



تحليل واقع التجارة الخارجية للصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر *Analyzing the Foreign Trade Reality of the Cultural and Creative Industries in Algeria*

د. بلهوارى حاج

جامعة مستغانم، الجزائر

hadj.belhouari@yahoo.fr

د. كوبيبي حفصة*

جامعة مستغانم، الجزائر

hafssa.kobibi@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2021/08/01

تاريخ القبول: 2021/04/29

تاريخ الإرسال: 2020/12/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع الصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر بالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، كما تم الاستعانة بمنهج البحث الوثائقي من خلال تركيز البحث عن الإحصائيات والأرقام الخاصة بصاردات وواردات الجزائر من السلع والخدمات الثقافية والإبداعية. تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال موضوعها المتناول الحديث نسبيا في ظل شح المعطيات والإحصائيات وقلة الدراسات التي تطرقت إلى هذا الموضوع. ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها: تركز صادرات الجزائر في ثلاثة فئات هي التصميم، الحرف الفنية والنشر، بالرغم من تناقص حجم الصادرات سنة بعد سنة، في ظل تزايد حجم واردات الجزائر من المنتجات الثقافية وفي جميع المنتجات الثقافية، وخاصة التصميم، السمعي بصري، النشر والميديا الجديدة، بالإضافة إلى الحرف الفنية والفنون البصرية. كما توصلت الدراسة إلى وجود عجز في الميزان التجاري الثقافي، نظرا لقلة تمويل القطاع الثقافي وللقوانين التي تعيق عمليات التصدير.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد ثقافي؛ حرف يدوية؛ صادرات الجزائر؛ صناعات ثقافية؛ واردات الجزائر.

Abstract :

This study aims to analyzing the reality of the cultural and creative industries in Algeria, based on the descriptive and analytical methods. Also the documentary approach by focusing the search on statistics, figures related to Algeria's exports and imports of cultural and creative goods and services. The importance of this study appears through its topic, in light of the scarcity of data, statistics and studies dealing with this topic. Among the findings: The concentration of Algeria's exports in three categories: design, artistic crafts and publishing, despite the decrease in the volume of exports year after year, in light of the increasing volume of Algeria's imports in all cultural industries, especially design, audiovisual, publishing, new media, crafts and visual arts. In addition, we found that there is a deficit in the cultural trade balance, because the lack of funding for the cultural sector and the laws that hinder export operations.

Key Words: Algeria exports; Algeria imports; Cultural economy; Cultural industries; Handicraft.

JEL Classification : P45, L82.

*مرسل المقال: كوبيبي حفصة (hafssa.kobibi@univ-mosta.dz)



المقدمة:

يعد الاقتصاد الثقافي والإبداعي مفهوما متطورا يعتمد على الأصول الثقافية-الإبداعية وتعرف بالصناعات الثقافية والإبداعية، والتي تمكن من زيادة النمو الاقتصادي والتطور، ومن تعزيز الدخل وخلق فرص العمل وعائدات التصدير مع تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنوع الثقافي، حيث يشمل الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية التي تتفاعل معها التكنولوجيا والملكية الفكرية والأهداف السياحية، ويعد -هذا الاقتصاد- خيارا تنمويا مجديا (UNCTAD, creative economy report, 2008, p. 15)

تشير الإحصائيات إلى أن التجارة العالمية للسلع والخدمات الإبداعية حققت أرقاما قياسية بلغت 642 مليار دولار أمريكي عام 2011، حيث ازدادت أكثر من الضعف بين 2002 و 2011، ووفرت عوائد بنحو 2.250 تريليون دولار عام 2013، أي ما يعادل 3% من الناتج الإجمالي العالمي، وخلقت نحو 92.5 مليون وظيفة (كوبيبي و بوزيان، 2020، صفحة 405)

أما في الدول العربية، الصناعات الإبداعية لا تكاد تحظى باهتمام يذكر، ومركزها في الاقتصاد القومي ضعيف، والعائدات منها ليست كبيرة، ولا توجد قاعدة بيانات ولا إحصائيات دقيقة للدخل القومي منها، فهي لا تشكل قيمة تذكر في الدخل القومي العربي، وقدر مركز التجارة العالمي قيمة صادرات الدول العربية لعام 2015 بنحو 21 مليار دولار، وعلى مستوى الدول العربية تبين أن الإمارات تستحوذ على أكثر من 75% من مجمل قيمة صادرات الدول العربية من السلع الإبداعية المرتبة الأولى بين الدول العربية واحتلت دولة الإمارات المرتبة التاسعة عالميا فيما احتلت البحرين المرتبة 43 و عمان المرتبة 47 والسعودية المرتبة 50 وقطر المرتبة 54 والكويت المرتبة 64، وتكاد تنحصر في صناعات متوسطة وصغيرة مع بعض الاستثناءات التي تشير إلى صناعات كبيرة، ومع ذلك فإن بعض فروع الصناعات الإبداعية تعمل بشكل جيد نسبيا وتصدر منتجاتها مثل المنشورات والمنتجات السمعية بصرية وأنشطة الفن المعماري ويقدر أقل مجالات التصميم والأزياء والإعلان (فاضل علي، 2018، صفحة 235).

وفي بلدان المغرب العربي ولاسيما الجزائر والمغرب وتونس، فقد تم الاعتراف في عام 2009 بالأهمية الاقتصادية للصناعات الإبداعية حيث يوجد في مدن عديدة تركيز كبير على التراث الثقافي، ويزدهر قطاع الصناعات النشر وإنتاج الأفلام والصناعات الحرفية ذات الطابع الفني، إذ أن قطاع النشر والطباعة يستخدم 2% من القوى العاملة، ويسجل رقما للمبيعات يتجاوز 370 مليون دولار بينما كانت قيمة معاملات السوق في مجال صناعة الموسيقى تزيد على 45 مليون دولار في عام 2009. (فاضل علي، 2018، صفحة 235)

بالتركيز على الجزائر، تتميز بتنوعها الثقافي وتراثها المتأصل، وعليه نطرح الإشكال التالي: ما واقع التجارة الخارجية للصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر؟

وتندرج عن هذا السؤال عدة أسئلة فرعية:

- فيما تتمثل صادرات الجزائر من الصناعات الثقافية والإبداعية؟



- ما حجم واردات الجزائر من الصناعات الثقافية والإبداعية؟

- ما أهم الصعوبات التي تعترض الصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر؟

وعليه تهدف دراستنا هذه إلى تحليل واقع الصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر من خلال :

- تبيان حجم صادرات و واردات الجزائر من المنتجات الثقافية وطبيعتها

- تسليط الضوء على أهم الصعوبات التي تعترض التصنيع الثقافي بالجزائر.

ولتحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، كما تم الاستعانة بمنهج البحث الوثائقي من خلال البحث عن الإحصائيات والأرقام الخاصة بالصناعات الثقافية بالجزائر على الرغم من ندرة الأرقام والإحصائيات وندرة المعلومات المقدمة والمتاحة والتي تمكننا من الحصول عليها.

تأخذ دراستنا هذه أهميتها من أهمية الموضوع المعالج أولاً، والخاص بالثقافة كمجال في الدراسات الفلسفية والإنسانية وعلاقتها بالاقتصاد، كما تكمن أهميتها في حداثة الموضوع من جهة أخرى، بالإضافة إلى قلة الدراسات التي تربط بين الثقافة والاقتصاد بالجزائر في ظل شح المعطيات والإحصائيات.

I. مفهوم الصناعات الثقافية والإبداعية

تعرف اليونيسكو الثقافة على أنها مجموعة متنوعة من الخصوصيات الدينية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعاً معيناً أو مجموعة معينة لا تشمل الفن والأدب فقط، بل أنماط الحياة وطرق العيش المشترك ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات (إعلان اليونيسكو العالمي بشأن التنوع الثقافي، 2001)، وكنتيجة لزيادة إقحام الرأسمال المادي في القطاع الثقافي وتحويل الأنشطة الثقافية وما يرتبط بها إلى منتجات سلعية وخدمية وتسويقها وإيصالها إلى المستهلك وفق معادلة اقتصادية، استحدثت كل من تيودور أدونو وماكس هوركايمر مصطلح صناعة الثقافة في صيغة المفرد عام 1947 في كتابهما جدلية العقل، وتحويل إلى صيغة الجمع " صناعات ثقافية" تدريجياً في أوروبا، وأصبح ضمن المصطلحات الإدارية والاقتصادية التي يتداولها المجلس الأوروبي.

فقد تم اعتماد المصطلح لدراسة مختلف مظاهر الإنتاج الثقافي، وتحيل على مجموعة الأنشطة التي تنتج السلع أو الخدمات المرتبطة بالثقافة وتشمل الكتاب، الصحافة، الراديو، التلفزيون، السينما، الأقراص بجميع أنواعها، بعض المنتجات المتعلقة بالإعلام الآلي ويضاف إليها إعادة الإنتاج (Balle, 1998, p. 123)

فالصناعات الثقافية تعني تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع بنفس منطلق إنتاج السيارات ومختلف المشاريع الحضرية، فالمنتجات الثقافية والأفلام والبرامج الإذاعية والمجلات تحيل على نفس العقلانية التقنية ونفس الصيغ التنظيمية والتخطيط الإداري (العيفة، 2003، صفحة 50)، ومع تنامي الإنتاج الثقافي وتنوعه وارتباطه بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، أصبحت الصناعات الثقافية مقاربة بارزة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية مع أسماء مختلفة، كالصناعات الثقافية والميديا تيكية، صناعة المحتوى أو البرامج، وحالياً يسود مصطلح الصناعات الإبداعية.



ظهر مصطلح الصناعات الإبداعية لأول مرة عام 1994 بأستراليا في تقرير " الأمة المبدعة - السياسات الثقافية للكمونولث"، كما ورد عام 1998 في وثيقة رسم خرائط الصناعات الإبداعية، وارتبط تبني مصطلح الصناعات الإبداعية بانتخابات حكومة عمالية ببريطانيا هام 1998، وتأسيس دائرة الثقافة الإعلام أنداك. الصناعات الإبداعية لا تشمل فقط أشكال الفن التقليدي، كالمسرح والسينما والموسيقى، الفنون الحرفية والأدائية، بل تتعداها إلى شركات الإنتاج والخدمات والإعلانات، والبرمجيات والكمبيوتر والألعاب، بالإضافة إلى الهندسة المعمارية و تصميم الأزياء وقد تكون القائمة " طويلة وطموحة"

تعرف الأونكتاد الصناعات الإبداعية على أنها دورات إنشاء وإنتاج وتوزيع السلع والخدمات التي تستخدم الإبداع ورأس المال الفكري، كمدخلات أولية، تشكل مجموعة من الأنشطة القائمة على المعرفة، تركز على القنوات ولكن لا تقتصر عليها، قائمة على العائد التجاري وحقوق الملكية الفكرية، تشمل المنتجات الملموسة والمعنوية الفكرية، أو الفنية، الخدمات ذات المحتوى الإبداعي والقيمة الاقتصادية وأهداف السوق، على مفترق بين الطرق بين الحرفيين والخدمات والقطاعات الصناعية تشكل قطاعا ديناميكية جديدا في التجارة العالمية. (UNCTAD, creative economy report, 2008, p. 13).

وتعرف اليونيسكو الإبداع هو ابتكار وتأليف الأفكار والمضامين مثل النحاتين والكتاب وشركات التصميم وإنتاج السلع الفريدة من نوعها مثل الصناعات الحرفية والفنون الجميلة، وعلى هذا اعترضت عن استخدام مصطلح الثقافة الإبداعية، حيث استخدمت العديد من الدول كلمة إبداعي لوصف هذه الصناعات، لكن يمكن للعديد من الصناعات التي تندرج في إطار القطاع الإبداعي أن تكون إبداعية عادة على نطاق أوسع من نطاق المجالات الفنية التقليدية، فهي تشتمل مثلا كل صناعات الأنترنت، وتكنولوجيا الاتصالات، أو أعمال البحث والتطوير، غير أنه يمكن إتاحة إدراج بعض الصناعات الإبداعية المعنية مثل التصميم وصناعة الإعلانات على أنها مجال منفصل. (معهد اليونيسكو للإحصاء، 2009، صفحة 19)

بالرغم من اختلاف وجهات النظر في تعريف وتصنيف الصناعات الثقافية والإبداعية حقق القطاع الثقافي أرقاما قياسية متجاوزة في بعض الأحيان المجالات الاقتصادية التقليدية، ليعتدل بذلك الاقتصاد الثقافي أو الإبداعي مكانة بارزة في اقتصاديات كبريات دول العالم. قد تبدو مسألة تصنيف الصناعات الإبداعية للوهلة الأولى شكلية، غير أنها في غاية الأهمية، فالتصنيف أساس جدولة المعاملات التجارية من صادرات و واردات وحجم الاستثمارات وغيرها من الإحصائيات والأرقام (كوبيبي و بوزيان، 2020، صفحة 400)

أخذ مصطلح الاقتصاد الإبداعي في الانتشار منذ بداية الألفينات، وخاصة بعد استخدامه من قبل الكاتب البريطاني جون هوكنز، وطبقه على 15 نشاطا صناعيا متنوعا تبدأ بالفنون وتشمل مجالات العلم والتكنولوجيا.



