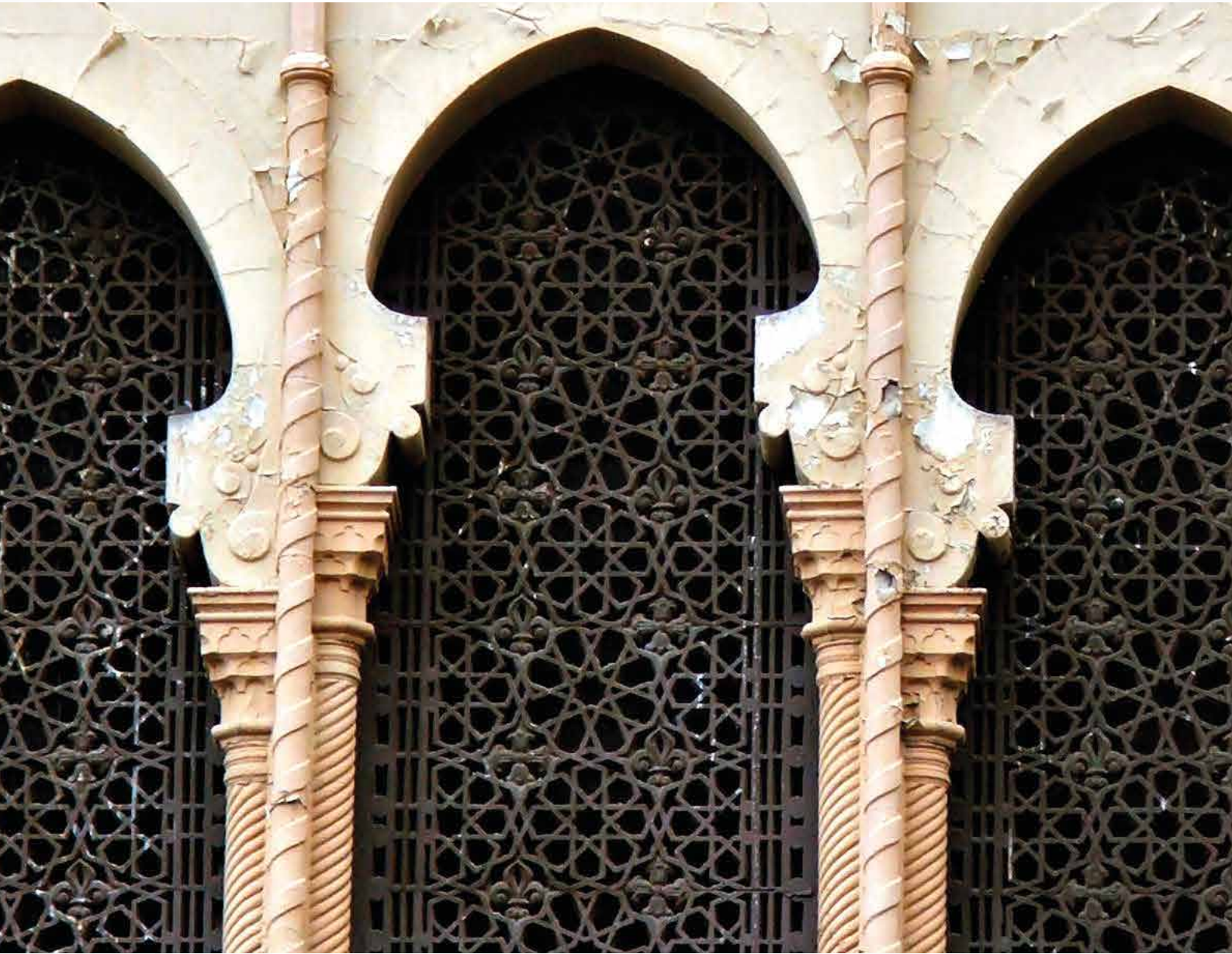


# المحتوى العربي الرقمي: لمحة عن القطاع

مختبر ومضة للأبحاث  
آذار، ٢٠١٥



Google™

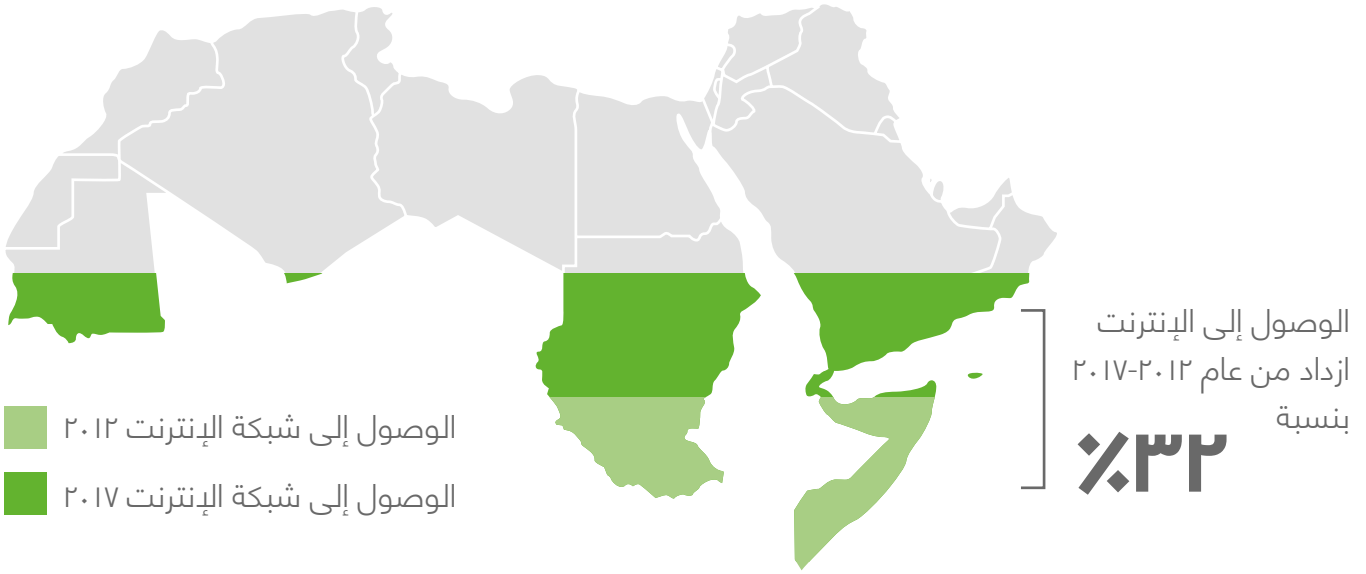
Taghreedat  
مربوطة

@  
أيام الانترنت العربي

wamda  
RESEARCH LAB

## السياق

يتفق الخبراء والمعنيون والمستهلكون على أنّ نموّ استخدام الإنترنت خلال السنوات الأخيرة لم ينعكس على نموّ استهلاك المحتوى الرقمي العربي.



مع حلول عام ٢٠١٧، سيكون بمقدور أكثر من نصف العالم العربي الوصول إلى شبكة الإنترنت، وهذه زيادة من نسبة ٣٢٪ من تلك التي سُجّلت عام ٢٠١٢. <sup>١</sup> تشير التقديرات إلى أن المنطقة سجّلت أعلى نسبة استخدام للإنترنت منذ عام ٢٠٠١، حيث بلغت نسبة النمو ٦٠٠٪ في عدد المستخدمين خلال هذه الفترة الزمنية. <sup>٢</sup> وقد زاد عدد مستخدمي الإنترنت العرب بنسبة ٥,٢٩٦,٦٪ خلال الفترة بين ٢٠٠٠ و٢٠١٣.

