



# Cultural and creative industry reports' Summary

29 OCT 2021



## Publication Introduction

Today, the cultural and creative space in Saudi Arabia is booming. The transformation that is sweeping across the Kingdom is changing the cultural and creative space at the national scale.

Everywhere, there are signs of change and growth: cultural festivals attended by millions, the opening of new heritage sites, museums and the production of art and fashion by Saudis that is consumed globally. Before COVID-19, the creative industry was one of the fastest-growing industries in the Kingdom, expanding at a rate of over 10% each year. This growth brings tremendous opportunity for the private sector. Even since COVID-19 started, opportunities abound. The Kingdom's cultural and creative industries were -- and remain -- in their nascent stages, with exceptional growth potential.

Given the growing social and economic importance of the industry, we feel it is necessary to document this development. By doing so, we can better understand its drivers as well as its potential. To that end, Ithra has developed three reports. First, it has collaborated with The Economist Intelligence Unit to develop "Culture in the 21st century" report that presents the current state of cultural offering and consumption in the MENA region. In addition, Ithra has developed a report titled "Saudi Arabia cultural and creative landscape mapping" which introduces a KSA CCI index and assesses the CCI landscape across different dimensions and sub-sectors in Saudi. Finally, Ithra has developed a study highlighting the impact of COVID-19 on the sector.

An important aspect of our research is to take the pulse of the public on their creative and cultural experiences in Saudi Arabia. In addition, we consolidated the perspective of experts from Saudi and globally. From these sources, we highlight key insights, facts on and analyses of the production, consumption and enabler aspects of the sector.

What our research reveals is a hopeful message that -- despite the COVID-19 pandemic -- the cultural and creative industry in Saudi Arabia will grow significantly in the coming years. We believe this marks a starting point, and we are prepared to be a part of the ongoing transformation, make the upcoming progress visible and encourage further development in the sector.

Our reports complement the "Report on the State of Culture in the Kingdom of Saudi Arabia" by the Ministry of Culture by offering forward-looking assessments in addition to facts: it takes a view of what the future might look like and takes a position on where the sector's strengths and weaknesses lie. We hope that all stakeholders and interested parties will find in this publication a clear and complete overview of the creative and cultural industry, allowing them to better understand its contribution to the economy, employment, and society as a whole. One of the principal goals of this report is to provoke a debate among experts, as well as with members of the public. Ithra welcomes readers to reach out to us and be part of those conversations in the months and years ahead.



# 1 “Culture in the 21st century” by The Economist Intelligence Unit

## 1.1 Overview

The report, written by The Economist Intelligence Unit (EIU), focuses on mapping the cultural landscape and dynamics of cultural consumption in the MENA region. Findings represent the findings from a consumer survey of over 5,000 participants and an extensive literature review. The survey has a representative sample of respondents across the nation. Additionally, the EIU conducted in-depth interviews with over 20 regional experts and CCI market players from different fields of work such as policymaking, academia, research, and cultural services. The report aims to provide a robust analysis of MENA's cultural landscape with the following key objectives:

- Highlight the availability of cultural activities for ten MENA cities and identify cultural hotspots in the region
- Analyze consumption levels across various cultural activities in surveyed MENA cities
- Highlight key barriers to cultural engagement, and recommend policy measures to address identified issues

## 1.2 Key findings

The cultural landscape has been evolving differently across the MENA region. The oil-rich Gulf states, witnessing the fastest economic growth in the region, have adopted a top-down approach to cultural development. They are heavily investing public funds to found institutions, frameworks, infrastructure, and spaces to enable the creative industry to thrive. In contrast, the Levant and North African Arab countries have pursued a bottom-up approach to cultural development, driven by private initiatives, a vibrant cultural scene, and social diversity.

Cultural participation is on the rise across the MENA region, with growth prospects highest in the United Arab Emirates (Dubai, Sharjah), the Kingdom of Saudi Arabia (Dammam, Jeddah, Riyadh), and Egypt (Cairo). An enhanced cultural awareness is the main driver behind increased participation in CCI. For instance, 90% of MENA respondents expressed that cultural participation is important to them, and 75% valued it more than comparable entertainment options (e.g., watching TV, playing sport). Also, over a quarter of respondents highlighted their motivation to learn as a key driver to participate in cultural activities, signaling the richness of cultural offerings.

Furthermore, the expansion of cultural offerings via digital platforms and the proliferation of digital technology among consumers also help boost cultural participation and awareness. Over a third of cultural survey respondents indicated that social media is one of the main means of engaging with cultural institutions.

The report also uncovers several theme-specific trends related to cultural demand and consumer preferences across the MENA region, namely:



- **History and Heritage** emerged as a popular theme, with 44% of respondents visiting History and Heritage sites in the last 12 months
- **Film and Television** came out as the second most popular theme, with 20% of youth

Barriers to cultural engagement exist despite the overarching positive cultural participation of consumers across the MENA region. Particularly, cultural accessibility in MENA varied significantly by income level. This trend was more pronounced for KSA cities, where 75% of high-income respondents expected to visit cultural sites in the future compared to 50% of low-income respondents.

