

من الورق إلى المنصات  
**النشر**  
**والملكية الفكرية**  
**والثورة الرقمية**



**WIPO**

المنظمة العالمية  
للملكية الفكرية

من الورق إلى المنصات

# النشر والملكية الفكرية والثورة الرقمية



**WIPO**

المنظمة العالمية  
للملكية الفكرية

هذا المصنف مرخّص بموجب ترخيص المشاع الإبداعي - نسب المصنف 0.4 دولي.

يجوز استنساخ هذا المنشور وتوزيعه وتكييفه وترجمته واستخدامه علناً، بما في ذلك لأغراض تجارية، بدون الحصول على موافقة صريحة، شريطة أن يكون المحتوى مصحوباً بإقرار بأن الوبيو هي المصدر وأن يشار بشكل واضح إلى أي تغييرات تُدخل على المحتوى الأصلي.

الاقتباس المقترح: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) (2021). من الورق إلى المنصات: النشر والملكية الفكرية والثورة الرقمية. جنيف: الوبيو.

وينبغي ألاّ تحمل أي تكيفات أو ترجمات أو مشتقات الشعائر الرسمي للويبو إلا إذا كانت الوبيو قد أقرتها وصدقت عليها. ويُرجى الاتصال بنا عبر الموقع الإلكتروني للويبو للحصول على الموافقة.

وبالنسبة لأي عمل مشتق، يُرجى إضافة التنبيه التالي: "لا تتحمل أمانة الوبيو أي التزام أو مسؤولية بشأن تحويل المحتوى الأصلي أو ترجمته."

وفي حال كان المحتوى الذي نشرته الوبيو مثل الصور أو الرسومات البيانية أو العلامات التجارية أو الشعارات منسوبة إلى طرف آخر، فإن مستخدم هذا المحتوى يتحمل وحده مسؤولية الحصول على الحقوق المرتبطة بتلك المواد من صاحب أو أصحاب الحقوق.

وللاطلاع على نسخة من الترخيص، يُرجى زيارة <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

© الوبيو، 2021

المنظمة العالمية للملكية الفكرية  
34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Switzerland

DOI: 10.34667/tind.47040  
(نسخة مطبوعة) 3 -3444-805-92-978 ISBN  
(نسخة على الإنترنت) 0-3445-805-92-978 ISBN

ترخيص نسب  
المصنف 4.0 دولي  
(CC BY 4.0)



الغلاف: Getty Images

وتُحال أية منازعة تنشأ في إطار هذا الترخيص، ما لم يتم الوصول إلى تسوية ودية، إلى التحكيم طبقاً لقواعد التحكيم للجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأيونسيترال) السارية آنذاك. ويلتزم الطرفان بأي قرار تحكيم صادر وفقاً لذلك التحكيم بوصفه القرار النهائي لأي منازعة من هذا القبيل.

وإن التسميات المستخدمة في هذا الإصدار وطريقة عرض المواد فيه لا تعبر عن أي رأي للويبو بشأن الوضع القانوني لأي بلد أو إقليم أو منطقة، ولا بشأن سلطات هذه الأماكن أو رسم حدودها أو تخومها.

وإن الآراء والأفكار الواردة في هذا الإصدار لا تعبر بالضرورة عن آراء الدول الأعضاء أو أمانة الوبيو.

ولا يُراد بذكر شركات أو منتجات صناعية محددة أن الوبيو تؤيدها أو توصي بها على حساب غيرها من الشركات أو المنتجات ذات الطبيعة المماثلة والتي لم تُذكر في هذا الإصدار.