II. صادرات الجزائر من المنتجات الثقافية والإبداعية:

1. تطور قيمة الصادرات من المنتجات الإبداعية

الجدول 01 "حجم صادرات الجزائر من الصناعات الإبداعية 2005-2014"

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
0.62	0.47	0.90	0.84	1.69	2.06	3.08	4.02	3.30	4.48	الصادرات

المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

من خلال قراءة الجدول وبالرجوع إلى الرسم البياني أسفله، يظهر وبكل وضوح انخفاض في حجم صادرات الجزائر من السلع الإبداعية، وخاصة منذ 2009، حيث قدرت سنة 2005 حوالي 4.48 مليون دولار، فيما انخفضت إلى 0.47 و 0.62 مليون دولار سنتي 2013 و 2014 على التوالي، و يرجع السبب في هذا التراجع إلى قوانين التصدير التي تفرضها البلاد كما هو موضح أسفله، كما يرجع عدم ملائمة المنتجات الجزائرية مع المعايير الدولية، في ظل منافسة دول الجوار، وضآلة حجم الانتاج مقارنة بالطلب.

الشكل 01 "صادرات الجزائر من الصناعات الإبداعية 2005-2014"

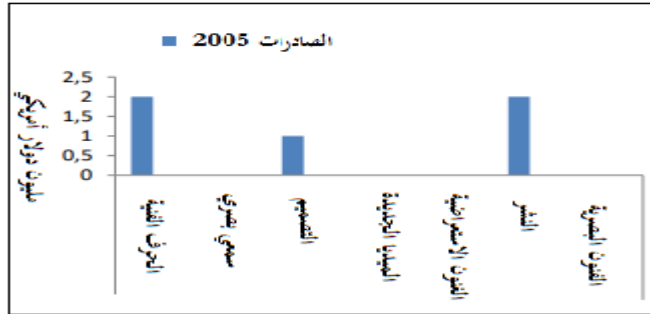


المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على الجدول رقم 01



2. توزيع صادرات الجزائر من السلع الإبداعية حسب المنتجات:

الشكل 02 "صادرات الجزائر من السلع الإبداعية حسب فئة المنتج 2005 / مليون دولار أمريكي"



المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

نلاحظ من خلال الشكل رقم 02 أن صادرات الجزائر من السلع الإبداعية انحصرت في ثلاث فئات وهي: النشر، يليها الحرف الفنية (حوالي 02 مليون دولار) ثم التصميم (حوالي المليون دولار)، في حين انعدام الفئات الأخرى المتمثلة في السمعي بصري، الفنون الاستعراضية والفنون البصرية والميديا الجديدة.

بخصوص صادرات النشر، الجزائر لديها جاليات مهاجرة كبيرة في البلدان الناطقة بالفرنسية والعربية، وبذلك تشكل فرصة كبيرة لتصدير الكتب المنتجة محليًا لهذه الجاليات، سيتجاوز عدد القراء المحتملين في البلدان الناطقة باللغة الفرنسية كفرنسا وبلجيكا وكندا والبلدان الناطقة بالعربية (مصر ودول الخليج ولبنان) 4 ملايين شخص (Grim, 2016)، وتتنوع مواضيع الكتب كم ثقافية، اجتماعية دينية، قصص وروايات وغيرها.

كما يرجع الأمر إلى البرامج الوطنية التي انتهجتها الجزائر في مجال النشر كما هو موضح في الجداول التالي:

الجدول 02 "الكتب التي تم نشرها في إطار البرامج السنوية 2008-2016"

عدد العناوين المنشورة	البرنامج
896	برنامج 2008
448	برنامج 2010
151	برنامج 2014
72	برنامج 2016

المصدر: موقع وزارة الثقافة <https://cutt.us/doTsd>

هذا بالإضافة إلى التظاهرات الثقافية التي نظمتها أو شاركت فيها الجزائر، وفي مقدمتها الجزائر عاصمة الثقافة العربية سنة 2007، حيث تم نشر 1200 كتاب خلال فترة التظاهرة، تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية أين نشر 453 كتاب، والجدول التالي يوضح إسهام التظاهرات الثقافية بالجزائر في النشر:



الجدول 03: الكتب التي تم نشرها في إطار النظاهرات الثقافية 2003-2015

عدد العناوين المنشورة	التظاهرة
423	سنة الجزائر بفرنسا 2003
1200	الجزائر عاصمة الثقافة العربية 2007
252	البناف 2009
100	القدس عاصمة أبدية للثقافة العربية 2010
453	تلمسان عاصمة الثقافة الاسلامية 2011
922	الحمسينية 2013
339	قسنطينة عاصمة الثقافة العربية 2015

المصدر: موقع وزارة الثقافة <https://cutt.us/doTsd>

وبالرجوع إلى الجدول الأول، والذي يظهر تراجع حجم صادرات الجزائر من السلع الإبداعية التي تعتمد في المقام الأول على تصدير الكتب والمنشورات المختلفة، وذلك ببساطة لأن بنك الجزائر يلزم مصدري الكتب، كما هو الحال بالنسبة لأي منتجات أخرى، بإرجاع الإيصالات الناتجة عن بيع الكتب في الخارج، خلال مدة لا تتجاوز 120 يومًا (4 أشهر) من تاريخ الإرسال، تحت طائلة الإجراءات القانونية، ومن الواضح أنه من المستحيل تحقيق ذلك في مثل هذا الوقت القصير، نظرًا لطبيعة هذا النشاط المحدد الذي يتطلب الكثير من الوقت لتوزيع وبيع وتوزيع الإيرادات المتولدة في نهاية العملية التجارية. لذلك فضل الناشرون الجزائريون التخلي عن التصدير، بدلاً من تعريض أنفسهم لمشاكل قانونية، بالإضافة إلى ضعف التسويق، حيث يتلخص توزيع الكتاب الجزائري في الخارج في عدد قليل من العروض غير الرسمية عبر الإنترنت. (Grim, 2016). إن غياب الكتاب الجزائري عن السوق الخارجية لا يمثل خسارة لجلب العملة الصعبة فقط، وإنما يتعداها أكثر بشكل أكثر خطورة إلى تأثيرها الثقافي والاجتماعي في أوساط المغتربين الجزائريين. أما صادرات الجزائر من التصميم، فبالرجوع إلى مفهوم التصميم كنوع من أنواع الصناعات الثقافية والإبداعية، نجد غامض ومبهم. من الصعب تقييم هذا القطاع الفرعي لأن معظمه يحتجى في صناعات أخرى (بوب كونسيلتينغ، 2010، صفحة 16) وبالرجوع إلى تصنيفات السلع الإبداعية، نجد أن تصنيفين فقط يوردان أنواع السلع التي يضمها التصميم، فتصنيف سغافورة للصناعات الإبداعية يتعامل مع التصميم على أنه فئة رئيسية للصناعات الإبداعية يضم عددا من فئات فرعية أخرى ممثلة في البرمجيات، الدعاية، التصميم الداخلي، الهندسة المعمارية، التصميم الخطي، التصميم الصناعي والأزياء. أما الأونكتاد يصنف التصميم كفئة فرعية ضمن فئة الإبداعات الوظيفية functional creations حيث تضم هذه المجموعة المنتجات حسب الطلب demand-driven والصناعات الموجهة نحو الخدمات التي تخلق سلعا وخدمات ذات أغراض وظيفية، وتضم: التصميم، الميديا الجديدة والخدمات الإبداعية، يتضمن التصميم بدوره مجموعة من الصناعات الجزئية ممثلة في: التصميم الداخلي، الجرافيك، الموسيقى، المجوهرات والألعاب (UNCTAD, creative economy report, 2008, p. 14)