The report highlights the following additional key barriers hindering cultural engagement:

- Limited public expenditure and support
- Economic and political instability
- Limited presence of culture in the mainstream education system
- Limited information and awareness
- Time constraints
- Lack of family-oriented activities and facilities

Given the above barriers to cultural engagement and general CCI trends across the MENA region, the report recommends several directions and policy measures to accelerate cultural participation, including:

1. Policymakers and service providers need to focus on making cultural participation more inclusive by addressing information barriers and supporting the participation of low-income groups
2. Governments and communities should implement initiatives to promote life-long cultural learning (e.g., through greater emphasis on education curriculum)
3. Cultural institutions in MENA should learn from each other's distinct strengths to help boost participation across the region

## 2 “Saudi Arabia cultural and creative landscape mapping report” by Ithra

### 2.1 Overview

The mapping of the Cultural and Creative Industry in the Kingdom of Saudi Arabia has recently emerged as an exercise to capture the development of the fast-growing industry. Complementing the efforts undertaken by the Ministry of Culture, Ithra has published the first edition of the CCI mapping report. The findings of this report are based on an extensive literature review, a consumer survey of 2,400 local participants, and more than 10 interviews with key market experts and stakeholders from KSA. This report aims to assess the current state of the whole cultural and creative industry in KSA. The overall objectives of the report are to:

- Uncover the overall economic and social role of CCI on a national and sector level



- Produce a comparable, quantitative, and qualitative CCI index that will help track the progress of the CCI in KSA
- Support and guide the development of the cultural and creative industry in Saudi Arabia through providing data and insights to policymakers and industry players
- Assess the impact of Covid-19 on consumption, production, and delivery of CCI products and services

## 2.2 Key findings

While the cultural and creative industry had always existed in Saudi Arabia, significant growth and profound societal transformation to the sector are expected in the coming years. Ithra developed a KSA CCI Index to measure the performance of the Cultural and Creative Industry in Saudi Arabia across nine dimensions, each focusing on a key aspect of the industry development.

Four “enabling” dimensions assess aspects linked to supporting the industry:

- Talent Development and Education
- Openness, Diversity and Tolerance
- Public Policies and Regulations
- Accessibility, Infrastructure and Clustering

Five “core dimensions” assess activities of the industry, covering both production and consumption:

- Human Capital and Employment
- Cultural Offering
- Cultural Engagement
- Creative Production
- Cultural Influence Abroad

This index can serve as an analytical tool in the arsenal of the public and private sector as it continues the transformation of the cultural and creative industries in Saudi Arabia. The aim of the KSA CCI Index score is not to be compared against other countries, but rather to establish the baseline and track the future progress of Saudi Arabia. As of 2020, the overall score for CCI in KSA is 4 out of 10. This score highlights a clear margin for improvement, given that the industry is still at its nascent stage.

In recent years, CCI in KSA has witnessed major efforts to introduce public policies and funding that would support the sector's development. Strong governmental support made ‘Public Policies and Regulations’ the highest-scoring dimension, with a score of 7 out of 10. Overall, dimensions assessing enabling factors scored higher than dimensions assessing the output of the industry. These results reflect the high potential of the industry where the tangible impact will take a few more years to be witnessed. Investment by the private sector will be key to sustaining the rapid growth of the sector.

The economic contribution and potential vary across different sectors, but most show signs of positive recent development across key indicators.

- **Video games** in Saudi Arabia have exceeded \$1 billion in revenues in 2019, growing by 41% since 2017



- **Internet podcasting** is consumed significantly by the population, with KSA being the biggest user of YouTube per capita worldwide
- **Fashion** in Saudi Arabia is witnessing a recent growth after the introduction of multiple fashion events such as Riyadh and Jeddah Fashion Weeks, and Fashion Show Expo
- The Arabic **Language** is significantly associated with the Saudi identity, with multiple efforts aiming to preserve the language and promote it internationally
- As for **Literature**, the current industry is shifting towards novels, with local production almost doubling since the '90s
- **Visual art** in Saudi Arabia is following the regional development trend of the sector, with multiple commercial spaces opening across the county, accompanied by initiatives such as Young Saudi Artists
- **The Film** sector in Saudi Arabia is starting from a blank slate but rapidly growing since the lift of the ban on cinemas. Consumption of movies on the big screens is skyrocketing and local production is growing with 23 featured films being released since 2017

### 3 "The impact of COVID-19 on the Cultural and Creative Industries" by Ithra

#### 3.1 Overview

This report synthesizes key insights into the impact of COVID-19 on the cultural and creative sectors based on a survey conducted among 1,500 Saudi consumers and interviews conducted with leading global experts in the cultural and creative sector.

#### 3.2 Key findings of the report

##### Theme 1: There was an acceleration in the digitization of cultural offerings:

- Virtual cultural offerings have exploded, but the landscape is becoming saturated: overall engagement of the public in virtual events appears quite low pointing to an oversaturation of the audience and a pent-up desire to return to in-person events
- Online engagement with consumer is more important than ever: the growth in digital activity spurred by the pandemic creates extensive opportunities for engagement, but also makes targeted outreach essential to provide a unique customer experience
- Digitization of culture risks leaving digitally challenged consumers behind: The digitization of the sector helps improve the resilience of the sector, but cultural institutions must ensure virtual experiences are accessible to all members of society



## **Theme 2: COVID-19 made a lasting impact on consumer consumption patterns:**

- People took to “nesting”, turning homes into hubs to consume culture, learn and more: even as vaccines enable a return to normal, investments people made during the pandemic offer potential for people to consume -- and produce -- more culture at home
- Children remain an under-served segment for cultural content: Demand for cultural content for kids has increased. While COVID-19 served as a catalyst to cultural institutions to produce new content for kids, the amount of content for children remains relatively scarce compared to the content targeted at adults
- COVID-19 has accelerated a shift towards sustainable products and services that was already underway prior to the pandemic in many cultural sub-sectors including fashion, architecture, food, art, and museum visits (more visitors want a "sustainable" experience).

