عندما يقود المبدعون الأمُـم

اقتصاد الإبداع وصناعة الثقافة

أصبح "الاقتصاد الإبداعي" جزءًا أساسيًا من التطور الذي وصل إليه الاقتصاد العالمي، وبات يشكِّل تحولاً كبيرًا في بنية الاقتصاد ذاته. فبدلاً من الاقتصاد التقليدي المعتمد على المواد الخام، أو الزراعة أو الصناعة، صار الاقتصاد الإبداعي رافدًا مُهمًا لا غنى عنه من قِبَل صُنَّاع السياسة الاقتصادية، لأنه يشكِّل إضافة نوعية من جهة العوائد المالية، ومن جهة توفير فرص العمل وعائدات الصادرات أيضًا. والأهم من هذا، أنه يفتح مجالات جديدة لاستيعاب طاقات أبناء المجتمع، وحفزهم على المزيد من الابتكارية والإبداع. ولنا أن نتخيل عندما يجد المبدع نفسه، وقد صارت أفكاره وإلهاماته سببًا في مدخول مالي إضافي، مما يشجِّعه على بذل المزيد من التخييل والجهد، الذي سيعود عليه وعلى وطنه بالنفع.

في الماضي، كان أقصى وسيلة للمبدع، أن يتربَّح من بيع رواية يؤلفها، أو عمل تشكيلي يبيعه، أو قصائد ومقالات ينشرها، وغالبًا ما تعود عليه بالقليل. أما المخترعون فقليل ما نالوا المكانة، وحققوا ما يريدون. لذا، نعرف أن كثيرًا من المبدعين والمخترعين عاشوا وماتوا فقراء، ولو عاصروا زمننا، لوجدوا أن خيالاتهم قد تكون سببًا في ثرائهم، على شريطة أن تتوجه إبداعاتهم دعمًا للنهضة والتنمية.

- اقتصاد الإبداع وقضايا التنمية:

إن مفهوم الاقتصاد الإبداعي Creative Economic يعتمد على فكرة استثمار الإبداع، وهو له مفهومان: الأول وهو المفهوم الشامل، يخص كل أشكال الإبداع في شتى المجالات: العلمية، التقنية، الإدارية، التربوية،

الرياضية ،... إلخ، والتي تتشعَّب بشتى بطرق ووسائل عدة، من النماذج الاقتصادية والصناعية العامة، وهذا ينعكس في طريقة تطبيقها وتنظيمها.

ويرتكز مفهوم الاقتصاد الإبداعي الشامل على قياس مدى تقدم المجتمعات والدول في إبداعاتها التنموية بشكل عام، ويتخذ من نسبة الإنفاق على البحث والتطوير إلى الناتج القومي، ومدى مشاركة القطاع الصناعي من نسبة الإنتاج القومي، إضافة إلى عدد الشركات التقنية المدرجة في سوق الأسهم، ويُقصد بالشركات التقنية هنا الشركات التي تستثمر في البحث والتطوير سواء كانت شركات أدوية أو شركات الإلكترونيات أو الطاقة المتجددة أو شركات الإنترنت أو غيرها من الشركات التي تتخذ من المعلوماتية الجديدة والأبحاث سبيلاً لنهضتها. كما يشمل أيضًا عدد خريجي المؤسسات التعليمية سواء كانوا مهندسين أو حاصلين على شهادات عُليا ممن ينضمون إلى مشاريع البحث والتطوير. إضافة إلى نسبة حمَلة الشهادات العُليا من مجموع السكان (١٤٠).

وهذا يفتح المجال واسعًا ، من أجل فتح الآفاق أمام مختلف المبدعين والحالمين والمُخطِّطين، على مختلف الأصعدة والمجالات، وبعبارة موجزة: إن فكرة الاقتصاد الإبداعي تعني إفساح المجال لدعم المبدعين والمتميزين والمخترعين، ماديًا ومعنويًا، وتمكينهم على المستوى القيادي.

وهذا يعني أن العباقرة يقودون الأمم، وأن المبدعين في طليعة العمل، ولا نعني بالقيادة هنا : القيادة السياسية ، وإنما القيادة العلمية والإدارية والإرشادية والبحثية، أما دور السياسيين فهو توفير المناخ وفرص العمل للجميع وتنفيذ الخطط ؛ دون تمييز لفئة على فئة، أو أن تستأثر فئة بعينها بالمناصب وتحرم المستحقين.

---

١٤٠) الاقتصاد الإبداعي، د. عبد الله الردادي ، جريدة الشرق الأوسط ، لندن ، ٢٩ يناير ٢٠١٨م. رقم العدد [١٤٣٠٧].

إن فلسفة الاقتصاد الإبداعي تلتقي مع مفهوم "التفكير الخلاق" الذي لا يقتصر على فئة واحدة من الناس هم العلماء والمبدعون والمبتكرون كما يتوهم البعض ؛ وإنما له مفهوم واسع يتمثل في كونه ملكات عقلية موزعة عل البشر جميعًا، بمستويات وأشكال واتجاهات مختلفة، تتمثَّل في القُدرة على الدفع بالتفكير ليولِّد أفكارًا جديدة، معتمدًا على مقومات متعددة، منها: مساءلة الفروض الراسخة، وتحدي الأوضاع القائمة، والتخلص من قبضة المتحكمين في الأوضاع[١٤١].

فالمفهوم عام للتفكير الابتكاري الخلاق يمكن أن يشترك فيه كل إنسان على قدر جهده واجتهاده ومعلوماته وحدود التغيير التي يملكها، متى وأينما توافرت الظروف له، ومتى كان المجتمع / البيئة تشجِّعه على ذلك. فمجتمع الموظفين الروتيني يحارب الموظف المبتكر ، لأنه متحصن باللوائح والمستندات والأوراق ، غير ناظر إلى قضية النهضة والتنمية ، وحاجات الناس المتزايدة. أما قادة الاقتصاد الإبداعي ، فيرحِّبون بكل من يتفنن في طرح المزيد من الأفكار التي تطور المنتجات ، وفق احتياجات الناس ، وأذواقهم المتغيرة ، ولكل سُبل تزيد من تسويقها وتفتح آفاقًا جديدة ، أو تلك التي تختصر مراحل الإنتاج، وتقلِّل التكلفة.

