيتها من المستوى المفاهيمي والاصطلاحي النظري، وصولاً إلى المستوى الوصفي، محاولة تحديد معالم المساحة المعرفية المشتركة بين الشعر والاقتصاد. وانقسمت موضوعات الدراسة إلى ثلاثة أجزاء رئيسية؛ أولاً: إثبات كون الشعر منتجاً اقتصادياً، وذلك من خلال دراسة العلاقة بينه وبين الإبداع، والفنون الجميلة، والاقتصاد الإبداعي. وثانياً: التأكيد على أهمية دور الدول في دعم اقتصاديات الشعر واستثمارها فيه، أو من خلال توجيه القطاع الخاص والمهنيين وتقديم التسهيلات لهم. وثالثاً: ركزت الدراسة على الوضع الاقتصادي للشعر كأحد روافد الاقتصاد الإبداعي والتنمية المستدامة في المملكة، من خلال دراسة حالة المملكة العربية السعودية وما تحقق فيها من مستهدفات التنمية المستدامة السبعة عشرة التي حددتها الأمم المتحدة. ومن أهم ما خلصت إليه الدراسة: إمكانية تأطير العلاقة بين الشعر والاقتصاد كعلاقة بين المنتج الإبداعي والنشاط المالي، وأن الاستثمار في الشعر سيسهم في خلق اقتصادات مستدامة، وأن الشعر يشكل قوة ناعمة للدول يمكن تسجيله كمؤشر جغرافي، واستثماره في تشكيل هويتها وتعزيز مكانتها، بالإضافة إلى كون الشعر يحظى بميزة تنافسية؛ حيث يمكن استثماره كسلع وخدمات إبداعية في آن معاً، ما سيعكس أثره على اقتصاد الدول وناتجها الإجمالي. وفيما يتعلق بالحالة السعودية، قدمت الدراسة بعض التوصيات التي تسعى من خلالها إلى تقديم المملكة في هذا الصدد.

الكلمات المفتاحية: اقتصاديات الشعر، الاقتصاد الإبداعي، التنمية المستدامة، المملكة العربية السعودية.

The Economics of Poetry:

Fostering Creative Economy and Sustainable Development

Abdulmalik M Altalhah **Abdulateef S Al ismail, Dr. Abdullah Sultan AL Shammre,**
Lecturer, Department of Arabic Lecturer, Department of Assistant Professor, Department of
Language and Literature, Economics, College of Economics, College of Business
College of Arts, King Faisal Business Administration, Administration, King Faisal University
University King Faisal University

(Send to the journal on 12. Oct. 2024, Accepted for publication on 3. Dec. 2024)

Abstract:

This study aims to develop a roadmap to enrich the economics of poetry by linking it to the creative economy and studying its impact on sustainable development. It focuses on the intersection of poetry and economics, emphasizing poetry's role in the creative economy and its potential to enhance economic well-being and human capital investment. The study is divided into three parts: Firstly, Proving poetry as an economic product by studying its relationship with creativity, fine arts, and the creative economy. Secondly, highlights the role of governments in supporting poetry's economics and encouraging private sector investment by providing facilities. Thirdly, focuses on poetry's economic status in Saudi Arabia and its contribution to the UN's seventeen sustainable development goals. The study concludes that poetry is linked to the economy through the relationship between creative products and financial activities. Investing in poetry can contribute to sustainable economies, serve as soft power for countries, and enhance their identity and standing. Poetry also has a competitive advantage as it can be invested in both creative goods and services, impacting the economies of countries and their GDP. Finally, the study offers recommendations for Saudi Arabia's progress in this manner.

Key words: Economics of Poetry, Creative Economy, Sustainable Development, the Kingdom of Saudi Arabia.

مقدمة

تعد الدراسات البيئية من النماذج الحديثة التي تعنى بدراسة ما يشكل مشتركاً معرفياً بين مجالين معرفيين أو حقلين علميين، ويمثل علم الاقتصاد أنموذجاً مثالياً لتقاطعات معرفية مع حقول علمية أخرى، كالاقتصاديات الصحة واقتصاديات التعليم واقتصاديات الطاقة. وفي مجال الفنون والآداب نجد أن للاقتصاد دوراً مهماً في دراسة الأثر الاقتصادي للممارسات الثقافية والفنون والآداب على المجتمعات وتنميتها، مثل: الدراسات التي تعنى باقتصاديات السينما (McKenzie, 2023)، واقتصاديات الموسيقى (Essefi, 2021)، واقتصاديات المتاحف والمعارض الفنية (الفصيل، 2024).

وتأتي هذه الورقة العلمية في إطار الدراسات البيئية التي تدرس اقتصاديات الشعر بوصفها مشتركاً معرفياً بين الأدب والاقتصاد، من خلال ما تحمله لغة الأدب من قيمة اسمية ومجازات للتبادل والمقايضة تمثل أوجه التشابه بينها وبين الاقتصاد من جهة (Coulmas & 'Awad, 2000)، ومن خلال تموضع الشعر ضمن الفنون (الياني، 1983) من جهة أخرى؛ حيث تندرج -تلك الفنون- بدورها ضمن منظومة الاقتصاد الإبداعي (Howkins, J., 2013).

فضلاً عن ذلك، فإن للأنشطة الاقتصادية دوراً كبيراً في تعزيز الأدب والشعر بواسطة توفير التمويل والدعم اللازمين للكُتاب والشعراء؛ حيث تشير الدراسات إلى أن الاستثمار في المجالات الثقافية والأدبية يعود بالنفع على الاقتصادات؛ عبر خلق فرص عمل جديدة وزيادة في الدخل وفي الإنتاجية العامة، ويساهم في تحسين جودة الحياة للمجتمعات (Nye, 2004). كما تساهم هذه الأنشطة في نشر الثقافة والتاريخ وترسيخ الهوية الوطنية. وفقاً لدراسة أجرتها هوكينز (Howkins, 2013) يمكن للاقتصادات الإبداعية أن تساهم بنسبة كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي للبلدان، خاصة تلك التي تهتم بالفنون والآداب. هذا يؤكد أن الأدب والشعر ليسا مجرد مجالات إبداعية، بل هما جزء لا يتجزأ من الاقتصاد الإبداعي؛ حيث تظهر الدراسات الحديثة -أيضاً- أن الأدب والشعر يمكن أن يساهما في تحسين الصحة العامة؛ مما يزيد من الإنتاجية العامة. (Federico, 1984) وبالتالي؛ فإن تشجيع الأنشطة الأدبية يمكن أن يكون له تأثيرات إيجابية متعددة على المجتمع بأسره.

إن هذه الدراسة تحاول وضع خارطة طريق لتشجيع الباحثين على إثراء اقتصاديات الشعر من خلال ربطه بالاقتصاد الإبداعي أولاً، وقياس أثره الاقتصادي ثانياً، والإسهام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة ثالثاً، كل ذلك من شأنه أن يعزز النمو الاقتصادي، وزيادة معدلات التوظيف، والمساهمة في تنمية وتمكين المحتوى المحلي.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في استكشاف علاقة الشعر بمفهوم الاقتصاد الإبداعي، مع التأكيد على أهمية الصناعات الإبداعية وأثرها على التنمية الاقتصادية، وتحقيق الميزة التنافسية للمنتج الإبداعي الشعري. كما تناقش هذه الدراسة أهمية الأنثروبولوجيا في تشكيل المشهد الثقافي والاقتصادي، وفي فهم السلوكيات الثقافية والاجتماعية وأثرها على الصناعات المختلفة، محاولة بيان تأثير الاقتصاد الإبداعي على توزيع الدخل واستثمار رأس المال البشري، كما تحلل الدراسة مساهمة الصناعات الإبداعية في التنمية الاقتصادية، وتوفير فرص عمل جذابة في مجال الشعر.

مشكلة الدراسة

تناول هذه الدراسة التقاطع بين الشعر كأحد روافد الاقتصاد الإبداعي والتنمية الاقتصادية المستدامة، مركزة على إمكانات التنمية المستدامة للتأثير بشكل إيجابي على الرخاء الاقتصادي واستثمار رأس المال البشري. وتتناول الدراسة حالة المملكة العربية السعودية وما تحقق فيها من مستهدفات التنمية المستدامة السبعة عشر التي حددتها الأمم المتحدة، ومدى مساهمة الشعر والفنون بشكل عام في ذلك.

منهجية الدراسة

حاول فريق العمل في هذه الدراسة التوصل إلى تحديد معالم المساحة المعرفية المشتركة بين الشعر والاقتصاد بوصفها دراسة بينية (Interdisciplinary) من خلال عدة مستويات: المستوى المفهومي والاصطلاحي الذي يمثل تبايناً بين التخصصات، استناداً إلى وجود لغة علمية مختصة داخل كل حقل معرفي معين، كما امتد العمل إلى المستوى النظري من خلال ما تقترحه أبستمولوجيا المعرفة في التخصصات الإنسانية والاجتماعية، وصولاً إلى المستوى الوصفي الذي يرتبط بشكل مباشر بأدوات وآليات علم الاقتصاد لتقديم مراجعة بحثية عن حالة الشعر في إطار الاقتصاد الإبداعي القائم على رأس المال غير المادي.

أهداف الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى الاسترشاد بالأهداف العامة للدراسات البينية مع مراعاة خصوصية هذه الدراسة ومجالاتها المعرفية، فمن أهدافها:

1. دمج المعرفة الناتجة من مدارس واتجاهات معرفية تجمعها تقاطعات لا يتم ملاحظتها بالضرورة بشكل مباشر، فالشعر والاقتصاد تجمعهما رابطة الاقتصاد الإبداعي التي لا تنكشف طبيعتها وعلاقتها للوهلة الأولى.
2. الإبداع في طرق التفكير من خلال مقارنة قضايا معرفية لم يسبق التطرق لأهمية ربطها بعلاقات محددة، والاشتغال على خلق معرفة جديدة متولدة منها، وهو ما تنشده هذه الدراسة لتأسيس اقتصاديات للشعر.
3. تحقيق التكامل بين التخصصات الإنسانية المتعددة؛ ذلك لكون المعرفة الإنسانية ذات طابع تكاملي/تكميلي قائم على التأثير والتأثر، فالشعر معطى أصيل في تشكيل الثقافة، ووعاء لحفظ المعرفة التي يمكن استثمارها في تنمية الإنسان داخل بيئته الطبيعية.

خطة الدراسة

تنقسم هذه الدراسة إلى ثلاثة مباحث رئيسة؛ المبحث الأول: علاقة الشعر بالاقتصاد الإبداعي، ويناقش علاقة الشعر بالإبداع، والفنون الجميلة، والاقتصاد الإبداعي. المبحث الثاني: الشعر والسياسات الاقتصادية، ويتناول الشعر بوصفه أنموذجاً أصيلاً في تشكيل الثقافة، الإرث، والقيم، ومصدرًا من مصادر القوة الناعمة. بالإضافة إلى كونه رافدًا مهمًا من روافد الاقتصاد الإبداعي والتنمية المستدامة. المبحث الثالث: الوضع الاقتصادي للشعر كأحد الصناعات الإبداعية في المملكة العربية السعودية، ويتطرق إلى أثر الثقافة والأدب والفنون -التي من بينها الشعر- على الناتج المحلي الإجمالي السعودي. كما يناقش هذا المبحث مساهمة الشعر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.

المبحث الأول: علاقة الشعر بالاقتصاد الإبداعي

أولاً: علاقة الشعر بالإبداع

ربما يجدر بنا أن نطرح السؤال التالي: هل الشعر منتج إبداعي؟ في الوهلة الأولى؛ وعند النظر إلى هذا السؤال، ربما نجد فيه قدرًا من مصادمة التصور التاريخي المستقر في النظر إلى الشعر بوصفه منتجًا إبداعيًا؛ حيث تمارس الذاكرة الجمعية سلطتها في حسم علاقة الشعر بالإبداع تاريخيًا، بكون الأول -الشعر- شكلاً من أشكال الإبداع.