## **Theme 3: The nascent Saudi CCI ecosystem proved resilient in the face of the pandemic:**

- While the world expects slower CCI growth post-COVID, Saudi is different: Its cultural and creative industries were -- and remain -- in their nascent stages, harboring an exceptional potential for growth.
- In-person events are here to stay, but event organizers need to proceed cautiously: While in-person events are returning and appear here to stay, the emerging waves of new infections underscores the essential need to continue investing in the resilience of the events sector
- CCI entities and artists are seeking new sources of revenue & funding: Cultural institutions are seeking ways to monetize virtual experiences while some artists are using digital art to tap into an entirely new revenue source on the blockchain using NFTs<sup>1</sup>
- Saudi entertainment and production infrastructure is slowly taking shape, despite the pandemic: driven by the opportunity to develop content for local and regional audiences, the development of the movie and content production infrastructure is continuing despite the pandemic

### **3.3 Future of CCI landscape in KSA**

Despite the lingering uncertainty surrounding the COVID-19 pandemic, our research suggests that the creative and cultural industries are on the cusp of a golden age in KSA.

---

<sup>1</sup> Non-fungible tokens, a record stored on a digital ledger that can represent art in a digital format



- Saudi Arabia can become a creative epicenter for the region and beyond. The creative industries are being given a big boost through the support of the government for the sector (e.g., the use of incentives to draw local film productions to Al Ula) and the opening of world-class production facilities
- The shift to digital consumption and production of culture has been accelerated, opening up new avenues for consumption and production of creative works and cultural experiences.
- Domestic tourism and festivals are restarting, with Saudi Seasons slated to relaunch in Q4 2021<sup>2</sup>. International tourism is also expected to provide a huge boost to the cultural sector when it picks up, with several megaprojects such as the Red Sea Project and the opening of heritage sites in the next few years expected to attract millions of additional visitors to the Kingdom.
- Finally, and probably most important, the sentiment of Saudi residents is positive with 65% of people expecting things to go back to normal within 12 months and 46% of people expecting to spend more on cultural and creative activities once the COVID-19 situation stabilizes.

These trends should give the creative and cultural industries hope and excitement, but ill-prepared cultural entities may find themselves missing out on lucrative opportunities if they don't move quickly to adapt to rapidly changing conditions. If the cultural and creative industries don't build in capacity to deliver outstanding experiences in a new and rapidly changing context, the ecosystem may not fully capture the benefits and recoup the losses incurred during the height of the pandemic.

## A summary of highlights

### 1. Culture in the 21st century

- Cultural participation is on the rise across the MENA, with 48% of respondents planning to visit more cultural sites next year
- New forms of participation is driven by a highly engaged population: 90% of respondents agreed with the statement “cultural participation is important to me”
- It's important to ensure cultural consumption growth is inclusive of all income groups, as 50% of high-income respondent visit twice a year but it's only 29% among low-income groups
- Cultural consumption – based on availability, engagement and prioritization – is highest in Dubai, followed by Cairo and Dammam

---

<sup>2</sup> Visit Saudi Twitter Account, 12 June 2021



## **2. Charting transformation of the Saudi CCI**

- The CCI contributed 1.5% to Saudi GDP in 2018
- Industry is growing at 13% annually
- The CCI is in the early stages of development with an average score of 4/10 across 9 key dimensions on the KSA CCI Index
  - However, enabling factors have a higher score – highlighting growth potential
- Industry is transforming. Key sectors:
  - Video games: \$1bn revenue in 2020 (41% growth since 2017)
  - Fashion: 40+ local designers and brands specializing in ready-to-wear to haute couture
  - Podcasting: KSA is biggest user of YouTube per capita worldwide
- Saudi Arabia is well positioned to move to a multi-purpose, digitally advanced infrastructure

## **3. How Covid-19 is impacting CCI**

- Across KSA spend on cultural activities decreased as a result of COVID-19
  - People who spend less than SAR100/month on creative and cultural offerings jumped from 22.5% pre-Covid to 45.75% since Covid
- At-home cultural activities experienced a boost with people confined at home
  - 60%+ respondents started or increased or activities like watching TV, cooking, online learning and social media
- The sector is poised for strong growth as soon as circumstances permit
  - 81% of respondents already feel comfortable returning to out-of-home cultural activities
- COVID-19 has led to increasing digitization
  - Virtual cultural offerings have exploded, but the landscape is becoming saturated
- Also driving consumption shifts
  - COVID has accelerated shift to more sustainable consumption
- Sector resilient despite strong headwinds
  - CCI stakeholders experimenting with new funding models

**-END-**

# ملخص تقارير الصناعة الثقافية والإبداعية

29 OCT 2021



## مقدمة:

تشهد المملكة العربية السعودية اليوم ازدهارًا في المساحات الثقافية والإبداعية، ويعمل هذا التحول الذي يجتاح المملكة على تغيير المشهد الثقافي والإبداعي على المستوى الوطني. ويمكننا أن نرى بوادر وشارات هذا التغيير والنمو في كل مكان، من المهرجانات الثقافية التي يحضرها الملايين إلى افتتاح المواقع التراثية الجديدة والمتاحف إلى إنتاج الفنون والأزياء السعودية التي تُستهلك عالميًا. ولقد كانت الصناعة الثقافية الإبداعية قبل جائحة كورونا (كوفيد-19) واحدة من أسرع الصناعات نموًا في المملكة بمعدل بلغ 10% كل عام، وقد جلب هذا النمو فرصًا هائلة للقطاع الخاص. وحتى بعد بدء الجائحة، ازدادت الفرص، حيث كانت ولا تزال الصناعات الثقافية والإبداعية في المملكة في مراحلها الأولى مع إمكانات نمو لا مثيل لها.