نلاحظ تداخل التصميم مع الفنون الحرفية من حيث المجوهرات، الموضة والتي تعني بالألبسة على العموم وحتى التصميم الداخلي والألعاب.

حيث تندرج الفنون الحرفية art craft وفق الأونكتاد ضمن التعبير الثقافي التقليدي الذي يصنف بدوره ضمن الموروث الثقافي الذي يعبر عن جميع أشكال الفنون والمعارف التقليدية وأشكال التعبير الثقافي المتضمن في إبداع الفنون الحرف اليدوية، وكذلك الفلكلور والاحتفالات الثقافية التقليدية، وتقسّم التراث إلى قسمين (UNCTAD, creative economy report, 2008, p. 14):

- أشكال التعبير الثقافي التقليدي و يضم الفنون والحرف اليدوية والمهرجانات والاحتفالات.

- المواقع الثقافية: المواقع الأثرية والمتاحف والمكتبات والمعارض وما إلى ذلك

وفي ظل شح المعطيات، وغموض مفهوم التصميم وتداخله السلع الحرفية، لا يمكننا إلا الحديث عن التصميم ضمن الفنون الحرفية مع استبعاد الجرافيك. ويستمر إنتاج السجاد والمجوهرات والفخار والملابس التقليدية، حيث يمكن العثور على كثافة عالية من الحرفيين في المناطق الوسطى من الجزائر العاصمة والقبائل وغرداية، باتنة وقسنطينة وغيرها من المدن. كما تعرف الفنون الحرفية، وفق المادة 05 (الأمر 01/96، 1996) الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر، على أنها نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم في أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي ويمارس بصفة رئيسية ودائمة، في شكل مستقر، أو متنقل، أو معرضي في أحد المجالات التالية: الصناعات التقليدية والصناعات التقليدية الفنية، الصناعات التقليدية الحرفية لإنتاج المواد، الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات.

الجدول 04" تطور إنتاج وصادرات المنتجات الصناعية التقليدية بالجزائر في الفترة 203-2010 "

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الإنتاج مليون طن	0.034	0.069	0.616	2.997	4.091	4.516	4.866	4.935
قيمة الصادرات مليون دولار أمريكي	0.027	0.024	0.069	0.528	1.168	1.385	1.526	1.610

المصدر: (بن العمودي و دربال، 2018، صفحة 214)

بقراءة الجدول وبالرجوع إلى الرسم البياني يظهر جليا تطور كمية إنتاج الصناعات التقليدية والفنية وخاصة ابتداء من 2006، بزيادة قدرت أكثر من النصف، ورافقت الزيادة في حجم الإنتاج زيادة في قيمة صادرات الجزائر لهذا النوع من الصناعات بزيادة تفوق الضعفين بين 2006-2010. ويرجع الزيادة في الإنتاج والزيادة في الصادرات إلى زيادة عدد الحرفيين والغرف الحرفية، وتطور مشاريع الصناعة التقليدية والحرف كما هو مبين في الجداول التالية:



الجدول 05" تطور تعداد مشاريع الصناعة التقليدية والحرف خلال الفترة 2003-2010"

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
عدد المشاريع الحرفية	79.850	86.732	96.072	106.222	116.347	126.887	168.020	184.850

المصدر: (بن العمودي و دربال، 2018، صفحة 212)

تزايد عدد المشاريع الحرفية نظرا لخصوصيتها والمرتبطة بسهولة إنشاء مشاريع حرفية، فهي لا تحتاج إلى رأس مال كبير، تقوم على أدوات إنتاج بسيطة مرتبطة بالعمل اليدوي، موادها الخام قليلة التكلفة إذا ما قارناها بالصناعات الثقيلة. هذا بالإضافة إلى انخفاض تكلفة الفرصة البديلة لليد العاملة، بمعنى انخفاض تكلفة اليد العاملة. كما يرجع الأمر إلى سياسات الدعم التي تقدمها الجزائر للحرفيين والتي تظهر من خلال هيئات الدعم المالي والقروض، الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعات التقليدية، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ومختلف البرامج التي تعمل على تكوين وتأهيل الكادر البشري.

بالرغم من زيادة الإنتاج و تركز صادرات الجزائر حول الصناعات الحرفية، غير أنه بالرجوع إلى الجدول رقم 01 الذي يظهر انخفاض صادرات الجزائر من السلع الثقافية والإبداعية سنة بعد سنة، ويرجع الأمر إلى ضآلة حجم الإنتاج بالرغم من زيادة عدد المؤسسات الحرفية، فمقارنة بالطلب الداخلي والخارجي، نجد أن الإنتاج ضعيف جدا. ويرجع ذلك إلى صغر الورشات التي غالبا ما تكون فردية لا تتعدى أفراد العائلة وفي أحسن الأحوال نجد مستخدمين فضلا عن التخلف التكنولوجي (بن زعرور، 2004، صفحة 10)، كما يرجع الأمر إلى عدم وصعوبة مطابقة المنتجات الحرفية الجزائرية للمعايير الدولية المرتبطة بالتنوع والجودة في ظل منافسة دول الجوار كتونس والمغرب مثلا. أما عن صادرات الجزائر من السمعي بصري والفنون البصرية والفنون الاستعراضية والميديا الجديدة فهي منعدمة سنة 2005، والأمر يرجع إلى ضعف الجزائر في هذه القطاعات الثقافية الإبداعية، كضعف الإنتاج السمعي بصري المحلي، الأمر الذي أدى إلى حتمية الاستيراد كما هو موضح أسفله، كما أن الفنون البصرية والاستعراضية مهمشة تماما، أما الميديا الجديدة فالجزائر مازالت بعيدة كل البعد عن تصنيع برمجيات وما يرتبط بالإعلام الآلي كنتيجة لضعف البنية التحتية وهجرة الأدمغة، لذلك تعمل الجزائر على استيراد كل ما يتعلق بالميديا الجديدة والإعلام الآلي كما هو مبين أسفله.

