

The Digital Content Divide

It has been largely acknowledged that the Internet is a viable means for supporting socioeconomic development. The Internet has become the most comprehensive repository of knowledge and a resource providing communities with all sorts of tools to improve the quality of life. However, the digital content divide remains a major impediment hindering the access of communities in the Arab region to the full value of the Internet. The limited availability of digital content in Arabic, which only represents 2 per cent of the global digital content, constitutes a language barrier that should be crossed to contribute in bridging the digital content divide and increase the number of Internet users in the Arab world.

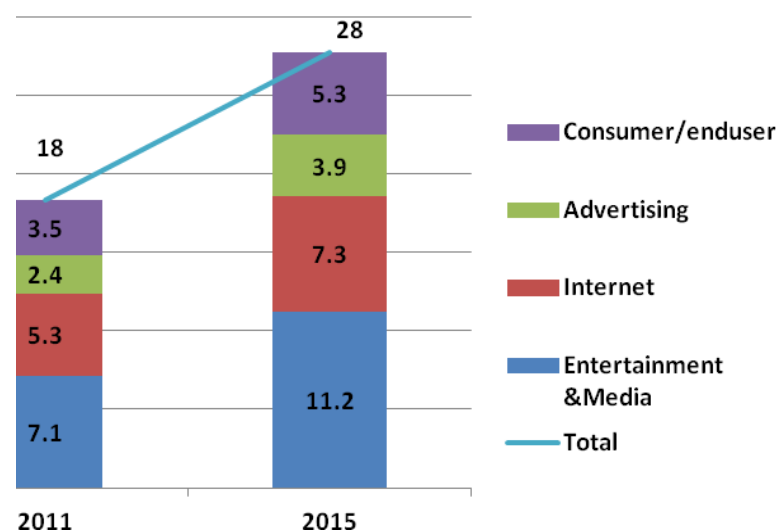
What is Digital Arabic Content?

Digital Arabic Content (DAC) is any content in Arabic presented in a digital form on the Internet or on CDs, DVDs and other digital formats. It includes websites, portals, e-services, and audio and video content. It also includes software, databases and open-source products supporting Arabic language functionalities and tools, such as Arabized software interfaces for word processing, Arabic language processing in speech and character recognition programmes, and search and translation engines.

The Digital Arabic Content Industry

The DAC industry offers extensive opportunities of success with more than 300 million Arabic speakers in the region, augmented by Arabic-speaking emigrants worldwide, who ensure a large market for DAC products and applications. According to the International Telecommunications Union, the number of Internet users in the Arab region represents 38 per cent of the total population in 2013.

Market Estimates for DAC (billions of US\$)



Source: ESCWA, 2012, *Status of the Digital Arabic Content Industry in the Arab Region* (E/ESCWA/ICTD/2012/Technical Paper.4).

The Economic and Social Commission for Western Asia and the Digital Arabic Content

The Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) realized the importance of DAC as one of the main pillars for building a knowledge-based economy and providing investment opportunities in the field of Information and Communications Technology in the Arab region since 2013. Accordingly, ESCWA launched the regional “Digital Arabic Content Initiative” which led to a series of activities, including two studies: *Enhancing Arabic Content on Digital Networks*, published in 2003 and *Digital Arabic Content: Opportunities, Priorities and Strategies*, published in 2005.



ESCWA Activities Supporting the Digital Arabic Content Industry

A major project was implemented between 2007 and 2009 on the **Promotion of the Digital Arabic Content Industry through Incubation**. This initiative included organizing awareness campaigns on the importance of DAC, launching national competitions to select the best DAC proposals and publishing three studies: *A Survey on Digital Arabic Content: Software, Applications and Needs Assessment*; *Models for Business Plans, Marketing and Multi-Stakeholder Partnerships for the Digital Arabic Content Industry*; and *Hardware and Software Incubation Requirements and Training Needs*.

ESCWA also recently published two studies: the *Status of the Digital Arabic Content Industry in the Arab Region* and *New Business Models for Digital Arabic Content*, within the second phase of the DAC industry initiative.

