

Distr.
GENERAL

E/ESCWA/ICTD/2003/10
3 October 2003
ORIGINAL: ARABIC

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا

مبادرة المحتوى العربية

ARAB CONTENT INITIATIVE



الأمم المتحدة
نيويورك، ٢٠٠٣

ملاحظة: طبعت هذه الوثيقة بالشكل الذي قدمت به ودون تحرير رسمي.



تقديم

تمت صياغة مبادرة المحتوى العربيّة هذه تنفيذاً لتوصيات اجتماع الخبراء حول تعزيز المحتوى الرقمي العربي الذي عقد في بيروت من ٣ إلى ٥ حزيران/يونيو ٢٠٠٣. فقد شُكل في خاتم هذا الاجتماع "منتدى المحتوى العربي" الذي ضم الخبراء المشاركين وكلفت إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإسکوا بمهام الأمانة الفنية لهذا المنتدى، علماً أن هدفه الأساسي هو تعزيز المحتوى الرقمي على شبكة الإنترنـت والوسائل الرقمية الأخرى.

أعتمد أيضاً في اجتماع الخبراء الإطار العام لمبادرة طرحت من قبل الدكتور نبيل علي عبد العزيز وسميت "مبادرة المحتوى العربيّة". تهدف المبادرة إلى إنشاء صناعة للمحتوى في المنطقة العربية، يشكل المحتوى الرقمي العربي أهم دعائمه.

وقدّمت الإسکوا بعد هذا الاجتماع، وبالتنسيق مع الدكتور نبيل علي عبد العزيز بدراسة تفاصيل هذه المبادرة وإعادة صياغتها لطرحها في المحافل الإقليمية المتخصصة وعلى الجهات المعنية في الدول العربية بغية مناقشتها ووضع خطة إقليمية يتفرع عنها خطط وطنية.

ستعرض هذه المبادرة في مؤتمر داتامانكس جاينكس ٢٠٠٣ بدبي وتناقش مع الجهات المعنية الحكومية ومؤسسات الأعمال الخاصة والمنظمات الإقليمية والدولية لبلورتها ووضع خطط لتنفيذها وإيجاد التمويل اللازم. وتشكل صناعة المحتوى الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم الصناعات في الاقتصاد المبني على المعرفة من حيث المردود المادي والتثقافي والعلمي والتمويلي. وهي فرصة سانحة لدول غربي آسيا والدول العربية عامة لزيادة حصصها من السوق العالمية بإنتاج المعرفة وتسييقها.

يمكن أن تشكل هذه المبادرة إحدى مركبات خطة عمل إقليمية للمنطقة العربية للتحول إلى مجتمع المعلومات واقتصاد المعرفة. إذ تعمل الإسکوا على وضع خطة عمل إقليمية منتبقة عن إعلان المبادئ وخطّة العمل العالمية الذين سيصدران عن المرحلة الأولى لقمة العالمية لمجتمع المعلومات التي ستعقد جنيف من ١٠ إلى ١٢ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٣. ستأخذ هذه الخطة بالاعتبار خصوصيات المنطقة واحتياجاتها وإمكانياتها ويمكن أن تشكل أحد المحاور في المرحلة الثانية لقمة التي ستعقد في تونس من ١٦-١٨ تشرين الثاني/نوفمبر ٢٠٠٥.

المحتويات

الصفحة

ج	تقديم
١	أولاً- نحو صناعة عربية للمحتوى
١	ألف- مقدمة
١	باء- الوضع الراهن
١	جيم- الدوافع الرئيسية
٥	DAL- الفرص المتاحة
٦	ثانياً- المبادرة
٦	ألف- المنطقات
٧	باء- الأهداف
٧	جيم- الإطار العام
٨	DAL- المهام
١١	هاء- المخرجات
١٣	الشكل ١ - الإطار العام لمبادرة المحتوى

الميادين العلمية والتكنولوجية الأخرى، مثل التكنولوجيا الحيوية bio-technology التي تدين بكثير من إنجازاتها حالياً إلى ت.م.ص.

-٧ لا شك أن هناك تحديات جسام تواجه الدول العربية لإقامة صناعة محتوى قوية قادرة على المنافسة عالمياً، ولكن هناك بالقدر نفسه فرصاً عديدة للتصدي لهذه التحديات، ولتسريع حركة التنمية. فصناعة الكثرين تمثل في أن تخاف صناعة المحتوى العربية ليس سببه نقص الموارد المادية، أو قلة المواهب العربية، أو عدم توفر الكتل الحرجة، أو عدم توفر الأسواق. بل يرجع التخلف أساساً إلى غياب السياسات والرؤية المستقبلية، وضعف البنية التنظيمية، وغياب البعد الإقليمي؛ ومن ثم عدم تقاسم الموارد. وما تسعى إليه هذه المبادرة هو المساهمة في إقامة صناعة محتوى عربية مستدامة.

باء- الوضع الراهن

-٨ يكتفى الوضع الراهن في المنطقة العربية حالياً الكثير من العوامل التي تحول دون قيام صناعة عربية مزدهرة للمحتوى، الأمر الذي يتربّط عليه العديد من النتائج السلبية.

ويمكن تحديد أهم هذه العوامل فيما يأتي:

- ١ غياب استراتيجية عربية لصناعة المحتوى،
- ٢ ضمور العرض وضعف الطلب،
- ٣ ضعف جهود البحث والتطوير الخاصة بصناعة المحتوى،
- ٤ إنتاج اعلامي وفني ضعيف،
- ٥ نقص حاد في الموارد البشرية اللازمة لصناعة المحتوى،
- ٦ ضعف البيئة التمكينية لمساهمة القطاع الخاص في صناعة المحتوى،
- ٧ التبعية "المحتواوية".

جيم- الدوافع الرئيسية

-٩ نلخص فيما يأتي - على سبيل المثال لا الحصر - قائمة بأهم الدوافع وراء الحاجة الماسة لصناعة عربية قوية للمحتوى ذات قدرة على التنافس عالمياً، وتتوفر فيها العناصر التي تضمن استدامتها ونموها.

أولاً- نحو صناعة عربية للمحتوى

ألف- مقدمة

١- "المحتوى هو الملك" في اقتصاد المعرفة. ومع أن التركيز كان قد انصب حتى الآن على إرساء البنى التحتية الأساسية لمجتمع المعلومات، فقد أيقن الجميع أن المحتوى هو التحدي الحقيقي القادم، وهو أهم مقومات هذا المجتمع بلا منازع.

٢- تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصة حقيقية للدول النامية في مواجهتها لقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وهي فرصة يجب استغلالها بأقصى حد ممكن. وأحد عناصر هذا الاستغلال هو توجيه أكبر عناية بالمحتوى لما يمثله من أهمية بالغة اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

٣- يشتمل المحتوى على نتاج صناعتي النشر الورقي والإلكتروني، والإنتاج الإعلامي والفنى، والتطبيقات البرمجية. يبين الإطار ١ أهم بنود المحتوى.

٤- وفيما يخص المنطقة العربية، فإن مصير جهود التنمية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بنجاحها في إقامة صناعة محتوى متطرفة. وهذا النجاح هو شرط لا بديل له لدخول المجتمعات العربية عصر المعلومات، وردم الفجوة الرقمية digital divide التي تزداد اتساعاً بين العالم العربي والعالم المتقدم، بل ما بين الدول العربية وفي داخلها أيضاً.