3.2. صادرات الجزائر من السلع الإبداعية وفق المناطق والدول:

الجدول 06: "نسبة صادرات الجزائر للسلع الإبداعية حسب المناطق"

	إفريقيا	أمريكا	آسيا	أوروبا
2005	63%	01%	00%	36%
2014	45%	18%	08%	29%

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على (UNCTAD, creative economy outlook, 2018)



من خلال الجدول نلاحظ أن الجزائر كانت تصدر منتجاتها الثقافية إلى ثلاث قارات سنة 2005 هي: إفريقيا بنسبة 63% من حجم الصادرات، ومن بين البلدان الإفريقية الأكثر تعاملًا نجد تونس، ليبيا وكابو فردي، تليها أوروبا بنسبة 36% من حجم الصادرات الثقافية ممثلة بفرنسا، مالطا، إسبانيا، المملكة البريطانية وناترلاند، في حين كان التصدير للقارة الأمريكية ضعيف جدا بنسبة 01% ممثلة بالولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

وبحلول سنة 2014 تغيرت خارطة التصدير الثقافي للجزائر، حيث انخفضت نسبة صادرات الجزائر لإفريقيا لتصبح 45% فقط وبقية التعاملات جارية مع تونس فقط، في حين ظهرت مجموعة جديدة من الدول تستورد المنتجات الثقافية الجزائرية كمصر، المغرب و مالي، كما تراجعت صادرات الجزائر إلى أوروبا ب 07% من نسبة الصادرات مقارنة بنسبتها سنة 2005، واقتصرت الدول الأوروبية على دولتين هما فرنسا وإيطاليا، وتزايدت نسبة الصادرات إلى الأمريكيتين بنسبة 17% مقارنة بسنة 2005، وكلها موجهة إلى الولايات المتحدة الأمريكية، وبرزت مجموعة من الدول العربية الآسيوية المستقبلية للمنتجات الجزائرية وهي عمان، الإمارات العربية و السعودية.

الجدول 07: "صادرات الجزائر للسلع الإبداعية حسب أكثر عشر دول 2005 و 2014"

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014		2005		
حجم الصادرات	الدولة	حجم الصادرات	الدولة	
0.16	فرنسا	1.53	تونس	01
0.12	تونس	1.48	فرنسا	02
0.11	الولايات المتحدة	1.24	ليبيا	03
0.06	المغرب	0.05	مالطا	04
0.06	مصر	0.03	الولايات المتحدة	05
0.02	عمان	0.03	المملكة البريطانية	06
0.02	مالي	0.03	إسبانيا	07
0.01	إيطاليا	0.03	كابو فردي	08
0.01	الإمارات العربية	0.02	ناترلاند	09
0.01	السعودية العربية	0.01	كندا	10

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على (UNCTAD, creative economy outlook, 2018)



III. واردات الجزائر من المنتجات الثقافية والإبداعية:

1. حجم واردات السلع الإبداعية:

الجدول 08: "حجم واردات الجزائر من الصناعات الإبداعية 2005-2014"

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
1.017.79	1.662.08	634.87	538.21	457.78	418.19	446.83	350.65	179.23	195.17	الواردات

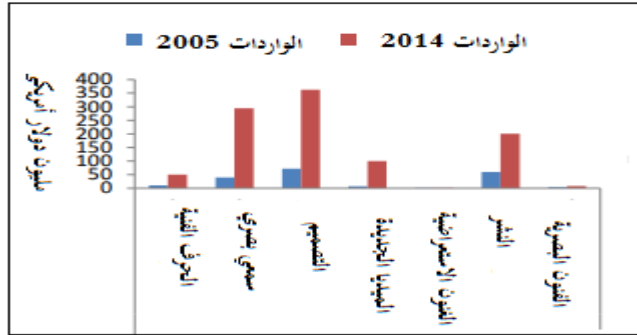
المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

نلاحظ من خلال الجدول السابق زيادة حجم الواردات بشكل متواتر، حيث قدرت سنة 2005 بـ 195.17 مليون دولار، لتصل إلى 1.017.79 مليون دولار سنة 2014.

هذا التزايد نتيجة لزيادة استهلاك المنتجات الثقافية والإبداعية من جهة، ومن جهة أخرى كنتيجة لعجز الجزائر عن تصنيع بعض المنتجات الثقافية كالميديا الجديدة والسمعي بصري.

2. واردات السلع الإبداعية وفق نوع المنتج:

الشكل 03: "واردات السلع الإبداعية بالجزائر حسب فئة المنتج 2005 و 2014"



المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

من خلال الرسم البياني، باستثناء الفنون الاستعراضية نلاحظ تزايد قيمة واردات الجزائر من السلع الإبداعية، وفي كل الفئات ، بدءا من التصميم، السمعي بصري، النشر، الميديا الجديدة، والحرف الفنية، ونسبة ضئيلة للفنون البصرية. أما الفنون الاستعراضية فلم يتم الاهتمام بها من قبل الجزائر نظرا للثقافة الاستهلاكية المحلية التي لا تكثر بهذا النوع من الفنون، كالسيرك مثلا.