وتبلغ حاليًا نسبة المتحدثين باللغة العربية على الإنترنت ٣٦,٩٪ كما احتلّت اللغة العربية المرتبة الرابعة من بين اللغات العشرة الأكثر استخدامًا على الإنترنت عام ٢٠١٣. <sup>٣</sup> وفي موازاة ذلك، ازداد استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في المنطقة بشكل كبير، حيث يقدر عدد التغريدات باللغة العربية بنحو ١٧ مليون تغريدة يوميًا، وكانت اللغة العربية هي اللغة الأسرع نموًا على تويتر خلال عامي ٢٠١٠ و٢٠١١. <sup>٤</sup> بالإضافة إلى ذلك فقد انتشر استخدام "فيسبوك" بشكل ملحوظ في المنطقة، ويستخدم ٣٩٪ على الأقل من جميع المستخدمين في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا النسخة العربية منه. <sup>٥</sup>







في الوقت الذي ازداد فيه انتشار الإنترنت في العالم العربي إلى حدّ كبير ويجب أن يستمرّ بالنمو في المستقبل المنظور، هناك فجوة كبيرة ملحوظة من حيث نوعية وكمية المحتوى العربي الرقمي الحاليّ. هذا بالإضافة إلى تفاوت في الأرقام المتعلقة بالتمثيل الدقيق للمحتوى العربي الرقمي، وفقًا لقمة توصيل العالم العربي.