٥- يعتبر التكامل الإقليمي على مستوى صناعة المحتوى في نظر الكثرين أهم مدخل حالياً لبناء التكامل العربي. إن عدم بناء مثل هذا التكامل سيكون له نتائج سلبية في مجمل جوانب حياة المواطنين في هذه المنطقة وسينجم عنه تكريس تخلف هذه الدول عن الركب العالمي.

٦- المحتوى هو فرصة الدول العربية لمساهمة العلمية والتكنولوجية؛ فتطوير عتاد الحاسوب والاتصالات هو في بدء قلة قليلة من الدول المتقدمة، في حين توجد أمام الدول النامية فرصاً عديدة على صعيد صناعة المحتوى. ولا يقتصر هذه الفرص على مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ت.م.ص)، بل تتجاوزها إلى كثير من

إطار ١ - أهم بنود المحتوى

برمجيات	نشر إلكتروني	إنتاج إعلامي وفني	نشر ورقي
برمجيات التطبيقات	وسائل متعددة	دوريات علمية	كتب
برمجيات زيادة الإنتاجية	بنوك الصور	براءات الاختراع	صحف ومجلات
ألعاب الفيديو	صفحات موقع الويب	كتالوجات المنتجات	وثائق التراث
معلومات الأفراد	قواعد البيانات	ال تصاميم	الوثائق الحكومية
بيانات شخصية	مراجع وقواميس ودواتر	أدلة التشغيل والصيانة	وثائق أنشطة الأعمال
مكتبات وملفات خاصة	المعارف الإلكترونية		مراجع وقواميس ودواتر
			نتائج الإبداع التشكيلي
			المعارف المعاصرة
			الإلكترونية

١٢ - وهذه التكتلات هي في أصلها تكتلات لغوية تسعى للاحتفاظ لنفسها بأكبر حصة من صناعة المحتوى، وهو سعي مستمر يمكن أن يمتد إلى مناطق خارج مناطقها اللغوية و يجعلها سوقاً لها. ولهذا آثار سلبية تقافية وسياسياً وخاصة على المدى المتوسط والبعيد، حيث ستقدّم المناطق الضعيفة في صناعة المحتوى الملكية الفعلية لأدوات الخطاب الأكثر انتشاراً وتأثيراً.

٣- الدافع التكنولوجي

١٣ - ستؤدي النقلة النوعية الجارية حالياً إلى استخدام شبكات نقل البيانات ذات السعة العالية broadband إلى مضاعفة إنتاج صناعة المحتوى، وإلى استحداث العديد من الأساليب المبتكرة لمعالجة هذا المحتوى وتوزيعه، وسيولد الاندماج المرتقب بين الإنترن特 والتلفزيون والجيل الثالث للهواتف النقالة طلباً على إنتاج محتوى رقمي من نوع جديد يتعامل مع هذا المزيج التكنولوجي المثير، إضافة إلى تلبية الطلب على نوعيات غير معهودة من تطبيقات المعلوماتية.

١٤ - ومن ناحية أخرى فقد أخذ التزامن بين المعلوماتية والعلوم الأخرى بالتزامن مولداً كما هائلاً من المعلومات الصريحة والضمنية، التي تحتاج إلى وسائل مبتكرة للتعامل معها والاستفادة منه، ومن أوضح الأمثلة في هذا الخصوص هو المعلوماتية الحيوية bio-informatics.

^٢ مثل روبوتات البحث في قواعد بيانات الجينوم (السفر الوراثي)، وفهرسة البروتينات المرتبطة بمشروع البروتينوم.

١- الدافع الاقتصادي

١٠ - تقوم صناعة المحتوى على ثلاثة مقومات رئيسية هي: المحتوى، الذي يمثل مواد التصنيع المعلوماتي، ومعالجة المعلومات، التي تمثل أدوات الإنتاج، شبكات الاتصالات، التي تمثل قنوات التجميع والتوزيع. وتحظى صناعة المحتوى بتصنيب الأسد في إجمالي عائد صناعة المعلوماتات^{١١}. إن صناعة المحتوى هي المحرك الرئيسي لاقتصاد المعرفة، وهي التي توفر معظم الوسائل الخاصة بزيادة إنتاجية عمال المصانع والمكاتب وغيرها.

٢- الدافع السياسي

١١ - تتكون حالياً عدة تكتلات استراتيجية في صناعة المحتوى، وهي تكتلات تحركها دوافع اقتصادية وسياسية وأمنية في المقام الأول، مثل التكتل الإنكليزي والتكتل الفرنسي والتكتل الروسي والتكتل الياباني والتكتل الصيني. والتكتل الإنكليزي هو من أقوى التكتلات ويسعى إلى عولمة صناعة المحتوى عن طريق شركات البرمجيات المتعددة الجنسية التي تولي اهتماماً بالغاً بتكنولوجيا اللغات المتعددة. وكذلك اليابان التي أيقنت أن مستقبلها في عصر المعلوماتات رهن بنجاحها في إقامة صناعة محتوى قوية ومنافسة عالمياً التي تركز جهودها حالياً على موضوع الترجمة الآلية.

^١ وفقاً لاحصائيات وردت في تقرير اليونسكو السنوي عن المعلوماتات عام ١٩٩٨: تبلغ نسبة عائدات المحتوى في صناعة المعلوماتات في الولايات المتحدة ٤٥ % مقابل ٢٨ % للتوزيع المعلوماتات، و ٢٧ % للمعالجة، وتبلغ النسبة في مساهمة المحتوى في الاتحاد الأوروبي ٣٤ % مقابل ٢٣٠ % للتوزيع المعلوماتات و ٣٦ % للمعالجة.

٤- الدافع الاجتماعي

وهي بذلك وثيقة الصلة بصناعة المحتوى وضوحاً من حيث التوظيف والنشر والتجديد.

١٨- يعد حوار الأديان أهم محاور الحوار الثقافي، وهو الحوار الذي أصبح ممكناً ولازماً في آن واحد. فقد وفرت شبكة الإنترنت ساحة نشطة للثقافتين الدينية. يشهد على ذلك العدد الوفير من الواقع الدينية المتمثل لمختلف الأديان والطوائف. إن فاعلية الحوار الديني تتطلب محتوى مستمدًا من مصادر متعددة من أبرزها دراسات الدين المقارن، وعلوم الكلام وما شابه.

١٩- أصبحت معظم فنون عصر المعلومات كثيفة المحتوى، ذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: الفن المفاهيمي conceptual art، والفن التفاعلي interactive art، والفن التواصلي communicative art. لقد تعاظم دور الفنون في صناعة الثقافة، وتزايدت من ثم أهمية محتوى الإبداع الفني، وارتفعت كلفة الإنتاج الفني للتزايد اعتماده على التكنولوجيا مما يهدد بتزايد نزعة الاستيراد.

٦- الدافع التربوي

٢٠- صناعة المحتوى هي وسيلة تحقيق الغايات الأربع ل التربية عصر المعلومات والتي صاغها تقرير اليونسكو "التعليم ذلك الكنز المكون" في أربع غايات أساسية هي: تعلم لتعرف، وتعلم لتعمل، وتعلم لتكوين، وتعلم لمشاركة الآخرين.