بخصوص واردات النشر، فالناشرون الأجانب اقتحموا سوق الكتاب الجزائري ، مستخدمين في الغالب أدوات التسويق التي وضعتها السلطات الجزائرية صراحةً للترويج لتصدير هذا المنتج الثقافي مثل معرض الكتاب الدولي الذي يستقطب حشودًا كبيرة، بالإضافة إلى جميع الأحداث من النوع الذي يقام بشكل دوري في الجزائر العاصمة والمدن الكبرى الأخرى في البلاد، يتم توفيرها للناشرين الأجانب للترويج لمنتجاتهم. يتم عرض وبيع جميع مجموعات الكتب هناك بأسعار تتحدى كل المنافسة ، مما يترك فرصة ضئيلة لإنتاج الكتب الجزائرية (Grim,



(2016). وبخصوص واردات السمعي بصري، والتي تشمل الأفلام ومختلف البرامج التلفزيونية، حيث تعمل مؤسسة التلفزيون الوطني بمختلف قنواتها إلى استيراد المنتجات السمعية بصرية. فعملية استيراد منتجات أجنبية جاهزة أو شراء فكرة برنامج ما ليس نتيجة غياب الإبداع فقط، إنما يرجع إلى قلة تكلفة هذه المنتجات الجاهزة عن تكلفة إنتاج برامج جديدة (كوبيي، واقع الصناعات التلفزيونية في الوطن العربي، 2015، صفحة 28) وتظل حينئذ ترجمة الأعمال المستوردة ودبلجتها أنسب ماديا من القيام بالإنتاج في حد ذاته القائم على سلسلة مركبة التجهيزات والوظائف المتخصصة المستنزفة للوقت والجهد والمال، لا تنتج ما دمت قادرا على الشراء (الحيدري، 2005، صفحة 10).

التلفزيون الجزائري يعمد على استيراد البرامج العربية أكثر من البرامج الأجنبية، ذلك لتقارب و مناسبة الثقافة العربية للثقافة الجزائرية أكثر من الأجنبية، كما أن ميزانية الاستيراد أكبر بكثير من ميزانية الإنتاج التي لا تتعدى 25 % من مجموع الميزانية لسنة 2001، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 09: "حجم البرامج السمعية بصرية المحلية والمستوردة بالجزائر سنة 2001"

نوع البرامج	المبلغ	النسبة المئوية%
البرامج الوطنية	60.334.000	25.59
البرامج العربية	149.500.000	63.41
البرامج الأجنبية	25.915.000	10.99

المصدر: (فني، 2013، صفحة 152)

كما نلاحظ من خلال الرسم البياني السابق تطور ملحوظ في حجم الواردات بين سنتي 2004، و2015، ويرتبط الأمر بالدرجة الأولى بالانفتاح على السمعي بصري، وفق القانون العضوي للإعلام 05/12، والذي أقر إمكانية الخواص بالاستثمار في قطاع الإعلام المرئي والمسموع، فظهرت العديد من القنوات التلفزيونية "الجزائرية" التي تبث عبر الساتل، ونظرا لخصوصية البث التلفزيوني 7/7 و 24/24 وفي ظل قلة الإنتاج الوطني، تلجأ الفضائيات التلفزيونية بشكل عام إلى استيراد أعمال سمعية بصرية جاهزة وفي مقدمتها المسلسلات التلفزيونية، الأشرطة الوثائقية، الرسوم المتحركة وغيرها من البرامج.

وفي ظل تعدد تصنيفات السلع الثقافية الإبداعية السمعية البصرية واختلافها، يضاف إلى واردات الجزائر من السمعي بصري مختلف الأجهزة السمعية بصرية كالكاميرات و أجهزة التسجيل والبث وغيرها. أما واردات الميديا الجديدة فتزايدت حجمها سنة 2015 مقارنة بسنة 2005، ويرجع الأمر إلى تحول الجزائر نحو الرقمنة، من خلال تطبيق برنامج الحكومة الإلكترونية 2009-2013، والذي يشمل: رقمنة مصلحة الحالة المدنية، رقمنة جواز السفر وبطاقة التعريف، التسجيل الإلكتروني للحج منذ 2016، هذا بالإضافة إلى مشروع البطاقة الرمادية ورخصة السياقة الإلكترونية. بالإضافة إلى تجهيزات الجامعات والمؤسسات التربوية بالإعلام الآلي وغيرها من الإدارات.



أما واردات التصميم، فعلى الأغلب أنها ترتبط بالملابس الجاهزة، يضاف إليها التصميم الداخلي المرتبط بديكورات المنازل والحدائق وغيرها. أما واردات الحرف الفنية فهي ضئيلة جدا نظرا لتواجد المنتج المحلي أما واردات الفنون البصرية تكاد تكون منعدمة نظرا لطبيعة السوق الثقافية بالجزائر، حيث لا يوجد ذلك القدر الكافي من الاستهلاك للفنون البصرية كالرقص والباليه والمسرحيات الموسيقية واستعراضات الأوبرا وغيرها في ظل عدم وجود مسارح وقاعات أوبرا.

3. واردات الجزائر من السلع الإبداعية وفق الدول:

الجدول 10: "واردات الجزائر من السلع الإبداعية حسب الدول 2005 و 2014"

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014		2005	
حجم الواردات	الدولة	حجم الواردات	الدولة
81.38	فرنسا	29.08	فرنسا
36.64	إيطاليا	13.33	اسبانيا
16.17	مصر	4.49	ناترلاند
12.59	الولايات المتحدة	2.51	المملكة البريطانية
8.00	تونس	1.86	الولايات المتحدة
9.91	العربية السعودية	1.37	كندا
3.28	الإمارات العربية	0.47	تونس
2.05	المغرب	/	/
0.04	عمان	/	/

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على (UNCTAD, creative economy outlook, 2018)

تعتمد الجزائر على استيراد المنتجات الإبداعية من الدول الأجنبية، والتي تمثلت سنة 2005 في الدول التالية على التوالي: فرنسا، إسبانيا، ناترلاند، بريطانيا، الولايات المتحدة، كندا وتونس.

وفي عام 2014 باستثناء فرنسا التي بقيت في المرتبة الأولى والولايات المتحدة الأمريكية التي صعدت مرتبة واحدة، من المرتبة الخامسة سنة 2005 إلى المرتبة الرابعة سنة 2014 وتونس التي صعدت بمرتبتين من المرتبة السابعة سنة 2005 إلى المرتبة الخامسة سنة 2014 في ترتيب الدول الأكثر تصديرا للسلع الإبداعية للجزائر، برزت كتلة أخرى لاستيراد السلع الإبداعية، في مقدمتها إيطاليا، ويضاف إليها كتلة عربية ممثلة بمصر، العربية السعودية، الإمارات العربية، عمان والمغرب، نفس هذا يتوجه الجزائر نحو التعاون العربي وبناء اقتصاديات عربية.

غير أن ما يلفت انتباهنا هو غياب الصين كأكبر دولة منتجة ومصدرة للصناعات الثقافية والإبداعية من قائمة تصنيف الأونكتاد في تقريرها الصادر (UNCTAD, creative economy outlook, 2018)، ربما يرجع الأمر إلى سياسة الأونكتاد والمعايير التي تتبعها المنظمة في إنجاز تقاريرها أو لاعتبارات أخرى.