في عام ٢٠١٢، بلغت نسبة المحتوى العربي الرقمي ١,٥ ٪، ومن المتوقع أن تزداد إلى ٣٪ خلال عام ٢٠١٥.<sup>٦</sup> ووفقًا لتقديرات أخرى، يتمّ استضافة ما يقلّ عن ١٪ من محتوى الإنترنت باللغة العربية وما يقلّ عن ٢,٠٪ من المحتوى الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.<sup>٧</sup>

**ويكيبيديا العربية تحت الضوء:** لقد ارتفع عدد المقالات المنشورة على موقع ويكيبيديا العربية من ١٢٥,٠٠٠ مقال إلى أكثر من ٢٦٠,٠٠٠ بين الأعوام ٢٠١٠ و ٢٠١٣. وبالمثل، فقد ارتفعت المشاهدات الشهرية للصفحة من ٨٥ مليون إلى ١٣٥ مليون مشاهد خلال العامين ٢٠١١ و ٢٠١٢. لكن لا تزال هذه الأرقام أقل بكثير عن الأرقام المسجلة للغات الأخرى، فخلال الفترة الزمنية نفسها، سجل موقع ويكيبيديا الإنجليزي ما معدله ١٨ مليار مشاهدة للصفحة في الشهر. وعند مقارنة محتوى ويكيبيديا العربي مع اللغات العالمية، فإنها تحتل المرتبة الثالثة عشر بين ١٤٠ لغة.

الافتتاح غير المتكافئ: العقبات أمام تمثيل الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على موقع ويكيبيديا (٢٠١٣)

# تعريف المحتوى العربي الرقمي

يمكن لتحديد الاختلافات والاتجاهات العامة بين التعريفات المتفاوتة للمحتوى الرقمي العربي المساعدة في تشكيل فهم المنطقة لمكونات هذا المجال، وتحديد الجهات المطلوبة من أجل تعزيز نموه.

## كيف تعرّف الجهات المعنية المحتوى العربي الرقمي:

المحتوى العربي والرقمي على وجه التحديد، سواء كان على شكل فيديو أم صوت أم نصّ، يندرج ضمن فئتين، محتوى يتم إنشاؤه من قبل المستخدمين من خلال المنتديات، ويعتبر محتوى مؤقتًا ينطوي على عدد قليل من المخططات البيانية من حيث الهيكل ومن الصعب محاولة معالجة بياناته. أما الفئة الأخرى فهي أهم بكثير وهي المحتوى الأصلي المتميّز أي المحتوى الذي تمّ إنشاؤه من قبل الناشرين والمحررين المحترفين.

أنس العبار، حاوي

يتعلّق الموضوع أولاً بالمحتوى المكتوب، أما الآن فهو يتعلّق بمحتوى الفيديو - وهذا ما سيساعد المحتوى العربي عمومًا، ولكن لسوء الحظ، لا يتوقّر ما يكفي من المحتوى العربي سواء كان مكتوبًا أم على شكل فيديو.

قسورة الخطيب، يوتيرون UTURN

يشمل المحتوى الرقمي المحتوى الذي ينشر على الإنترنت أكان عبر متصفح الويب أو منصات الجوال أو أي شكل من الأشكال الرقمية الأخرى. وما من قيود حول ما يمكن اعتباره محتوى رقمي نظرًا إلى أنّه قد يتخذ الكثير من الأشكال وبأطوال مختلفة، مثل الصوت والرسوم المتحركة والفيديو وما إلى ذلك.

الدكتور حيدر فريحات

المحتوى العربي هو أي عنصر يمكن أن يوفّر المعرفة أو المعلومات للمستخدم - سواء تمّ إنشاء ذلك العنصر من قبل مستخدم آخر أو من قبل شركة. ويعتبر الفيديو جزءًا رئيسيًا من هذا المحتوى، ويمكن أيضًا إضافة ألبومات الصور، والصور الثابتة، والخرائط.