• تعلم لتعرف: يحتاج تحقيق هذه الغاية اكتساب المعرفة والتعلم ذاتياً مدى الحياة. ويعني ذلك إمداد المتعلم بمحتوى تعليمي مستمر ومتعدد دوماً. لقد تضختت المادة التعليمية بصورة توجب توفير برمجيات تعليمية فعالة لتقديمها، وترشيحها وتقديرها لاستخلاص المفاهيم الأساسية والأفكار المحورية.

• تعلم لتعلم: يتطلب تحقيق هذه الغاية القدرة على التعامل مع تعدد المعرفة، وظواهر الواقع التي يواجهها المتعلم في حياته العملية بعد تخرجه، ولا سبيل إلى ذلك إلا بمحتوى قادر على سيرأغوار التعدد، ومحاكاة الواقع واستنساخه خائلياً virtually. وي يتطلب تحقيق هذه الغاية أيضاً تهيئة المتعلم لأطوار عمل متعددة، كالعمل عن بعد، والعمل الجماعي، والعمل أثناء السفر والحركة. وهي أطوار تتطلب بدورها وسائل كثيفة المحتوى للتعلم عن بعد، والتعلم بالمشاركة والتعلم التكافلي والتعلم بالمراسلة.

١٥- سيؤدي التحرك الحديث صوب مجتمع التعلم المنشود إلى ما يشبه الانفجار على صعيد المحتوى. فهو مجتمع قوامه الذكاء الجماعي، والذاكرة الجماعية، والشبكة الجماعية (شبكة الإنترنت). وله كذلك وعيه الجماعي المتمثل في معارفه ومدركاته وخبراته. يتسنّم "مجتمع التعلم" بسرعة تجاوبه وتنكيفه، ونهمه الشديد على استهلاك المعرفة، وقرته الفائقة على إنتاجها، مما يؤكد الأهمية القصوى لصناعة المحتوى في تحقيق هذه الغاية المجتمعية.

١٦- يتطلب ردم الفجوة الرقمية داخل المجتمع إنتاج محتوى محلي لخدمة جميع الفئات، وتلبية المطالب الخاصة بالمجتمعات السكانية.

٥- الدافع الثقافي

١٧- تشهد التعريفات المختلفة للثقافة على شدة حاجتها إلى صناعة المحتوى، ويمكن تصنيف هذه التعريفات بـأيامزاج وفقاً للجانب الذي يجري التركيز عليه، مقتروناً بمغزاها من منظور صناعة المحتوى:

- الثقافة باعتبارها نسقاً اجتماعياً قوامه القيم والمعتقدات والمعارف والفنون والعادات والممارسات الاجتماعية والأنماط المعيشية، وجميعها كثيف المحتوى وضوحاً.

- الثقافة بوصفها دافعاً للانتماء تعبّر عن التراث، والهوية وطابع الحياة اليومية للجماعة الثقافية، وصناعة المحتوى هي وسيلة فعالة للمحافظة على هذا التراث، ورصد حصاد الحياة اليومية.

- الثقافة بوصفها تواصلاً عن طريق نقل أنماط العلاقات والمعاني والخبرات بين الأجيال. والتواصل الثقافي الفعال يحتاج إلى تبادل رسائل ثقافية ثرية المحتوى.

- الثقافة بصفتها دافعاً على الابتكار والإبداع، وهنا يبرز دور صناعة المحتوى باعتبارها وسيلة للبدعين من جانب، وأداة – بواسطة الإنترنت – في يد رواد التغيير والتطور.

- الثقافة بوصفها حصاداً متعددًا يستهلك ويُعاد إنتاجه والتفاعل معه وإدماجه في مسار الحياة اليومية.

٢ learning society وهو التعليم الذي يشمل كل أفراد المجتمع ويستمر مدى الحياة مستفيداً من مختلف الموارد التعليمية والاجتماعية والاقتصادية.

٨- الدافع اللغوي

٢٥- تتجه الإنترن特 حالياً نحو ما يعرف بالوب الدلالي semantic web، وهو ما يتطلب تطوير تطبيقات لغوية ذكية لتحليل محتوى الوثائق والفهم الآلي للنصوص السردية. لقد أصبحت صناعة المحتوى هي المنهل الأساسي للتطوير اللغوي: تنظيراً ومعجماً، تعليمياً وتعلماً، استخداماً وتوثيقاً. ويكتفي الإشارة هنا إلى أن نظم الترجمة الآلية ينظر إليها في الوقت الحاضر باعتبارها معملاً تجريرياً لدراسة الظواهر المختلفة للغة ما، ودعم الدراسات المقارنة والقابلية بين اللغات Comparative and Contrastive Linguistic Studies.

٩- الدافع المعرفي

٢٦- لقد تداخلت الفروع المعرفية المختلفة، مما أدى إلى تضخم هائل في محتوى المعلومات العلمية والتكنولوجية. إضافة إلى أن معظم علوم الطبيعيات والإنسانيات بانت تعتمد على كم هائل من المعلومات، من الميكروبيولوجي وسفره الوراثي ذي "الثلاثة بلايين حرف"، إلى علم اللغة وذخائر نصوصها التي تصل إلى مئات الملايين من الكلمات، إلى علم الفلك وحساب مراصد الهائل ذي الأرقام "الفلكية". فالتفكير الإنساني يصبو الآن إلى تأسيس معرفة جديدة أكثر صلابة، تعين الإنسان على أن يعي عالمه على حقيقته ويواجهه تعتقد. وسبل أغوار هذا التعدد يحتاج إلى محاكاة ظواهر الواقع المعقدة، وهذه المحاكاة هي بطبيعتها كثيفة المحتوى.

١٢- الدافع الأمني

٢٧- لقد أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لجماعات متعددة فرص عرض خطاب يمكن أن يكون هداماً في كثير من جوانبه، تقافياً وأخلاقياً، اقتصادياً واجتماعياً. ولا يمكن التصدي لهذا الخطاب بدون محتوى تقافي يحاوره.

٢٨- ستواجه الثقافات التي لا صناعة محتوى لديها جيوشاً من الروبوتونات الخفية التي ستقتحم عليها مواقعها لتنتزف منها المعلومات، وتحلها وتتبادلها، وتعيد صياغتها، وتكيفها واستعمالها بطرق لا تخدم بالضرورة مصالح تلك الثقافات وأبنائهما.

٢٩- لقد أصبح الفرد في المجتمعات الحديثة ممثلاً بقواعد بيانات تسجل فيها بياناته الشخصية والصحية والتعليمية وغيرها. ولهذا آثاره الاجتماعية في أمور مثل خصوصية الفرد وأمنه وأمانه.

• تعلم لتكون: يتطلب تحقيق هذه الغاية إضفاء الطابع الشخصي على عملية التعلم، وسرعة إعداد الصغار، وتنمية ملحة الحكم على الأمور، وهذه كلها مطالب كثيفة المحتوى.

• تعلم لمشاركة الآخرين: يتطلب تحقيق هذه الغاية التخلص من نزعات التعصب والعنف، والتي لا سبيل إليه إلا بتوفير محتوى يوسع من أفق الفرد، ويسهل له التعرف على الحضارات المختلفة واكتشاف الآخرين.