ونظرًا للأهمية الاجتماعية والاقتصادية المتنامية لهذه الصناعة الإبداعية، نشعر بأنه من الضروري أن نقوم بتوثيق هذا التطور. فمن خلال ذلك، يمكننا تصور إمكاناتها ودوافعها على نحو أفضل. وللوصول إلى هذه الغاية، أعد مركز إثراء ثلاثة تقارير من خلال التعاون مع وحدة الاستخبارات الاقتصادية لإنشاء تقرير عن "الثقافة في القرن الحادي والعشرين" لاستعراض الوضع الحالي فيما يتعلق بالعرض والاستهلاك الثقافيين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ثم عمل على إعداد تقرير بعنوان "رسم خارطة للمشهد الثقافي والإبداعي في المملكة العربية السعودية" لتقديم مؤشر "CCI" الذي يعمل على تقييم مشهد الصناعة الثقافية والإبداعية عبر مختلف القطاعات الرئيسية والفرعية في السعودية. وأخيرًا، قام المركز بتطوير دراسة تسلط الضوء على أثر جائحة كورونا (كوفيد-19) على هذا القطاع.

يتمثل أحد الجوانب المهمة في بحثنا في استطلاع رأي الجماهير، وجس النبض، فيما يتعلق بالتجارب الإبداعية والثقافية في المملكة العربية السعودية. وذلك طبعًا بالإضافة إلى توحيد منظور الخبراء السعوديين والدوليين. ومن هذه المصادر، نسلط الضوء على الأفكار الرئيسية والحقائق والتحليلات المتعلقة بالإنتاج والاستهلاك والجوانب التمكينية للقطاع.

ويكشف بحثنا عن رسالة واحدة مفادها أنه على الرغم من جائحة كورونا (كوفيد-19)، إلا أن الصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية ستتمتع بشكل كبير في السنوات القادمة. ونؤمن بأن هذا الأمر لن يمثل سوى نقطة الانطلاق، فنحن مستعدون لتكون جزءًا من عملية التحول المستمرة ولنجعل التقدم مرئيًا، ونشجع على المزيد من التطوير في هذا القطاع.

وستضيف تقاريرنا إلى تقرير "الحالة الثقافية في المملكة العربية السعودية" الذي نشرته وزارة الثقافة من خلال تقديم تقييمات وحقائق تستشرف المستقبل، إذ يقدم التقرير نظرة على الشكل الذي قد يكون عليه المستقبل ويتوقف عند مكان القوة والضعف في القطاع. ونحن نأمل بأن يجد جميع أصحاب المصلحة والمهتمون في هذا المنشور منظورًا واضحًا وشاملاً للصناعات الإبداعية والثقافية، مما يتيح لهم فهم مساهمتها في الاقتصاد والتوظيف والمجتمع ككل بشكل أفضل. ويتمثل أحد الأهداف الرئيسية لهذا التقرير في إثارة النقاش بين الخبراء وأعضاء من عامة الناس. ويرحب مركز "إثراء" بالقرء للتواصل معنا وأن يكونوا جزءًا من هذه المحادثات الممتدة على مدار الشهور والسنوات المقبلة.

## 1.1 "الثقافة في القرن الحادي والعشرين" بواسطة إيكونوميست إنتليجنس (EIU)

### 1.2 نظرة عامة

يركز التقرير المكتوب من قبل إيكونوميست إنتليجنس (EIU) على رسم خارطة للمشهد الثقافي وديناميكيات الاستهلاك الثقافي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وتمثل النتائج عينة من استبيانات المستهلكين لأكثر من 5000 مشارك ومراجعة شاملة للأدبيات في هذه الصناعة. ويمثل الاستبيان عينة من مختلف أنحاء المملكة، كما قامت إيكونوميست إنتليجنس بإجراء مقابلات مطولة مع أكثر من 20 خبيرًا إقليميًا ومع أطراف مختلفة في سوق الصناعات الثقافية والإبداعية



من مجالات مختلفة مثل صنع السياسات والأوساط الأكاديمية والبحثية والخدمات الثقافية. ويسعى التقرير إلى توفير تحليل هادف للمشهد الثقافي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع الأهداف الرئيسية التالية:

- تسليط الضوء على مدى توافر الأنشطة الثقافية لعشر مدن من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مع تحديد النقاط الثقافية الهامة في المنطقة.
- تحليل مستويات الاستهلاك عبر مختلف الأنشطة الثقافية في مدن الشرق الأوسط التي شملها الاستبيان.
- تسليط الضوء على العوائق الرئيسية التي تحول دون المشاركة الثقافية والتوصية بتدابير سياسية لمعالجة القضايا المحددة.