فايق عويس، جوجل

أي محتوى باللغة العربية على شكل صوت أو فيديو أو نصوص رقمية أو منشورة عبر الإنترنت، وهو يشمل أنواعًا مختلفة من المحتوى يجب تسليمها عبر وسائط/أشكال مختلفة بحسب سلوك مستخدمي الإنترنت في تلك الدولة.

عمر ساطي، داش فنتشرز

# التحديات التي تواجه مجال المحتوى العربي الرقمي

## التحدي الأول: تحقيق الربح

في معظم الأحيان، يجب على مزودي المحتوى الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا الاعتماد على الإعلانات من أجل توليد العائدات. ومن التحديات التي تنطوي عليها هذه الطريقة والتي أشار إليها رواد الأعمال والمستثمرون أنّ وكالات الإعلان تقوم بشكل تدريجيّ بنقل منشوراتها غير الرقمية إلى الإنترنت لمواكبة الزيادة الكبيرة لعدد المستهلكين الإلكترونيين. وفي المقابل، يواجه مزودو المحتوى محدودية الفرص المتاحة لتوليد الدخل من خلال الإعلانات، وبالتالي فهم يواجهون مشاكل في الحفاظ على النموّ والتوسّع.

**” يوجد الكثير من المواهب في السوق ولكنهم يعانون في أغلب الأحيان عندما يتعلق الأمر بتغليف أو وضع محتوهم بطريقة تسمح لهم بتحقيق الربح بشكل فعال.“**

كريم خليفة، المؤسس الشريك والرئيس التنفيذي للجمهورية الرقمية (Digital Republic).

**” تتحمل وكالات الإعلان وأجهزة الإعلام قدرًا كبيرًا مسؤولية كبيرة في ما يتعلّق بالتطور البطيء للمحتوى الرقمي، حيث أنها لم تواكب التحول في جمهورنا من القنوات التقليدية إلى قنوات الجوال والقنوات الرقمية والاجتماعية.“**

يوسف طوقان طوقان، الرئيس التنفيذي للابتكار، ليو بورنيت/ مجموعة بيليسيس الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.

## التحدي الثاني: الحوكمة

هناك شبه انعدام للقوانين والأنظمة التي تدعم مزودي المحتوى في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، كما أنه حتى في حال وجود قوانين حقوق الطبع والنشر في بعض الدول، فإن خبراء المحتوى الرقمي العربي يشيرون إلى أن البيروقراطية والتكاليف القانونية المرتبطة بالحصول على الحماية ومكافحة القرصنة مرتفعة جدًا. بالإضافة إلى ذلك، فمن الصعب معرفة ما هو المحتوى المسموح به قانونيًا على مستوى الدولة وهو الأمر الذي يحد من قدرة مزودي المحتوى على التوسع في جميع أنحاء المنطقة، ويمكن أن يتطلب ذلك من الكثيرين جعل المحتوى معدلًا لكل بلد أو ثقافة معينة.

**” ما هي أنواع المحتوى التي يمكنك توزيعها أو إنتاجها بأمان والتي لا يمكنك إنتاجها في دولة أخرى؟ ليس هناك قاعدة ثقافية ثابتة، مما يضع قيودا على مدى قدرة الشخص على الاستكشاف في فضاء المحتوى.“**

كون أودونيل، الرئيس التنفيذي لمؤسسة هنداي للتعليم والثقافة.

**” يكمن التحدي الأكثر أهمية في عدم وجود نظام بيئي، بما في ذلك حقوق النشر والملكية الفكرية.“**

الدكتور نبال إدلبي، رئيس قسم الابتكار، لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا - الإسكوا





## التحدي الثالث: الموهبة والنوعية

يشير مزودو المحتوى والمستثمرون إلى أن الوصول إلى المواهب المحلية هو تحدٍّ يواجهه مزودو المحتوى العربي الرقمي. قد يؤدي نقص المواهب إلى تدني الجودة، مما يعيق مباشرة نمو هذا المجال. ويمكن لهذه القيود أن تؤدي إلى إعاقة استراتيجيات تحقيق الربح والتمويل، والتي تعتبر مشكلة ليس فقط بالنسبة لمزودي المحتوى، وإنما بالنسبة للمستهلكين أيضًا. وبحسب أرقام عام ٢٠١٢، فقد أفاد ٤٨٪ من الشباب العربي عن عدم رضاهم عن نوعية المواقع المحلية.<sup>٨</sup>