٧- الدافع الإعلامي

٢١- لقد أحدث التطور المعلوماتي نقلة نوعية في مفهوم الإعلام ليصبح تواصلاً، أي حواراً إيجابياً ذا اتجاهين، لا مجرد إعلام سلبي أحادي الاتجاه من المرسل إلى المستقبل. إنه التواصل بمعناه الواسع، الذي لا يقتصر على إبلاغ الرسائل، بل يتجاوز ذلك إلى مهام عديدة لصناعة المحتوى، مثل التعليم والتعلم والترفيه واسترجاع المعلومات. ويشتمل أيضاً على التراسل عبر البريد الإلكتروني والتحاور والتسامر من خلال حلقات النقاش وعقد المؤتمرات عن بعد.

٢٢- وإطلاق حرية المتلقى في اختيار مادته الإعلامية وتقويتها استقبالها، ينتشر حالياً ما يعرف بنظام "الفيديو تحت الطلب video-on-demand". وفي ظل هذا التوجه، توشك المؤسسات الإعلامية أن تتحول إلى "مستودعات لمحتوى المعلومات"، يستدعي منها المتلقى ما يحتاجه ويفضله.

٢٣- من جانب آخر يمكن القول إن الإعلام يصبو نحو "التوسيع"، ونحو "التخصص" في آن واحد. فمؤسسات الإعلام لا تتوقف عن زيادة برامجها وموارد معلوماتها ومنافذ توزيعها، في الوقت نفسه الذي يتزايد فيه التوجه نحو الإعلام المتخصص narrow-casting. ويعني كل من التوسيع والتخصص مزيداً من المحتوى، كما وجودة.

٢٤- تتجه حالياً كافة تكنولوجيات الاتصالات صوب المنزل: الهاتف، والتلفزيون، والإإنترن特، والأقمار الصناعية، وبرامج الحاسوب، وألعاب الفيديو. ويتربّ على هذا التوجه نمو كبير لموقع التعليم والتعلم الذاتي عبر الإنترن特، وأجهزة الإعلام الأخرى، والتوسيع في البث الانقائي الموجة لفنت بعينها point-casting، وانتشار التلفزيون التقاعلي interactive TV الذي يربط مباشرة بين جهات الإرسال والمشاهدين. وغني عن القول إن كل هذه الخدمات المعلوماتية الموجهة للمنزل تتطلب محتوى متقدماً ومتنوعاً.

دال- الفرص المتاحة

- استغلال الاهتمام المتزايد الذي تبديه كثير من المنظمات غير الحكومية لحفظ التراث.
- استغلال الموجة الجديدة في البرمجيات التي تؤكد أن الأجيال القادمة للبرمجيات ستختلف اختلافاً جذرياً عن أجيالها السابقة، وهذه فرصة ذهبية أمام الدول النامية للحاق بالركب. وكذلك الحال بتكنولوجيا الواقع الخائلي وهي مازالت في بدايتها. حيث يتوقع الجميع أن يكون لهذه التكنولوجيا دور حاسم في التطبيقات التعليمية والإعلامية والإبداعية والعلمية.
- توظيف الإمكانيات المتاحة حالياً للتعاون بين الجامعات والقطاع الخاص في مجالات صناعة المحتوى، خاصة وأن إقامة الصلة بين الجهات البحثية وقطاعات الإنتاج والخدمات أصبحت أكثر يسراً في هذه الصناعة مقارنة بما كان عليه الحال في الصناعات التقليدية، حيث واجهت إقامة الصلة هذه مصاعب جمة نتيجة لاختلاف الكبير بين بيئة البحث الأكademie وبينية الإنتاج الصناعي، وهو الاختلاف الذي تتلاشى حدوده في تطبيقات المعلوماتية عموماً وتطبيقات صناعة المحتوى بوجه خاص.
- الاستفادة من تنامي التوجه المتعدد للتخصصات في ت.م.ص. بصفة عامة، وتكنولوجيا البرمجيات بصفة خاصة، وزيادة مساهمة علوم الإنسانيات في تطور المعلوماتية، ويمثل ذلك توجهها جذرياً يتيح للعرب أن يلحوظوا به من نقطة بداية متقدمة.
- الاستفادة من فرصة إغلاق بعض الدول لبعض مجالات البحث العلمية الحساسة أمام الطلبة الأجانب عموماً. وبالتحديد في مجالات بحوث عتاد الكمبيوتر وتكنولوجيا الإلكترونيات الدقيقة، وأمن نظم المعلومات، والاستشعار عن بعد، ومعالجة الصور وتمييز الأنماط، وهذا ما يعطي فرصة للجامعات العربية لتساهم في تنمية القدرات الذاتية، خاصة في مجال البرمجيات، التي تعتمد أساساً على الأفكار، ولا تحتاج إلى بنى تحتية باهظة التكاليف نسبياً.
- الاستفادة من الاهتمام الشديد الذي يوليه العالم حالياً للتوعي الثقافي. وقد بُرِزَ ذلك بوضوح في جدول أعمال القمة العالمية لمجتمع المعلومات. وقد قامت منظمة اليونسكو بعدة فعاليات في مجال تعدد اللغات معلوماتياً، ولكن الحضور العربي غاب عنها!
- الاستفادة من إمكانات الماجامع العربية ووضع إطار جديد للمهام المنوطة بها من منظور صناعة المحتوى العربية.
- استغلال الاهتمام الذي توليه شركات البرمجيات العالمية حالياً بالسوق العربية في إقامة مشاريع مشتركة بينها وبين شركات التطوير والبحوث
- الاستفادة من الجهود المبذولة حالياً من قبل البلدان العربية استعداداً لقمة العالمية لمجتمع المعلومات في بلورة موقف عربي موحد، أو شبه موحد، واستكمال المبادرات المطروحة في هذا الشأن لوضع استراتيجية عربية تقسم بالواقعية والرؤية المستقبلية، وإعطاء دفعه قوية لتنمية العالم العربي معلوماتياً بحلول الدورة الثانية لقمة العالمية التي ستعقد في تونس عام ٢٠٠٥.
- استثمار اهتمام كثير من القيادات السياسية العربية بأمور التنمية المعلوماتية في توفير الموارد الازمة لتنمية صناعة المحتوى .
- تفعيل خطة عمل النهوض بالتصنيع التقافي التي اعتمدتها الدورة الثانية عشر لمؤتمر الوزراء المسؤولين عن الشؤون الثقافية في الوطن العربي . وقد تضمنت الخطة المقترحة العديد من التوصيات والمقترحات لزيادة إنتاجية صناعة المحتوى العربية.
- الاستفادة من حصاد الدراسات الاستراتيجية في مجال التنمية المعلوماتية التي قامت بها المنظمات الدولية والإقليمية.
- توظيف التوجه التقافي الاجتماعي المتمامي للمعلوماتية في تنمية الطلب على المحتوى المحلي وفي تقييم صناعة البرمجيات العربية حيث سيعجز المنتج المستورد عن تلبية المطالب المحلية.
- الاستفادة من المتاحف ومراسيم التوثيق القومية والمكتبات، باعتبارها مراكز للترويج لتطبيقات صناعة المحتوى، وذلك باستخدام وسائل النشر الإلكتروني الفاعلي، وإتاحة المعلومات العلمية والتلفزيونية وصنوف المعلومات الأخرى عبر شبكات مراكز الأرشفة والمتاحف والمكتبات.
- استغلال التوجهات الحالية لإتاحة الإنترنـت، مجاناً أو مقابل رسم زهيد، لتنمية الطلب على خدمات المعلومات.
- الاستفادة من فرصة إدخال الحاسوب والإنترنـت في المدارس العربية الذي سيقود إلى تنمية المهارات الأساسية في البحث عن المعلومات.
- استغلال التوسيع الجاري في إقامة المعارض الإقليمية، وما حققه ذلك من نجاح كبير في اجتذاب فئات عديدة من المستهلكين.