### 1.3 النتائج الرئيسية

يتطور المشهد الثقافي على نحو مختلف عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. حيث تبنت دول الخليج الغنية بالنفط والتي تشهد أسرع نمو اقتصادي في المنطقة نهجًا تنازليًا للتنمية الثقافية. حيث يستثمرون الأموال العامة بقوة لتأسيس المؤسسات وإطارات العمل والبنية التحتية والمساحات التي تمكن الصناعة الإبداعية من الازدهار. وفي المقابل، اتبعت دول بلاد الشام وشمال أفريقيا العربية نهجًا تصاعديًا للتنمية الثقافية مدفوعًا بمبادرات خاصة وتنوع اجتماعي ومشهد ثقافي نابض بالحياة.

وتتسم المشاركة الثقافية بأنها في ازدياد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مع معدلات نمو أعلى في الإمارات العربية المتحدة (دبي والشارقة) والمملكة العربية السعودية (الدمام وجدة والرياض) ومصر (القاهرة). ويعد الوعي الثقافي المعزز الدافع الرئيسي وراء ازدياد معدلات المشاركة في الصناعة الإبداعية والثقافية، فعلى سبيل المثال، أعرب 90% من المشاركين في استطلاع منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عن أهمية المشاركة الثقافية. و75% منهم قيموها بأنها أفضل من وسائل الترفيه المماثلة (مثل مشاهدة التلفاز أو لعب الرياضة). كما أن ربع المشاركين في الاستطلاع سلطوا الضوء على التعلم كدافع أساسي للمشاركة في الفعاليات الثقافية، مما يشير إلى ثراء عروضها.

وعلاوة على ذلك، فإن التوسع في العروض الثقافية عبر المنصات الرقمية وانتشار التقنيات الرقمية بين المستهلكين ساعد في تعزيز المشاركة والتوعية الثقافية. وأشار أكثر من ثلث المشاركين في الاستطلاع إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي إحدى الوسائل الرئيسية للتعامل مع المؤسسات الثقافية.

كما يكشف التقرير عن عدة اتجاهات ذات موضوعات محددة فيما يتعلق بالطلب الثقافي وتفضيلات المستهلكين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وهي:

- التاريخ والتراث للذات برزا كمصادر جاذبة، حيث زار 44% من المشاركين مواقع تاريخية وتراثية خلال الأشهر الاثني عشرة الماضية.
- الأفلام والتلفزيون برزا كثاني أكثر الوسائل شيوعًا مع وجود 20% من المراهقين الذين يرغبون في زيارة السينما والاستوديو ومهرجانات الأفلام.

العوائق أمام المشاركة الثقافية موجودة على الرغم من المشاركة الثقافية الإيجابية للمستهلكين من جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وعلى وجه الخصوص، تباينت إمكانية الوصول إلى الوسائل الثقافية بشكل كبير حسب مستوى الدخل. وكان هذا المؤشر أكثر وضوحًا في المدن السعودية حيث توقع 75% من المشاركين ذوي الدخل المرتفع زيارة المواقع الثقافية مستقبلاً مقابل 50% فقط من المشاركين ذوي الدخل المتدني. ويبرز التقرير العوائق الرئيسية الإضافية التالية فيما يتعلق بعرقلة المشاركة الثقافية:

- الإنفاق العام والدعم المحدودين
- عد الاستقرار الاقتصادي والسياسي
- الحضور المحدود للثقافة في نظام التعليم السائد
- محدودية المعلومات والوعي
- ضيق الوقت
- قلة الأنشطة والمرافق الموجهة للأسرة

نظرًا للعوائق المذكورة أعلاه والتي تقف أمام المشاركة الثقافية وتوجهات الصناعة الثقافية والإبداعية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فإن التقرير يوصي بعدة توجيهات وتدابير سياسية لتسريع المشاركة الثقافية، بما في ذلك:



1. يتعين على الجهات التي تضع السياسات وتقدم الخدمات التركيز على جعل المشاركة الثقافية أكثر شمولاً من خلال التخلص من عوائق الوصول إلى المعلومات ودعم مشاركة الفئات ذات الدخل المتدني.
2. ينبغي على الحكومات والمجتمعات أن تنفذ مبادرات لتعزيز التعلم الثقافي مدى الحياة (على سبيل المثال، من خلال زيادة التركيز على المناهج التعليمية).
3. يجب أن تتعلم المؤسسات الثقافية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من نقاط القوة المميزة لبعضها البعض للمساعدة في تعزيز المشاركة في جميع أنحاء المنطقة.