**” نعاني من نقص في المواهب اللازمة لتطوير مبيعات وسائل الإعلام الرقمية، فليس هناك عدد كاف من الأفراد من ذوي الخبرة في مجال الإعلام الرقمي.“**

عمر كريستيديس، الرئيس التنفيذي ومؤسس عرب نت

**” ليس من السهل العثور على الأشخاص الذين يتمتعون بالمهارات اللازمة لإنشاء محتوى جيد باللغة العربية، كما أنك إذا كنت ترغب في تحسين توزيع المحتوى، فإنك تحتاج إلى المهارات التقنية، حيث يوجد أيضا نقص في المواهب.“**

إلسا عون، الشريك المؤسس والمدير الشريك في [ounousa.com](http://ounousa.com)

# التوجهات المستقبلية

يفوق عدد المستخدمين العرب للإنترنت عدد المستخدمين المتحدثين باللغة الإنجليزية في المنطقة، وحيث أن ما يزيد على نصف سكان منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لا يجيدون التحدث إلا باللغة العربية، لذلك إنَّ ضرورة زيادة إنشاء المحتوى تعتبر أكثر أهمية من أي وقت مضى.<sup>9</sup>

**” إذا كانت المعلومات المتاحة عبر الإنترنت مهنية ويسهل الوصول إليها وإذا كان من السهل القيام بالدفع عبر الإنترنت وبشكل فعّال، فذلك يعتبر مفيدًا للاقتصاد والمجتمع والثقافة.“**

الدكتور حيدر فريحات، مدير عام دائرة الإحصاءات العامة في لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا

وعلى الرغم من التحديات التي نوقشت في هذا البحث الموجز، فإن هناك العديد من الفرص في مجال المحتوى العربي الرقمي، حيث تشير المحادثات مع الخبراء إلى أن المحتوى يتكيف محلياً في قطاعات مثل الصحة والتغذية واللياقة البدنية لم يتم بعد اكتشافه بصورة شاملة. بالإضافة إلى ذلك، فإن المحتوى الأكاديمي المصمم لطلبة المدارس الثانوية والجامعات بالإضافة إلى منصات الكتاب الإلكتروني والكتاب الصوتي هي مجالات لم يتم تطويرها بشكل كاف ومن الممكن أن تجلب فرصاً جديدة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن الحد الأدنى من البيانات فيما يتعلق بتوريد المحتوى الرقمي العربي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا يوفر الفرص، ومن الممكن أن تفسح هذه الفجوة المعرفية المجال لإجراء أبحاث مستقبلية تركز على قياس المحتوى الرقمي العربي الحالي واقتراح حلول قابلة للتنفيذ للتحديات التي تم تسليط الضوء عليها.

ومن المهم أيضاً فهم سلسلة القيمة الكاملة للجهات المساهمة في هذه الصناعة، وأدوارها والتحديات التي تواجهها ويجب أن تحتل مجالات التعاون الأولوية القصوى، حيث يساهم الكتاب والمحروون والمخرجون والمنتجون والمستثمرون والمعلنون وصناع القرار، من بين غيرهم من الجهات المعنية، في صياغة صناعة المحتوى الرقمي العربي، وأية مبادرة تسعى لتحسين ظروف إنشاء المحتوى العربي على الإنترنت يجب أن تأخذ تلك الجهات في الاعتبار.

ومن الممكن أن يشكل النظام البيئي للمحتوى الرقمي العربي والجهات المعنية والفرص الكامنة فيها قوة محفزة لتعزيز الوصول إلى المعلومات والموارد في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ونأمل أن نسلط المزيد من الضوء في البحوث المستقبلية على هذا الموضوع الهام وتحديد المزيد من الفرص للتعاون والتأثير ضمن تلك الفرص.

## شكر وتقدير

هذا التقرير من إعداد السيد جميل واين، رئيس مختبر أبحاث ومضة، والطيب عساف، محللة الأبحاث في مختبر أبحاث ومضة.

**نبذة عن مختبر أبحاث ومضة:** مختبر أبحاث ومضة هو برنامج ومضة للأبحاث الذي يجري دراسات حول ريادة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ويسعى إلى تعزيز قيادة الفكر في هذا المجال. ويسعى المختبر أيضاً لإعلام المستثمرين وصانعي السياسات، والجهات المعنية الأخرى بالعقبات التي تواجه تطوير ريادة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والحلول الممكنة للتغلب على تلك العقبات.