# قائمة المحتويات

	5	إقرارات
	6	التعريف بالمؤلف
	7	ملاحظة حول الإحصائيات والبيانات المستخدمة في هذا المنشور
	9	قائمة المختصرات الواردة في النسخة الإنكليزية
		الفصل الأول
	10	المقدمة
	10	محو الأمية والنشر والسياسة العامة
		الفصل الثاني
	14	النشر والثورة الرقمية
		الفصل الثالث
	24	قطاع النشر العالمي
	24	لمحة عن نشر الكتب
	32	أسواق النشر العالمية
	39	التجارة الدولية في الحقوق والترجمات
		الفصل الرابع
	48	ما الدافع وراء الهجرة الرقمية في النشر؟
	48	الدوافع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية
	50	اختيار المستهلك: الدافع النهائي
	52	دوافع الهجرة الرقمية في النشر التجاري
	53	دوافع الهجرة الرقمية في النشر التعليمي
	59	دوافع الهجرة الرقمية في النشر العلمي والمهني
		الفصل الخامس
64		أعمال النشر في البيئة الرقمية
64		النشر والبيئة الرقمية
64		سلسلة قيمة النشر التقليدي
79		التسعير ونماذج الأعمال الجديدة
86		النفاذ المفتوح والمحتوى "المجاني"
87		نماذج الأعمال الهجينة: إدارة الأعمال التناظرية والرقمية معاً
		الفصل السادس
92		إدارة الحقوق في البيئة الرقمية
92		حق المؤلف والإنترنت
93		لماذا يجب أن يفهم المؤلفون والناشرون حق المؤلف والترخيص
95		الحقوق الرقمية ذات الصلة
96		التحديات الرقمية الجديدة لحق المؤلف
100		الملك العام، والمصنفات المجانية واليتيمة
101		إدارة الحقوق الرقمية
101		إدارة سلسلة الكتل والحقوق الرقمية
102		الترخيص الجماعي
		الفصل السابع
108		القرصنة في البيئة الرقمية
111		استراتيجيات مكافحة القرصنة
		الفصل الثامن
115		الاستنتاجات
		المرفقات
118		قائمة التحقق من السياسات العامة التي تمكن الهجرة الرقمية
118		قائمة التحقق من مهارات حق المؤلف الرقمي للمؤلف/الناشر

## قائمة الإطارات

- 15 الإطار 1.2 دراسة الحالة 1: الثورة الرقمية - موسوعة بريطانيا  
20 الإطار 2.2 دراسة الحالة 2: الثورة الرقمية - الأدب الإلكتروني في الصين  
34 الإطار 1.3 دراسة الحالة 3: آيسلندا بلد غارق في الكتب  
54 الإطار 1.4 دراسة الحالة 4: دراسة منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن الحواسيب والتعلم  
55 الإطار 2.4 فيروس كوفيد19- والأدوات الرقمية في التعليم  
75 الإطار 1.5 دراسة الحالة 5: جيه كيه رولينغ  
76 الإطار 2.5 دراسة الحالة 6: كُتاب المحتوى الرومانسي في الولايات المتحدة

## قائمة الأشكال

- 19 الشكل 1.2 صفحة العنوان للطبعة الأولى من موسوعة بريطانيا  
65 الشكل 1.5 سلسلة قيمة النشر التجاري  
67 الشكل 2.5 سلسلة قيمة النشر التعليمي  
68 الشكل 3.5 سلسلة قيمة النشر العلمي

أصبح هذا المنشور ممكناً بفضل مبادرة أمانة المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) استجابةً لاهتمام الدول الأعضاء بدعم المؤلفين والناشرين في مختلف أنحاء العالم في أثناء تعرفهم على الثورة الرقمية.

نتوجه بالشكر الخاص إلى جمهورية كوريا على رعايتها لهذا المنشور وإلى ديميتري غانتشيف من أمانة الويبو على توجيهاته وتعليقاته ودعمه. ولقد أضاف كل من ميشيل وودز وألكسندر كونتز وشارلوت بوشامب تعليقات واقتراحات قيمة، وكانت بيبا سمارت محررة أولبصورة وماهرة، وقد عززت معرفتها بقطاع النشر هذا المنشور إلى حد كبير. ونتوجه بالشكر إلى جميع العاملين في قطاع النشر الذين ساهموا بالمشورة والبيانات والتصاريح الكثيرة.

لقد جُمعت بيانات هذه الورقة من موارد كثيرة. المصدر الرئيسي هو تقرير الويبو، قطاع النشر العالمي لعام 2018، المنشور في عام<sup>1</sup> 2020، تم الحصول على مزيد من البيانات من روديجر فيشنبارت للمحتوى والمشورة<sup>2</sup> وموارد لا حصر لها في قطاع النشر.