إن التفكير الخلاق صار ضرورة وطنية لابد منها لدى أي مخطط استراتيجي تنموي ، لأن "المجتمع الإنساني يواجه على اختلاف مستوياته عالمًا بالغ التعقيد ، تتكاثر مشكلاته بمعدل يفوق قدرة بشره على حلها" [١٤٢]. فالمجتمعات الحديثة المعاصرة معقدة في تركيبها المؤسسي : الاقتصادي

---

١٤١) العقل العربي ومجتمع المعرفة : مظاهر الأزمة واقتراحات بالحلول ، د. نبيل علي ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت ، ٢٠٠٩م، ج٢ ، ص٧٥.

١٤٢) السابق ، ص٧٩.

والصناعي والمعرفي وأيضًا الاجتماعي ، بعكس المجتمعات القديمة : الزراعية أو الرعوية ، التي عاشت على بنية اجتماعية تراتبية ، واقتصاد متوارث ، معلومةٌ مشكلاتها وحلولها ، بعكس المجتمعات الصناعية أو المعلوماتية المعاصرة ، بمصانعها التي يعمل فيها مئات الآلاف ، وأسواقها التي تشمل ملايين البضائع والأصناف ، وموانئها ذات الحاويات العملاقة التي تُبحر في المحيطات والبحار ، حاملة ملايين الأطنان من المنتجات ما بين مواد خام أو مصنوعات ، ناهيك عن البحَّارة الذين يعملون عليها ، مما يعني الحاجة المتزايدة للإبداع والمبدعين.

ولكي تتضح الصورة أكثر ، فإن السيارة الواحدة تتكون من ثمانية آلاف قطعة ، تحتاج إلى ثمانية آلاف خط إنتاج في المصنع الواحد ، فما بالك بأن كل نوع من السيارات له موديلات عديدة ، مما يستلزم عشرات المصانع ، وإدارات فاعلة ، تتغلب على المشكلات اليومية ، وتسعى للإنتاج والابتكار ، والدعاية والتسويق... وهذا كله ، يجعل أي تنمية تنظر إلى الشعب على أنه طاقة فاعلة في العمل وفي الابتكار وفي الإنتاج ، فهي في حاجة لكل فكر وابتكار وجهد وذراع.

كما يلتقي الاقتصاد الإبداعي مع فلسفة التنمية المستدامة والتي تشمل أبعادًا ثلاثة : التنمية الاقتصادية والإدماج الاجتماعي والاستدامة البيئية ، مدعومة بالحكم الرشيد. كما تعد نظم القياس والبيانات السليمة حاسمة لتحويل أهداف التنمية المستدامة إلى أدوات عملية لحل المشكلات تحريك الحكومات والأوساط الأكاديمية والمجتمع المدني وقطاع الأعمال ، توفير بطاقة تقييم لمتابعة التقدم المحرز وضمان تحقيق المساءلة [١٤٣]. وسنلاحظ هنا ، أن

---

١٤٣) مؤشر أهداف التنمية المستدامة ولوحات المعلومات ، التقرير العالمي ، مؤسسة برتلسمان وشبكة حلول التنمية المستدامة، نيويورك ، يوليو ٢٠١٧م ، ص١١.

المسألة لم تعد محصورة في وجود أشخاص، وإنما استراتيجية تنتهجها الدولة، على مستويات عدة، من أجل تحقيق سبعة عشر هدفًا، تمثِّل أهداف التنمية المستدامة، التي سترعى كل فئات الشعب، بمختلف شرائحه، وأبرز هذه الأهداف: القضاء على الفقر، والجوع، وتوفير بيئة سليمة، ومُدن صحية، وتعليم جيد، ومساواة، وطاقة نظيفة، وفُرص عمل، تحقيقًا لمجتمع الرفاه [١٤٤].

ولا شك أن هذه الخطط والاستراتيجيات، ستوجِد مجتمعًا منتجًا مبتكرًا نشيطًا فاعلاً، يستخدم موارده بشكل صحيح، ويستفيد من عقول أبناء وطنه، ويوقف نزيفها المستمر بالهجرة إلى الخارج، أو بالانكفاء في الداخل.

وقد تصدَّرت كوريا الجنوبية – مثلاً – قائمة الدول في مجال الاقتصاد الإبداعي، لأنها نجحت في التحول بفضل برامجها القومية، وإنفاقها السخي، حيث تنفق ما يزيد على ٤% من ناتجها القومي على البحث والتطوير، وهي استراتيجية اعتمدتها هذه الدولة، منذ عقود، جعلها تتحول من دولة زراعية إلى دولة صناعية [١٤٥]. لقد تفوقت كوريا الجنوبية على دُول عظمى مثل الولايات المتحدة وألمانيا واليابان، والتي احتلت مراتب تالية لها، على الرغم من صغر مساحة هذه الدولة، ومحدودية مواردها الطبيعية وقلة عدد سكانها، ومع ذلك، فإن صناعاتها تغزو العالم، جنبًا إلى جنب مع أعمال فنانيها في المسلسلات والأفلام، وأيضًا في الإبداعات.

ويشير خبراء الاقتصاد إلى أن القرن الحادي والعشرين سيشهد تحولاً في ثروات الأمم، وستكون القدرة العقلية والخيال والابتكار وتنظيم التكنولوجيات الحديثة هي العناصر الاستراتيجية الأساسية في التقدم الاقتصادي، فالمعارف

---

١٤٤) السابق، ص١٢.

١٤٥) الاقتصاد الإبداعي، د. عبد الله الردادي، م س.

والمهارات تقف اليوم وحدها كمصدر وحيد في أفضلية المقارنة، وستكون محركات الثروة القادمة في النهضة – كما تذكرها وزارة الصناعة والتجارة في اليابان – هي: الإلكترونيات الدقيقة، التكنولوجيا الحيوية، صناعات علم المواد الحديثة، الاتصالات، صناعة الطائرات المدنية، الإنسان الآلي والماكينات ذاتية الحركة، الحواسيب والبرمجيات [١٤٦] وسيُعاد توزيع القوى على الأرض، لتنتقل الراية من الأمم التي تمتلك المصادر الطبيعية ورأس المال، إلى الأمم التي تجعل شعوبها مبتكرة، وتعرف كيف توظِّف رأس المال، وتستغل الموارد الطبيعية، لدى الدول الأخرى.