<http://isper.escwa.un.org/FocusAreas/DigitalArabicContent/tabid/260/language/en-US/Default.aspx>

The 2013 Digital Arabic Content Competition

As part of the second phase of the project on the Promotion of the Digital Arabic Content Industry through Incubation, the 2013 DAC Competition will unlock the potential of entrepreneurs and university graduates who aspire to build novel DAC applications and products. Attention will be given to new trends and technologies. The winners will be granted an incubation period of up to 12 months with partner business incubators who will provide them with coaching, business advice, office facilities and guidance to establish a competitive start-up company.

Business Models for the Digital Arabic Content Industry

The advertising model - This model is just an extension of the conventional advertising model of the media industry. In this framework, the website is the broadcaster and the digital content provided is the material that is supported by the various advertising approaches.

The manufacturer model - The original manufacturer model is one that uses the Internet for direct sales. It is also known as the ‘direct model’. Examples: Dell or Sony.

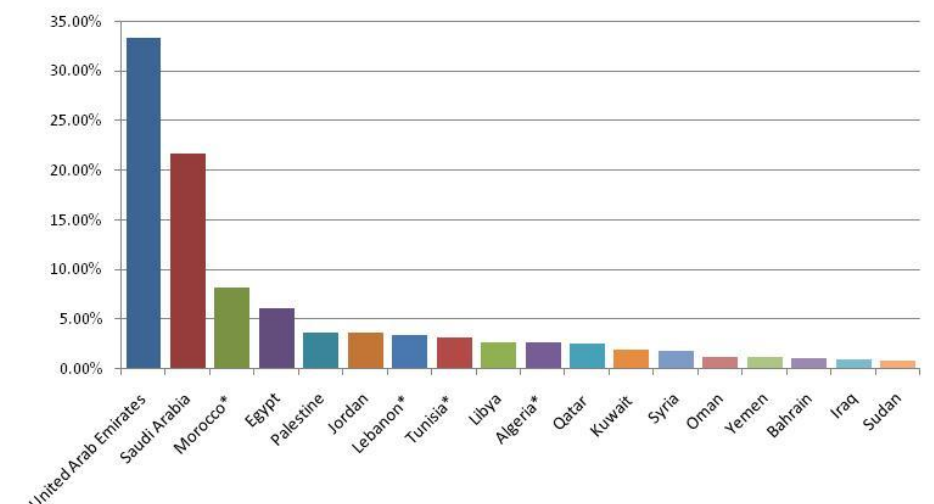
The subscription model - This model is applicable only for premium content that is not accessible by other means. Examples: Salesforce, Hulu or Pandora.

There are many other business models for the DAC industry, such as the **brokerage, infomediary, merchant, affiliate, community, utility and venture capital fast-growth** models.

Digital Content in the Arab World

ARAB COUNTRIES BY SHARE OF WEBPAGES (Q3/2012)
% of Arabic & English Web Pages from Total Arabic & English Pages in the Region

حصّة البلدان العربية من صفحات الإنترنت (الربع الثالث 2012)
نسبة صفحات الإنترنت باللغتين العربية والإنجليزية من مجمل عدد الصفحات إقليمياً



* The share of the country in web pages would have been higher if French content was included.

* لم يتم احتساب الصفحات الفرنسية لهذه البلدان، وإلا لكانت نسبتها أعلى.

Source: Madar Research & Development, 2012, *Arab ICT Use and Social Networks Adoption Report*, available from <http://www.madarresearch.com/>.

E/ESCWA/ICTD/2013/Brochure.1

فجوة المحتوى الرقمي العربي

أصبحت شبكة الإنترنت في عصرنا هذا وسيلة فاعلة في دعم عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية. فقد توسعت شبكة الإنترنت وتعددت استخداماتها حتى أصبحت المستودع الأشمل للمعرفة والمعلومات، وأحد أهم الموارد لتوفير الأدوات التي تساهم في تحسين نوعية حياة المجتمع. ومع ذلك، لا تزال الفجوة الرقمية تشكل عقبة رئيسية تحول دون استثمار الإمكانيات الفعلية التي تكتنزها شبكة الإنترنت في المنطقة العربية. ويعتبر ضعف المحتوى الرقمي العربي، والذي يقدر بحوالي 2 في المائة من مجموع المحتوى على الإنترنت، أهم حاجز أمام التوسع في استخدام الإنترنت في المنطقة العربية، ومن الأهمية بمكان تخطي هذا الحاجز للمساهمة في سد الفجوة الرقمية وزيادة أعداد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي.