4.3. واردات الخدمات الإبداعية:

الجدول 11: "حجم واردات الجزائر من الخدمات الإبداعية 2010-2014"

الوحدة: مليون دولار

2014	2013	2012	2011	2010	
خدمات السمعي بصري و ما يرتبط بها					
56.6	32.2	17.2	13.0	8.0	
خدمات الاتصالات عن بعد، الكمبيوتر و المعلومات					
119.7	82.0	41.5	46.6	41.0	خدمات الكمبيوتر
32.6	27.9	13.0	15.2	11.0	خدمات المعلومات

المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 43)

ويقصد بخدمات السمعي بصري وما يرتبط بها وفق دائرة الثقافة والإعلام والرياضة على أنها جميع الخدمات العامة والتجارية وخدمات الكابل والفضائيات للتلفزيون والإذاعة وغيرها من الخدمات، والملاحظ تزايد في نسبة الواردات من خدمات السمعي بصري، والأمر مرتبط بتزايد حجم الواردات للمنتجات السمعية بصرية كما سبق توضيحه.

أما خدمات الاتصالات عن بعد والكمبيوتر والمعلومات فيقصد بها خلق وإنتاج والتزويد بالمعدات والتطبيقات ومنتجات البرمجيات وكذا تصميم مواقع الإنترنت وبتزايد حجم استيراد الخدمات مع تزايد حجم استيراد الميديا الجديدة، وكنتيجة لتحول الجزائر نحو الرقمنة.

4. الميزان التجاري:

الجدول 12: "حجم صادرات وواردات الصناعات الإبداعية بالجزائر 2005-2014"

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	
0.62	0.47	0.90	0.84	1.69	2.06	3.08	4.02	3.30	4.48	الصادرات
1.017.79	1.662.08	634.87	538.21	457.78	418.19	446.83	350.65	179.23	195.17	الواردات
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	الميزان التجاري
1.017.17	1.659.61	633.97	537.37	456.09	416.13	443.75	346.63	175.93	190.69	

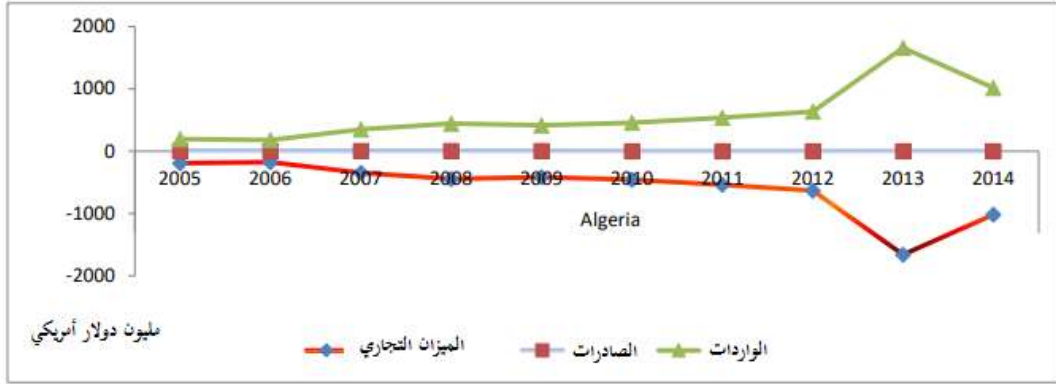
المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

بالرجوع إلى الجدول رقم 12 والشكل رقم 04، نلاحظ عجزا في الميزان التجاري الثقافي الجزائري، قدر سنة 2005 بـ 190.69 مليون دولار، ليتضخم إلى - 1.017.17 مليون دولار سنة 2014، ويرجع هذا العجز لعدة أسباب ذكرناها سابقا، والمتعلقة بضعف الإنتاج المحلي وعدم لائمه للمعايير الدولية في ظل المنافسة، وانعدامه في بعض المنتجات الأخرى كالميديا الجديدة بسبب نقص التجهيزات والدعم والكفاءات، في ظل زيادة



الاستهلاك الثقافي، كما أن نسبة الإنفاق على القطاع الثقافي منخفضة جدا، حيث لا تتعدى 01 % من الميزانية العامة للدولة، ومعظمها مخصص لرواتب العمال والتجهيزات والإنفاق على المهرجانات.

الشكل 04 : "الميزان التجاري للصناعات الإبداعية بالجزائر 2005-2014"



المصدر: (UNCTAD, creative economy outlook, 2018, p. 41)

الجدول 12: "حجم صادرات و واردات الصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر وفق أكثر الدول تعاملًا 2014-2005" الوحدة مليون دولار أمريكي

البلد	حجم الصادرات		حجم الواردات		الميزان التجاري	
	2014	2005	2014	2005	2014	2005
فرنسا	0.16	1.48	81.38	29.08	81.22-	27.60-
تونس	0.12	1.53	8.00	0.47	7.88-	1.06
و.م.أ	0.11	0.03	12.59	1.86	12.48-	1.83-

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على (UNCTAD, creative economy outlook, 2018)

ينمو العجز التجاري في المنتجات الإبداعية بشكل مطرد من 2005 إلى 2014. وكان أعلى عجز تجاري مع فرنسا، حيث بلغ إجماليه 81.22 مليون دولار في عام 2014، الولايات المتحدة الأمريكية بعجز أكثر من 12 مليون دولار سنة 2014، وبالنسبة لتونس، وإن كانت الجزائر قد سجلت فائضا في الميزان التجاري الثقافي سنة 2005 بأكثر من مليون دولار، تراجع حجم صادرات الجزائر من المنتجات الثقافية لتونس مع زيادة حجم الواردات مما سبب عجزا في الميزان التجاري بأكثر من 07 مليون دولار سنة 2014.