- اقتصاد الإبداع وقضايا الفكر والثقافة:

المفهوم أو الجناح الثاني للاقتصاد الإبداعي، فهو المفهوم الأضيق، والذي يختص بالإبداع في أبعاده الثقافية والفلسفية والفكرية والتشكيلية والسينمائية، حيث ينظر إلى أثر الفنون والآداب والفِكر في البنية الاقتصادية والاجتماعية، منتجاتها ومخرجاتها، وهي تحمل بُعدًا رمزيًا وإيديولوجيًا يُعبِّر عن ثقافة المجتمع وهي تراعي عادة الاعتبارات البيئية، وتتركَّز في المناطق الحضرية الرئيسية الواسعة، وتَستخدم كثيرًا عُمالاً من ذوي المهارة الرفيعة، وتعتمد اعتمادًا كبيرًا على النظم والأنشطة والمؤسسات الثقافية غير الرسمية. وتعود أيضًا هذه الصناعات بالمنافع التي لا يمكن قياسها باعتماد أسعار السوق وحدها والتي تعمل عوضًا عن ذلك على تأكيد الهوية الثقافية المميّزة للأماكن التي تنشأ فيها هذه الصناعات وتتنامى مما يتيح تحسين ظروف الحياة والارتقاء بصورة المجتمعات المحلية وبهيبتها [١٤٧].

---

١٤٦) رؤى مستقبلية : كيف سيغير العلم في القرن الواحد والعشرين ؟ ميتشيو كاكو ، ترجمة : د. سعد الدين خرفان ، سلسلة عالم المعرفة، الكويت ، ٢٠٠١م ، ص٢٣ ، ٢٤.

١٤٧) تقرير عن الاقتصاد الإبداعي ، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) ، منشورات مجمع أبو ظبي للثقافة والفنون ، ٢٠١٣م ، ص١٧.

سنلاحظ هنا أن الثقافة بمختلف أشكالها، هي المؤثر الأكبر على الاقتصاد الإبداعي، لأنه لا اقتصاد ولا صناعة ولا تقنيات بدون غطاء ثقافي وفكري وفني. ولكي نوضِّح الصورة أكثر ، فإن غالبية المنتجات التي تأتي إلينا مستوردة من بلادها ، تحمل شعاراتٍ وأسماءً وأشكالا تُعبِّر عن ثقافة هذه البلاد ، وما انتشار الثقافة الأمريكية إلا بسبب انتشار صناعاتها ، مصحوبة بإنتاج فني عملاق في السينما ، بجانب تحكمها في عالم الحواسيب والشبكة العنكبوتية. وهذا يؤثِّر على خيارات المستهلكين أنفسهم، فإذا أحببنا نموذجًا ثقافيًا وفكريًا ، فهذا ناتج عن القوة الناعمة التي تروِّج لهذا النموذج، مما يجعل الناس تُقبل على شراء هذه المنتجات ، وتتذوق أعماله الفنية، وتردِّد كلماته وعباراته وشعارات وفلسفاته.

إن هذا يحتاج إلى طاقة البشر الإبداعية والابتكارية، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات ، فهي العامل المُحرِّك الرئيسي لهذه الصناعات ، والمغذية له فنيًّا وفكريًا ، وقد أصبحت هذه الطاقة هي الثروة الحقيقية للبلدان في القرن الحادي والعشرين. وتؤثِّر بصورة غير مباشرة، وبشكل متزايد ؛ على فهم المرء أينما كان للعالم المحيط به ، وعلى المعنى الذي يعطيه لوجوده فيه، وعلى الطريقة التي يؤكِّد بها حقوقه كإنسان ويبني بها علاقات مثمرة مع الآخرين [١٤٨].

ومن هنا ، فقد أصبح الفنانون والمبدعون يُشكِّلون الصف الموازي في التنمية والنهضة، فلا يمكن لأي مجتمع يريد الحفاظ على هويته الحضارية، أن يقوم بصناعات ، ويُنشئ المدن ، معتمدًا على غير ثقافته وأفكاره. وإلا سيكون مجتمعًا مسلوب الإرادة والثقافة ، مشلول الفكر والإبداع ، وستكون تنميته تقليدًا للآخرين.

---

١٤٨) السابق ، ص١٥.

وللعلم ، فإن الاقتصاد الإبداعي كان متحققًا بأشكال مختلفة منذ عقود طويلة ، إلا أنه كان مرتبطًا بالهيمنة والاستعلاء على الشعوب ، فإذا كان النموذج الأمريكي متسيدًا الآن في العالم تحت دعاوى الأمركة/العولمة، فإن ثقافات أجنبية سادت قبله ، مع الحقبة الاستعمارية التقليدية المباشرة ، من خلال تصدير نموذج ثقافة الدولة المستعمِرة لدى الشعوب المستعمَرة ، كما في نموذج الثقافة الإنجليزية ، والذي ساد في المستعمرات البريطانية ، من خلال الأدب الإنجليزي، والصناعة الإنجليزية، ومدح تقدُّم بريطانيا العظمى، وبالتالي السير على نهجها في استيراد نُظمها التربوية والجامعية ، ودراسة فلسفتها [١٤٩]. وقد صاحب ذلك إقبال كبير على المنتجات البريطانية، ومعلوم أن الكاتبة البوليسية "أجاثا كريستي" بِيع من مؤلفاتها أكثر من ألف ومئتي مليون نسخة على مستوى العالم، وعرف العالم من خلال كتبها أدق تفاصيل المجتمع البريطاني وعاداته اليومية.

وهناك مصطلحات ترتبط بالاقتصاد الإبداعي، منها: "الصناعات الثقافية" و"الصناعات الإبداعية" ؛ وكذلك "الصناعات القائمة على المضامين" أو "الصناعات القائمة على حقوق المؤلف" و "الاقتصاد الثقافي أو الاقتصاد المعرفي الثقافي". وتنمُّ التعابير المختلفة عن مواقف تحليلية وإيديولوجية مختلفة مرتبطة بها وهي تعابير ومواقف تناول باحثون أكاديميون عديدون في هذا المجال دراسة تاريخها. وأصبحت كل مجموعة من هذه التعابير مع سوابقها وتفاسيرها ميدانًا لنقاش حيوي بين الخبراء [١٥٠].

---

١٤٩) انظر تفصيلا : ظاهرة الاستعمار في أفريقيا والعالم العربي ، د. حسن سيد سليمان، مجلة دراسات إفريقية ، منشورات : المركز الإسلامي الإفريقي ، الخرطوم ، ١٩٨٦م ، ص٧٦ ، ٧٧.

١٥٠) تقرير عن الاقتصاد الإبداعي ٢٠١٣م ، م س ، ص٢١.