## 2 تقرير "رسم خارطة للمشهد الإبداعي والثقافي في المملكة العربية السعودية" من إثراء

### 2.1 نظرة عامة

- أنت فكرة رسم خارطة للصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية مؤخرًا لانتقاط التطور السريع لهذه الصناعة. واستكمالاً لجهود وزارة الثقافة، نشر مركز "إثراء" أول إصدار من تقرير رسم خارطة لصناعة الثقافة والإبداعية. وتمحورت نتائج هذا التقرير حول مراجعة شاملة لأدبيات هذا الحقل واستطلاع رأي المستهلكين شمل أكثر من 2400 مشارك محلي وأكثر من 10 مقابلات مع خبراء رئيسيين وجهات ذات مصلحة من المملكة العربية السعودية. ويسعى التقرير إلى تقييم الوضع الحالي للصناعة الثقافية والإبداعية بالكامل في المملكة، وتتلخص أهدافه العامة فيما يلي:
- الكشف عن الدور الاقتصادي والاجتماعي الشامل للصناعة الثقافية والإبداعية على المستوى الوطني والقطاعي.
  - إنتاج مؤشر للصناعة الثقافية والإبداعية يكون قابلاً للمقارنة وكميًا ونوعيًا، ومن شأنه أن يساعد في تتبع تقدمه في المملكة العربية السعودية.
  - دعم وتوجيه تطوير الصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية من خلال توفير البيانات والرؤى للجهات التي تضع السياسات والعاملين فيها.
  - تقييم تأثير جائحة كورونا (كوفيد-19) على استهلاك وإنتاج وتقديم منتجات وخدمات الصناعة الثقافية والإبداعية.

### 2.2 النتائج الرئيسية

في حين أن الصناعة الثقافية والإبداعية كانت على الدوام موجودة في المملكة العربية السعودية، إلا أنه من المتوقع أن تشهد نموًا كبيرًا وتحولاً مجتمعيًا هائلًا خلال الأعوام القادمة. وقد قام إثراء بتطوير مؤشر الصناعة الثقافية والإبداعية السعودي لقياس أدائها عبر 9 جوانب تركز جميعها على جانب رئيسي من جوانب تطور الصناعة.

**هناك أربعة جوانب "تمكينية" لتقييم حيثيات متعلقة بدعم الصناعة، وهي:**

- تنمية وصقل المواهب
- الانفتاح والتنوع والتسامح
- السياسات واللوائح العامة
- سهولة الوصول إلى البيانات والبنية التحتية والتجميع

**وهناك خمسة "جوانب أساسية" لتقييم نشاطات الصناعة بما يغطي الإنتاج والاستهلاك معًا، وهي:**

- رأس المال البشري والتوظيف
- العروض الثقافية
- المشاركة الثقافية
- الإنتاج الثقافي
- التأثير الثقافي في الخارج

هذا المؤشر بمثابة أداة تحليلية من قبل القطاعين العام والخاص حيث يواصل تحويل الصناعات الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية. ولا يكمن هدفه في أن تتم مقارنته مع الدول الأخرى، بل لإنشاء خط أساس وتتبع التقدم المستقبلي



للمملكة. واعتبارًا من عام 2020م، كانت قيمة مؤشر الصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية 4 من 10. وتبرز هذه القيمة حجم الهامش القابل للتحسين، مع الأخذ بعين الاعتبار بأن القطاع ما زال في مرحلته الأولى.

وفي الأعوام الأخيرة، شهدت الصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة جهودًا مضمّنة لإدخال سياسات عامة وتمويلًا من شأنه أن يدعم نمو القطاع. إذ جعل الدعم الحكومي منقطع النظير جانب "السياسات واللوائح العامة" ذا العلامة الأعلى بقيمة بلغت 7 من 10. وبشكل عام، سجلت الجوانب التي تقيم عوامل التقييم أعلى من الجوانب التي تقيم مخرجات الصناعة. وعكست هذه النتائج الإمكانيات العالية للصناعة حيث سيستغرق ظهور الأثر الملموس بضع سنوات أخرى. وسيلعب الاستثمار من القطاع الخاص دورًا أساسيًا في استدامة النمو المتسارع للقطاع.

وتختلف المساهمة والإمكانيات الاقتصادية عبر القطاعات المختلفة، ولكن تظهر معظمها بوادر تطور إيجابية من خلال عدة مؤشرات أساسية حيث

- تجاوزت **عائدات ألعاب الفيديو** في المملكة العربية السعودية مليار دولار أمريكي في عام 2019م، بزيادة مقدارها 41% منذ عام 2019.
- يستمتع الشعب إلى حلقات **اليودكاست** بشكل كبير، حيث تعد المملكة العربية السعودية أكبر مستخدم لموقع يوتيوب على مستوى العالم.
- شهد مجال الأزياء في المملكة العربية السعودية نموًا في الأونة الأخيرة بعد إدخال العديد من فعاليات عرض الأزياء مثل أسبوع الموضة في الرياض وجدة ومعرض الأزياء.
- ترتبط **اللغة العربية** ارتباطًا وثيقًا بالهوية السعودية مع وجود جهود متعددة تهدف إلى الحفاظ عليها وتعزيزها دوليًا.
- بالنسبة إلى **الأدب**، تتجه الصناعة الحالية نحو الروايات، حيث تضاعف الإنتاج المحلي تقريبًا منذ التسعينيات.
- يتبع **الفن المرئي** في المملكة العربية السعودية اتجاه التنمية الإقليمية للقطاع، مع افتتاح العديد من المساحات التجارية في جميع أنحاء المملكة والمصحوبة بمبادرات مثل الفنانين السعوديين الشباب.
- بدأ **قطاع الأفلام** في المملكة العربية السعودية من الصفر، ولكنه ينمو بسرعة منذ رفع الحظر عن دور السينما. ويشهد استهلاك الأفلام على الشاشات الكبيرة ارتفاعًا هائلًا ويشهد قطاع الإنتاج المحلي زيادة كبيرة مع إطلاق ٢٣ فيلمًا مميزًا منذ عام 2017م.