وفي إطار ذلك التصور التاريخي لعلاقة الشعر بالإبداع تبرز لنا محطات تاريخية مهمة كانت تقف موقف الحيرة أمام تفسير الظاهرة الشعرية. فعند العودة إلى أقدم نظام معرفي فلسفي يحظى بالموثوقية والاعتراف نرى الفلاسفة اليونان يفسرون الظاهرة الشعرية تفسيرًا ميتافيزيقيًا (Metaphysics) "ذلك أن الأسطورة اليونانية تروى أنه كان لكبير الآلهة زيوس القابع على جبل الأولمب تسع بنات

هنّ ربّات الفنون، وتسميهن الأسطورة The Muses، وكل ربة من هذه الربّات تختص برعاية فن من الفنون، فللشعر ربة، والخطابة ربة، والدراما ربة، وللكوميديا ربة، وهكذا" (أبوريان، 1974)، ثم جرت بعد ذلك تحولات في تفسير الظاهرة الإبداعية الشعرية عند أفلاطون بوصف الإبداع الشعري إلهامًا من الآلهة أبولو (Apollo) من خلال مفهوم المثال، وعند أرسطو من خلال مفهوم المحاكاة. ولم يكن التصور العربي لظاهرة الإبداع الشعري بعيدًا عن هيمنة الفكرة الميتافيزيقية؛ وذلك عبر نسبة الإبداع الشعري إلى الجن والشياطين؛ حيث يقوم التفسير العربي لظاهرة الإبداع الشعري على أسطورة وادي عبقر المليء بالجن، الذي إذا دخله الشاعر أصبح له صاحب أو قرين يقول الشعر على لسانه، فكان الشعراء في الجاهلية يسمون أقرانهم الجن بأسماء لا تخلو من غرابة؛ لكي يعرفها الناس عنهم، مثل جني الشعر: لافظ بن لاحظ قرين امرئ القيس.

وما يهمنا هنا أن التفكير المعرفي الإنساني القديم نظر إلى إبستمولوجيا الشعر (Epistemology of poetry) بوصفها منتجًا إبداعيًا خارقًا، ونظر إلى الإبداع الشعري بوصفه حالة إبداعية تتجاوز القدرة البشرية الطبيعية إلى مستوى القدرة فوق الطبيعية؛ ولذا جرى ربطها بما يتجاوز العناصر المادية المحسوسة، فربطها اليونان بما هو مقدس/الآلهة، وربطها العرب بما هو مدنس/الشياطين، وفي كلا الأمرين محاولة لتفسير الإبداع الشعري بالقدرات الخارقة التي يعجز عنها الإنسان، فيفسرها تفسيرًا غيبياً/أسطورياً/ميتافيزيقياً. وفي إطار مفهوم القطيعة الإبستمولوجية (Epistemological Rupture) التي نظّر لها غاستون باشلار Gaston Bachelard جرى تحول في تفسير الإبداع الشعري، وذلك بواسطة تعدد مداخل البحث في تفسير ظاهرة الإبداع في الشعر. وبناء على قراءات متعددة؛ توصلنا إلى استنتاجات لبعض تلك المداخل، وكان أبرزها:

- المدخل النفسي (العقاد، 1968): وذلك بواسطة علم النفس الجمالي⁽¹⁾ (Psychology of Aesthetics)

حيث يسعى إلى تفسير ظاهرة الإبداع بشكل عام والإبداع الشعري بشكل خاص وفق الحالة النفسية التي تشكل شخصية المبدع والحالة النفسية التي كونت شخصية المتلقي؛ فيعكس هذا المدخل نوعًا من التماهي النفسي بين المبدع والمتلقي، إلى الحدّ الذي يمكن أن يفسر حالة الإبداع الشعري من خلال العُقد أو الاضطرابات النفسية كما في التصور السيكلولوجي الفرويدي.

- المدخل الموسيقي (ابتسام حمدان، 1997): الذي سعى إلى تفسير الإبداع الشعري عبر مكونٍ مركزي متمثل في الإيقاع والموسيقى، بوصفهما بنية مؤسسة ترتكز عليها حاسة السمع في بناء مصفوفة صوتية إيقاعية منسجمة، تشكل البعد الجمالي لتذوق النصّ الشعري، وتمثله المدرسة الحسية التجريبية.

- المدخل الأسلوبي (أحمد الشايب، 1939): الذي اعتمد على النقد الأسلوبي (Stylistic Criticism) الساعي إلى تفسير الإبداع الشعري عبر البحث في المكون اللغوي وأثر الاختيارات والانزياحات التي يتيحها النظام اللغوي وقواعده؛ مما يجعل النصّ الشعري نصًا يعيد قراءة مظاهر الحياة بأسلوب ذاتي جمالي خاص.

- المدخل الثقافي (الغدامي، 2000): الذي يحاول تفسير ظاهرة الإبداع الشعري من خلال تشريح/تفكيك النصّ والبحث في أنساقه الثقافية المضمرّة التي تحقق له الهيمنة الجمالية ثقافيًا.

ولا نزعّم حصر المداخل التي حاولت تفسير ظاهرة الإبداع الشعري فيما أشرنا إليه، فقد تعددت المداخل وتباينت وتقاطعت فيما بينها، إلا أنّها ظلت تجمع على ضرورة استمرار محاولة تفسير الإبداع الشعري بوصفه منتجًا إنسانيًا إبداعيًا جماليًا.

(1) علم النفس الجمالي: فرع من فروع البحث في علم النفس، يهتم بالكشف عن أثر الدوافع في إدراك الصور والأشكال الفنية كما يهتم بعمليات التذوق وارتباطها والعلاقات المكانية والألوان تكوينًا وتأثيرًا. (لجنة ألفاظ الحضارة، 2016).

ثانيًا: علاقة الشعر بالفنون الجميلة

لقد أثرت الفنون حياة البشر، وبحسب كاباندا (2022) فقد أسهمت تلك الفنون في تحقيق ثروة الأمم من الناحية الاقتصادية بشكل غير مرئي، لما تحمله الفنون من قيمة إبداعية وجمالية، ويشكل مفهوم الإبداع الفني⁽¹⁾ (Artistic Creation) بوابة رئيسة للدخول إلى مساءلة الشعر من ناحية علاقته بالفنون الجميلة، إذ إن هذا المفهوم يتضمن حكمًا تقريريًا ضمنيًا لصالح الفنون بوصفها منتجًا إبداعيًا. وتأسيسًا على ذلك نتساءل: هل يمكن أن يندرج الشعر ضمن الفنون الجميلة بوصفه نوعًا أو جنسًا متفرعًا عن تلك الفنون؟ للإجابة عن هذا السؤال؛ لا بد أن نرجع إلى الأصول الفلسفية التي قسمت الفنون الجميلة بهدف تحديد التوضع المكاني للشعر بين تلك الفنون.

يسود تقسيم الفنون الجميلة -عادة- إلى فنون سمعية وفنون بصرية (الياني، 1983)، وهذا تقسيم كلاسيكي/تقليدي شائع، إلا أنه يؤثر مشكلة اعتماد حاسة السمع أو البصر في الكشف عن جمالية النوع الفني، وهو تقسيم بدهي قاصر؛ لأن عملية التذوق الفني عملية حسية سيكولوجية إدراكية تزامنية تتخلق فيها لحظة التذوق الجمالي للفن، وإذا سلمنا بذلك التقسيم فإننا نجعل الشعر ضمن الفنون السمعية، مما يجعل للمكون الإيقاعي الموسيقي سلطة في التمييز النوعي للشعر بوصفه فنًا جمليًا.

ويشير الياني (1983) إلى أن كل من هيردر Johann Herder وImmanuel Kant وهيجل Georg Hegel يرون أن تقسيم الفنون الجميلة خاضع لمفهوم الفن السامي. وبحسب تعبير الياني (1983)، فإنه الفن: «الذي تنبع منه سائر الفنون وتتجه إليه» (ص 77)، وهو عندهم متمثل في فن الشعر كونه أبا الفنون الذي يمكن أن يستوعبها كلها، فالشعر يجمع بين البنيتين الكبيرتين في الفنون الجميلة، وهما: بنية الطبيعة المكانية في الفنون البصرية، وبنية الطبيعة الزمانية في الفنون السمعية. وثمة تقسيم حديث يدرج الشعر ضمن نوع من أنواع الفنون الجميلة، وهو فن الأداء (Performance Art)؛ وذلك لما يتيح الشعر من مساحة أدائية تمكن من مسرحته وإعطائه شكلًا أدائيًا (Dramatization of Poetic) يستوعب الفنون الجمالية الأخرى ليس من الناحية الوظيفية، بل من الناحية الجمالية، فيمكن أن تكون لدينا مسرحية شعرية غنائية/موسيقية ذات لوحات فنية، وهذا ما يسميه جون ديوي Dewey John المادة المشتركة بين الفنون الجميلة (الياني، 1983).

ثالثًا: علاقة الاقتصاد الإبداعي بالفنون الجميلة بشكل عام، وبالشعر بشكل خاص

يمثل مفهوم الاقتصاد الإبداعي (Creative Economy) مظلة معرفية يمكن من خلالها تأطير العلاقة بين الفنون الجميلة بوصفها إبداعًا، والاقتصاد بوصفه نشاطًا ماليًا قائمًا على ذلك الإبداع؛ حيث يتيح المنتج الفني الإبداعي ميزة تنافسية (Competitive Advantage) تعزز من قيمته الاقتصادية القائمة على عنصر الندرة (Economic Scarcity)؛ فقد عدّ جون هوكنز (Howkins, J., 2013) رائد الاقتصاد الإبداعي «الفنون» نشاطًا اقتصاديًا فاعلاً في منظومة الاقتصاد الإبداعي ضمن خمسة عشر نشاطًا متنوعًا يغطي مجموعة متنوعة من المجالات وذلك في كتابه الشهير (The Creative Economy).

وبحسب تقرير توقعات الاقتصاد الإبداعي لعام 2022، فقد عرّف مصرف التنمية للبلدان الأمريكية الاقتصاد الإبداعي بأنه: «مجموعة من الأنشطة التي تتيح تحويل الأفكار إلى سلع وخدمات ثقافية وإبداعية ذات قيمة محمية أو يمكن حمايتها بموجب حقوق الملكية الفكرية» (الأمم المتحدة، 2022، ص 1).

كما عرّف الأونكتاد القطاعات الإبداعية بأنها: «دورات تشمل إنشاء وإنتاج وتوزيع سلع وخدمات تقوم على الإبداع ورأس (1) الإبداع الفني: تكوين أعمال فنية مبتكرة صوتية كانت أم تشكيلية ذات أبنية تقنية معتمد بها قدرة على إدهاش المتلقين بإشباعها لحاجاتهم الجمالية، كاسرة للسياق المألوف في التفكير والأداء؛ وإنشاء نمط جديد منه. (لجنة ألفاظ الحضارة، 2016).

المال الفكري باعتبارهما مدخلين رئيسيين» (الأمم المتحدة، 2022، ص1).

لقد أصبح مفهوم الاقتصاد الإبداعي متداولاً داخل المؤسسات الدولية الرسمية، وعلى رأسها الأمم المتحدة، التي قننت استخدامه، محددةً المعايير التي يمكن على أساسها أن تُصنّف اقتصاداً ما أو قطاعاً أو سلعة أو خدمة ضمن منظومة الاقتصاد الإبداعي، حيث تتضمن الصناعات الإبداعية مجموعة من الأنشطة التي تعتمد على المعرفة، وتنتج سلعة مملوكة وخدمات فكرية أو فنية غير ملموسة تحمل محتوى إبداعياً وقيمة اقتصادية وأهدافاً سوقية (الأمم المتحدة، 2022). ويمكن تقسيم القطاعات الإبداعية إلى أربع مجموعات رئيسية، وهي:

1. التراث: هذه المجموعة تنقسم إلى مجموعتين فرعيتين، الأولى تشمل أشكال التعبير الثقافي التقليدي مثل الفنون والحرف اليدوية والمهرجانات والاحتفالات. الأخرى تشمل المواقع الثقافية مثل المواقع الأثرية والمتاحف والمكتبات والمعارض.