سنرصد من خلال المصطلحات السابقة، ولدى النظرة الأولية تكرارًا للفظة " صناعات " والتي تأتي مضافة لمصطلحات تتصل بالثقافة والفكر والمؤلف، مما يعني بداهة أن الثقافة لم تعد محصورة في التصور القديم، الذي يضعها في كتاب أو عرض مسرحي أو معرض تشكيلي أو مجلة وجريدة، وإنما أضحت اقتصادًا له صناعات، وفيه صُنَّاع ومُسوِّقون ومُخطِّطون، بجانب المبدعين. مما يعني أن المبدع/ المؤلف صار جزءًا من عملية أكبر منه، فلا مجال للمبدع الذي يتخيل نفسه في برج عاجي يرصد العالم ويفلسف له، لأن الإبداع لازم في الصناعات، وتحتاج إليه المنتجات، من أجل تسويق الهوية الثقافية والحضارية للأمة. وعلى المبدع أن يفكِّر في هذه الدائرة الأكبر، وهذا لا يعني أنه يترك إبداعه، وإنما سيزيد في دائرة خيالاته كيف يمكنه نشر ثقافة أُمته، وتقديمها للثقافات الأخرى.

والمثال على ذلك واضح، فإن إنتاج المسلسلات وأفلام السينما صناعة ضخمة يعمل فيها عشرات الآلاف في الاستوديوهات بجانب شركات الدعاية والتوزيع، وشركات دور العرض وغير ذلك، ناهيك عن القنوات الفضائية، كل هذا صناعة، ويقف من ورائه مبدع يكتب المسلسل فكرة وسيناريو وحوارا، وهناك مبدعون مصاحبون له في الموسيقى والديكورات والإخراج والتصوير، غير الممثلين أنفسهم.

كلٌّ هذا يتمُّ، ويُستخدم أيضًا في الترويج السياحي والتجاري، وإعطاء رسائل مبطنة وظاهرة عن ثقافة الأمة التي تنتج هذه المسلسلات، وبعضها يقوم بتوزيع مسلسلاته وأفلامه القديمة مجاناً، من أجل تحويل الذائقة نحو فنونه، وضمان وجود قاعدة لدى الشعوب تتذوق فنونه، وتشتاق إليها، وتشتريها، ثم تأتي سياحة لها.

ومن هنا جاءت الدعوة إلى ما يُسمَّى " تثقيف الحياة الاقتصادية Culturalization of economic life " ، وهي ترتبط بالنظام الرأسمالي المعاصر ، والذي يتسم بقدر متنام من التراكم الارتدادي ، في الحياة الاقتصادية ، والذي يشمل جزءًا كبيرًا من الارتدادية الجمالية ، في كل من مجالات الإنتاج والاستهلاك. مما يعني الحاجة إلى أفكار جديدة في المجال الثقافي والفكري والفني ، يتمُّ تسويقها في العالم ، علاوة على تقديم سلع ومنتجات تلائم ثقافات البلدان المستوردة [١٥١] ، فالثقافة في الاقتصاد الرأسمالي ضرورية على مستويين : الأول محلي : ويتصل بالمجتمع المحلي الذي يتمُّ التسويق له من قبل الشركات الوطنية ، فلابد من مراعاة أذواق الناس ، وثقافتهم وميولهم في الملبس والمأكل والصناعة الترفيهية وغير ذلك. والمستوى الثاني : مراعاة ثقافة البلدان المستوردة للبضائع. وفي الحالتين ، فإن الشركات في حاجة دومًا لمعرفة الثقافة المحلية وتطوراتها وذائقتها المتغيرة أو الثابتة ، وأيضًا ثقافة البلدان الأخرى ، وهذا ما سيقوم به الفنانون والخبراء والمثقفون ، الذين سيجدون مداخيل مالية كبيرة جرَّاء تعاملهم.

وهو ما نلاحظه الآن بقوة ، فالأسواق الخليجية والعربية تمتلئ ببضائع مصنوعة في الصين ، وكلها تراعي ثقافة المجتمعات العربية المتوارثة ، فالحجاب والعباءات النسوية والجلابيب الرجالية والمسابح والعطور ، وحتى ملابس الإحرام ؛ تُنتج كلها في الصين ، ووفق الثقافة العربية الإسلامية. ونفس الأمر ، في صناعات التجميل ، فكل مستحضرات التجميل في الأسواق العربية تتلاءم مع الذوق العام السائد فيها ، على الرغم من أنها تصنع في الغرب ، وقِسْ على ذلك الكثير. ولا يمنع هذا من ترويج ثقافة ما ضمن هذا

---

١٥١) الصناعات الإبداعية : كيف تنتج الثقافة في عالم التكنولوجيا والعولمة ؟ ، تحرير : جون هارتلي. فصل بعنوان : الاقتصاد الإبداعي ، تأليف: تيري فلو ، سلسلة عالم المعرفة ، الكويت، ٢٠٠٧م ، ص١٧٣.

التنافس الهائل في الصناعات وهو ما يتمُّ بالفعل بأشكال مختلفة، من خلال المطاعم ووسائل الإعلام والفنون.

ولاشك أن عمل الفنانين في الصناعات الإبداعية يوفِّر للفنانين استقلالية وحرية نسبية، يجعلهم يطلقون أفكارهم وخيالاتهم للإبداع، وأيضًا يستفيدون من وجود فِرق من المبدعين، مما يصقل من قدراتهم، ويزيد من خبراتهم، خاصة أن الصناعات الإبداعية أوجدت تقسيمًا ثلاثيًا للعمل: طاقم للإبداع والابتكار، طاقم فني مرتبط بتنفيذ الإنتاج الإبداعي، ومديرين وإداريين مختصين بوظائف التحكم والتنسيق. نتيجة لإيقاع العمل السريع، فإن الشركات تبحث دائمًا عن المواهب الجديدة[١٥٢].

إن سياسة النظام الرأسمالي، والقيم الليبرالية الحاكمة فيه، ومعطيات الأسواق، وأذواق المستهلكين، تقتضي وجود مبدعين في القيادة والتصميم والإنتاج والتوزيع، كما أنها ترفض الطابع النمطي التقليدي في العمل، الذي نراه في مؤسسات الحكومة والقطاع العام، وتجنح دائمًا إلى البحث عن الموهوبين. وقد استطاعت النظم الليبرالية أن تراعي الجوانب الاجتماعية للعمال، خاصة مع الرقابة الصارمة من قبل الدول والحكومات والمؤسسات التشريعية والقضائية، مما يعني الحد من أشكال الاستغلال وأكل حقوق العمال.

- الاقتصاد الإبداعي ومجتمع المعرفة:

لكي نفهم جيدًا مصطلح "مجتمع المعرفة"، وعلاقته بالاقتصاد الإبداعي؛ دعونا نستعرض قصة الهاتف " نوكيا" الشهير، وكيف كان مثالاً معبِّرًا عن

---

١٥٢) السابق، ص١٧٥.