IV. النتائج:

- تشير الإحصائيات إلى تناقص حجم صادرات الجزائر من المنتجات الثقافية، من أكثر من 04 مليون دولار أمريكي سنة 2005، إلى 0.62 مليون دولار أمريكي سنة 2015.
- يرجع سبب نقص الصادرات إلى عدة أسباب في مقدمتها قوانين التصدير وخاصة المتعلقة بالنشر، وعدم ملائمة المنتج الجزائري للمعايير الدولية في ظل التنافس مع دول الجوار.
- انحصرت صادرات الجزائر من المنتجات الثقافية في ثلاثة فئات هي: الحرف اليدوية، التصميم والنشر. ويرجع الأمر إلى زيادة عدد الحرفيين والدعم المقدم من الدولة وحجم الجالية الجزائرية بالخارج.
- انعدام صادرات الجزائر في المنتجات الثقافية الأخرى كالسمعي بصري، الميديا الجديدة والفنون البصرية والاستعراضية، ويرجع الأمر إلى ضعف البلاد في هذه القطاعات الثقافية المرتبطة أكثر بالإبداع، حيث تتطلب قدرا كبيرا من ورؤوس الأموال الفكرية (الابتكار)، بالإضافة إلى رؤوس الأموال المادية (التجهيزات)
- تصدر الجزائر منتجاتها الثقافية لإفريقيا كتونس، أوروبا ممثلة بفرنسا وبريطانيا وإسبانيا سنة 2005، وفرنسا وإيطاليا سنة 2014، وتزايدت صادرات الجزائر إلى أمريكا من 01 % من نسبة الصادرات سنة 2005 إلى 18% سنة 2014، كما ظهرت سوقا جديدة سنة 2014، متمثلة في بعض الدول العربية الآسيوية كالعربية السعودية، الإمارات العربية وعمان.
- تزايد حجم واردات الجزائر من المنتجات الثقافية سنة بعد سنة، وفي جميع المنتجات الثقافية، وخاصة التصميم السمعي بصري، النشر والميديا الجديدة، بالإضافة إلى الحرف الفنية والفنون البصرية.
- هذا التزايد نتيجة لزيادة الاستهلاك الثقافي بالجزائر وضعف حجم الإنتاج الجزائري وخاصة السمعي بصري والميديا الجديدة نظرا للانفتاح على السمعي بصري والسماح للخواص بالاستثمار في هذه القطاع من جهة، ومن جهة أخرى توجه الجزائر نحو الرقمنة.
- تستورد الجزائر السلع الثقافية من بلدان عدة في مقدمتها فرنسا، الولايات المتحدة، إيطاليا وبعض الدول العربية كالسعودية والإمارات والمغرب.
- يعاني الميزان التجاري الثقافي عجزا، وهو في تزايد مستمر، قدر سنة 2005 بـ -190.69 مليون دولار أمريكي سنة 2005، ليتضاعف إلى -1.017.17 مليون دولار أمريكي سنة 2014.

الخاتمة:

أصبح مصطلح الصناعات الثقافية والتي تسمى في بعض الأحيان بالصناعات الإبداعية يستخدم عادة للإشارة إلى البعد التجاري للقطاع الثقافي، حيث تشكل قطاعا جديدا يضاف إلى القطاع الزراع والصناعي وقطاع الخدمات والمعلومات وإن كان لا ينفصل عن القطاعين الآخرين، ذلك أن صناعة الثقافة صناعة كغيرها من الصناعات الأخرى تتطلب رؤوس الأموال واليد العاملة والمواد الأولية، تباع وتستهلك في الأسواق المحلية والعالمية، وإن كانت في البدايات الأولى تقتصر على بعض الأنشطة الثقافية الملموسة كنشر الكتب والروايات والشعر



والموسيقى والسينما، بالإضافة إلى مختلف الحرف التقليدية الأخرى، إلا أنه بتوسع الإنتاج الثقافي وتنوعه، وارتباطه أكثر بالإبداع وزيادة الاستهلاك، تجاوزت الصناعات الثقافية والإبداعية هذه المنتجات لتشمل منتجات الإعلام الآلي وإنتاج الكوابل وألعاب الفيديو ومختلف الخدمات المرتبطة بها، بالإضافة إلى وسائل التسلية الأخرى وقطاع التصميم.

بالرغم من أن الجزائر تتميز بثقافتها المختلفة والمتنوعة، وبالرغم من شح المعطيات وقلة الإحصائيات واختلاف تصنيف المنتجات الثقافية، تظهر الصناعات الثقافية والإبداعية بالجزائر ضعيفة، يتجسد هذا الضعف في عجز الميزان التجاري الثقافي، في ظل تزايد الاستهلاك الثقافي وخاصة السمع بصري وما يتعلق بالمعلومات، لذلك تتزايد حجم الواردات في ظل تناقص حجم الصادرات، لذلك وجب على الجزائر زيادة الاهتمام بالجانب الثقافي وتنميته، ليشكل القطاع الثقافي دورا في إحداث التنمية المحلية والمستدامة، من خلال رسم سياسات ثقافية تنموية مركزة على:

- زيادة تمويل القطاع الثقافي ودعم رأس المال الفكري.
- إصدار وتكييف قوانين التصدير وتسهيل المعاملات التجارية.
- دعم المؤسسات الحرفية وتكوين الحرفيين لملائمة المعايير الدولية.
- الاهتمام بالفنون البصرية والاستعراضية .
- تكتيف دور أعمال الحاضنات الثقافية

قائمة المراجع:

- الأمر 01/96. (10 يناير, 1996).
- بوب كونسيلتينغ. (2010). رسم خارطة الصناعات الإبداعية دليل إرشادي. لندن: منشورات المجلس الثقافي البريطاني.
- معهد اليونيسكو للاحصاء. (2009). إطار الاحصاءات الثقافية.
- اليونيسكو (2001) إعلان اليونيسكو العالمي بشأن التنوع الثقافي.
- جليلية بن العمودي، و سمية دربال. (2018). سياسة دعم المؤسسات الحرفية في الجزائر. مجلة العلوم الإدارية والمالية ، 02 (01)، 208-231.
- جمال العيفة. (2003). الثقافة الجماهيرية. عنابة: منشورات جامعة باجي مختار عنابة.
- حفصة كويبي. (2015). واقع الصناعات التلفزيونية في الوطن العربي. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي ، 02 (02)، الصفحات 24-32.
- حفصة كويبي، و العجال بوزيان. (2020). من الصناعات الثقافية إلى الاقتصاد الإبداعي. تأليف الإعلام الثقافي والصناعات الإبداعية (الصفحات 393-411). عمان، الأردن: ألفا للوثائق.



- سلام فاضل علي. (2018). التحليل الجغرافي للصناعات الإبداعية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. العميد ، 07 (25)، 193-253.
- شكري بن زعرور. (2004). إشكالية تصدير المنتج التقليدي- نظرة كلية. مجلة الحرفي (03).
- عاشور فني. (2013). اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة. الجزائر: الوكالة الوطنية للنشر والإشهار.
- عبد الله الحيدري. (2005). الصناعات الإعلامية العربية قراءة في وسائل الانتاج. مجلة العلوم الانسانية (09).

- Balle, F. (1998). *dictionnaire des mdias*. paris: la rousse.
- Grim, N. (2016, novembre 04). L'exportation du livre algérien compromise par une réglementation dissuasive.
- UNCTAD. (2018). *creative economy outlook*. United Nations.
- UNCTAD. (2008). *creative economy report*. United Nations.