تمت كتابة هذا التقرير كجزء من "أيام الإنترنت العربية"، وهي حملة استمرت لمدة شهر أطلقتها "جوجل"، ومبادرة "تغريدات"، وومضة والشركاء الآخرين منذ عام ٢٠١٢ وذلك بهدف رفع مستوى الوعي بين المستخدمين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لزيادة المحتوى العربي على شبكة الإنترنت.

## المنهجية

من أجل إعداد هذا التقرير، قام مختبر أبحاث ومضة بإجراء مقابلات مع ٣٥ جهة معنية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا والذين يعملون حالياً في مجال المحتوى العربي الرقمي. وقد تمّ التعرف على الجهات التي أجريت المقابلات معهم من خلال بحث أولي عبر الإنترنت والمعارفة الشخصية من خلال أفراد داعمين لصناعة المحتوى الرقمي العربي.

ونود توجيه جزيل الشكر إلى مجموعة الأشخاص التالية الذين شاركوا في إجراء المقابلات لهذا البحث، حيث كان الوقت الذي كرسوه والتوجيهات التي قدموها حاسمة لإثراء أفكارنا وتحليلنا.

- زهور حلوي، ديواني
- عبد آغا، فاينلاب
- يونس القاسمي، سينرجي ميديا
- كريم خليفة، الجمهورية الرقمية
- جليل اللبدي، الطيبي
- كون اودونيل، مؤسسة هنداوي
- سيما النجار، إيكيف
- أنس عبار، المدير العام، حاوي
- سامر عابدين، استكانة
- فداء طاهر، زيتونة
- وسام ضغيم، ايكو
- أشرف مقلد، كتيبي
- يوسف وادي، طقس العرب
- عمر ساطي، المدير العام، داش فنتشرز Dash Ventures
- عبد السلام هيكل، هيكل ميديا
- فائق عويس، مدير الخدمات اللغوية، الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأمريكا والأسواق الناشئة، جوجل
- د. حيدر فريجات، مدير التكنولوجيا في قسم التطوير، الإسكوا
- الدكتور علي محمد، العربية
- إلسا عون، Ounousa.com
- وسيم كاري، Ounousa.com
- قسورة الخطيب، رئيس مجلس الإدارة، يوتيرن
- عمر كريستيديس، عرب نت
- فيكتور كيرياكوس، إنتيجرال
- ياسمين مهيري، سوبرماما
- ريما شعبان، جامعة أبو ظبي
- كريم رفعت، إم ئي سي العالمية
- عمر قدسي، جبران
- هاجوب طامينيان، سيليكون البادية
- يوسف طوقان طوقان، ليو بورنيت
- وليد فزع، مشاريع ومضة
- علاء يوسف، سي 3 فيلمز
- سامي مينا، مبادرة تغريدات
- سعود هواوي، عالم التقنية
- الدكتور نبال إدلبي، لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا
- بدر ورد، لمسة
- جوناثان لابين، فيسبوك
- حسين فريجة، ياهو
- زياد مرقة، شركة مرقة Maraqa Legal
- رامي علوان، جامعة الشارقة
- وليد منصور، مؤسسة شركاء المبادرات في الشرق الأوسط
- رودلف جبر، تو بيور 2Pure
- منى أبو سليمان، ميدان
- ساره شمعة، أم بي سي



## مراجع إضافية نوصي بقراءتها

١. المحتوى العربي الرقمي، قمة توصيل العالم العربي، ٢٠١٢.
٢. وضع صناعة المحتوى الرقمي العربي في المنطقة العربية، الإسكوا، ٢٠١٢.
٣. التطور العالمي للتجارة الرقمية والتجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، IORMA ، ٢٠١٣.
٤. النماذج التجارية للمحتوى العربي الرقمي، الإسكوا، ٢٠١٣.
٥. لجنة الأمم المتحدة للاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (الإسكوا)- النماذج التجارية للمحتوى العربي الرقمي (٢٠١٣).
٦. النماذج التجارية للمحتوى العربي الرقمي، ٢٠١٣.
٧. فهم المحتوى العربي الرقمي، بوز وشركاه، جوجل، ٢٠١٢.
٨. المشهد الرقمي، إيسوس ميديا سي تي، ٢٠١٤.
٩. الاختلاف والتشابه عبر الأجيال العربية، PWC، ٢٠١٣.