### 3 تقرير تأثير جائحة كورونا (كوفيد-19) على الصناعات الثقافية والإبداعية من قبل إثراء

#### 3.1 نظرة عامة

يلخص هذا التقرير الرؤى الرئيسية حول تأثير جائحة كورونا (كوفيد-19) على القطاعات الثقافية والإبداعية بناءً على دراسة استقصائية أجريت مع 1500 مستهلك سعودي، بالإضافة إلى مقابلات مع خبراء عالميين بارزين في القطاع الثقافي والإبداعي.

#### 3.2 النتائج الرئيسية للتقرير

- المحور الأول: كان هناك تسارع في رقمنة (الطابع الرقمي) العروض الثقافية:
- ازدهرت العروض الثقافية الافتراضية، ولكن المشهد أصبح متشعبًا: يبدو أن نسب المشاركة في الفعاليات الافتراضية منخفضة جدًا مما يشير إلى تشعب الجمهور ووجود رغبة داخلية في العودة إلى الفعاليات الوجيهة.
  - التفاعل الافتراضي مع المستهلك أكثر أهمية من أي وقت مضى: خلق النمو في النشاط الرقمي الناتج عن الجائحة فرصًا وفيرة للمشاركة، ولكنه جعل التواصل المستهدف ضروريًا لتوفير تجربة فريدة للعملاء.
  - تشكل رقمنة الثقافة خطرًا يتمثل في إقصاء المستهلكين الضعيفين من الناحية التقنية: تساعد رقمنة القطاع على رفع مرونته، ولكن يجب على المؤسسات الثقافية أن تحرص على أن التجربة الافتراضية متاحة لجميع شرائح المجتمع.



## المحور الثاني: أحدثت جائحة كورونا (كوفيد-19) أثرًا متواصلًا على أنماط الاستهلاك:

- لجأ الناس إلى "البيتوتية" وتحولت منازلهم إلى مراكز لاستهلاك الثقافة والتعلم وغيرها: حتى في ظل العودة إلى الحياة الطبيعية بفضل اللقاح، إلا أن ما استثمرته الناس في بيوتها خلال الجائحة وفرت لهم إمكانية الاستهلاك والإنتاج المزيد من الثقافة من منزلهم.
- لا يزال الأطفال شريحة غير مخدومة فيما يتعلق بالمحتوى الثقافي: حيث ازداد الطلب على المحتوى الثقافي للأطفال، ففي حين أن جائحة كورونا (كوفيد-19) عملت كحافز لتنتج المؤسسات الثقافية محتوى جديد للأطفال، إلا أن كميتها لا تزال شحيحة مقارنة بالمحتوى المخصص للبالغين.
- عملت الجائحة على تسريع الانتقال إلى المنتجات والخدمات المستدامة التي كانت قيد الإعداد بالفعل قبل وقوع الجائحة في العديد من القطاعات الثقافية الفرعية بما في ذلك الأزياء والعمارة والطعام والفنون والمتاحف (المزيد من الزوار يرغبون بتجربة مستدامة).

## المحور الثالث: أثبتت بيئة الصناعة الثقافية الإبداعية السعودية الناشئة أنها قادرة على الصمود في وجه الجائحة:

- في حين أن العالم كان يتوقع تباطؤًا في نمو الصناعة الثقافية الإبداعية بعد انتهاء الجائحة، كان الأمر مختلفًا بالنسبة إلى السعودية: إذ ظلت صناعاتها الثقافية والإبداعية في مراحلها الأولى، وتووي إمكانات استثنائية للنمو.
- الفعالية الوجيهة موجودة لتبقى، ولكن يجب على المنظمين المضي قدمًا بحذر: بينما تعود الفعاليات الوجيهة تدريجيًا وتبدو أنها ستستمر، تبرز موجات الإصابات الجديدة ضرورة مواصلة الاستثمار في صمود هذا القطاع.
- يبحث فنانون وهيئات الصناعات الثقافية والإبداعية عن مصادر جديدة لتحقيق الإيرادات والتمويل: تبحث المؤسسات الثقافية عن طرق جديدة لتحقيق الدخل من التجارب الافتراضية، بينما يلجأ بعض الفنانين إلى الفن الرقمي للاستفادة من مصدر دخل جديد كليًا قائم على تقنية البلوك تشين باستخدام الرموز غير القابلة للاستبدال (NFT).
- تتشكل البنية التحتية للترفيه والإنتاج في السعودية ببطء، على الرغم من ظروف الجائحة: مدفوعة بفرصة تطوير المحتوى للمحلي والإقليمي، يستمر تطوير البنية التحتية لإنتاج الأفلام والمحتوى على الرغم من ظروف الجائحة.