دور المعرفة صعودًا أو هبوطًا. تأسَّست شركة "نوكيا" مبكرًا في النصف الثاني من القرن التاسع عشر عام (١٨٦٥)، في دولة فنلندا، وكانت متخصصة في صناعة الورق والإتجار به، ثم تحولت في مسيرتها الطويلة إلى تصنيع المطاط، ثم توليد الطاقة الكهربائية، وصولاً إلى إنتاج الأسلاك ومعدات الاتصالات والإلكترونيات، حتى تخصصت في عقد التسعينيات من القرن العشرين في تصنيع الهاتف النقال والذي حمل اسمها، وانتشر في العالم بشكل هائل، حتى أصبحت تستحوذ على ٤٠% من حصة السوق العالمي في العام ٢٠٠٧م، واشتهرت فنلندا الدولة به، (في مقابل ٢٥% لشركة موتورولا، و١٤% لشركة إريكسون)، وتوقع محللون تضاعف حجم مبيعاتها في السوق في غضون ثلاثة أو أربعة أعوام، ولكنها تراجعت، حتى باتت في ذيل قائمة الشركات، لأن القائمين عليها لم يواكبوا معرفيًا التغييرات الهائلة في موجات التقنيات العالمية، ولم يتوافر لهم الإبداع والتخيل العلمي وتلمُّس حاجات المستهلكين وذائقتهم، وهو ما انعكس سلبًا في القرارات الخطأ التي اتخذها "ستيفن إيلوب" الرئيس التنفيذي للشركة والذي شغله في أكتوبر ٢٠١٠م؛ فمع كل يوم قضاه "إيلوب" على رأس الشركة كانت القيمة السوقية للشركة تنخفض بنحو ٢٣ مليون دولار يوميًا، ليكون واحدًا من أسوأ الرؤساء التنفيذيين في التاريخ، والسبب ببساطة اقتصاره على نظام تشغيل وحيد، دون ابتكار [١٥٣].

إذن المشكلة أساسها معرفة وقدرات على الإبداع، وهذا ما يدفعنا لشراء هاتف نقَّال لا تتجاوز قيمة تصنيعه من معادن وبلاستيك وزجاج وأسلاك

---

١٥٣) انظر تفصيلا: "نوكيا" قصة غيَّرت مسار الصناعة في العالم ،
http://www.alyaum.com/article/1145116
وأيضا من قتل نوكيا؟ بيكا نيكانين وميرينا سالمينين،
http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2014/10/16

بضعة دولارات، ومع ذلك ندفع فيه مئات الدولارات ونحن راضون، بل ونركض خلف الجديد منه، والسبب أننا نشتري معرفةً وتقنيةً وإبداعًا، ومعلوم أن السيد "بيل جيتس" يربح في الثانية الواحدة (٢٢٦) دولارًا، وقيمة شركاته (مايكروسوفت) تتجاوز ما تملكه دول الخليج النفطية ومعها اليمن والأردن مجتمعة، كل بضاعته برامج حاسوبية أساسها المعلومة والتخيل والإضافة، ولنعلم أن أثرياء العالم لم يصبحوا مُلاك الأراضي والصناعات الثقيلة كما كان في الماضي، وإنما هم الآن المبتكرون مُلاّك المعرفة المبتكرة، ويكفي أن أرباح شركة "سامسونج" في العام الواحد ٣٢٧ مليار دولار.

ولنا في قصة "فيس بوك" نموذج للنجاح المتوالي، ففي العام ٢٠٠٣م، أسَّس "مارك زوكربيرج" فيسبوك بالاشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتز" و "كريس هيوز" وكلهم تخصَّصوا في دراسة علوم الحاسب وكانوا رُفقاء في سكن جامعة هارفارد بالولايات المتحدة، وكانت الفكرة بسيطة، واقتصرت عضوية الموقع بدايةً على طلبة جامعة هارفارد، إلا أنها تمددت بعد ذلك لتشمل الكُليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، ثم انتشرت في العالم، وضمَّت آلاف المبرمجين المبدعين، ووصلت العضوية لعدة مليارات من سكان العالم، وأصبح "زوكربيرغ" أصغر ملياردير في العالم وعمره ٢٣ سنة فقط، أما قيمة شركة فيس بوك العالمية فتقدر بأكثر من مائتي مليار دولار، ويكفي أن الشركة اشترت تطبيق "واتس أبـــ" بمبلغ ١٩ مليار دولار في العام ٢٠١٤م، وكان عدد مشتركي الواتس أب فقط (٥٠٠) مليون مشترك، وساعتها سخر بعض المستثمرين من "زوكربيرج"، نظرًا لعظم المبلغ المدفوع، ولكن انظر إلى

ما فعله "زوكربيرج" ، مع الواتس أب، فقد طوّره من مجرد برنامج للرسائل الكتابية، إلى اتصالات صوتية ومرئية وبريد متكامل، وتجاوز مليار ومئتي مليون مشترك ، فانظر كم ستكون قيمته السوقية الآن ، علمًا بأن ثمن المشترك العضو في الواتس أب مائة دولار ، وحتى الآن التطبيق مجاني، بلا إعلانات ولا أنشطة ترويجية، فقط هو ثروة هائلة من المعلومات التي تُباع لمن يريد معرفة توجهات المستخدمين الفكرية والسياسية والاجتماعية والتجارية.

نحن إذن نعيش "مجتمع المعرفة" أو الثورة المعلوماتية، والتي هي حالة الإبداع الفكري والعلمي والتقني، المبنية على التقدم المعرفي الهائل، والذي تعكسه ملايين المبتكرات والاختراعات، التي تتضاعف كل يوم [١٥٤]، ولكي تتضح الصورة أكثر ، فإن حجم العلم والمعارف كان يتضاعف في الزمن القديم كل ألف سنة، وبدءًا من القرن السادس عشر بات يتضاعف كل مائة سنة، ومع القرن التاسع عشر صار يتضاعف كل خمسين عامًا ، ثم مع النصف الثاني من القرن العشرين، صار يتضاعف كل عشر سنوات. ومع القرن الحادي والعشرين، باتت العلوم والمعارف تتضاعف – انتبه – كل (٧٣) يومًا [١٥٥] ، أي خمس مرات في العام الواحد ، ليتسيد مفهوم أن "المعرفة قوة Knowledge is Power".