- المعلوماتي over-information، والاهتمام الشديد بالتعديدية القافية الذي تحتل فيه اللغة موقع الصدارة.
- الاستفادة مما تبديه البنوك الإسلامية من استعداد لتمويل مشاريع ت.م.ص متعلقة بالتراث العربي والديني.
- الاستفادة من بعض التجارب الناجحة في مزج الفنون العربية مع الفنون الأجنبية في مجال العمارة والموسيقى والزخرفة والغناء.
- استغلال موجة التنوع اللغوي لتحسين عضوية اللغة العربية في نادي المعلومات العالمي.
- الاستفادة مما تتيحه الشبكات العالمية ومن المحتوى المتاح فيها وتمكن المواطن العربي من الانتفاع منه.
- الاستفادة من برامج التعاون الدولي والدخول في علاقات تعاون متعددة الأطراف تغنى المحتوى العربي وتفتح التجربة العربية على التجارب الأخرى والاستفادة من كل ما تقدمه من دعم لصناعة المحتوى العربية.

ثانياً - المبادرة

ألف - المنطقات

٣١- نظراً للارتباط الوثيق بين المحتوى واللغة والثقافة والتنمية الاجتماعية والاقتصادية، وهو الأمر الذي يفرض إقامة صناعة للمحتوى قادرة على المنافسة وقابلة للتوزع والاستمرارية، فإن هذا يعني بالضرورة إقامة تكثيل عربي في صناعة المحتوى. وهذا يتطلب تمحور الاستراتيجيات العربية حول أمور الثقافة والتنمية الاجتماعية والاقتصادية التي يمكن أن توفر مساحة للتحرك العربي الجماعي في الظروف الراهنة أكثر فعالية وأقل حساسية من المجال السياسي. ولا يعني ذلك عدم إدراك مدى ارتباط التنمية المعلوماتية بالأوضاع السياسية. فيما يلي المنطقات الرئيسية لهذا التحرك:

١- تبني توجه اقتصادي يسمح بالوصول إلى اقتصاد المعرفة لا يعتمد على عائدات المصادر الطبيعية أساساً.

٢- التمركز حول المحتوى content-centric في استراتيجيات التنمية المعلوماتية للعالم العربي: الإقليمية والقطبية والقطاعية.

٣- توازي بناء البنى الأساسية والقدرات مع إقامة العناصر الأخرى لصناعة المحتوى، وضرورة إدراك أن التكثيل العربي لإقامة صناعة المحتوى لا يتطلب التنسيق والتوحيد والمشاركة في الموارد على

العربية، خاصة وأن هناك كفاءات عربية متميزة تعمل في هذه الشركات.

الاستفادة مما توفره تكنولوجيا قواعد النصوص الكاملة من فرص عديدة لتوثيق استخدامات اللغة العربية ولبناء ذخائر النصوص textual corpora. ويمثل ذلك مقومات لا غنى عنها لبناء قواعد البيانات المعجمية وتصميم نظم معالجة اللغة العربية آلياً وتطبيقاتها، علاوة على دعم الجهود في مجال تعليم المصطلحات واستخدامها.

الاستفادة من تجربتي السينما المغربية والسينما الإيرانية وما حققته من نجاح عالمي في إبداع إنتاج سينمائي قليل الكلفة. والاستفادة كذلك من الإمكانيات المتاحة بمدينتي الإنتاج الإعلامي في دبي ومصر لإنتاج برامج تليفزيونية مشتركة. واعتماد توجه برامج تليفزيونية غير كثيفة التكنولوجيا^٦ والتي أثبتت نجاحها في كثير من البلدان.

استثمار ما أظهره الشباب العربي، خاصة في الدول الخليجية، من حماس شديد للدخول في مجالات المعلوماتية الحديثة. فالتنوع الديموغرافي الراهن يعمل لصالح الوطن العربي^٧، شريطة أن يحسن استغلال هذه الموارد البشرية عن طريق إعادة التأهيل والتجابب الواقعية والدينامي مع مطالب سوق العمل.

الاستفادة من تقلص دور الحكومة في الساحة الاقتصادية في الدول المنضمة لاتفاقية العادات Gatt، التي تشرط خصخصة معظم المجالات الاقتصادية وتحريرها مما يسمح بمزيد من الفرص لمساهمة القطاع الخاص في جهود التنمية المعلوماتية.

الاستفادة من النشاط الذي يديه القطاع الخاص العربي والمنظمات الأهلية في التنمية المعلوماتية.^٨

البناء على المبادرات المشجعة لإقامة تجمعات تكنولوجية متخصصة في ت.م.ص (كمدينة دبي للإنترنت، والقرية الذكية في مصر، ومدينة الإنترت في الأردن وغيرها). يمكن أن تساهم هذه التجمعات في القيام بمنماذج أولية prototypes تمهيداً لطرحها على القطاع الخاص.

استغلال الفرص العديدة للاستثمار في مجالات معالجة اللغة العربية آلياً نظراً لظاهرة الإفراط

(٦) مثل على ذلك ما حققه البرنامج الأمريكي الشهير "minutes" (٦٠ دقيقة) الذي يعتمد أساساً على الحوار، وإعادة استخدام مواد الأرشيف.

(٧) ٤٣ % أقل من ١٤ سنة

(٨) مثل المبادرة المعروفة باسم المبادرة الرقمية العربية Arab Digital Initiative (ADI) المزعـم الإعلـان عنها في دـبي في شـرين الأولـ/أكتـوبر ٢٠٠٣، التي قـامت بها إدارة تـكنـولوجـيا المـعلومات TIT في الـاتـحاد الـدـولـي للـاتـصالـات

باء- الأهداف

-٣٢ يتضح مما سبق مدى أهمية إقامة صناعة عربية للمحتوى، ومدى تعدد الجوانب المتعلقة بتحقيق هذه المهمة الحيوية التي سيتوقف عليها مصير تنمية المجتمعات العربية معلوماتياً، والتي تتطلب أولاً تكتلاً عربياً يجب أن يتكافئ الجميع لحشده وتفعيله. وغنى عن القول إن هذا المعنى هو صعب التحقيق إذا لم يؤخذ بالاعتبار الوضع العربي الراهن بكل ما ينطوي عليه من عوائق. لذا لا بد من القيام بخطة إجرائية انتقالية تمهد الطريق لما سيتلتها من مهام عديدة لإرساء هذا التكتل، وهذا هو الدافع الرئيسي وراء "مبادرة المحتوى العربية" (م.م.ع) Arab Content Initiative (ACI) التي تهدف تحديداً إلى الآتي:

الهدف الأول: تطوير صناعة المحتوى العربية لتتمتع بالميزات الازمة للاستمرار والمنافسة.

الهدف الثاني: تحديد استراتيجية عربية لصناعة المحتوى ووضع خطة إجرائية تتضمن عدة مشاريع عربية مشتركة لصناعة المحتوى ودعم تنفيذها في إطار القمة العالمية لمجتمع المعلومات.