2. الفنون: تشمل الفنون البصرية مثل الرسم والنحت والتصوير الفوتوغرافي والتحف، والفنون المسرحية مثل: الموسيقى، والمسرح، والأوبرا، والسيرك.

3. وسائل الإعلام: هذه المجموعة تغطي وسائل الإعلام التي تنتج محتوى إبداعياً للتواصل مع جماهير واسعة وتنقسم إلى مجموعتين فرعيتين. الأولى تشمل النشر ووسائل الطباعة مثل الكتب والصحافة والمطبوعات. الأخرى تشمل الوسائل السمعية والبصرية مثل الأفلام والتلفزيون والإذاعة.

4. الإبداعات الوظيفية: تتضمن الصناعات الموجهة نحو خلق السلع والخدمات والتي تستند إلى تفضيلات المستهلكين وديناميكيات الأسواق العالمية. تنقسم هذه المجموعة إلى ثلاث مجموعات فرعية أخرى: التصميم الذي يشمل الرسم والأزياء والمجوهرات وألعاب الأطفال، ووسائل الإعلام الجديدة مثل البرمجيات وألعاب الفيديو والمحتوى الإبداعي الرقمي، والخدمات الإبداعية مثل الخدمات المعمارية والإعلان والخدمات الثقافية والترفيهية، وأحياناً الأبحاث الإبداعية.

وتأسيساً على العلاقة الرابطة بين الشعر والفنون الجميلة (Fine Arts) كون الشعر يحتوي على قدر من المادة المشتركة بين الفنون الجميلة كما يقول ديوي، يمكن توظيفه في المسرح كالأمسيات والمسرحيات الشعرية، وفي الموسيقى كالفصائد المغناة، أو باعتماد النص الشعري كمادة أساس في صناعة الأعمال الفنية رسماً أو نحتاً... إلخ. سنلاحظ أنه -أي الشعر- يتقاطع بشكل أو بآخر مع هذه القطاعات الأربعة -التي أشرنا إليها- ويندرج تحتها، ويتفاعل معها بوصفه مادة ثقافية يمكن استثمارها في خلق اقتصادات مستدامة تجمع بين التثقيف والترفيه والمال، بالإضافة إلى كونه قوة ناعمة تؤثر في مستوى التموضع السياسي في المجتمع الدولي (The international community) عن طريق تسجيل الفنون الوطنية أو المحلية ضمن التراث الثقافي غير المادي (Intangible Cultural Heritage)، كما يمكن أن يسهم الشعر في دعم التأثير الجيوسياسي (Geopolitics) والجيواقتصادي (Goeconomics) عبر تسجيله كمؤشر جغرافي (Geographical indication) للدول؛ بما يحقق لها مورداً اقتصادياً غير تقليدي، ويمكن التمثيل على ذلك بنماذج اقتصادية قائمة على استثمار الشعر مثل تجربة شعر الهايكو الياباني الذي استطاع عولمة الثقافة اليابانية وتقديمها إلى الآخر المختلف ثقافياً، مما أدى إلى تحوله لمؤشر جغرافي ومنتج اقتصادي يمكن تسويقه وقياس أثره من خلال الترجمات والتأليف وتكييف التجربة عبر الثقافات، ومن أمثلة استثمار الشعر محلياً؛ استثمار المواقع الأثرية الموثقة في النص الشعري كجبال الدخول وحومل في معلقة الشاعر الجاهلي امرئ القيس، وروابي نجد وبنابيع «الحسا» المذكورة في القصيدة الوطنية «حديثنا» للشاعر المعاصر الأمير بدر بن عبدالمحسن، وغير ذلك من الأمثلة التي تشجع على البحث في إمكانية خلق اقتصاديات للشعر.

وفي مجال الفنون بشكل عام نجد الكثير من النماذج التي تدعم استثمارها وتؤكد مفهوم الاقتصاد الإبداعي مثل: لوحة الموناليزا

في متحف اللوفر، والمسرح الروماني في روما، وبرج إيفل في باريس، والسيمفونية الخامسة لبيتهوفن، ومسرحية هاملت لشكسبير التي استُثِمَت في العروض المسرحية الجوالَة (Theatrical Show).

المبحث الثاني: الشعر والسياسات الاقتصادية

يشهد سوق الشعر ركودًا ملحوظًا وتراجعًا في الاهتمام بالمقارنة مع مختلف أنماط الفنون الأخرى، كالموسيقى والسينما والتصوير الفوتوغرافي. ففي تحقيق نشر في صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 21/03/2021م تحت عنوان «نشر الشعر أصبح مغامرة»، (عابدين والأبطح والميناوي، 2021)، أكد مجموعة ممن تم استقصاؤهم من الناشرين من الرباط والقاهرة وبيروت هذا الأمر الذي أرجعوه لعدة عوامل. ويمكن أن نفسر هذا التراجع بأسباب كثيرة منها: طغيان المادية، وتفوق الصورة كخطاب بديل عن الخطاب اللغوي الشفهي منه والكتابي، وانخفاض جودة المنتج الشعري، وتراجع معدلات القراءة، والقراءة الأدبية على وجه الخصوص. ويمكن اعتبار هذه الأسباب وغيرها من مفرزات انتقال المجتمعات إلى عصر الرقمنة (*Digitalization era*) وتطبيقاته، أو عصر ثقافة مجتمع الفرجة (*The Society of the Spectacle*) كما أسماه غي ديور (Debord, 2021). ومع ذلك فإن أنماط الفنون الأخرى لا يمكنها إقصاء الشعر كونها تتبع مع الشعر منابع متقاربة وتجمعها وإياه الكثير من المشتركات كما سبقت الإشارة إلى ذلك.

وفي ظل هذا التراجع، يعود التساؤل القديم الذي طرحه فردريك باستيا (Bastiat., Hayek, 2011) ليُطرح في هذه الورقة البحثية من جديد؛ هل ينبغي على الدولة أن تدعم الفنون ماليًا؟ ولعلنا -وعلى الرغم من التحول الكبير الذي حصل في المجتمعات منذ القرن التاسع عشر وحتى يومنا هذا- لا نزال نتفق مع باستيا في المسوغات التي ساقها للإجابة عن هذه التساؤلات بنعم، ونحاول في هذه الورقة العلمية أن نورد بعض الحثثيات التي تدعم وجهة النظر تلك فيما يلي:

أولاً: الشعر نموذج أصيل في تشكيل الثقافة، الإرث، والقيم.

تعد الثقافة مفهومًا مركزيًا مرتبطًا بعلم الأنثروبولوجيا (Anthropology) وبالظواهر التي تنتقل في المجتمعات البشرية وتؤثر في علاقاتها وتشكل هويتها. وينظر إليها على أنها نسق متصل من المعايير والقيم والأفكار. يعرف هوبل (Hoebel, 1972) الثقافة بأنها نظام متكامل من أنماط السلوك المكتسب التي تميز أفراد المجتمع، والتي لا تنتج عن العوامل الوراثية البيولوجية. بينما يعرفها تيلور (Edward.B. Tylor, 1871) في كتابه الثقافة البدائية (Primitive Culture) بأنها ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة والعقائد والفن والأخلاق والقانون والعرف وكل المقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان من حيث هو عضو في المجتمع. وفي هذا الصدد يذكر رونالدو فيديريكو (Federico, R. C., 1984) أن مفهوم الثقافة قد يستخدم للإشارة إلى بعض الخصائص السكانية مثل القيم والمعتقدات والسلوك والأدوات والتي يحافظ عليها المجتمع وتنتقل من جيل إلى جيل. ومن هذه التعريفات يمكننا التعامل مع الفنون بوصفها وعاء حاملًا للثقافة مساهمًا في نقلها وتوصيلها بين المجتمعات وعبر الأجيال.

وكما سبق وأسلفنا، فإنه لا يمكن إقصاء الشعر عن مجموعة الفنون كونه يشكل الإطار المفاهيمي للنسق الثقافي ويتداخل مع غيره من الفنون في تشكيل اللوحة الفنية العامة وتوصيلها. والأمثلة على ذلك كثيرة، ابتداءً بالثقافة اليونانية التي بنيت على المسرح الشعري، وصولًا إلى الموشحات الأندلسية التي تمكنت موسيقاها وكلماتها من أخذ المتلقي إلى تلك الحقبة، وانتهاءً بالقصائد الوطنية أو الغزلية المصورة والمغناة، والقائمة تطول في ذلك. ولذا فإن الفنون غالبًا ما تكون عابرة للثقافات وممتدة عبر التاريخ.

إن التاريخ ليزخر بالكثير من النماذج والصور التي تعكس سطوة الشعر على مناحي حياة الناس العامة؛ إذ كان يتم التعامل معه كوسيلة إعلان وتواصل وكأنه آلة إعلانية متكاملة تستخدم في إعلان الحروب وتحفيز الجيوش ونقل الأخبار وتسويق الأفكار

والتأثير على الجموع. وعلى مدى التاريخ العربي لم تكن الممارسة الاقتصادية للشعر بمنأى عن مجالس صناعة القرار الثقافي والسياسي، حيث كان الشعراء يمارسون مهنة ثقافية في مجالس الخلفاء والحكام والولاة، وكانت القصيدة الأجود هي الأوفر حظاً في الحصول على المقابل المادي المجزي من الحاكم (جبارة، 2022)؛ الأمر الذي جعل الشعر في حالة مستمرة من الانعقاد الثقافي والسياسي. فضلاً عن كونه يقدم صوراً تحليلية ووصفية جمالية، تربط الإنسان بتاريخه وبيئته وترسخ علاقته بثقافته وتوصلها في وجدانه وتمكنه من حفظها ونقلها. ما يجعل الشعر بهذا المفهوم مكوناً متيناً ومستداماً من مكونات حضارة الأمم، وأنموذجاً أصيلاً في تشكيل ثقافتها وقيمها. ومن هنا نعتقد أنه كما أن الدول تدعم المتاحف والمسارح والاحتفالات والفعاليات الوطنية وغيرها؛ فإن من مصلحتها أن توجه الدعم للشعر كصناعة وأن تستثمر فيه حفاظاً على إنسانها وإرثه وتاريخه وثقافته وقيمته.

ثانياً: الشعر مصدر من مصادر القوة الناعمة

إن الانفتاح المعرفي والاتصالي الهائل الذي تشهده دول العالم في كافة المجالات التقنية والعلمية والاقتصادية والثقافية، أكد فكرة أن العالم أصبح قرية صغيرة، وساهم بشكل واضح في صهر الثقافات بعضها ببعض، وشكل صورة نمطية موحدة - إلى حد كبير - لا يشعر معها المسافر من أقصى الشرق إلى أقصى الغرب بعظيم اختلاف في المظاهر المادية للحياة. إلا أن هذه المصاهرة الثقافية والمعرفية أفضت إلى هيمنة الدول القادرة على تدويل قيمها وثقافتها ومنتجاتها وتطبيقاتها الإبداعية آنفة الذكر على المشهد العالمي؛ مما جعل بقية الأمم في حالة ذوبان ثقافي، وفي موضع هش وخطير مفتقدة لقاعدة قيمة وحضارية صلبة. هذا التحدي ساهم في تسابق الدول النامية إلى ترسيخ إرثها الحضاري وثقافتها وقيمها والعمل على تصديرها للعالم.