### 3.3 مستقبل مشهد الصناعة الثقافية والإبداعية في المملكة العربية السعودية

- على الرغم من حالة التذبذب المستمرة بسبب الجائحة، تشير أبحاثنا إلى أن الصناعات الثقافية والإبداعية على أعتاب عصرٍ ذهبي في المملكة العربية السعودية.
- تستطيع السعودية أن تصبح منارة إبداعية للمنطقة وباقي أنحاء العالم، حيث تستفيد الآن الصناعات الإبداعية من دعم كبير من الحكومة. على سبيل المثال، من خلال الحوافز لجذب إنتاج الأفلام المحلية إلى العلا وافتتاح مرافق إنتاج عالمية.
- تم تسريع الانتقال إلى الإنتاج والاستهلاك الرقمي للثقافة، مما يتيح أفقًا جديدة لإنتاج واستهلاك الأعمال الإبداعية والتجارب الثقافية.
- ستستأنف السياحة الداخلية والمهرجانات مع إعادة إطلاق المواسم السعودية في الربع الرابع من عام 2021م. كما أنه من المتوقع أن تقدم السياحة الدولية دفعة كبيرة للقطاع الثقافي عندما تنتعش، مع قيام العديد من المشاريع العملاقة مثل مشروع البحر الأحمر وافتتاح مواقع تراثية في السنين القليلة المقبلة والتي ستجذب الملايين من الزوار إلى المملكة.
- وأخيرًا، وربما تكون النقطة الأهم، هو أن مشاعر سكان السعودية تبدو إيجابية، حيث يتوقع 65% من الأشخاص عودة الأمور إلى طبيعتها في غضون 12 شهرًا، حيث يتوقع 46% من الأشخاص إنفاق المزيد على الأنشطة الثقافية والإبداعية بمجرد استقرار الحالة الوبائية.

يجب أن تمنح هذه الاتجاهات الأمل والإثارة للصناعات الإبداعية والثقافية، فيما قد تفوت الهيئات والمؤسسات الثقافية غير المستعدة فرصًا مربحة إذا لم تتحرك للتكيف مع الظروف المتغيرة بسرعة. إذا لم تبين الصناعات الثقافية والإبداعية قدراتها لتقديم تجارب متميزة في سياق جديد وسريع التغيير، فقد لا تستفيد منظومة البيئة من الفوائد المقدمة وتعوض الخسائر المتكبدة خلال ذروة الوباء بالكامل.



## - النقاط الرئيسية التي يتضمنها الرسم البياني

- **الثقافة في القرن الحادي والعشرين**
- يخطط 48% من المشاركين زيارة مواقع ثقافية خلال العام المقبل، حيث إن المشاركة الثقافية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في ازدياد.
- يقود عدد كبير من السكان المشاركين أشكال جديدة من المشاركة، إذ وافق 90% من المشاركين على العبارة التالية: "المشاركة الثقافية مهمة بالنسبة لي".
- من المهم التأكد أن نمو الاستهلاك الثقافي يشمل جميع فئات المجتمع، حيث يزور 50% من أصحاب الدخل المرتفع المواقع الثقافية مرتين بالسنة، بينما تبلغ نسبة منخفضي الدخل 29% فقط.
- يأتي الاستهلاك الثقافي بناءً على أساس البيانات المتاحة والمشاركة وتحديد الأولويات كالتالي: دبي تليها القاهرة والدمام.
- **رسم بياني حول تحوّل الصناعات الثقافية الإبداعية في المملكة**
- ساهمت الصناعات الثقافية الإبداعية بنسبة 1.5% من إجمالي الناتج المحلي لعام 2018م.
- تنمو الصناعة بنسبة 13% سنويًا.
- لا يزال مؤشر الصناعات الثقافية الإبداعية في المراحل الأولى من التطوير بمتوسط 4 درجات من 10 عبر 9 أبعاد رئيسية على مؤشر الصناعات الثقافية الإبداعية في المملكة.
- إن عوامل التمكين تبدو بدرجة أعلى؛ مما يبرز إمكانات النمو.
- الصناعة في تحول مستمر بالقطاعات الرئيسية.
- حصلت ألعاب الفيديو على أرباح بقيمة مليار دولار عام 2020م، (بنسبة نمو 41% منذ عام 2017م).
- جاهزية أكثر من 40 مصممًا محليًا وعلامات تجارية متخصصة في الملابس الجاهزة والملابس الراقية.
- تعتبر المملكة العربية السعودية أكبر مستخدم لمنصة يوتيوب (التدوين الصوتي) بالنسبة للفرد في العالم.
- تعتبر المملكة العربية السعودية في وضع مناسب للانتقال إلى بنية تحتية متعددة الأغراض ومتقدمة رقميًا.
- **تأثير جائحة كورونا (كوفيد - 19) على الصناعات الثقافية الإبداعية**
- انخفض الإنفاق على الأنشطة الثقافية في جميع أنحاء المملكة نتيجة جائحة كورونا.
- زاد عدد الأشخاص الذين ينفقون أقل من 100 ريال سعودي شهريًا على العروض الإبداعية والثقافية من 22.5% قبل الجائحة إلى 45.75% منذ بداية الجائحة.
- شهدت الأنشطة المنزلية خلال الحجر المنزلي ارتفاعًا قويًا.
- بدأ أكثر من 60% من المشاركين بزيادة بعض الأنشطة كمشاهدة التلفاز والطهي والتعلم عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
- القطاع مهياً لنمو قوي طالما تسمح الظروف بذلك.
- يشعر 81% من المشاركين بالراحة في العودة للأنشطة الثقافية خارج المنزل.
- أدت جائحة كورونا إلى زيادة الرقمنة.
- وصلت العروض الثقافية الافتراضية إلى مستويات غير مسبوقة حتى أصبح المشهد مشبعًا بذلك.
- يقود تحولات الاستهلاك.
- أدت جائحة كورونا (كوفيد - 19) التحول المتسارع إلى استهلاك أكثر استدامة.
- مرونة القطاع على الرغم من الظروف الصعبة.
- يقوم المهتمين بالصناعات الثقافية الإبداعية بتجربة نماذج تمويل جديدة.

-انتهى-