جيم- الإطار العام

-٣٣ يلخص الشكل ١ الإطار العام للمبادرة المقترحة والمهام الرئيسية التي يتعين إنجازها.

-٣٤ اعتمدت المبادرة على ما جاء في مجموعة من الإعلانات والتقارير، منها:

- إعلان أهداف الألفية الصادر عن منظمة الأمم المتحدة.

- إعلان بيروت الصادر عن مؤتمر غربي آسيا التحضيري للقمة العلمية لمجتمع المعلومات الذي نظمته الإسكوا (٦-٤ شباط/فبراير ٢٠٠٣).

- التقرير النهائي لاجتماع الخبراء الذي نظمته الإسكوا بخصوص "تعزيز المحتوى الرقمي العربي" (٣ - ٦ حزيران/يونيو ٢٠٠٣).

- مجموعة القرارات التي تبنتها اجتماعات الوزراء العرب المختصين بشؤون التربية والإعلام والثقافة والاتصالات.

- التقارير الصادرة عن الاجتماعات التحضيرية للقمة العالمية لمجتمع المعلومات والتقارير التمهيدية لهذه القمة التي ستعقد في جنيف في كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠٣.

صعيد المحتوى فحسب، بل على صعيد البني الأساسية والقدرات أيضاً.

-٤ ضرورة تبني نظرة أشمل للمحتوى تتجاوز المعلومات الرقمية والنصية لتشمل جميع أسواق المحتوى الأخرى.

-٥ مواكبة النقلة النوعية لجيل الإنترنت الثاني المتمثل في السعة العالية لتبادل البيانات، والاندماج الوسيك بين الإنترن特 والتليفزيون والجيل الثالث للهواتف النقالة.

-٦ الاستغلال الأكبر لموجة البرمجيات الثانية، ولموضوع معالجة اللغة العربية آلياً باعتبارهما ركيزان للتكلل العربي على صعيد المحتوى.

-٧ التركيز في تطبيقات صناعة المحتوى على البرمجيات التعليمية والإعلامية والثقافية الترفيهية، دون إهمال الجوانب الأخرى المتعلقة بالمحتوى المطلوب للحكومة الإلكترونية وقطاع الأعمال الإلكتروني والخدمات الصحية الإلكترونية.

-٨ التحرك في إطار استراتيجية واضحة وواعية لاستفادة من التفوق المعلوماتي الخارجي. ومن أهم المقومات الازمة لوضع هذه الاستراتيجية هو الرصد العميق والمستمر لصناعة المحتوى الخارجية: إعلامياً وتعليمياً ولغوياً، وتراثياً وإبداعياً.

-٩ المساهمة الفعالة في الحركة العالمية المتضادة للتوعي الثقافي عموماً، والتتنوع اللغوي بصفة خاصة. وهو ما يعني في أبسط أشكاله توجيه اهتمام خاص إلى الأقليات في العالم العربي.

-١٠ التخطيط لصناعة المحتوى على أساس ثلاثة مجالات تسويقية أساسية هي: العالم العربي، والدول الإسلامية، وعرب ومسلمي المهاجر في دول الشتات. ويطلب ذلك الاهتمام بتكنولوجيا تعدد اللغات، وجهود الترجمة الآلية من العربية إلى اللغات الأخرى الشائعة استخدامها في الدول الإسلامية ودول الشتات.

-١١ ضرورة أن تراعي الاستراتيجية العربية التفاوت في مستوى التنمية الاجتماعية ومستويات الدخل في الدول العربية، والنظر إلى التنوع الثقافي العربي باعتباره مورداً هاماً لصناعة المحتوى.

بوضعها منظمات الجامعة العربية، وتشمل المجالات الآتية تحديداً:

- تنمية الثقافة العربية،
- استراتيجية الإعلام العربي،
- استراتيجية التربية العربية،
- استراتيجية الاتصالات.

وجميع هذه الاستراتيجيات أقرت من قبل المؤتمرات الدورية التي تعقد للوزراء العرب المختصين.

٤١- تهدف هذه المهمة إلى بلورة هذه الاستراتيجيات القطرية والقطاعية واستيعاب المبادرات العربية المختلفة في بلورة استراتيجية صناعة محتوى موحدة على مستوى الوطن العربي، وإزالة موانع التداخل، ودمج العناصر التي تضمن الفاعلية والتسيير والمشاركة في الموارد، إضافة إلى إدراجه آثار هذه الاستراتيجية الإقليمية على الاستراتيجيات القطرية الموضوعة بالفعل، أو الجاري إعدادها.

٤٢- تشتمل المهمة أيضاً على رسم مجموعة من الاستراتيجيات القطاعية بناء على الاستراتيجية الشاملة لصناعة المحتوى، وهي:

- استراتيجية تنمية الموارد البشرية لصناعة المحتوى،
- استراتيجية شبكة الاتصالات المدعمة لصناعة المحتوى،
- استراتيجية البحث والتطوير المساندة لصناعة المحتوى،
- استراتيجية توفير مصادر التمويل لمشاريع صناعة المحتوى وإرساء البنية التحتية اللازمة لها.

٤٣- سيعتمد وضع الاستراتيجية العربية لصناعة المحتوى على دراسة مستفيضة للتوجهات المستقبلية لتقنيات صناعة المحتوى، ومغزى هذه التوجهات عربياً. وسيستعين واضعوها بخبرات الدول الأخرى، ودراسة العوامل التي أدت إلى نجاح المشاريع العربية المشتركة، وكذلك الأسباب التي أدت إلى إجهاض بعضها.

٢- وضع خطة إجرائية لدفع صناعة المحتوى العربية

٤٤- تتوسعاً للمبادرة الراهنة تضع إسکوا خطة خمسية من مرحلتين لتنمية صناعة المحتوى العربي، وتحتار إسکوا مجموعة من الأطر العربية المؤهلة لتعاونها

دال- المهام

٣٥- يمكن تحديد أربع مهام رئيسية لهذه المبادرة على النحو الآتي:

- صياغة استراتيجية عربية لصناعة المحتوى،
- وضع خطة إجرائية لدفع صناعة المحتوى العربية وتحديد المشاريع الاستراتيجية وترتيب أولوياتها،
- الحصول على مساندة المنظمات الدولية والإقليمية لتمويل تنفيذ الخطة والمشاريع الاستراتيجية،
- إلقاء بعض المشاريع الاستراتيجية لصناعة المحتوى.

٣٦- تترافق مع هذه المهام مجموعة من المهام المساعدة على تنفيذ المهام السابقة، وهي:

- تكوين منتدى لرواد المحتوى العربي،
- القيام بحملة ترويج وتوعية لأهمية مسألة المحتوى وصناعة المحتوى العربية،
- حصر الموارد العربية ذات الصلة بالمحتوى،
- حصر مصادر التمويل.

٣٧- تقوم الأمانة التنفيذية للإسكوا بإدارة مجموعة المهام الواردة في هذه المبادرة و تستعين الإسكوا في عملها بالمنظمات المختلفة للأمم المتحدة والمنظمات الإقليمية والخبراء والمستشارين بحسب طبيعة المهام التي تتطلبها هذه المبادرة.