ومن هنا برز مفهوم القوة الناعمة الذي أسسه جوزيف ناي Joseph Nye الذي عرفها بأنها: «القدرة على صياغة خيارات الآخرين، والحصول على ما تريد عبر الجاذبية أو السحر charm of attractiveness، بدلاً من القهر أو الإكراه أو الدفع القسري» (باكير، 2021، ص 69)، كما ظهرت مفاهيم أخرى جديدة مثل مفهوم العلامة التجارية للدولة في التسويق والعلوم السياسية. (Barber, & Others, 2021)

والسؤال المطروح هنا هو هل يمكن للشعر أن يكون مصدرًا من مصادر القوة الناعمة للدولة؟ ولعلنا لا نخير إجابة عن هذا التساؤل، فنجيب بنعم؛ ذلك لكون الشعر نموذجاً أصيلاً في تشكيل ثقافة المجتمع - كما أسلفنا - يخاطب وجدان أفرادها ويغذي مشاعرهم ويربطهم ببيئتهم، ويرفع من منسوب انتمائهم لها واعتزازهم بها. وهذا ما أشار إليه محمود شاعر (1987) بشكل أو بآخر حين عرف الثقافة بأنها: «معارف كثيرة لا تحصى متنوعة أبلغ التنوع لا يكاد يحاط بها، مطلوبة في كل مجتمع إنساني للإيمان بها، أولاً عن طريق العقل والقلب، ثم للعمل بها حتى تذوب في بنية الإنسان وتجري منه مجرى الدم، لا يكاد يحس به، ثم للانتماء إليها بعقله وقلبه وخياله، انتماء يحفظه ويحفظها من التفكك والانهيار» (ص 28). وهنا نجد تقاطعاً بين تعريف شاعر وما أكدته كل من (Carbó-Catalan, E., & Sanz, D. R, 2022) في كتابهم «الثقافة كقوة ناعمة»؛ حيث أكدتا أن الثقافة مهمة في السياسة المحلية والدولية؛ إذ يمكن للثقافة المشتركة أن تخلق شعوراً قوياً بالانتماء للمجتمع. ويمكن استخدامها - أيضاً - لتعزيز جماعة معينة أو تشكيل صورتها على الساحة الدولية.

إن استثمار مشاعر الانتماء المجتمعي من قبل متخذي القرار وواضعي السياسات في الدول والعمل على ترسيخها من خلال الاستثمار في الثقافة والفنون الجميلة والشعر - على وجه التحديد - وتعزيزها، سيسهم في رسم هوية المجتمع ووضوح أهدافه وتطلعاته، وكذلك في إيجاد أرض صلبة من الاستقرار يمكن على إثرها للمجتمع تصدير ثقافته كمصدر من مصادر القوة الناعمة، وتوسيع دائرة تأثيره والانتماء إليه إقليمياً وعالمياً؛ ليكون للدول المتصدرة ثقافياً موطأ قدم في خريطة التأثير العالمي. ولعل هذا ما يفسر توجه الكثير من الدول لدعم برامجها الثقافية والعمل على تعزيزها. ومن أبرز الأمثلة على ذلك (جائزة الاتحاد الأوروبي للأدب: نشر القيم الأوروبية

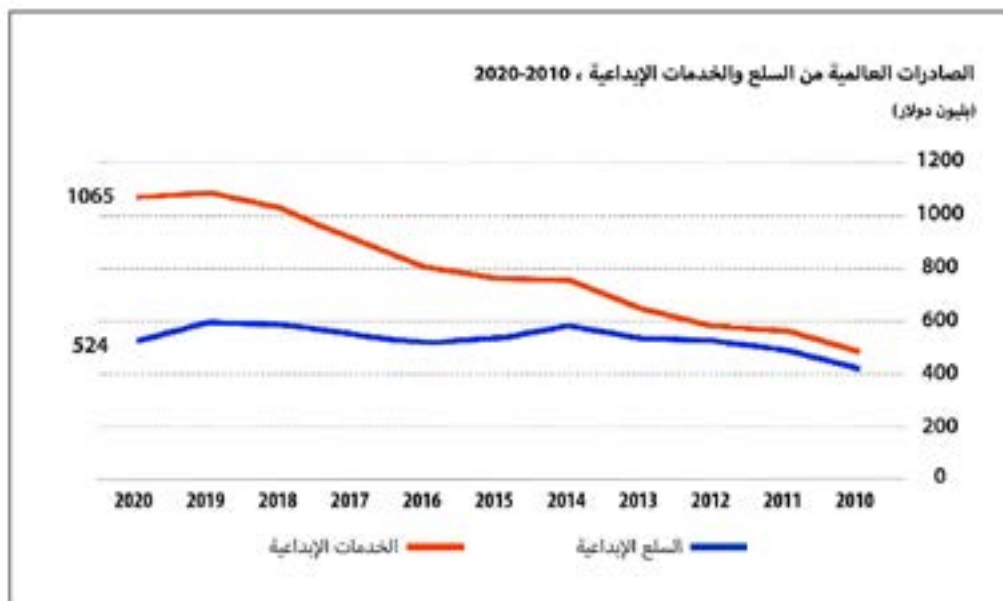
من خلال الترجمة والتكريس فوق الوطني) وكذلك برنامج دعم المملكة العربية السعودية للاستثمار في الثقافة ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030.

ثالثاً: الشعر رافد مهم من روافد الاقتصاد الإبداعي والتنمية الاقتصادية المستدامة

يمكن القول بأن مفهوم الاقتصاد الإبداعي (creative economy) الذي نظّر له الباحث البريطاني جون هوكينز (Howkins, J., 2013) قد أعاد للحكومات مسؤوليتها في ضرورة الدعم والاستثمار في الفنون ومنها الشعر. فبحسب تقرير (الأمم المتحدة، 2022) يعدّ الاقتصاد الإبداعي من بين أسرع القطاعات نمواً في العالم؛ حيث يشارك بنحو 3.1% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتدرّ القطاعات الثقافية عائدات سنوية تصل إلى نحو 2250 مليار دولار أمريكي سنوياً، ويوظف هذا القطاع نحو 30 مليون شخص في العالم، ويولد ما يقارب 50 مليون وظيفة تمثل 6.2% من جميع فرص العمل بالعالم. ومن المتوقع أن ينمو الاقتصاد الإبداعي بنسبة 40% بحلول عام 2030م ويزداد توسعاً. وتعد الصناعات الإبداعية من بين أكثر القطاعات حيوية في الاقتصاد العالمي وتوفر فرصاً جديدة لتنمية وتنويع اقتصاديات البلدان النامية.

وقد دعت اليونسكو ومجموعة من البلدان إلى ضرورة تأسيس اقتصاد إبداعي يعتمد على نظام بيئي يوفر فرصاً مناسبة للمبدعين، وأن تصبح وظائف الصناعة الإبداعية خياراً مستداماً للتطور والنمو، وتوفر ظروف عمل مناسبة ذات عائد مجدي، وأن تحفظ الحقوق الاقتصادية والاجتماعية للفنانين والعاملين في قطاعات الاقتصاد الإبداعي.

وتأكيداً لما تقدم، تشير مؤشرات التنمية العالمية إلى أن الدول التي حققت معدلات أداء مرتفعة من التقدم العلمي والتكنولوجي والمعرفي توجّه نسبة عالية من إنفاقها الرأسمالي لصالح الأصول المنتجة للقوى الناعمة سالفه الذكر. إذ مثلت التجارة في السلع والخدمات الإبداعية عائدات كبيرة تحصدها الدول؛ حيث ارتفعت الصادرات العالمية من السلع الإبداعية من 419 بليون دولار في عام 2010م، إلى 524 بليون دولار في عام 2020م. كما زادت الصادرات العالمية من الخدمات الإبداعية من 487 بليون دولار إلى ما يقرب من 1.1 تريليون خلال الفترة نفسها. يوضح (الشكل 1) الصادرات العالمية من السلع والخدمات الإبداعية من عام 2010م إلى عام 2020م، ونلاحظ أن حجم صادرات الخدمات الإبداعية يفوق بشكل كبير حجم صادرات السلع الإبداعية.



الشكل (1) الصادرات العالمية من السلع والخدمات الإبداعية، 2020-2010

المصدر: الأونكتاد

وعند الحديث عن الشعر تحديدًا كمنتج اقتصادي/إبداعي منتج للقوة الناعمة، فيمكن التأكيد على كونه يندرج ضمن أبرز الصناعات الإبداعية في البلدان العربية، وأنه يلعب دورًا كبيرًا في المستوى الاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي. ومن خلال التمييز بين صادرات السلع الإبداعية والخدمات الإبداعية، سنجد أن الشعر يتميز عن غيره من الفنون والمنتجات الإبداعية في كونه منتجًا إبداعيًا يمكن استثماره كسلعة إبداعية أو كخدمة إبداعية في الآن نفسه. فمن الأمثلة على كونه سلعة إبداعية أو مكونًا من مكوناتها: الدواوين الشعرية، والتسجيلات الصوتية، والمقاطع المصورة، وكذلك استخدامه على المنحوتات، والرسومات الفنية، والتصاميم، وخلافه. ومن الأمثلة على كونه خدمة إبداعية أو مكونًا من مكوناتها: الأمسيات الشعرية، والمسرحيات، والحفلات الغنائية، وصناعة المحتوى في الإنتاج والدعاية والإعلان والإعلام. ما يعني مساهمته الفاعلة في زيادة حجم الصادرات من المنتجات الإبداعية خدمية كانت أو سلعية.

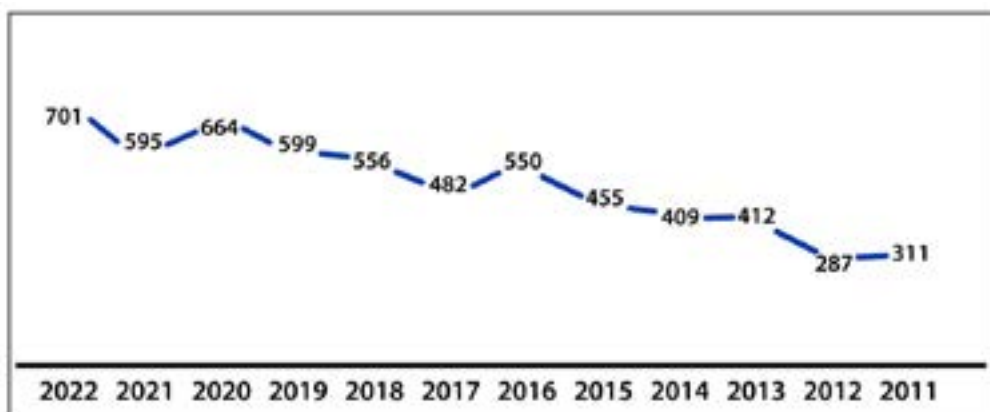
من جانب آخر، يمكن لأثر اقتصاديات الشعر أن يتضح على الناتج المحلي الإجمالي وفق مفهوم توزيع الدخل (Income Distribution) الذي يعني بالكيفية التي تستطيع الدولة بواسطتها توزيع الناتج المحلي الإجمالي على سكانها. ويعدّ التوظيف الكامل للموارد البشرية أو الاقتراب منه عن طريق خلق فرص عمل والاستثمار في رأس المال البشري (Human Capital Investment) من أهم التطبيقات الحديثة في تحقيق عدالة التوزيع، وبالتالي تحقيق الاستقرار الاقتصادي والتنمية الاقتصادية المستدامة. وتظهر تطبيقات الاستثمار في رأس المال البشري في الدول النامية والمتقدمة -بوصفه المحرك الأهم للتنمية الاقتصادية- من خلال الدعم والاستثمار في التعليم والتدريب والصحة والتقنية، بشكل يضمن عدالة توزيع الدخل والثروة ويحفظ استقرار المجتمع واقتصاده ويوجه نحو التنمية الاقتصادية المستدامة. ولعل الثقافة والفنون الجميلة ومنها الشعر ليست ببعيدة عن هذا التوجه كونها جزءًا مهمًا في تشكيل الإنسان بوصفه رأس مال بشري.

ومن هنا ظهر مفهوم الاقتصاد الثقافي الذي عرفه (De Beukelaer, C., Spence, K., 2018) في كتابهما «الاقتصاد الثقافي العالمي» (Global Cultural Economy) بوصفه نظامًا لإنتاج السلع والخدمات الثقافية التي يؤدي وظيفته داخلها. إلا أن توجه الدول النامية والمتقدمة إلى التخفيف من أعباء الإنفاق الحكومي المكلفة، والتحول نحو تمكين القطاع الخاص والاعتماد عليه في تحقيق مستهدفات التنمية الاقتصادية، خلق شكلاً من أشكال التحدي للشعراء والمهتمين في الشعر، وألقى بالمسؤولية عليهم في كيفية تحويل المنتج الشعري إلى منتج قابل للتسويق والاستثمار فيه لضمان تطوره وديمومته.

