

الاستثمار فى التراث الثقافى بين النفعية والحق العام

د/ اشرف عبد المحسن الشريف

استاذ ورئيس قسم علوم المعلومات

كلية الآداب - جامعة بنى سويف

التراث هو كل ما وصل إلينا مكتوباً في أي علم من العلوم أو فن من الفنون ،
وبالتالي فهو كل ما خلفته لنا مؤسسات الدولة والعلماء في فرع من فروع المعرفة
المختلفة ، ولهذا فإن التراث ليس محدد بتاريخ معين ، إذ قد يموت أحد العلماء
في عصرنا هذا فيصبح ما خالفه لنا مكتوباً بالنسبة لنا.(رمضان عبد التواب ،
1986، ص 4)

وهناك أنواع مختلفة من التراث المتمثل في:-

1.التراث الاجتماعي: وهو التراث (الحياة المباشرة)
وعلمستويات قيمتها مع الحياة بأشكالها كافة.

2.التراث المادي: ويتضمن جميع المنتجات الثقافية المخزونة والمكتوبة .

3.التراث الأدبي: يعتبر من المميزات الخاصة للتراث المادي وظهر مرتبطاً بفن الكتابة.

وعلى الرغم من أن البلاد العربية تعد من أكثر بلاد العالم التي لديها مئات
الآلاف من المصادر التراثية من قطع أثرية و مخطوطات ووثائق تاريخية نستطيع
من خلال استغلال شبكة الويب ، ووسائل الاتصال الاجتماعية Socail
Media ان تحقق ليس فقط الملايين بل المليارات من وراء الاستثمار في التراث
الثقافي بأنواعه المختلفة ، الا انه يجب ان نعترف أن هناك اشكالية تتمثل في
صعوبة الاستثمار في التراث الثقافي في بلادنا العربية لأسباب كثيرة منها ان كثير
من المستثمرين يعتقد ان التعليم والثقافة والنشر العلمي هو من اختصاص
الحكومات ولا دخل للقطاع الخاص به.

وفي القطاع الحكومي نجد ان نسبة مشاركة الحكومة في الاستثمار الثقافي تكون
ضعيفة ، لأن هذه الحكومات في الأساس تنظر الى الثقافة باعتبارها ترفاً ورفاهية
، لا مجال فيها للاستثمار او المكاسب الاقتصادية ، وان قامت بها فانها تقوم بها
كنوع من الدعاية لها ولسياساتها ، في حين نجد ان مشاركة المستثمرين العرب

او المصريين تكاد تكون معدومة لان الكثير منهم يرون ان الثقافة هى مجال للحكومة وليس للأفراد فيها نصيب .

تلعب مشروعات التراث الثقافى دورا أساسيا فى المجتمع ، فهى تعكس الهوية الثقافية للمواطنين عاداته وقيمه وتناقضته وطموحاته، ما دام الفنانون مبدعو الاعمال الفنية يضربون بجذورهم فى تقاليدهم الثقافية ، ومن ناحية أخرى تفتتح المشروعات الثقافية نافذة على العالم امام المواطنين عن طريق تقديم الواقع الخاص بثقافات أخرى ، إضافة إلى ذلك كله ، فإن الثقافية تشكل قوة اقتصادية ذات أهمية بفضل ما توفره من فرص عمل وما تسهم به فى إجمالى الدخل القومى.

وتتنوع المشروعات الثقافية تنوعا له شأنه من حيث الحجم والهيكل ومنهج العمل والوظيفة ، وبناء على هذا سيكون من الصعب التحدث فى سياق موحد حول أرشيف أو متحف قومى وشركة تسجيل اسطوانات تصدؤ أعمالها الى الخارج وفريق صغير للرقص الحديث ، على الرغم من أنها جميعا مشروعات ثقافية ، ومن أفضل وسيلة للمضى قدما هى التفرقة بين المشروعات الثقافية ، ومن ثم تقسيمها الى فئات وفقا لمعايير محددة هى:- (فرانسوا كولبير ، 2011،ص 29)

المعيار الأول : يتعلق بالتوجه الخاص برسالة المشروع الثقافى ، بمعنى هل المشروع الثقافى يتوجه نحو المنتج الثقافى وبالتالي فسوق يركز على المنتج باعتباره مبرر وجوده.