٣٨- وقع على عاتق الأمانة التنفيذية للإسكوا مهمة التنسيق بين مختلف الأطراف ذات المصلحة في صناعة المحتوى. وكذلك التنسيق بين مختلف فرق العمل العالمية على تنفيذ هذه المبادرة.

وفيما يلي نبذة مختصرة عن كل مهمة:

١- صياغة استراتيجية عربية لصناعة المحتوى

٣٩- تستثمر هذه المهمة حصاد الجهود التي بذلت في السابق لوضع استراتيجية للتنمية المعلوماتية في الوطن العربي. ويشتمل هذا الحصاد على مجموعة من الدراسات من ضمنها الدراسات الخاصة بسمات مجتمع المعلومات في دول إسکوا، التي وضعت وفقاً لنطء موحد حدده الإسكوا، وكذلك قاعدة بيانات المؤشرات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي طورتها الإسكوا.

٤٠- إضافة إلى ما سبق، هناك عدة استراتيجيات قطاعية متحورة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قامت

- ٤٩- الاستفادة من المنظمات الدولية التي تمثل مصدراً ثرياً للمعرفة والخبرة في المجالات المختلفة لصناعة المحتوى مثل اليونسكو وغيرها.
- ٤٠- إلقاء بعض المشاريع الاستراتيجية: مشروع **الموجة الثانية لمعالجة اللغة العربية آلياً**
- ٤١- تتمثل معالجة اللغة العربية آلياً أهم مقومات البنية التحتية لصناعة المحتوى وذلك للأسباب الرئيسية الآتية:
- الأزمة الحالية التي تعانيها تكنولوجيا البرمجيات وتجهتها الحالي نحو البرمجيات الذكية.
 - الحاجة الماسة لمعالجة عميقة للنصوص العربية.
 - النقلة النوعية لـ "الوب الدلالي semantic web".
 - التوجه التقافي المتامى لتكنولوجيا صناعة المعلومات.
 - معالجة اللغة العربية آلياً على قائمة الفرص النادرة لمساهمة عربية جادة علمياً وتكنولوجيا.
 - ارتفاع كافة البرمجيات التعليمية التي أصبحت كثيفة التكنولوجيا؛ خاصة في التكنولوجيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي.
 - أخيراً وليس آخرأ، فإن أزمة اللغة العربية هي أزمة الأزمات. فهي كامنة وراء أزمات الفكر العربي، والتعليم العربي، والإعلام العربي، والإبداع العربي، وقصور الحوار مع الذات ومع الآخر.
- ٤٢- تشتمل مهمة إطلاق مشروع الموجة الثانية لمعالجة اللغة العربية آلياً على المهام الآتية:
- تحديد التفاصيل الفنية لخطة العمل في المشروع.
 - تفريغ الخطة إلى مشاريع بحوث وتطوير توضع بنودها المرجعية بحيث تشمل قوائم المنجزات deliverables وشروطها.
 - توفير مصادر التمويل.
 - اقتاء المعالجات اللغوية ووسائل التطوير والاختيار اللغوية والمعجمية على أن تكون متعددة اللغات بحيث يمكن تطبيقها على اللغة العربية واللغات الأجنبية.
- ٤٣- توزع البحث على مراكز البحث ومؤسسات التطوير العربية بإشراف منسق من الإسكوا.
- ٤٤- إدراج المبادرة في برامج التعاون بين الدول العربية والدول غير العربية.
- ٤٥- تشمل هذه الخطة تنفيذ عدد محدد من المشاريع الحيوية. ولبدء هذا العمل قامت لجنة الخبراء العرب في اجتماعها بطرح قائمة أولية ببعض المشاريع العربية المقترحة يمكن وضعها ضمن المحاور الآتية:
- شبكة تضم مراكز بحوث تكنولوجيا اللغات العالمية خاصة في مجال معالجة اللغة العربية.
 - حاضنة تكنولوجية إقليمية لصناعة المحتوى.
 - مركز إقليمي للتعلم عن بعد ولأبحاث وتطوير التعلم عن بعد والتعليم الإلكتروني.
 - مركز إقليمي لتطوير التطبيقات الحاسوبية مثل الحكومة والأعمال الإلكترونية وغيرها.
 - شبكات إقليمية متخصصة مثل شبكات الجامعات والمدارس وغيرها.
- ٤٦- يضع المسؤولون عن إعداد الخطة الإجرائية عدة معايير لتحديد أولويات التنفيذ واختيار مراكز البحث ومؤسسات التطوير العربية التي سيوكل لها تنفيذ هذه المشاريع. ويتضمن هذا أيضاً اختيار هيئة عربية للقيام بالتنسيق، وترسيخ مبدأ المشاركة في الموارد ومتابعة تقدم تنفيذ المشاريع وفقاً لمؤشرات لقياس التقدم benchmarking.
- ٣- الحصول على مساندة المنظمات الدولية والإقليمية**
- ٤٧- لا بد أن تتناغم مبادرة المحتوى العربي مع التوجهات العالمية في إقامة مجتمع المعلومات عموماً، وصناعة المحتوى بصفة خاصة، وذلك بغية الحصول على مساندة المنظمات الدولية والإقليمية. وتأتي المنظمات العربية على رأس قائمة هذه المنظمات بهدف الحصول على الدعم السياسي وزيادة حجم الموارد التي تخصصها المنظمات العربية في الأنشطة ذات الصلة بصناعة المحتوى. وكذلك الطلب من الهيئات الدولية تقديم الدعم السياسي والفنى والمادى لهذه المبادرة وخاصة الأمم المتحدة ممثلة بمنظماتها المختلفة وكذلك الاتحاد الدولي للاتصالات والبنك الدولى والاتحاد الأوروبي وغيرها من المنظمات الدولية.
- ٤٨- تشمل صنوف المساندة المنشودة على سبيل المثال لا الحصر على:
- دراسات الخبراء.
 - الدعم المادى والفنى.
 - إدراج المبادرة في برامج التعاون بين الحكومات.

-٥٨ إنشاء موقع بوابة portal خدمات معلومات لدعم أنشطة م.ر.م.ع بقدم الخدمات الآتية:

- قاعدة بيانات العاملين في صناعة المحتوى العربية مقرونة بالسلع والخدمات التي يقدمونها، قائمة بالمشاريع الجارية والمرقبة، حلقات نقاش لتبادل الدروس المستفادة،
- مصادر نشر التوعية وتدريب فنيين في صناعة المحتوى،
- مصادر اقتاء المحتوى المحلي مقرونة بمعلومات عن كيفية الحصول عليها وبيان التطبيقات المستخدمة لها،
- الإجراءات المطلوبة لإنشاء الشركات الصغيرة والمتوسطة،
- مصادر التمويل المختلفة لصناعة المحتوى،
- قوائم بأسماء الخبراء على مستوى الوطن العربي في المجالات المختلفة لصناعة المحتوى.

-٥٩ يمكن الاستفادة في إقامة هذا الموقع من خبرة الاتحاد الأوروبي في إنشاء الشبكة المعروفة باسم INFO2000 MIDAS NET.