2. [www.wischenbart.com/](http://www.wischenbart.com/)

1. الويبو (2020). قطاع النشر العالمي في عام 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية.  
[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1064\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf)

# التعريف بالمؤلف

جينس باميل مستشار دولي في قطاع النشر ومدرب تنفيذي. وبعد أن درس السيد باميل القانون في برلين وجنيف وهايديلبرغ، أكمل تدريبه القانوني في ألمانيا وفرنسا وإندونيسيا. عمل السيد باميل مستشاراً قانونياً لقطاع المجلات في المملكة المتحدة قبل انضمامه لجمعية ترخيص الناشرين في المملكة المتحدة كرئيس تنفيذي من عام 1998 حتى عام 2003. من عام 2003 إلى عام 2015، قام بتمثيل قطاع النشر الدولي باعتباره أميناً عاماً لرابطة الناشرين الدولية. ومنذ عام 2015، عمل السيد باميل مستشاراً للناشرين ورابطات الناشرين والمنظمات الدولية. ويعمل مدرباً تنفيذياً متخصصاً في دعم موظفي المنظمات الدولية في جنيف، سويسرا.

جميع الآراء المعرب عنها في هذا المنشور تعكس فكره ولا تعكس فكر المنظمة العالمية للملكية الفكرية.

# ملاحظة حول الإحصائيات والبيانات المستخدمة في هذا المنشور

لقد جعلت الثورة الرقمية قياس قطاع النشر، الذي يشكل بالفعل تحدياً صعباً في عالم الطباعة على الورق، شبه مستحيل. ويعني ظهور النشر الذاتي أنه لم يعد من الممكن تحديد عدد الناشرين، حيث ينشر الكثير من المؤلفين مصنفاتهم الخاصة، وينشر المستشارون تقارير عن الحضور على وسائل التواصل الاجتماعي، وتنخرط الشركات والمنظمات في عمليات نشر متفاوتة الحجم. يمكن لأي شخص أن يصبح ناشراً الآن، حتى إن لم يكن محترفاً. وبالمثل، لم يعد من الممكن إحصاء عدد الكتب المنشورة، لأنه لم يعد من الواضح ما هو العنوان، أو متى ينبغي اعتبار الكتاب، الذي يتم تحديثه بشكل متكرر أو حتى بشكل مستمر أو يمكن تخصيصه فردياً، عنواناً جديداً أو طبعة منقحة. ولم يعد من المنطقي إحصاء الكتب أو الكتب الإلكترونية المبيعة عندما يباع الوصول إلى المكتبات أو قواعد البيانات الكبيرة كاشتراكات، عادةً لفترات محدودة من الوقت.

تضيف السرية التجارية إلى التخمين: فالكثير من الناشرين الرئيسيين يعملون أيضاً في وسائل أخرى ولم يعودوا ينشرون البيانات لمبيعات الكتب فقط. والبعض الآخر مملوك للقطاع الخاص ولا يحتاج إلى الكشف عن معلومات الأعمال المفصلة. ولا تتعاون بعض أكبر شركات بيع الكتب بالتجزئة على الإنترنت في العالم لنشر بيانات عن مبيعات الكتب، كما لا ينشر وكلاء المؤلفين أي بيانات عن مبيعات الحقوق الدولية.

مع ذلك، هناك بعض نقاط البيانات المتاحة للجمهور، ومع تغير هذه النقاط بمرور الوقت، يسمح ذلك للمراقبين باستخلاص استنتاجات معينة. وجمعت الدراسة التي أجرتها الويبو عن قطاع النشر في عام 2018<sup>1</sup> البيانات المتاحة الأكثر رسمية، وهي مهمة ذات أهمية لم توفر نظرة ثاقبة هامة فحسب، بل أبرزت أيضاً الحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في هذا القطاع من أجل توفير البيانات التي يمكن أن تدعم الوعي العام والسياسة.

جميع البيانات الواردة في هذا الكتاب مذكورة بالدولار الأمريكي. إن التقلبات القوية في قيمة الدولار الأمريكي، خاصة بالمقارنة مع الجنيه الإسترليني البريطاني والروبل الروسي واليورو، تجعل المقارنة بين أحجام السوق أمراً صعباً. ونشرت معظم بيانات النشر المذكورة باليورو، التي ربما كانت تتطلب بالفعل تسويات معقدة للعملات. وحيثما استخدمت البيانات الأصلية اليورو