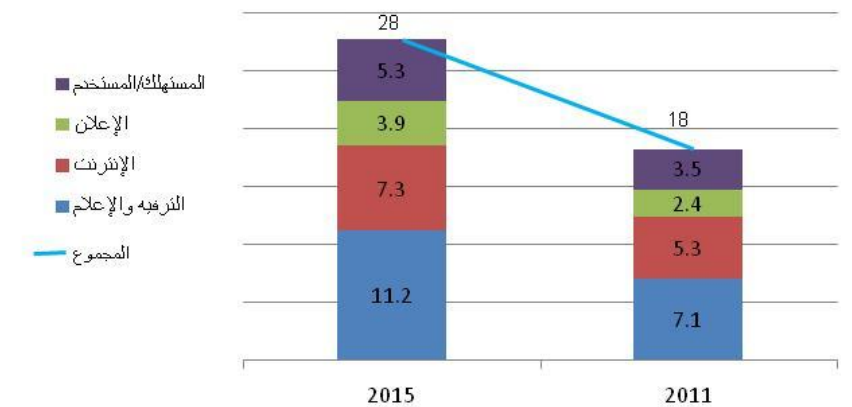
ما هو المحتوى الرقمي العربي؟

المحتوى الرقمي العربي هو أي محتوى بالشكل الرقمي على الإنترنت، أو على أقراص مدمجة، أو أقراص الفيديو الرقمية أو غيرها، باللغة العربية. ويتضمن المحتوى الرقمي العربي مواقع الإنترنت، والبوابات، والخدمات الإلكترونية والمحتوى السمعي والفيديو باللغة العربية. ويشمل كذلك الواجهات المعرّبة للبرمجيات، كبرمجيات معالجة النصوص، وبرامج التعرف على الكتابة والصوت، وقواعد البيانات ومحركات البحث والترجمة.

صناعة المحتوى الرقمي العربي

توفر صناعة المحتوى الرقمي العربي فرصاً واسعة للاستثمار، خاصة مع وجود أكثر من ثلاثمائة مليون مواطن عربي في المنطقة، إضافة إلى المغتربين العرب المنتشرين في دول العالم، يشكلون سوقاً لمختلف منتجات وتطبيقات المحتوى الرقمي العربي. وبحسب إحصاءات الاتحاد الدولي للاتصالات، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في المنطقة العربية يشكل 38 في المائة من مجمل عدد السكان لعام 2013.

تقدير سوق المحتوى الرقمي العربي (بمليار دولار أمريكي)



المصدر: ESCWA, 2012, Status of the Digital Arabic Content Industry in the Arab Region (E/ESCWA/ICTD/2012/Technical Paper.4).

اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا وأنشطة المحتوى الرقمي العربي

تنبتهت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) إلى أهمية المحتوى الرقمي العربي منذ عام 2003 كأحد أهم المحاور لبناء مجتمع المعرفة وإتاحة الفرص للاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية. لذا أطلقت الإسكوا في حينها "مبادرة المحتوى العربية"، التي أدت إلى مجموعة من الأنشطة منها دراسات بعنوان "تعزيز وتحسين المحتوى العربي في الشبكات الرقمية" عام 2003 و"المحتوى الرقمي العربي: الفرص والأولويات والتوجهات" عام 2005.