المعيار الثانى: وهذا المعيار يعتمد على طبيعة المنتج الثقافى وكيفية تسويقه .

المعيار الثالث : الحجم يعنى ان حجم المشروع الثقافى وتوسع أنشطته سوف يؤثر على طريقه تسويقه.

وغالبا ما ينظر

المثقف إلى الرأس المال علأنها انتهتازييسعلتحويلكلشيء إلى المشروع عيدير دخلا.

والأخير يرى أننا لأول مرة لدينا منتج الميديا حظيا بالقبول .

ورغم أننا السنوات الأخيرة شهدت بعض محاولات تقارب بين الطرفين ، إلا أنها كانت غالباً ما تنتهي بالانفصال .

وخلال السنوات الأخيرة بدأ الحديث عن اقتصاديات الثقافة ، وتقييم خدمات الدولة الثقافية على أساسها كسبب للخسارة .

ولهذا الكلام ما يبرره ، فأنعدام ادخيل المشاريع الثقافية باتيهدد بشر مستطير ، لكن تجار جديد قد بدأت تدخل على الخط ، لتثبت أننا التسول ليس قدر كلما هو ثقافي ، وبقليل من الذكاء بما لا مكان قلب المعادلة .

(ايهاب الحضرى ، 2014)

وبمراجعة ايراد انا المتاحف المصرية ، ثبت أن ثلاثة من بين عشرة منها ، تدرأ الفجنيه شهريا ، بينما حقق متحفاً خرجنيها واحد فقط ، خلال احد الشهور .

أي أن ايراد انا المتاحف مجتمعة لا تتعدى مبلغ خمسة عشر ألف جنيه شهريا . وهو ما ينطبق على أنشطة ثقافية أخرى .

والحديث عن اقتصاديات الثقافة أصبح مطروحا بجدية ، لأن العوائد ، شبه المنعدمة ، باتت تخطر اداهما ، يهدد ثقافة لتتجد ، خلال زمن يطول وأيقصر ، منير عاها .

هنا يصبح السؤال عن أسباب عدم تحقيق الثقافة للربح واستفساراً عن مستقبل الثقافة نفسها ، خاصة مع ع ظهور « كيانات » جديدة تجتفيا ثباتنا الثقافة الجادة يمكن أن تتضمن لنفسها مداخل معقولة . المسألة إذن ، تحتاج عادة رسم تفاصيل لمشهد بمعطيات جديدة .

ولقد استضافت مكتبة الاسكندرية مؤتمرا تحضيريا بعنوان الاستثمار فى التراث الثقافى والتنمية المستدامة " فى ديسمبر 2008 وذلك استعدادا للمؤتمر الدولى الذى سيليه وتناول المؤتمر ذلك الموضوع عن طريق تحليل الأساليب والممارسات السليمة باستخدام تحليل (PEST) السياسية ، والاقتصادية ، الاجتماعية ، والتكنولوجية فى الاستثمار ، كما تعرض المؤتمر الى دور المجتمعات المحلية فى الاستثمار الثقافى ، ويشتمل هذا الموضوع على العلاقة بين المجتمعات المحلية

والمجتمع فى قضايا ادارة التراث الثقافى ، ولقد طرح هذا المؤتمر التحضيرى عدد من التساؤلات التالى:-

- ما الذى يجعل الاستثمار فى التراث الثقافى مغريا لأصحاب المال ؟ وما طبيعة تلك المغريات ؟ وما هى التكلفة المتوقعة والمزايا والمخاطر؟
- هل تم دمج الاستثمار فى التراث الثقافى والتنمية المستدامة فى السياسات والمشروعات المحلية والاقليمية والدولية ؟ كيف ؟ والى اى مدى؟
- ما هى امكانية التوسع فى دور الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع المدنى ؟
- ما هى الوسائل والادوات والاستثمارات المطلوبة لاستدامة مشروعات تنمية التراث الثقافى؟
- ما هى القيود التى يواجهها الاستثمار فى التراث الحضارى ؟