أو عملات أخرى، يستخدم متوسط سعر الصرف السنوي لتلك السنة للتحويل، استناداً إلى متوسط أسعار صرف العملات السنوية لدائرة الإيرادات الداخلية في الولايات المتحدة.<sup>2</sup>

1. الويبو (2020). قطاع النشر العالمي في عام 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1064\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1064_2019.pdf)
2. IRS (2021). متوسط أسعار صرف العملات السنوية. واشنطن، العاصمة: IRS. [www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates](http://www.irs.gov/individuals/international-taxpayers/yearly-average-currency-exchange-rates)

# قائمة المختصرات الواردة في النسخة الإنكليزية

البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين	BRIC
منظمات الإدارة الجماعية	CMOs
معرف وثيقة رقمي	DOI
الاتحاد الأوروبي	EU
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	ICT
الملكية الفكرية	IP
رمز النص المعياري الدولي	ISTC
الدورات الضخمة المفتوحة على الإنترنت	MOOCs
منظمة غير حكومية	NGO
منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي	OECD
تبادل المعلومات عبر الإنترنت لشروط الترخيص	OLT
منظمات حقوق الاستنساخ	RROs
تدابير الحماية التقنية	TPMs
الأمم المتحدة	UN
منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة	UNESCO
بيئة تعلم افتراضية	VLE
معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف	WCT
المنظمة العالمية للملكية الفكرية	WIPO
اتحاد الشبكة العنكبوتية العالمية	W3C

## محو الأمية والنشر والسياسة العامة

أتاح تطور الكتابة للبشر أن ينقلوا معلومات دقيقة بشكل متزايد بكميات لم تكن معروفة من قبل عبر الأجيال والمجتمعات والحدود، ما أرسى الأساس للثقافة والعلوم والاقتصاد في الوقت الحاضر.

يعتبر تاريخ الأفكار أيضاً تاريخاً للكلمة المكتوبة، بدايةً من السجلات المكتوبة الأولى التي صاحبت صعود الحضارة في أمريكا الوسطى ووسط أفريقيا حوالي 3500 قبل الميلاد،<sup>1</sup> وصولاً إلى الكتب التي كانت أساس الديانات التوحيدية، والطباعة الحجرية في الصين في القرن السادس، ومطبعة غوتنبرغ المتحركة من النوع المعدني التي جلبت أفكار التنوير إلى جمهور أوسع نطاقاً، وما يلي ذلك من ثورات العصر الحديث.<sup>2</sup>

استلزمت الثورة العلمية وتطوير المطبعة في القرن الخامس عشر مهنة النشر. ففي البداية، كان الناشرون طابعين وبائعي كتب. وسرعان ما بدأوا في تكليف كتّاب موهوبين أو مشهورين، والدفع لهم سلفاً وتنظيم اشتراكات لتمويل طبعة قبل الانتهاء من النشر. وعلى الرغم من ارتباط الطباعة والنشر ارتباطاً وثيقاً بالمهن التي كثيراً ما تكون مشوشة في ذهن الجمهور حتى يومنا هذا، فقد تقدم النشر ليصبح مجموعة من المهارات الأساسية للمهنيين في صناعة الكتب والصناعات الإبداعية الأخرى، مثل الموسيقى والأفلام والبرامج والألعاب.

منذ إنشاء هذه التكنولوجيا في القرن الخامس عشر، أحدثت السياسات العامة وسلوكيات المستهلك المتغيرة ثورة في قطاع النشر مرات عديدة. لقد حولت المطابع والورق الأرخص ثمننا والمكابس الدوارة وما إلى ذلك الكتب إلى منتجات السوق الشامل. وقد شكلت قوانين حق المؤلف وأطر تسعير الكتب الثابتة والرقابة وسياسات المشتريات الحكومية، من بين الكثير من السياسات الأخرى، أسواق الكتب الوطنية. وقد أدى تحسين الخدمات البريدية والمكتبات التجارية ومعارض الكتب الدولية ونوادي الكتب وخدمات الطلب بالبريد وغير ذلك من الابتكارات التي لا حصر لها إلى تمكين النشر من أن يصبح أكبر صناعة إبداعية لعدة قرون.

لا تهدد الثورة الرقمية دور قطاع النشر فحسب، بل إنها تمزج بين جميع الصناعات الإبداعية، وتزيل على ما يبدو الحدود الفاصلة بين ناشري النصوص والبرامج والصوت والمواد السمعية البصرية.