لقد كان الاقتصاد التقليدي معتمدًا على إنتاج الموارد الطبيعية واستثمارها في مجالات : الزراعة والصناعة والمناجم و التجارة... إلخ، ولكن الثورة المعرفية أعطتنا رؤية مختلفة، فالمهم امتلاك المعرفة والقدرة على إنتاجها

---

١٥٤) مجتمع المعرفة: مفاهيم أساسية، د. ربحي عليان، أبحاث المؤتمر(٢٣) ، لعلوم المكتبات ومصادر المعلومات ، قطر، ٢٠١٢م، ص٢١٣١.

١٥٥) السابق، ص٢١٣٢.

وتطبيقها، وستكون بعدها مالكًا للثروة، ويكفي أن دولاً كانت تعاني من شُحِّ الموارد الطبيعية مثل اليابان وكوريا الجنوبية، ولكنهما امتلكتا ثروة بشرية ماهرة متقنة، وطاقات إبداعية متخيلة، فحوَّلتا التراب إلى ذهب، وتربعتا على عرش الاقتصاد العالمي؛ ولتكونا سببًا في تحول جذري ليعتمد الاقتصاد العالمي على ما يسفر عنه الإبداع المعرفي في البحوث المدنية والتكنولوجية، في تقديم الجديد من السلع والخدمات وتطوير طرق الإنتاج، حيث تُقدَّر المعرفة العلمية والتكنولوجية في بعض الدول بنحو ٨٠ ٪ من اقتصادها. فبات من الضروري ربط مجتمع المعلومات بتطوير نظم التعليم لتُتيح فُرصًا للفرد كي: يتعلم ليعرف، ويتعلم ليعلِّم، ويتعلم ليتعايش، ويتعلم ليبدع، ويتعلم لينتج (١٥٦).

فليست المعرفة مجرد معلومات مبثوثة في الكتب والمراجع، وإنما هي إلهام وتخييل للمخترعين، على اختلاف مستوياتهم وتخصصاتهم، المهم أن يفكِّروا في كيفية التطوير والإضافة. والمثال على ذلك: لو أن لدينا كمية من الحديد تساوي خمسمائة دولار؛ فإذا حوَّلناها إلى حدوات الفرس، سيصبح ثمنها خمسة آلاف دولار، وإذا حوَّلناها إلى إبر خياطة سترتفع إلى ثلاثين ألف دولار، وإذا تحوَّلت إلى زنبركات في ساعات يد ذات شُهرة عالمية، سيصل ثمنها إلى مليون دولار، فما بالك لو وُضِعت في صواريخ وطائرات وروبوتات.

إن كمية الحديد واحدة وثابتة، لكن المتغير في الأمر هي المعرفة، والتي تعني عقولاً تستوعب، وخيالاً يبتكر، وقيادة تُدير، وأيدي تُتقن، وتجارة تُسوَّق ببراعة. فالأُمم التي تعرف كيف تنتج المعرفة وتستثمرها وتسوِّقها،

---

١٥٦) مجتمع المعرفة العربي ودوره في التنمية، مجلس البحث العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، الرياض، ١٤٢٥هـ، ص (ع).

هي التي تقود وتراكم الثروات لديها ، وتستفيد من المواد الخام من الدول الفقيرة، وتعيد تصديرها سلعًا ومستلزمات بأضعاف مضاعفة، ومن لا يعجبه لا يشتري.

ويكفي أن نعلم أن مجتمع المعرفة المعلوماتي يقدِّم الآن فرصة عمل واحدة بين كل أربع فرص جديدة ؛ والإحصائية في ازدياد ، ولننظر إلى التجارة الإلكترونية على النت كانت في العام ٢٠٠٣م حوالى خمسة تيرليون دولار ، أي حوالي ٧,٢ ٪ من حجم التجارة العالمية، واليوم تضاعفت ثلاث مرات [١٥٧].

ويكون السؤال: ماذا عنا في العالم العربي؟ والجواب: إننا في حاجة إلى سيادة مفاهيم جديدة في الاستثمار المعرفي والتحول إلى الاقتصاد الإبداعي في قطاعات من قبيل صناعة التكنولوجيات المتقدمة ، والحرفيات الجديدة ، وبرمجيات الخدمات التجارية والمالية ، وصناعة المنتجات الثقافية والفنية ، وكل هذا يتوقف على طاقة البشر الإبداعية أفرادًا كانوا أو جماعات ، فتلك هي الثروة الحقيقية في القرن الحادي والعشرين [١٥٨].

وهذا يعني توجيه العناية إلى الاستثمار في البشر وليس الحجر ، وإيقاف نزيف العقول المهاجرة ، فلابد من تطوير طاقات الشباب وقدراتهم ، عبر تسليحهم بفكر مجتمع المعرفة ومهاراته ، ودمجهم في مشروعات التنمية المستدامة ، في ظل الفجوة المعرفية الهائلة التي تفصلنا عن الدول المتقدمة ، والتي يمكن أن نتلافاها في حالة وجود الإرادة والتخطيط ، وتحويل فكرنا اليومي من سؤال: كيف نتكيف ونتابع منجزات الثورة المعرفية والمعلوماتية؟

---

١٥٧) السابق ، ص٤٣.

١٥٨) تقرير عن الاقتصاد الإبداعي : سبل تعزيز التنمية المحلية، منظمة اليونسكو، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، ٢٠١٣م، ص١٥ ، ١٦.

إلى سؤال: كيف يمكننا تغيير تحديات واقعنا العربي والإسلامي للفوز بأكبر قدر من المكاسب ؟ [١٥٩] والتحدي مطروح على الشباب العربي، الذين يشكِّلون ٧٠% من نسبة سكان العالم العربي.

ومن هنا، فإن الشباب العربي يحتاج إلى فكر جديد، يحقِّق به ذاته، بعيدًا عن الركض خلف الوظيفة الحكومية، وما شابها من فرص عمل تقليدية، أو السعي إلى الهجرة، فيكفيه أن يبدع في ضوء المتاح من إمكانيات بيئته، المهم التفكير والسعي، والعمل الذي لا يكل، ولا يحقرنَّ من الإنجاز شيئًا وإن صغُر.

وهذا يستلزم التسلح بمهارات التعلم الذاتي مدى الحياة، فالمتعلم يحتاج إلى تنمية ملكاته الشخصية، وإيجاد مصادر المعلومات الملائمة له والتي تخدم احتياجاته. ومن الضروري توافر الخبرات اللازمة لموائمة تعلُّم الفرد مع خبراته ومرحلته العمرية. ويمكن أن تضطلع بهذا مؤسسات التعليم التقليدي إلى جانب المكتبات والجمعيات المهنية مع مؤسسات التعليم الذاتي في دعم مجتمع المعرفة الجديد، كما يجب أن يتعلم الشاب كيفية الشراكة في استقاء المعرفة عند السعي إلى استكمال فكرة، أو المضي قُدمًا في تطبيق نظرية أو تحقيق استراتيجية، كما أن النجاح في الابتكار يحتم على الأفراد أن لا يعملوا وحدهم بشكل فردي، بل عليهم تعلم فنون الشراكة والعمل ضمن فريق من خلال التبادل المعرفي بما يعود على الجميع بالفائدة [١٦٠].