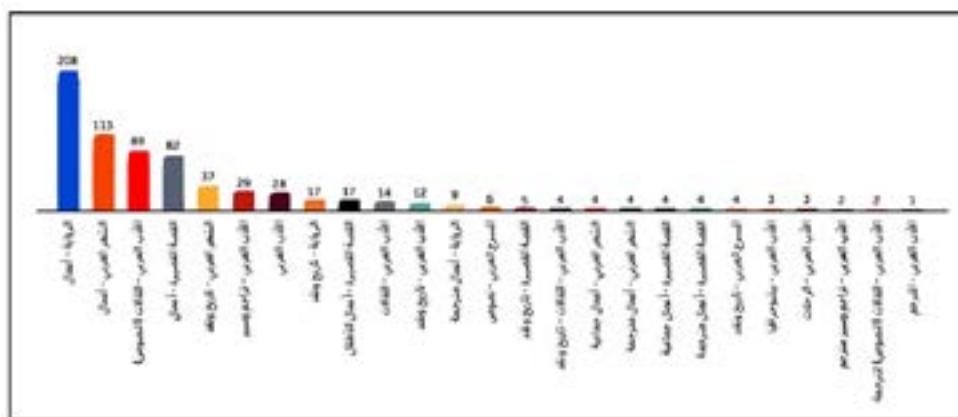
وهنا نجد أنه من الضرورة التأكيد على استمرار الدول في دعم الشعر عن طريق الاستثمار فيه بشكل مباشر، أو بتوجيه القطاع الخاص وتحفيز المتخصصين والمهتمين للاستثمار فيه من خلال تقديم التسهيلات والإعفاءات التي من شأنها أن تعزز هذا التوجه.

المبحث الثالث: الوضع الاقتصادي للشعر كأحد الصناعات الإبداعية في المملكة العربية السعودية

بحسب تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية (2022) تشير إحصائيات بليوجرافيا التأليف والنشر الأدبي في المملكة العربية السعودية للباحث خالد اليوسف في عام (2022)، إلى التعافي الواعد لحركة الإنتاج الأدبي للمؤلفين السعوديين بعد انخفاضها في عام 2021م؛ إذ صدر في عام 2022م 701 كتاب أدبي - وهو أعلى رقم سجلته البليوجرافيا - أي بنسبة نمو بلغت 17.82% عن عام 2021م، كما في (الشكل 2).



الشكل (2) الإنتاج والنشر الأدبي خلال الفترة 2011-2022
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022م



الشكل (3) الإنتاج والنشر الأدبي في عام 2022م بحسب الجنس الأدبي
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022م

وبشكل عام، فقد بلغ متوسط النمو في أرقام النشر الأدبي في المملكة خلال الفترة 2015-2022م 7.64%، كما رصدت البليوجرافيا ارتفاعاً في إنتاج كل جنس أدبي على حدة، باستثناء الأعمال المسرحية؛ فقد صدر منها ستة أعمال فقط في عام 2022م مقابل ثمانية في عام 2021م. وكما في الشكل (3) استمرت الرواية في تصدر القائمة بـ 208 كتب، ثم الشعر بـ 113 كتاباً. إن هذا النمو في إحصائيات الأدب والشعر في المملكة العربية السعودية يدفعنا للبحث في الدور الاقتصادي للشعر كصناعة إبداعية ومحاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

أولاً: هل للشعر -بوصفه منتجاً إبداعياً- أثرٌ على الناتج المحلي الإجمالي في المملكة العربية السعودية؟

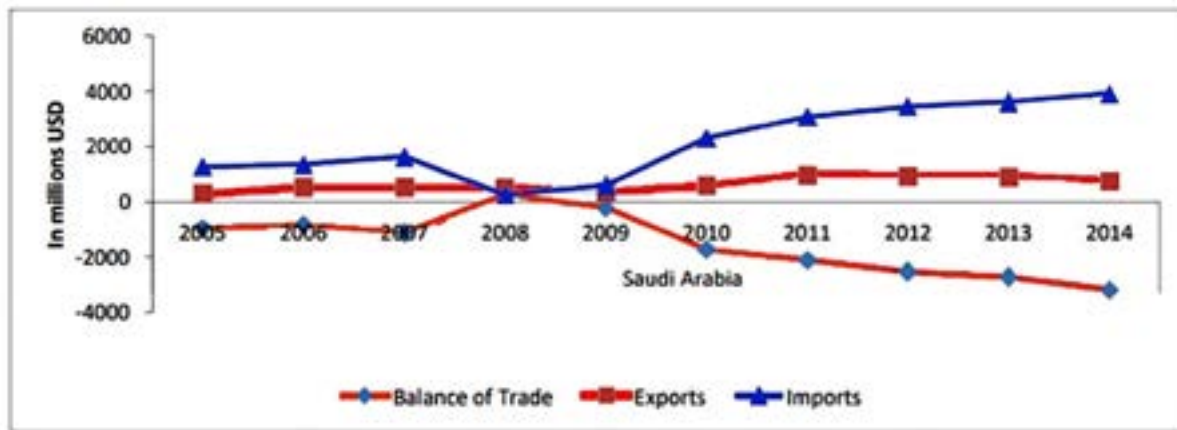
إلى وقت قريب، لم يكن ينظر إلى النشاط الثقافي في المملكة العربية السعودية بوصفه مساهماً في التنمية الاقتصادية. إلا أنه في العقود الثلاثة الأخيرة؛ نمت إدراك عالمي بإمكانية توليد القيمة الاقتصادية من الثقافة دون أن يضر ذلك بالوظائف الأخرى للفعل الثقافي. وعند النظر إلى الإحصائيات التي في أيدينا من عام 2005 إلى عام 2014 (الجدول 1)، (الشكل 4 و 5) نجد أن صادرات السلع الإبداعية قد ارتفعت بأكثر من ضعفي قيمتها من 308.5 مليون دولار في عام 2005م إلى 746.9 مليون دولار في عام 2014م، كما ازدادت وارداتها بأكثر من ثلاث مرات خلال الفترة نفسها. بلغت واردات السلع الإبداعية 3.9 مليار دولار، وكانت مضاعفة لقيمة الصادرات بست مرات؛ حيث سجلت المملكة العربية السعودية عجزاً تجارياً بقيمة 3.1 مليار دولار في عام 2014م.

ويلاحظ أن السلع المتعلقة بالتصميم شكلت النصيب الأكبر من الصادرات والواردات. إلا أن السلع المتعلقة بالفنون والآداب بشكل عام جاءت في المرتبة الثانية تقريباً. وبنسب متدنية ومقاربة مع صنوف السلع الإبداعية الأخرى. كما لم تقدم المملكة العربية السعودية تقارير بشأن الخدمات الإبداعية. والسؤال المهم هنا؛ كيف يمكن للمملكة توسيع وتنمية السلع الإبداعية المتعلقة بالفنون والأدب والشعر على وجه التحديد، عملاً على تقليص العجز في الميزان التجاري؟ من جانب آخر، نجد أن الضرورة صارت ملحة لتسجيل الخدمات الإبداعية والتي من بينها الشعر لقياس مدى الأثر على الصادرات والواردات السعودية من الخدمات الإبداعية.

الجدول (1) الصادرات والواردات السعودية من المنتجات الإبداعية 2005-2014

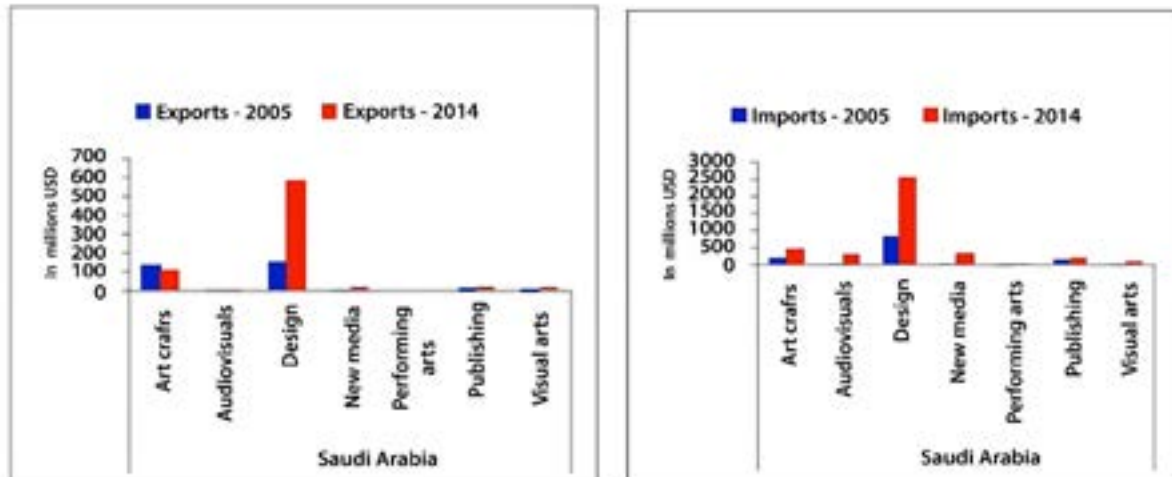
COUNTRY PROFILE- Saudi Arabia										
Creative Industries Trade Performance, 2005-2014						Value in Million US\$				
Saudi Arabia	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exports	308,54	521,25	525,23	500,68	371,43	589,74	966,91	913,99	905,28	746,97
Imports	1.273,46	1.358,24	1.635,85	247,56	601,62	2.319,79	3.071,45	3.438,74	3.625,60	3.925,90
Balance of Trade	-964,92	-836,99	-1.110,62	253,12	-230,19	-1.730,05	-2.104,54	-2.524,75	-2.720,32	-3.178,93

Source: UNCTAD Creative Economy Outlook / Country Profile



الشكل (4) الصادرات والواردات السعودية من المنتجات الإبداعية 2005-2014

Source: UNCTAD Creative Economy Outlook / Country Profile



الشكل (5) الصادرات والواردات السعودية من المنتجات الإبداعية - حسب المنتج الإبداعي 2005-2014

ثانيًا: ما مساهمة الشعر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية؟

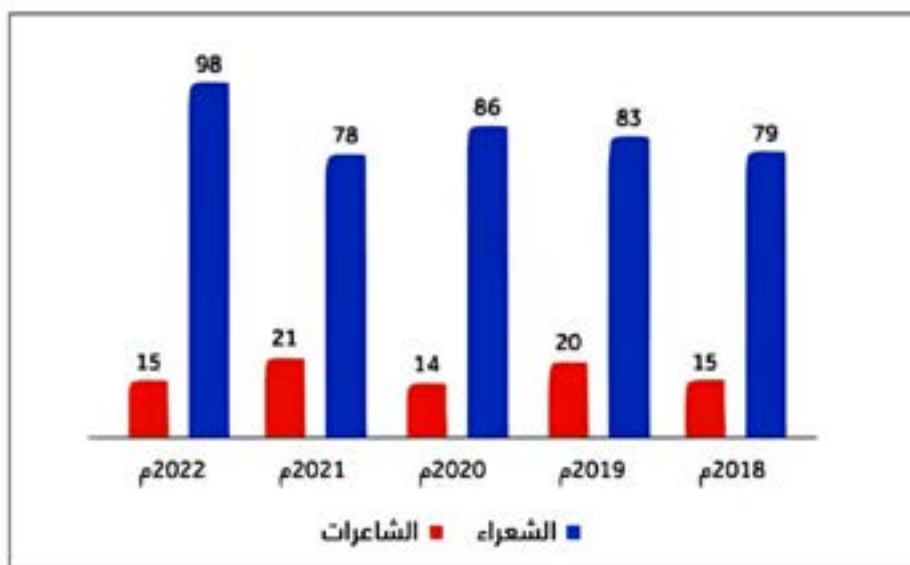
تطرح رؤية المملكة العربية السعودية 2030 خطة طموحة تركز على دور الثقافة والترفيه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. تركز هذه الرؤية على القطاع الإبداعي وتعزيزه بواسطة العديد من المبادرات والمشاريع، وتهدف لزيادة مساهمة القطاع الثقافي في الناتج المحلي الإجمالي بخمسة أضعاف، ولديها استراتيجيات لدعم الأدب والفنون المحلية. ورغم تقدمها، لا يزال هناك تحديات، مثل ضعف العائد المالي للأدباء والكتاب السعوديين مقارنة بالجهود التي يبذلونها. كما يواجه القطاع الثقافي والأدبي على وجه الخصوص عقبات للمساهمة في زيادة الإنتاج المحلي وجذب الاستثمارات. ويساهم الاقتصاد الإبداعي بشكل عام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر التي حددتها الأمم المتحدة بطرق شتى، والشعر - كرافد من روافد الاقتصاد الإبداعي - على وجه التحديد له مساهمة كذلك في تحقيق هذه الأهداف. فعند النظر إلى مساهمة الشعر فيما يتعلق بالأهداف الثمانية التي انتقيناها من بين الأهداف السبعة عشر وإسقاطها على حالة المملكة العربية السعودية يمكننا أن نلاحظ ما يلي:

1. الهدف الخامس (المساواة بين الجنسين):

تعتبر مشاركة النساء والرجال على حد سواء في صناعة الإبداع وتحقيق المساواة في الفرص من أهم أهداف التنمية المستدامة. وعند النظر إلى مساهمة الشعر كمنتج إبداعي في تحقيق هذا الهدف، سنلاحظ تفاوتاً شاسعاً في الإنتاج الشعري بين الذكور والإناث كما في الشكل (6) إذ يشكل إنتاج الإناث ما بين 16% إلى 26% من إنتاج الذكور. وهذا يدفع المهتمين أولاً إلى البحث عن أسباب هذا التفاوت ويدفع الدولة إلى العمل على إيجاد آليات وتبنيها تهدف إلى رفع وتعديل هذه النسبة.

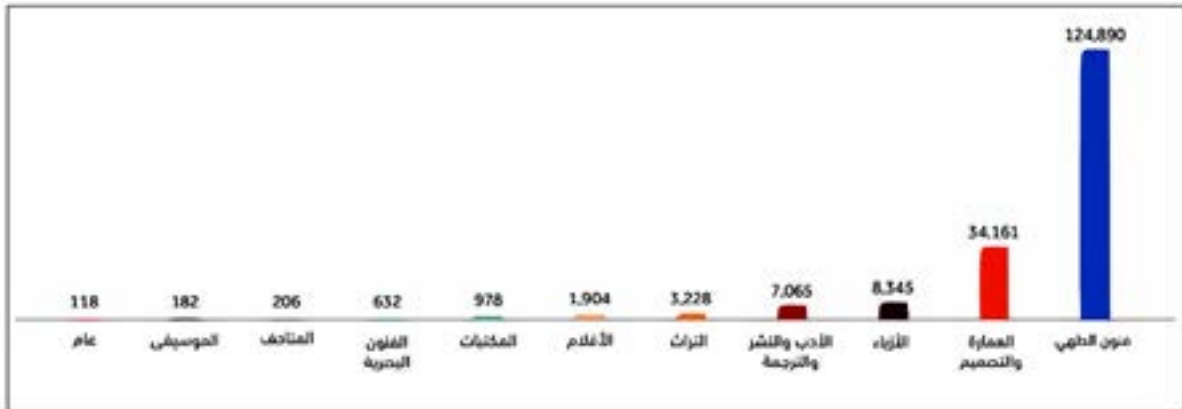
2. الهدف الثامن (العمل اللائق والنمو الاقتصادي):

تتلخص الآثار الاقتصادية للصناعات الإبداعية ومنها الشعر والأدب في توفير فرص العمل والمساهمة في علاج البطالة، وتعزيز النمو الاقتصادي عبر زيادة الإنتاج وتحسين مستويات المعيشة، وزيادة حجم الاستثمار والإنفاق القومي، وزيادة الصادرات من السلع والخدمات. وعند النظر إلى الحالة السعودية، نجد أن عدد العاملين في المهن الثقافية المباشرة قد بلغ 181.709 من موظفين وموظفات في مختلف القطاعات الثقافية وفق بيانات الربع الثالث من العام 2022م.



الشكل (6) التفاوت في الإنتاج الشعري في السعودية بين الذكور والإناث 2022-2018

المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م



الشكل (7) توزيع أعداد العاملين في المهن الثقافية حسب القطاع.

المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م

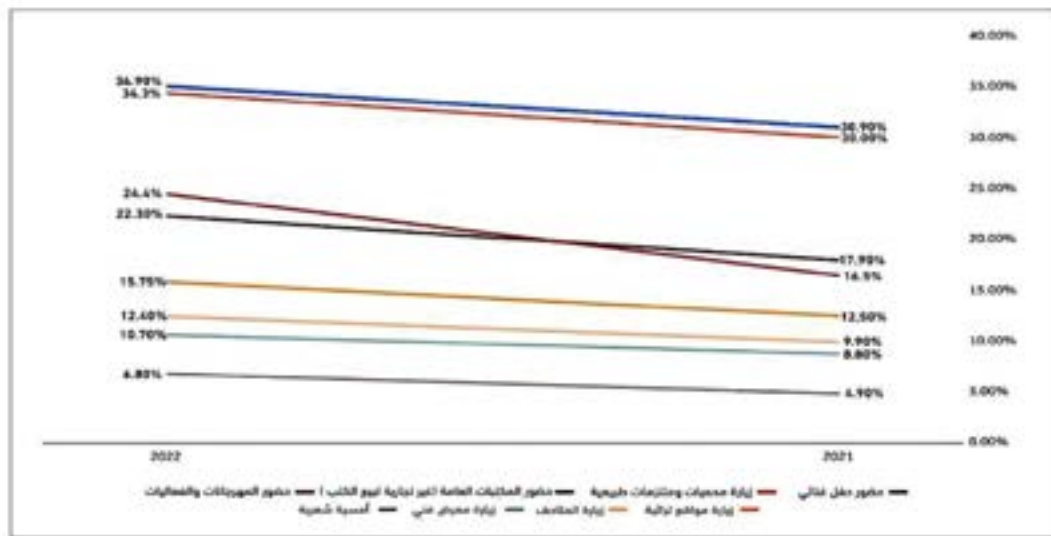
وبحكم اختلاف طبيعة القطاعات وتفاوت مراحل تطورها، فمن المهم إلقاء نظرة على المكونات القطاعية الفرعية التي يستعرضها (شكل 7)، ولعل أبرز ملمح يمكن ملاحظته هو أن المهن الثقافية في قطاعات: العمارة، والتصميم، والأزياء، والطهي تضم معظم العاملين في المهن الثقافية الرئيسية بواقع 77% من إجمالي المهن، وهو ما قد يعود جزئياً لاتصال أنشطتها بقطاعات اقتصادية كبيرة وقائمة، وبالتالي تتمتع بأطر أكثر نضجاً، على خلاف قطاعات مثل قطاع الموسيقى الذي قد لا تعكس أرقام المهن المتعلقة بواقع القطاع كون الكثير من تلك المهن المرتبطة بالقطاع حديثة من حيث الاعتراف بها في سجلات المهن، وإلى جانب هذه القطاعات تبرز -أيضاً- مهن في قطاعات أخرى مثل الترجمة التي وفرت ما يتجاوز 5.500 فرصة وظيفية يشغلها مترجمون ومترجمات سواء في مجال الترجمة التحريرية أو مجال الترجمة الصوتية. والسؤال المهم هنا، هل الشعر مدرج ضمن سجلات المهن؟ وكيف يمكن زيادة اتصال الأنشطة المتعلقة بالشعر بقطاعات اقتصادية بشكل يساهم في حجز مكان للشعر بين أهم المهن الثقافية؟

3. الهدف التاسع (الصناعة والابتكار والبني التحتية):

من خلال تعزيز الابتكار وتنمية الصناعات الإبداعية وهذا ما سبق الإشارة إليه عند الحديث عن أثر الشعر والفنون على الناتج المحلي الإجمالي، من ضرورة الاستثمار في السلع والخدمات الإبداعية، وتشجيع الصناعات الإبداعية، ودعم المبدعين فيها لتقديم وتسويق منتجاتهم الإبداعية. وذلك لزيادة الإنتاج ورفع الصادرات مما يساهم في تقليل العجز في الميزان التجاري وزيادة الناتج المحلي الإجمالي.

4-5. الهدفان الحادي عشر والسادس عشر: (المدن المستدامة والمجتمعات السلمية والشاملة للجميع):

تتمثل الآثار الاجتماعية للآداب والفنون والشعر في خلق حالة من الأمن والسلم المجتمعي، وزيادة درجة الانتماء والشعور الوطني، وتوعية المجتمع بالحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري، والحد من معدلات الجريمة عبر إتاحة فرص العمل، وعلاج الكثير من الظواهر الاجتماعية السلبية، وتحقيق الشعور بالرضا والاستقرار النفسي والمجتمعي. كل ذلك يمكن أن يتأتى من خلال تعزيز الثقافة والفنون في المدن وتحقيق المدن المستدامة. واستثمارها كوسيلة للتواصل والتفاهم بين المجتمعات.



الشكل (8) التوزيع النسبي للمشاركة في نشاط واحد على الأقل خلال 21 شهراً الماضية حسب الأنشطة الثقافية 1202-2202
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2202م



الشكل (9) التوزيع النسبي للفعاليات الثقافية
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م

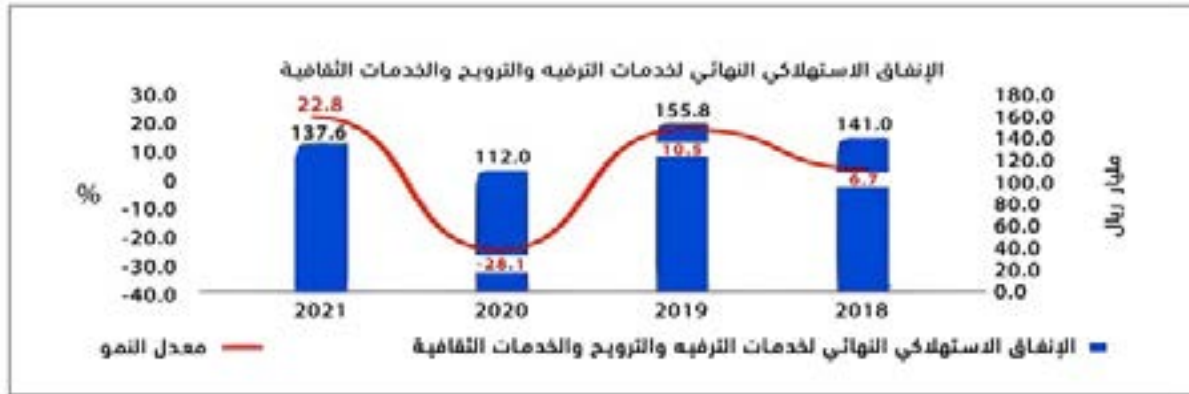
وعند النظر إلى حالة المملكة العربية السعودية، سنلاحظ طبقاً لمسح المشاركة الثقافية في دورته الرابعة دلائل على توسع دائرة المهتمين بالنشاط الثقافي في العام 2022م؛ حيث عكست بيانات المسح مؤشرات إيجابية ومرتفعة للمشاركة الثقافية شملت جميع الأنشطة الظاهرة في الشكل (8) وعلى جميع الأصعدة. وعند النظر إلى الشعر على وجه التحديد نجد أن حضور الأمسيات الشعرية يجيء في المرتبة الثانية من حيث الارتفاع ونسب التفاعل بعد حضور المهرجانات والفعاليات. وبشكل متسق مع مسح المشاركة الثقافية 2021م، يظهر مسح عام 2022م نتائج مقارنة تتمثل في الارتفاع النسبي للأمسيات الأدبية والشعرية والمحاضرات مقابل الحفلات الموسيقية والعروض المسرحية (شكل 9).