لم يغير ظهور الإنترنت كوسيلة وحيدة ظاهرياً من أهمية محو الأمية والقراءة. وقبل مناقشة آثار الثورة الرقمية على ثقافة الكتاب والاقتصاد، من المهم أن نتذكر لماذا ينبغي لصانعي السياسات أن يهتموا بالترويج لثقافة الكتاب والقراءة باعتبارهما هدفين هامين من أهداف السياسة العامة العالمية.

أظهرت الأبحاث أن القراءة الأدبية المنتظمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتحصيل العلمي العالي وزيادة الدخل وزيادة المشاركة المدنية بل وزيادة الميل إلى التصويت.<sup>3</sup> وقد أظهرت الدراسات التي أجرتها منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (OECD) أن القراءة بانغماس أكثر أهمية للنجاح الأكاديمي من الخلفية الاجتماعية والاقتصادية.<sup>4</sup> ويعتبر البنك الدولي أن توفير الكتب المدرسية هو الوسيلة الأكثر فاعلية لتعزيز التعليم.<sup>5</sup> إن الإجماع السياسي على أهمية محو الأمية قوي إلى حد أن الأمم المتحدة أعلنت في عام 2002 أن عقد الأمم المتحدة لمحو الأمية سيكون ساري المفعول من عام 2003 إلى عام 2012.<sup>6</sup>

يظل الإجماع على قيمة محو الأمية والقراءة عالياً جداً: فقد توصلت الأبحاث إلى أن القراء الجيدين هم أيضاً ملاحون ماهرون في البيئة الرقمية. تعتبر درجات اختبار محو الأمية "الورقية" مؤشرات قوية للتنبؤ بدرجات اختبار محو الأمية الرقمية.<sup>7</sup> وعلى الرغم من تغير التكنولوجيا، فإن أهمية محو الأمية والقراءة تدفع صانعي السياسات إلى إرساء محو الأمية العالمي كهدف للتنمية الوطنية. وتظل ثقافة الكتاب والقراءة وتطوير قطاع النشر عوامل أساسية في التنمية الثقافية والاقتصادية والاجتماعية.

لقد حققت هذه الجهود العالمية ومتعددة الأوجه، التي كانت مبادرة الأمم المتحدة جزءاً منها ثمارها: ففي نهاية عقد الأمم المتحدة لمحو الأمية، تجاوز معدل الإلمام بالقراءة والكتابة في العالم 84 في المائة للبالغين و89 في المائة للشباب.<sup>8</sup> وقد عززت هذه النجاحات عزيمته المجتمع العالمي. كجزء من أهداف التنمية المستدامة، التي دخلت حيز النفاذ في 1 يناير 2016، التزمت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة بتحقيق 100 في المائة من محو أمية الشباب بحلول عام 2030. وهذا يعني انتشار أكثر من 123 مليون شاب، من ضمنهم ما يزيد على 60 في المائة من الإناث، من الأمية.<sup>9</sup>

كما ظلت أهمية حق المؤلف كأساس لنماذج أعمال قطاع النشر دون تغيير. ولقد أدركت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) منذ أمد بعيد أهمية حق المؤلف لقطاع النشر. وقد حرصت اتفاقية برن ومعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف واتفاقيات أخرى حرصاً خاصاً لضمان أن حق المؤلف يحفز المؤلفين والناشرين على الاستثمار في ابتكار المصنفات الأدبية وغيرها. وفي الآونة الأخيرة، شددت معاهدة مراكش التي تديرها الويبو لتيسير النفاذ إلى المصنفات المنشورة لفائدة الأشخاص المكفوفين أو الأشخاص ذوي الإعاقات البصرية أو إعاقات أخرى في قراءة المطبوعات على "أهمية حماية حق المؤلف باعتبارها حافزاً ومكافأة على الإبداعات الأدبية والفنية وأهمية تعزيز الفرص أمام كل الأشخاص [...] كي يشاركوا في الحياة الثقافية للمجتمع ويستمتعوا بالفنون ويتقاسموا التقدم العلمي ومنافعه".<sup>10</sup>