ولنا في قصة العالم البنغالي المسلم "محمد يونس" الحائز على جائزة نوبل مثالاً رائعًا في تحويل المعرفة إلى فكرة فردية ثم عمل جماعي، ثم

---

١٥٩) تقرير المعرفة العربي : الشباب وتوطين المعرفة، ٢٠١٤م ، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، دبي، ص٢ ، ٣.

١٦٠) مجتمع المعرفة العربي ودوره في التنمية، م س ، ص٤٦، ٤٧.

منظومة اجتماعية. وُلِد "يونس" العام ١٩٤٠ في مدينة "سيتا جونج" وهي مركز تجاري، لمنطقة البنغال في شرق الهند، وكان الده يعمل في صياغة الذهب، وهو ما جعله يعيش في رخاء نوعي، وقد اهتم الوالد بتعليم أبنائه لأعلى المستويات التعليمية، أمَّا الأُم "صفية خاتون" فكان لها أثر كبير في نفس ابنها "محمد" ، لأنها كانت لا ترد سائلاً فقيرًا يقف ببابها، فتعلَّم "يونس" أن الإنسان لا بد أن تكون له رسالة في حياته.

حصل "يونس" عام ١٩٦٥ على منحة من مؤسسات "فولبرايت" الأمريكية لدراسة الدكتوراه، وفى فترة تواجده بأمريكا، ساند موقف بلاده في حربها للاستقلال عن باكستان، ثم عاد لبنجلاديش المستقلة حديثًا عام ١٩٧٢ ليصبح رئيسًا لقسم الاقتصاد في جامعة شيتاجونج ، وليشاهد بعينيه تفاقم معاناة الناس في بلاده، وحدوث مجاعة راح ضحيتها مليون ونصف إنسان، ففكَّر كيف يستغل علمه الاقتصادي لعلاج الفقر المدقع، فحاول إقناع البنك المركزي والبنوك التجارية لوضع نظام لإقراض الفقراء دون ضمانات ، وهو ما دعا رجال البنوك للسخرية منه ، زاعمين أن الفقراء ليسوا أهلاً للاقتراض، فاضطر "يونس" لتنفيذ الفكرة بنفسه، فاقترض قرضًا خاصًا ليبدأ به مشروعه في قرية "جوبرا" بمساعدة طلابه، ومضى في متابعته ودراسته من عام ١٩٧٦ حتى ١٩٧٩، وقد نجح مشروعه نجاحًا باهرًا وغيَّر حياة (٥٠٠) أُسرة فقيرة.

وفى عام ١٩٧٩ اقتنع البنك المركزي بنجاح الفكرة وتبنى مشروع "جرامين" أي "مشروع القرية" ، وفى عام ١٩٨١ زاد من حجم المشروع ليشمل ٥ مقاطعات ، وقد أكَّدت كل مراحل المشروع مدى فاعلية نظام القروض متناهية الصغر في العمل والإنتاج ، حتى وصل عملاء البنك "المشروع" عام ١٩٨٣ إلى ٥٩ ألف عميل، ووصل الآن إلى ثمانية ملايين

عميل، تشكِّل النساء ما نسبته ٩٨ % منهم، وطوَّر "يونس" شبكة ضخمة من البرمجيات والأجهزة الذكية والموظفين والمرشدين المدربين لمعاونته[١٦١].

اعتمدت فكرة "يونس" على توظيف المعرفة اقتصاديًا ، وبرؤية إسلامية، بدون ضمانات، وتوجَّهت لكل من راغب في العمل والاستثمار في الزراعة وتربية المواشي والطيور، والصناعات والتجارة، وكلها تزيد الإنتاج، ويمكن القيام بها في المنازل، وتجعل الأيدي طالبة الصدقات، أيدي عاملة منتجة تكفي حاجتها.

إن مجتمع المعرفة يحتاج عقولاً متطلعة لكل جديد في العلم ومهارات الحياة، ونفوسًا ترنو إلى المستقبل، ولا تركن للكسل، وقلوبًا متشوقة للنجاح والتميز والعطاء.

- الاقتصاد الإبداعي وفكر ما بعد الحداثة والثقافة الوطنية:

استطاع فكر ما بعد الحداثة أن يقرأ بتمعن التغيرات البنيوية العميقة التي حدثت في العالم خلال العقود الأخيرة، ورأى أن حركة الحداثة كانت أكثر انعزالاً عمَّا يجري في العالم، وغرقت في أفكارها وإيديولوجياتها، وساهمت في تقديم سرديات فكرية كُبرى، لم تقدِّم إجابات شافية، وإنما كانت سببًا في عُزلة المثقفين والمُفكِّرين عن المنجزات الحضارية الهائلة التي رافقت الطفرة التقنية وثورة الاتصالات ، والتطور الهائل في الصناعة والتجارة والفنون والآداب.

وقد قدَّمت ما بعد الحداثة نقدًا شديدًا لما يجري على الساحة العالمية ، فمهما كانت هناك من تغيرات دراماتيكية وفكرية، ومهما تعاظم دور المثقفين

---

١٦١) للمزيد انظر : تجربة بنك الفقراء، د. مجدى سعيد، الدار العربية للعلوم ناشرون، ٢٠١٦م.

والفنانين، فإن المحصلة لم تكن على المستوى المأمول، لأن الأمر ببساطة لا ينحصر في ترك المبدعين يقودون، وإنما في الأنساق الفكرية التي أنتجتها قيادة المبدعين ضمن المنظومة الرأسمالية، فبلا شك فإن المبدعين في الصناعة والإدارة والتجارة أسهموا بشكل بارز في التطور، وكان معهم أيضًا الفنانون والمثقفون، ولكن القضية أعمق من ذلك، فقد تحوَّل كل شيء إلى تجارة وتسليع، وأضحى المبدع رهنًا بتقلبات السوق، وتغيُر أمزجة المستهلكين، وخاضعًا لتوجهات المنتجين ومديري المصانع والممولين.