6. الهدف الثاني عشر (أنماط الاستهلاك والإنتاج المستدامة)، عبر تشجيع أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة:

ويمكن التفصيل في هذا الهدف من جانبين:

الجانب الأول: تشجيع أنماط الاستهلاك، فمع صدور أحدث بيانات الإنفاق الاستهلاكي العائلي (التقديرات الأولية للعام 2021م)، نلاحظ أن الإنفاق على خدمات الترفيه والترويج والتعليم والخدمات الثقافية يعكس تعافياً ملحوظاً بنمو بلغ 22.8%

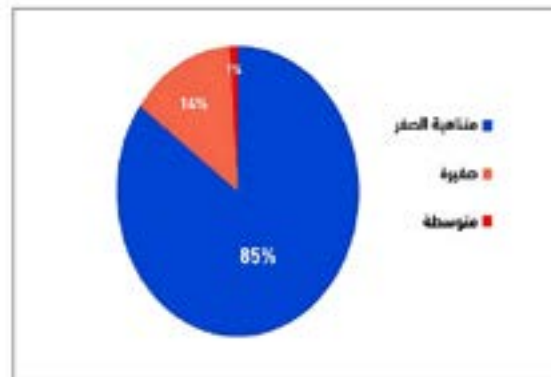
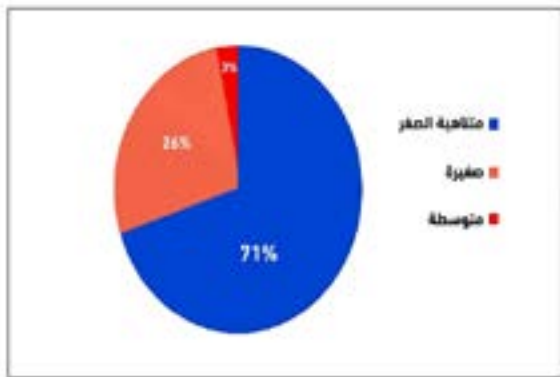
عن العام 2020م، عندما سجل هذا المؤشر - كما أشار تقرير الحالة الثقافية للعام 2021م أدنى مستوياته في ارتباط مباشر بتأثيرات جائحة كوفيد 19- على هذه القطاعات، حيث بلغ إنفاق الأسر على خدمات الترفيه والترويح والخدمات الثقافية ما يعادل 137.6 مليار ريال في عام 2021م مقابل 112.0 مليار في عام 2020م، وعلى الرغم من ذلك، لم يعد مؤشر الإنفاق حتى نهاية العام 2021م إلى مستويات ما قبل الجائحة؛ حيث جاء دون إحصائيات العام 2019م، عندما بلغ الإنفاق العائلي على الترفيه والتعليم والخدمات الثقافية أعلى مستوياته (شكل 10).



الشكل (10) الإنفاق الاستهلاكي النهائي العائلي في السوق المحلية على خدمات الترفيه والتعليم والخدمات الثقافية.

المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م

الجانب الثاني: تشجيع أنماط الإنتاج: وهذا ينتج بواسطة الدعم الحكومي والذي ناقشناه سالفًا بالإضافة إلى تعزيز دور القطاع الخاص للاستثمار في إنتاج المنتجات الثقافية والإبداعية ومن بينها الشعر. فعند النظر إلى وضع المنشآت الصغيرة كنموذج لدور القطاع الخاص في إنتاج واستثمار المنتجات الإبداعية، نلاحظ وجود ما لا يقل عن 11.850 منشأة ثقافية متوسطة وصغيرة ومتناهية الصغر، وتمثل الأخيرة ما يقارب ثلاثة أرباع العدد الإجمالي، بينما تشكل المتوسطة ما نسبته 3% بواقع 392 منشأة متوسطة، وهو توزيع نسبي يختلف عن التوزيع على مستوى الاقتصاد الوطني ككل، وتشكل المنشآت الصغيرة والمتوسطة نسبة أعلى في القطاع الثقافي من حصتها في بقية القطاعات (الشكل 11 و 12) ويتمركز معظم هذه المنشآت بجميع أصنافها في مناطق: الرياض، ومكة المكرمة، والشرقية، بينما تتوزع 25% منها بين جميع المناطق الأخرى (شكل 13 و 14)، ومقارنة بتوزيع المنشآت على مستوى جميع القطاعات يبرز تركز أكبر للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في منطقة مكة المكرمة، وهو ما يتسق مع الارتفاع النسبي لتركز القوى العاملة في القطاع.

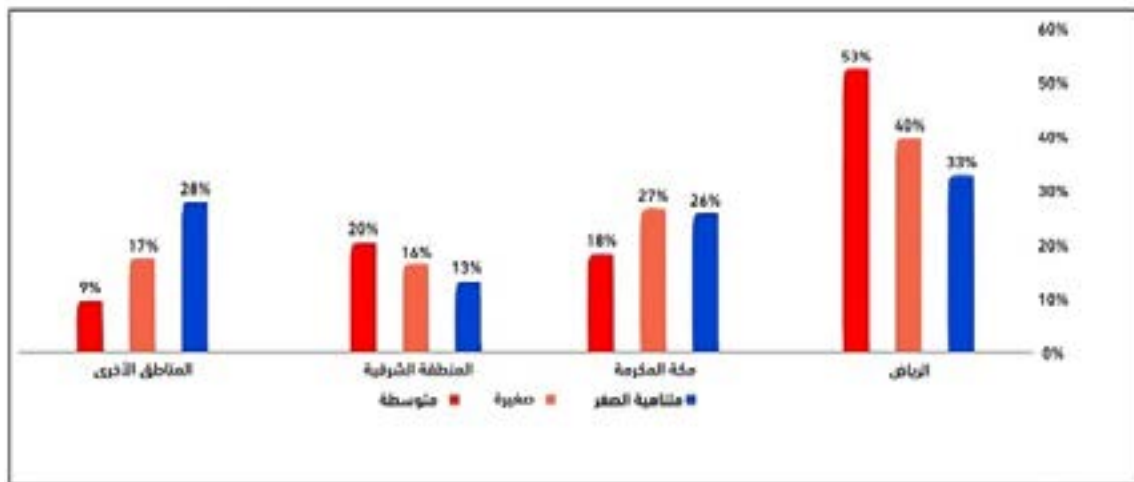


الشكل (11) التوزيع النسبي للمنشآت على مستوى الاقتصاد الوطني الشكل (12) التوزيع النسبي للمنشآت على مستوى القطاع الثقافي

المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م.



الشكل (13) التوزيع النسبي للمنشآت على مستوى الاقتصاد الوطني في القطاع الثقافي حسب المناطق.
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022م



الشكل (14) توزيع المنشآت الثقافية المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر حسب المناطق.
المصدر: تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية 2022 م

7. الهدف العاشر (الحد من أوجه عدم المساواة):

لتحقيق هذا الهدف على الدولة دعم الإبداع الفني والأدبي والشعري كصناعة، وتوجيه المباشر وغير المباشر نحو تعزيزها والاستثمار فيها من قبل القطاع الخاص، وترسيخ أهمية الشعر كمورد أصيل في تشكيل الثقافة والتراث والفنون والأدب من خلال استراتيجياتها ومستهدفاتها وفعاليتها وخططها التنموية، ودعم المبدعين من الشعراء أسوة بغيرهم من المبدعين في الفنون الأخرى، وذلك بإقامة المهرجانات والمسابقات والجوائز، وتمكين دور المرأة الشاعرة، وتوجيه الدعم لمختلف مناطق المملكة نسبة إلى سكانها لضمان تقديم فرص متساوية للجميع.

8. الهدف السابع عشر (وسائل التنفيذ والشراكات العالمية):

في عام 2017م حصلت الصناعات الإبداعية في المملكة العربية السعودية على دفعة إيجابية بعد توقيع ثلاث اتفاقيات مع

شركات رائدة في تطوير ألعاب الفيديو اليابانية وإستديوهات الرسوم المتحركة لتدريب الشبان السعوديين على تطوير محتوى سعودي الصنع. وبالنظر إلى هذه التجربة، نجد أنه من الممكن تعميمها لتشمل صنوف الفنون والآداب المختلفة ومن بينها الشعر. وذلك عن طريق تعزيز التعاون والشراكات العالمية مع دور النشر والمؤسسات والمهرجانات.

الخاتمة

حاولت هذه الدراسة استكشاف علاقة الشعر بمفهوم الاقتصاد الإبداعي وتوصلت إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها فيما يلي:

1. يمكن تأطير العلاقة بين الشعر والاقتصاد الإبداعي بوصف الشعر منتجاً فنياً إبداعياً، والاقتصاد نشاطاً مالياً قائماً على الإبداع.

2. يسهم استثمار الشعر في خلق اقتصادات مستدامة تجمع بين التثقيف والترفيه والمال، كسائر أنواع الفنون الجميلة المدرجة ضمن خمسة عشر نشاطاً في منظومة الاقتصاد الإبداعي.

3. يشكل الشعر قوة ناعمة للدول تؤثر في مستوى تموضعها السياسي في المجتمع الدولي، وتدعم تأثيرها الجيوسياسي والجيواقتصادي عبر تسجيل الشعر كمؤشر جغرافي، واستثماره في تشكيل الهوية الثقافية، وتعزيز الدبلوماسية العامة، والتواصل الحضاري والعلاقات الدولية.

4. يحظى الشعر بميزة تنافسية كونه من الصناعات الإبداعية التي يمكن استثمارها كسلع إبداعية وخدمات إبداعية في آنٍ معاً، ما يعني مساهمته الفاعلة في زيادة حجم الصادرات من المنتجات الإبداعية، وأثره القابل للقياس على الناتج المحلي الإجمالي، وفق مفهوم توزيع الدخل عن طريق خلق فرص العمل والاستثمار في رأس المال البشري.

5. فيما يتعلق بحالة المملكة العربية السعودية يمكن للاستثمار في الشعر -بوصفه رافداً من روافد الاقتصاد الإبداعي- أن يسهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة التي حددتها الأمم المتحدة.

ولكون المملكة العربية السعودية طرحت خططها الطموحة (رؤية 2030) والتي ركزت من ضمن مضامينها ومستهدفاتها على دور الثقافة والترفيه في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. فإن الدراسة وبالتقاطع مع مستهدفات الرؤية وأهداف التنمية السعودية المستدامة، توصي بتحقيق عدة نقاط مهمة:

أولاً: ضرورة توسيع وتنمية المنتجات الإبداعية المتعلقة بالشعر سلعية كانت أو خدمة.
ثانياً: ضرورة دعم المبدعين الشعراء وتمكين المرأة الشاعرة لتقليص التفاوت الشاسع في الإنتاج الشعري بين الجنسين.
ثالثاً: أهمية زيادة اتصال الأنشطة الشعرية بقطاعات اقتصادية مختلفة بشكل يسهم في حجز مكان للشعر بين أهم المهن الثقافية، ويعزز دوره كمحور ثقافي واقتصادي هام.

رابعاً: ضرورة العمل على ترويج وتسويق المنتج الإبداعي السعودي في مجال الشعر كالفنون الأدائية وصناعة المحتوى والتصميم والمسابقات والأمسيات الشعرية والمهرجانات والفعاليات المتنوعة في الأسواق العالمية والمحافل الدولية، ودعم العاملين فيها لزيادة الناتج المحلي الإجمالي ورفع معدلات التنمية الاقتصادية.

خامساً: أهمية تعزيز قطاع الثقافة والفنون -بما في ذلك الشعر- في المدن والاستثمار فيه كوسيلة للتواصل والتفاهم بين المجتمعات وخلق حالة من الأمن والسلم المجتمعي، وزيادة درجة الانتماء والشعور الوطني.

سادساً: ضرورة بذل جهود إضافية في مواجهة التحديات التنظيمية والمالية وترويج الثقافة السعودية وجذب الاستثمارات، مع إنشاء خارطة طريق لدعم قطاع الشعر في المملكة عبر استراتيجية وطنية للشعر تهدف إلى تحقيق ما تناولته الدراسة.