مبادرات الإسكوا لدعم صناعة المحتوى الرقمي العربي

أطلقت الإسكوا بين عامي 2007 و2009 مشروعاً لتعزيز صناعة المحتوى الرقمي العربي من خلال الحاضنات التكنولوجية. وقد تخلل هذه المبادرة تنظيم حملات للتوعية حول أهمية المحتوى الرقمي العربي، وإطلاق مسابقات وطنية لانتقاء أفضل الأفكار في تطوير تطبيقات المحتوى الرقمي العربي. وأعدت الإسكوا كذلك في إطار هذا المشروع ثلاث دراسات: "مسح للمحتوى الرقمي العربي وبرمجياته وتطبيقاته وتقييم احتياجاته"، و"نماذج لبرامج الأعمال، وخطط التسويق والشراكات لصناعة المحتوى الرقمي العربي"، و"تطوير المحتوى الرقمي العربي: متطلبات الاحتضان من حيث البرمجيات والأجهزة واحتياجات التدريب". وفي سياق المبادرة بشأن تعزيز صناعة المحتوى الرقمي العربي، أصدرت الإسكوا حديثاً دراستين، الأولى حول وضع صناعة المحتوى الرقمي العربي في المنطقة العربية والثانية حول نماذج الأعمال الحديثة للمحتوى الرقمي العربي.

<http://isper.escwa.un.org/FocusAreas/DigitalArabicContent/tabid/260/language/en-US/Default.aspx>.

مسابقة المحتوى الرقمي العربي 2013

تتيح مسابقة المحتوى الرقمي العربي لعام 2013 الفرصة أمام رواد الأعمال وخبرجي الجامعات بطرح أفكار مبتكرة ومميزة لتطوير تطبيقات ومواقع في مجال المحتوى الرقمي العربي، وذلك كجزء من المرحلة الثانية من مبادرة تعزيز صناعة المحتوى الرقمي العربي من خلال الحاضنات التكنولوجية. وستولي الإسكوا اهتماماً خاصاً للتوجهات والتكنولوجيات الحديثة. وسينال الفائزون في المسابقة جائزة تتمثل باحتضان مشاريعهم لمدة قد تصل إلى

12 شهر في حاضنات الأعمال الشريكة للإسكوا في المبادرة. وستتضمن فترة الاحتضان توفير المرافق المكتبية، وتقديم المشورة العملية، والتدريب، والتوجيهات من أجل إطلاق مشاريع جديدة تملك مقومات المنافسة في السوق.

نماذج الأعمال لصناعة المحتوى الرقمي العربي

النموذج الإعلاني - هذا النموذج هو امتداد لنموذج وسائل الإعلام التقليدية. ففي هذا النموذج تُستخدم صفحات الإنترنت للإعلان ويشكل المحتوى الرقمي المادة التي تدعمها منبهجيات الإعلان المختلفة.

نموذج شركات الإنتاج - تقوم شركات الإنتاج في هذا النموذج باستخدام الإنترنت للبيع المباشر، ويعرف هذا النموذج أيضاً باسم "النموذج المباشر". أمثلة: مواقع شركة ديل أو شركة سوني.

نموذج الاشتراك - يلائم هذا النموذج المواقع الغنية بالمحتوى والمعلومات، والمتوفرة للمستخدمين فقط. أمثلة: مواقع Salesforce, Hulu, Pandora.

وهناك الكثير من النماذج الأخرى كالوساطة المالية والمعلوماتية، ونموذج التجار، والنماذج المجتمعية، ونماذج المؤسسات العامة، ونموذج رأس المال المجازف والنمو السريع.

المحتوى الرقمي في المنطقة العربية

COUNTRY'S CONTRIBUTION TO ONLINE ARABIC CONTENT (Q3/2012)

مساهمة بعض البلدان العربية في المحتوى الرقمي على الإنترنت (الربع الثالث 2012)

الترتيب	البلد	Share of arabic webpages	Country	Rank
1	المملكة العربية السعودية	28.37%	KSA	1
2	الإمارات العربية المتحدة	18.75%	UAE	2
3	المغرب	11.32%	Morocco	3
4	مصر	6.77%	Egypt	4
5	فلسطين	6.28%	Palestine	5
6	الأردن	4.32%	Jordan	6
7	الجمهورية العربية السورية	3.64%	Syria	7
8	الجزائر	3.28%	Algeria	8
9	ليبيا	3.11%	Libya	9
10	تونس	2.95%	Tunisia	10
11-18	أخرى	11.22%	Other	11-18

المصدر: Madar Research & Development, 2012, Arab ICT Use and Social Networks Adoption Report available from <http://www.madarresearch.com/>.