فآفاق التقنيات لا نهاية لها؛ من الهندسة الوراثية إلى الهيمنة الفكرية إلى غزو الفضاء، وهناك جمهور عام من المستقبلين، وهؤلاء مهوسون بالتقنية، مرتهنون بالمستجدات على صعيد الاتصالات والاختراعات التي أغرقت حياتنا بطوفانها، واقتحمت بيوتنا، وصحونا ونومنا، كما أن الفنون نفسها تغيَّرت، ومالت إلى التجارة، وصارت الصناعة الأدبية أقرب إلى البضائع، وقد أدَّى هذا إلى حالة من التشتُّت دون حدّ، بواسطة الإعلام الذي يغرق الناس في طوفان من الجزئيات والمتناثرات، وتعاظمت بالتالي حالة القلق. وتردد السؤال: هل الكمبيوتر يقدِّم وعيًا بديلاً، أم هو امتداد للوعي؟ وهو سؤال يطرح إشكالية سيطرة التكنولوجيا على الحياة والفكر، وصرنا أسرى لها، وباتت تتحكم في حياتنا (١٦٢).

إزاء كل ما تقدم، ونحن نعيش في عالم يموج بتغيرات هائلة، جزء كبير منها يعتمد على الفكر الإبداعي والثقافي، يكون السؤال: ماذا عن موقفنا نحن كمثقفين عرب، نرنو إلى ما حولنا؟

للإجابة عن السؤال هذا، لابد من الإشارة إلى أن كل أُمة عليها أن تبحث عن ذاتها الحضارية، وخصوصيتها الثقافية، ولا يظن أحد أن النُظم الحديثة

---

١٦٢) منعطف ما بعد الحداثة، إيهاب حسن ، ترجمة محمد عيد إبراهيم ، دار الهلال ، القاهرة ، ٢٠١٦م ، ص٧٢.

في الاقتصاد والتجارة والسياحة تعني الذوبان فيما يُسمَّى الثقافة العالمية السائدة، والتي هي متبدلة من عقد إلى آخر، فإذا كان السائدة اليوم هي الثقافة الأمريكية، فلا نعلم غدًا من سيصعد وينشر ثقافته ضمن منتجاته، وكثير من الدول الصغيرة تنافس بقوة المنتجات الأمريكية، وبات لها مكان في الخارطة العالمية.

ومن هنا، فإن تحديد الذات الحضارية يأتي من فهم خصوصيتها ومكوناتها وروافدها وسُبل استمرارها، ومن ثم إفساح المجال للمبدعين من أبناء الأمة والوطن، من أجل قيادة قاطرة التنمية، وإعطاء الفرصة للمثقفين والمُفكِّرين لتقديم رؤى عملية تجعل ثقافتنا مغلفة لمنتجاتنا الصناعية والفنية والتجارية.

فالإبداع هو عنوان الموقف السيادي في تحقيق عملية التنمية، أي الإبداع الذاتي: حضاريًا وثقافيًا وقوميًا، في كافة المجالات: مجال الفِكر ومجال العمل. لأننا نمتلك مقومات المشروع الحضاري للنهضة الإبداعية، والممثلة في وجود مجتمع إنساني يتسم بدرجة كافية من الكثافة والاستمرارية التاريخية، مع المركزية، فالقضية لا تنحصر في المبدعين الفرديين، وإنما في وجود خضم من الإبداع والمبدعين على مستوى الوطن والأمة، وهذا حماية واستمرارية لها. وكل هذا يستلزم منا النظر في فاعلية الثقافة في عملية التنمية، مع تحديد الأولويات المجتمعية وما تستلزمه من المثقفين

إذن، هناك أسئلة كثيرة تطرح نفسها، عن موقفنا كمثقفين عرب من اقتصاد الإبداع، ومدى وعينا به، وكيف يمكننا التعامل معه، وصياغة رؤية متكاملة، تؤطر عملية التنمية والنهضة في مجتمعاتنا. فلا تزال النُّخبة المثقفة

---

١٦٣) الإبداع والمشروع الحضاري ، د. أنور عبد الملك ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ٢٠١٣م ، ص٢٩ – ٣٦.

أسرى الرؤية الفردية، التي تحصر الثقافة في الإنتاج الفردي، ويغيب عنها فكر الصناعة الإبداعية بكل ما فيه من إيجابيات وسيادة روح الفريق، ووجود الدعم المادي الذي يكفل استمرارية المبدع وتوفير الحياة الكريمة له، ونشر أفكاره وإبداعه.

فكثير من مثقفينا يحصرون نشاطهم في كتاب أو دراسة أو مقال، وفي أحسن الأحوال ظهور في البرامج المرئية أو المسموعة، ولا زلنا نناقش قضايا أفل نجمها منذ عقود، تتعلق بالإيديولوجيات التي كانت سادت ثم ضعفت وقاربت على التلاشي، واستطاع العالم أن يقدِّم إيديولوجيات جديدة أو يطوِّر القديم منها، ويضعه ضمن برامجه النهضوية، ويضفِّر به ثقافته المدنية والحضارية.

والمثال على ذلك، قضية العدالة الاجتماعية، كثيرون يستحضرون النموذج الماركسي في تطبيقاته المختلفة، علما بأن اليسار الجديد في العالم، يقدِّم طروحات مختلفة ضمن المنظومة الديمقراطية، عن كيفية تطبيق هذه العدالة، بما يحمي حقوق العمال، ويعزِّز رقابة الدولة، التي أصبحت تخطِّط وتدير، ويقود الساسة فيها قاطرة التنمية، جنبًا إلى جنب مع المبدعين.

ونفس الأمر ينسحب على الفكر القومي، الذي لا يزال بعض من نخبتنا يردِّدون شعاراته وتنظيراته، علمًا بأن تجربة الحقبة القومية في العالم العربي بها كثير من السلبيات، كما أن المستجدات الفكرية في العالم على صعيد الفكر القومي جعلته فِكرًا يقبل التعددية الفكرية، ويحتضن الأقليات وثقافاتها، ويعزِّز الهوية القومية، ويتعاطى بإيجابية مع قضايا الديمقراطية، ويرفض الفكر الشمولي.

على الجانب الآخر، فإن هناك مثقفين ومبدعين وباحثين عرب لهم جهود رائعة، وتنظيرات مبدعة، وخطط طموحة تستفيد من حركة الفكر العالمي،

داخل وخارج العالم العربي ، ولكنهم يعانون من التهميش ، والتجاهل الإعلامي ، وعدم توظيف قدراتهم في العملية التنموية ، ولا بناء قاعدة للصناعات الإبداعية، تساهم في تكوين اقتصاد الإبداع، وفي جعل المبدعين يقودون الأمم ويدعمون نهضتها.