وتعد المكتبات والارشيفات والمتاحف الوطنية أحد أهم المراكز التى تحتوى على كنوز التراث من والمخطوطات والوثائق التاريخية والقطع الأثرية التى يرنو اليها كثير من الجمهور والباحثين ويرغبون فى الحصول على نسخ منها للاستفادة من المعلومات التاريخية التى تحتويها ، ومن زمن ليس ببعيد كان على الباحث ان ينتقل بنفسه للمكتبة او الارشيف للحصول على هذه المصادر ، مما يكلفه الكثير من النفقة المادية والمشقة وضياح كثير من وقته بين التنقل والترحال ، ومع تسعينات القرن الفائت بدأ استخدام شبكة الانترنت على نطاق واسع سواء على النطاق الشخصى او فى مؤسسات الدولة العامة او الخاصة ومن بين هذه المؤسسات الارشيفات الوطنية .

ولقد كانت المكتبات بأنواعها المختلفة من أولى المراكز التراثية التى انتبهت الى أهمية تسويق خدماتها منذ منتصف التسعينات باستخدام وسائلالتسويق التقليدى ، الى أن ظهرت شبكة الانترنت واتضحت أهميتها بعد استخدامها فى مجال التجارة الالكترونية ووتحقيقها للتواصل الاجتماعى بين الملايين حول العالم ، ومع بداية الربع الأخير من القرن العشرين بدأت مؤسسات تجارية ذات علاقة بتسويق وبيع

المعلومات والخدمات المتعلقة بها بالظهور وخصوصا في الولايات المتحدة وأوروبا. وكان هدفها بالدرجة الأولى هو تحقيق الربح المادي من خلال التعامل مع المعلومات تصنيعا وإنتاجا وتجارة.

وعندما بدأت فكرة تسويق خدمات المكتبات والا رشيقات والمتاحف الوطنية بمقابل مادي أو الحصول على رسوم مقابل بعض الخدمات التي تقدمها مؤسسات المعلومات (غير الربحية) في أذهان بعض المكتبيين واختصاصي المعلومات الذين رأوا في عملية التسويق دعما لميزانية المكتبة ودعما لخدماتها في زمن انكماش ميزانيتها، فتعرضت هذه الفكرة لعدة صعوبات في البداية أهمها:

-المستوى المتدني نسبياً للمعرفة في مجال متطلبات ورغبات واحتياجات المستفيدين

-البيئة غير التسويقية التي تستخدم فيها خدمات المكتبات والمعلومات.

-صعوبة تقدير القيمة التي تساهم بها منتجات وخدمات المعلومات في

التنمية والتقدم والبحوث العلمية.(أواز حكمت محمد ، 2011)

وجدير بالذكر ان العديد من الارشيفات الاجنبية قد قامت بتحويل رصيدها من الوثائق التاريخية من الشكل الورقي الى الشكل الرقمي على مواقعها الالكترونية ، فعلى سبيل المثال قام الارشيف البريطاني بتحويل اكثر من 90% من مقتنياته الارشيفية الى الشكل الرقمي واتاحته للمستفيدين عبر موقعه الالكتروني ، فمن خلال قاعدة البيانات الارشيفية المتاحة على الخط المباشر Database Online Archival المتاحة على الموقع يستطيع المستفيد البحث عن الوثائق التي تدخل في نطاق اهتماماته والحصول عليها في مقابل مادي حدده الارشيف البريطاني بمبلغ (3 جنيهات) استرليني للوثيقة المفردة Pace.

وعلى الرغم من ان هناك ملايين من المخطوطات والوثائق التاريخية والمواد الصوتية والبصوية المخزنة في الارشيفات والمكتبات والمتاحف في الولايات

الامريكية - وغيرها من دول العالم ، الا انه فى نفس الوقت هناك تسارع لم يسبق له مثيل فى تحويل هذا الكم الهائل من المواد التراثية الى أشكال رقمية . وتعمل المؤسسات الثقافية على الاستعانة ببرامج الرقمنة لاستغلال هذا الرصيد فى الاستثمار التجارى من خلال اتاحته لأكبر عدد ممكن من المستخدمين عبر شبكة الويب ، وغنى عن البيان ما تحققة استثمارات السينما الامريكية من عوائد بمليارات الدولارات للشركات الامريكية (Peter B. Kaufman , 2005 , p.)