بالإضافة إلى ما تقدم، يمكن أن تستكشف الدراسات المستقبلية - كمية كانت أو نوعية- العديد من الجوانب لفهم وتعزيز صناعة الشعر والاقتصاد الإبداعي في المملكة العربية السعودية، كتحليل العوامل الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة في صناعة الشعر، تشمل تحليلاً لسوق الشعر والطلب على المنتجات الشعرية، وتقدير قيمة الشعر كصناعة اقتصادية.

قائمة المراجع:

- أبو ريان، محمد علي. (1974). *فلسفة الجمال ونشأة الفنون الجميلة*. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد). (<https://www.ungeneva.org/ar/about/organizations/>) (unctad)
- الأمم المتحدة. (2022). *توقعات الاقتصاد الإبداعي لعام 2022* (https://unctad.org/system/files/official_document/ditctsce2022d1_overview_ar.pdf)
- الأمم المتحدة. *أهداف التنمية المستدامة*. (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/>) (/sustainable - development - goals)
- باسيتا، فريدريك. (2011). *ما يُرى وما لا يُرى مقالات مختارة في الاقتصاد السياسي*. الأردن: الأهلية للنشر والتوزيع.
- باكير، علي. (2021). *نحو إطار نظري في صناعة القوة الناعمة*. سياسات عربية، (53)، 61 - 82.
- حمدان، ابتسام أحمد. (1997). *الأسس الجمالية للإيقاع البلاغي*. حلب: دار القلم العربي.
- جبارة، محمد جاسم. (2022) *النقد الأدبي ودوره في الاستدامة الثقافية*. مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، جامعة الموصل، (18)، 189 - 214.
- شاكر، محمود محمد. (1987). *المتني رسالة في الطريق إلى ثقافتنا*. القاهرة: مكتبة الخانجي.
- الشايب، أحمد. (1939). *الأسلوب*. القاهرة: مكتبة النهضة المصرية.
- عابدين، حمدي؛ والأبطح، سوسن؛ والمناعي، عبد الكبير. (2021). *نشر الشعر أصبح مغامرة*. الشرق الأوسط (طبعة سعودية)، (<https://2u.pw/r0QAkv2Y>) Zad Newspapers database.
- العقاد، عباس محمود. (1968). *أبو نواس الحسن بن هانئ*. بيروت: دار الكتاب العربي.
- الغذامي، عبد الله. (2000). *النقد الثقافي قراءة في الأنساق الثقافية العربية*. الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.
- الفيصل، لطيفة. (2024). *أهمية إدارة الفنون وريادة الأعمال الفنية في الاقتصاد الإبداعي*. Al - Academy, 112, 405 - 424.
- كاباندا، باتريك. ترجمة: شاكر عبد الحميد (2022). *الثروة الإبداعية للأمم، هل تستطيع الفنون أن تدفع التنمية إلى الأمام؟* الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. عالم المعرفة.
- لجنة ألفاظ الحضارة. (2017). *معجم مصطلحات الفنون الجميلة*. القاهرة: دار الجمهورية للصحافة.
- وزارة الثقافة. (2022). *تقرير الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية لعام 2022*. (<https://www.moc.gov.sa/>) (Modules/Pages/Publications/Status - Culture - Report)
- الياني، نعيم حسن. (1983). *الشعر بين الفنون الجميلة*. دمشق: دار الجيل للطباعة والنشر.

References:

- Ābidīn, Ḥamdī., al'ḥḥ, Sawṣan., al-Munāwī. (2021). Nashr al-shi'r aṣḥ Mughāmarat. al-Sharq al-Awsaṭ (Ṭab'ah Sa'ūdīyah), Zad Newspapers database
- Abū Rayyān, Muḥammad 'Alī, (1974). Falsafat al-Jammāl wa-nash'at al-Funūn al-jamīlah, al-Iskandarīyah, Dār al-Ma'rifah al-Jāmi'iyah, 9
- Al-'Aqqād, 'Abbās Maḥmūd, (1968). Abū Nuwās al-Ḥasan ibn Ḥānī', Bayrūt, Dār al-Kitāb al-'Arabī
- Al-Ghadhdhāmī, Allāh, (2000). al-naqd al-Thaqāfī qirā'ah fī al-ansāq al-Thaqāfīyah al-'Arabīyah, al-Dār al-Bayḍā', al-Markaz al-Thaqāfī al-'Arabī
- 'Alī Bākīr. (2021). Naḥwa iṭār nazarī fī ṣinā'at al-qūwah al-nā'imah. Siyāsāt 'Arabīyah, 9 (53), 61-82.
- Al-Shāyib, Aḥmad, (1939). al-uslūb, al-Qāhirah, Maktabat al-Nahḍah al-Miṣrīyah
- Al-Umam al-Muttaḥidah lil-Tijārah wa-al-tanmiyah (al'wnktād)
- Al-Umam al-Muttaḥidah, Ahdāf al-tanmiyah al-mustadāmah
- Al-Umam al-Muttaḥidah, twq'āt al-iqtisād al-ibdā'ī li-'ām 2022m
- Al-Yāfī, Na'im Ḥasan, (1983). al-shi'r bayna al-Funūn al-jamīlah, Dimashq, Dār al-Jīl lil-Ṭibā'ah wa-al-Nashr, 76
- Bāsyā, Frīdrīk. (2011). mā yurā wa-mā lā yurā maqālāt mukhtārah fī al-iqtisād al-siyāsī. al-Urdun : al-Ahlīyah lil-Nashr wa-al-Tawzī'.
- Braber, H., Dera, J., Joosten, J., & Steenmeijer, M. (2021). *Branding Books Across the Ages: Strategies and Key Concepts in Literary Branding*. De Gruyter.
- Carbó-Catalan, E., & Sanz, D. R. (Eds.). (2022). *Culture as Soft Power: Bridging Cultural Relations, Intellectual Cooperation, and Cultural Diplomacy*. Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- De Beukelaer, C., Spence, K. (2018). *Global Cultural Economy*. United Kingdom: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Debord, G. (2021). *The society of the spectacle*. Unredacted Word.
- Federico, R. C. (1984). *The Social Welfare Institution: An Introduction*. United States: D.C. Heath.
- Ḥamdān, Ibtisām Aḥmad, (1997). al-Usus al-Jamālīyah lil-īqā' al-balāghī, Ḥalab, Dār al-Qalam al-'Arabī
- Hoebel, E. A. (1972). *Anthropology: The study of man*, 4th ed. New York, NY
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. United Kingdom: Penguin Books
- Jabārah, Muḥammad Jāsim. (2022) al-naqd al-Adabī wa-dawruhu fī alāstdāmḥ al-Thaqāfīyah. Majallat Abḥāth Kulīyat al-Tarbiyah al-asāsīyah, Jāmi'at al-Mawṣil, (18), 189-214
- Kābāndā, bātryk. tarjamat : Shākir 'Abd al-Ḥamīd (2022). al-tharwah al-ibdā'īyah lil-Umam, Hal tṣṭy' al-Funūn an tadfa'u al-tanmiyah ilā al-Imām?. al-Kuwayt : al-Majlis al-Waṭanī lil-Thaqāfah wa-al-Funūn wa-al-Ādāb. 'Ālam al-Ma'rifah.
- Lajnat alfāz al-Ḥaḍārah, (2017). Mu'jam muṣṭalahāt al-Funūn al-jamīlah, al-Qāhirah, Dār al-Jumhūrīyah lil-Ṣiḥāfah, 246
- McKenzie, J. (2023). The economics of movies (revisited): A survey of recent literature. *Journal of Economic Surveys*, 37(2), 480-525.
- Nye Jr, J. S. (2004). The benefits of soft power. *Harvard Business School Working Knowledge*, 2(3), 4.
- Shākir, Maḥmūd Muḥammad. (1987). al-Mutanabbī Risālat fī al-ṭarīq ilā Thaqāfatunā. al-Qāhirah : Maktabat al-Khānjī.
- Skoll, G. R. (2014). Culture and Society. In *Dialectics in Social Thought* (pp. 73–88). doi:10.1057/9781137387066_5
- Taqrīr al-ḥalāh al-Thaqāfīyah fī al-Mamlakah al-'Arabīyah al-Sa'ūdīyah (2022)

- Tylor, E. B. (1871). Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom. Kiribati: J. Murray.
- UNESCO (2022). Re-shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>
- Van den Braber, H., Dera, J., Joosten, J., & Steenmeijer, M. (2021). Branding books across the ages: strategies and key concepts in literary Branding (p. 425). Amsterdam University Press.

Corresponding Author Abdulmalik M Altalhah, Lecturer and Ph.D. candidate specializing in rhetoric, literature, and criticism in the Department of Arabic Language and Literature at King Faisal University, Saudi Arabia. He obtained his Master's degree in Literature, Criticism, and Rhetoric from King Faisal University in 2018. His research interests revolve around topics such as new rhetoric, discourse analysis, media studies, and interdisciplinary studies.	معلومات عن الباحث أ.عبد الملك محمد الطلحة، محاضر، وباحث في مرحلة الدكتوراه، تخصص البلاغة والأدب والنقد في قسم اللغة العربية وآدابها، بكلية الآداب، في جامعة الملك فيصل، (المملكة العربية السعودية). حاصل على درجة الماجستير في الأدب والنقد والبلاغة من جامعة الملك فيصل عام 2018م، تدور اهتماماته البحثية حول قضايا: البلاغة الجديدة، تحليل الخطاب، الدراسات الإعلامية، الدراسات البيئية.
E-mail: Atalhah@kfu.edu.sa	
Abdulateef Saleh AL Ismail is a lecturer in Economics at the Department of Economics, College of Business Administration, King Faisal University. Mr. AL Ismail received his Master's degree in Economics 2013() from Clemson University, USA. His research interests include: Behavioural Economics, Labour Economics, Economics of Education, and Human Capital Investment.	أ.عبد اللطيف بن صالح السماعيل، محاضر، تخصص اقتصاد في قسم الاقتصاد، بكلية إدارة الأعمال، في جامعة الملك فيصل، (المملكة العربية السعودية). حاصل على درجة الماجستير في الاقتصاد من جامعة كليمنسون بالولايات المتحدة الأمريكية عام 2013 تدور اهتماماته البحثية حول قضايا الاقتصاد السلوكي، واقتصاديات العمل، واقتصاديات التعليم و الاستثمار في رأس المال البشري.
E-mail: Aalismail@kfu.edu.sa	
Dr. Abdullah Sultan AL Shammre, Assistant Professor of Economics and Chairman of the Economics Department at the School of Business, King Faisal University. He holds a Ph.D. from Texas Tech University and a master's degree from Southern Methodist University in the United States. Dr. Al Shammre's research interests focus on sustainable development, data analysis, and global market forecasting. He has published numerous papers in high-impact journals indexed by ISI and Scopus. Dr. Al Shammre has supervised the economic feasibility studies of several projects and collaborated with international organizations, including UNESCO, on a project evaluating the management plan and building codes in Al-Ahsa Oasis. He has received multiple research grants, most recently the Saudi Coffee Research grant in 2024, in partnership with the Ministry of Culture.	د. عبد الله سلطان الشمري، أستاذ الاقتصاد المساعد ورئيس قسم الاقتصاد بكلية إدارة الأعمال بجامعة الملك فيصل حاصل على درجة الدكتوراه من جامعة Texas Tech University والماجستير من جامعة Southern Methodist University في الولايات المتحدة الأمريكية مهتم بأبحاث التنمية المستدامة وتحليل البيانات والتنبؤ بالأسواق العالمية وله عدة أبحاث في العديد من المجالات ذات معامل التأثير المرتفع والمصنفة في ISI & Scopus. أشرف على اعداد الجدوى الاقتصادية لعدد من المشروعات، تعاون مع بعض المنظمات العالمية ك UNESCO في مشروع يركز على تقييم ومراجعة خطة الإدارة وقوانين البناء في واحة الأحساء، حاصل على عدة منح اخرها منح أبحاث القهوة السعودية ٢٠٢٤ بالتعاون مع وزارة الثقافة.
E-mail: Ashammre@kfu.edu.sa	