٦- القيام بحملة ترويج وتوعية

-٦٠ تهدف الحملة إلى بيان دور المحتوى العربي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية وتوضيح مخاطر غياب صناعة محتوى عربية وإلى تجنيد كل المنظمات والمؤسسات والهيئات للمساهمة في بناء هذه الصناعة وإلى قيام كل منها بالدور المطلوب

-٦١ استغلال نتائج اجتماع لجنة الخبراء الذي عقدته الإسکوا في المدة ٣ - ٦ حزيران/يونيو ٢٠٠٣ لدراسة الجوانب المختلفة لتعزيز المحتوى الرقمي العربي ومجموعة الدراسات التي قامت بها الإسکوا ومنظمات الأمم المتحدة ذات العلاقة ببناء مجتمع المعلومات باعتبارها أساساً للقيام بحملة توعية شاملة للفئات المختلفة الآتية:

- القيادات السياسية
- قادة الرأي
- المجالس التشريعية
- القيادات الاقتصادية
- القيادات الإعلامية
- القيادات التربوية
- قيادات قطاع الإنتاج
- رجال الأعمال

-٥٧ تكوين منتدى لرواد المحتوى العربي (م.ر.م.ع)

-٥٣ نظراً للتوع الشديد في مجالات صناعة المحتوى فمن الضروري تكوين منتدى لرواد المحتوى يتألف أعضاؤه من الأطر المؤثرة في المحتوى وصناعته ومن الأطر العربية ذات الдинامية والقدرة على إحداث التغيير، والذين يمثلون مجموعة من القطاعات والهيئات والمؤسسات مثل:

- مؤسسات النشر الورقي والنشر الإلكتروني،
- مؤسسات الإعلام،
- مؤسسات التسجيل المرئي والموسيقي،
- المتاحف،
- مراكز المعلومات وقواعد البيانات والأرشفة الإلكترونية ،
- مؤسسات مرافق تقديم خدمات المعلومات،
- المكتبات ومرافق التوثيق،
- شركات ومرافق تطوير البرمجيات،
- مراكز بحوث وتطوير معالجة اللغة العربية.

-٤٥ يضم م.ر.م.ع أيضاً ممثلي من جهات مساندة مثل:

- الهيئات الحكومية ذات الصلة بصناعة المحتوى، مثل هيئات الاستثمار، وهيئات وضع السياسات العلمية والتكنولوجية، وهيئات الرقابة على المصنفات الفنية، وما شابه ذلك،
- الجمعيات المهنية والعلمية،
- البنوك، ومؤسسات الاستثمار وصناديق التنمية،
- المنظمات غير الحكومية.
- المجتمع العربي.

-٥٥ يساهم م.ر.م.ع بالمهام الرئيسية الآتية:

- صياغة رؤية موحدة بين فروع صناعة المحتوى المختلفة.
- المساهمة في نشر توعية المحتوى في القطاعات المختلفة.
- تبادل الدروس المستفادة والحالات الناجحة.
- المساهمة في تدريب فنيين في صناعة المحتوى.

-٥٦ تكوين مجموعات عمل خاصة بكل بلد عربي تساعد في عمليات التوعية وعمليات حصر الموارد ومصادر التمويل.

-٥٧ اختيار لجنة توجيه steering committee من أعضاء م.ر.م.ع تقوم بمتابعة تطور العمل وتقدم المشورة لإدارة المشروع في الإسکوا.

- في هذه المبادرة وكذلك مشروعات التطوير عموماً، ويقصد بها ثلاثة:
- مشاريع إثبات جدوى الفكرة عمليا pilot projects
 - مشاريع إقامة النماذج الأولية prototype
 - مشاريع تحويل النماذج الأولية إلى منتجات مكتملة.
- ٦٨- تشتمل هذه المهمة على حصر مصادر التمويل العربية والخارجية، والمساهمات الشخصية. وأساليب الإنفاق وغير ذلك.
- ٦٩- تقييم مدى استعداد مصادر التمويل على الاستثمار على أساس رأس المال المبادر، وتقييم خبراتها السابقة في تمويل مشاريع التكنولوجيا المتقدمة.
- ٧٠- تشتمل هذه المهمة أيضاً على تنمية الأطر العربية القادرة على إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية لمشاريع صناعة المحتوى وإعداد هياكل نمطية ل TYPES المشاريع المختلفة لها.
- #### هاء- المخرجات
- ٧١- سيؤدي العمل في هذه المبادرة إلى تحقيق مخرجات عديدة من أهمها:
- وضع استراتيجية صناعة محتوى عربية
 - وضع استراتيجيات قطاعية:
 - استراتيجية تنمية الموارد البشرية لصناعة المحتوى،
 - استراتيجية شبكة الاتصالات المدعمة لصناعة المحتوى،
 - استراتيجية البحث والتطوير المساندة لصناعة المحتوى،
 - استراتيجية توفير مصادر التمويل لمشاريع صناعة المحتوى وإرساء البنى التحتية اللازمة لها.
 - وضع خطة إجرائية لتنفيذ الاستراتيجية المساهمة في إقامة بيئة محفزة للتشييف صناعة المحتوى العربي تتضمن:
 - دراسات خاصة بموارد صناعة المحتوى وبمصادر التمويل؛
 - قاعدة معطيات بأهم المشاريع الرائدة في العالم العربي؛
 - إطلاق مشروع الموجة الثانية في معالجة اللغة العربية؛
 - إقامة شبكة من أصحاب المصلحة بصناعة المحتوى العربية.
- النقابات المهنية -
القيادات الأكademie والبحثية -
المجالس المحلية -
المنظمات الأهلية -
المنظمات المجتمعية -
الهيئات التنظيمية -
- ٦٢- يستفاد في المساهمة في هذه الحملة من جميع وسائل الإعلام العربية الرسمية وغير الرسمية.
- ٦٣- سيراعى في تصميم عملية التوعية ارتباطها بالواقع المحلي، وابعداها عن الإبهار التكنولوجي وتقديمها بصورة متوازنة لتقنيات صناعة المحتوى تشتمل على جوانبها السياسية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة.
- #### ٧- حصر وتوجيه الموارد العربية
- ٦٤- يجب حصر الموارد العربية باعتبار ذلك خطوة تمهدية لوضع استراتيجية صناعة محتوى. تشمل عملية الحصر مثلاً على:
- مراكز البحث والتطوير.
 - أصحاب المصلحة في كل بلد عربي.
 - شركات تطوير البرمجيات.
 - مرافق المعلومات.
 - مراكز التمويل.
 - المشاريع الجارية والمرتقبة.
 - مؤسسات التعليم الرسمي وغير الرسمي واللارسمي.
 - مؤسسات المجتمع المدني ذات الصلة بصناعة المحتوى.
 - موارد المعلومات الخاصة اللازمة للتطبيقات المختلفة لصناعة المحتوى.
- ٦٥- يستفاد من معلومات حصر الموارد في رسم استراتيجية صناعة المحتوى العربية وفي رسم استراتيجية تنمية هذه الموارد وفي الربط بين الموارد والمشاريع العربية المشتركة المقترنة وكيفية الاستفادة من هذه الموارد في تحقيق المهام الأخرى التي تضمنها الإطار العام لـ: م.م.ع.
- ٦٦- وضع آلية عملية لتحقيق مبدأ المشاركة في الموارد ومداومة حصرها وتوجيهها.
- #### ٨- حصر وتنمية مصادر التمويل
- ٦٧- الهدف هو البحث عن مصادر التمويل التي تغطي المراحل المترددة لتنفيذ المشروعات الاستراتيجية الواردة