في حين أن حماية حق المؤلف تبقى قاعدة متينة للنشر، فإن التكنولوجيا الرقمية تعرقل جميع قطاعات النشر. فهي توفر فرصاً للمؤلفين للعثور على القراء عن طريق وسائط وأجهزة جديدة والتواصل بطرق تفاعلية جديدة. وقد جعلت شبكة الإنترنت بعض أجزاء قطاع النشر التقليدي بدون فائدة: فقد اختفى ناشرو الأطروحات ووكلاء الاشتراك وناشرو الدليل أو غيرو نماذج أعمالهم تغييراً جذرياً. وقد انتقلت متاجر الكتب إلى الإنترنت، وتتنافس المكتبات مع محركات البحث، واضطرت عملية النشر إلى تبني وسائط ونماذج أعمال من أجل البقاء. وقد استبدل الكثير من الوسطاء التقليديين بشركات مبتكرة، وأدت المهارات والخدمات التي توفرها هذه الشركات إلى تغيير الكثير من الأعمال التقليدية أو إلزاحتها.

يتطلب دعم تطوير ثقافة وطنية للكتاب والقراءة من خلال الكُتاب والناشرين المحترفين المحليين فهم طريقة عمل هذا القطاع من الاقتصاد الإبداعي وكيفية تأثيره بالثورة الرقمية. لقد تغير قطاع النشر بالكامل تغييراً كبيراً، ولكن تأثرت أجزاء مختلفة من القطاع بطرق مختلفة. لم يتحقق التنبؤ المتكرر بأنه "في غضون خمس سنوات لن نقرأ أو نكتب على الورق على الإطلاق"،<sup>11</sup> ولا تزال مسألة إذا ما كان سيحدث هذا على الإطلاق مطروحة.

وثمة مسألة أخرى مطروحة وهي السبب في ببطء تطور قطاع النشر في الكثير من الاقتصادات النامية والناشئة. وتكمن المسؤولية إلى حد ما في السياسة العامة: يعتمد قطاع النشر (بما في ذلك المؤلفون والناشرون ومتاجر الكتب ومقدمو التكنولوجيا والمكتبات والوسطاء الذين يشكلون نظامها البيئي) إلى حد كبير على السياسة العامة الداعمة. تؤثر التعريفات الجمركية على الواردات من الورق، وقوانين حق المؤلف وإنفاذها، ومعدلات ضريبة القيمة المضافة (VAT)/ ضريبة المبيعات العامة (GST) على الكتب، وغير ذلك من القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية تأثيراً مباشراً على استدامة قطاعات النشر الوطنية: فالإعانات المقدمة للمكتبات العامة والمدرسية تزيد من توافر الكتب، في حين تعمل برامج محو الأمية على زيادة الاهتمام بها. يمكن للسياسات الوطنية أن تعزز النشر المحلي، ولا سيما نشر الكتب المدرسية، بدلاً من التنافس عن الأسواق للناشرين الدوليين. ويعد النشر المحلي مفيداً بوجه خاص للبلدان النامية لأنه يتيح لصناعة محلية أن تلبى على نحو أفضل الطلب على الكتب المدرسية التي تتكيف مع المتطلبات المحلية، فضلاً عن توفير الكتب ذات الصلة ثقافياً.

يهدف هذا المنشور إلى مساعدة صانعي السياسات، ولا سيما في البلدان المهمة بتعزيز النشر المحلي، على فهم الصناعة فهماً أفضل وفهم كيفية تأثير حق المؤلف وغيره من السياسات على الطريقة التي يجري بها إنشاء الكتب ونشرها واستهلاكها.

1. جواشوا جي مارك (28 أبريل 2011). *Writing*. مونتريال، كندا: موسوعة إنترنت. [www.worldhistory.org/writing/](http://www.worldhistory.org/writing/)
2. تاكر دي اتش وانوين بي إس جورج أنوين (1 أكتوبر 2020). *History of publishing*. شيكاغو، إيلينوي: موسوعة بريتانیکا. [www.britannica.com/topic/publishing](http://www.britannica.com/topic/publishing)
3. الصندوق الوطني للفنون (2007). *To read or not to read: a question of national consequence*. Research Report 47. واشنطن، العاصمة: الصندوق الوطني للفنون، صفحة 19 [www.arts.gov/sites/default/files/ToRead.pdf](http://www.arts.gov/sites/default/files/ToRead.pdf)
4. راجع إيريون كيرش، وآخرون. (2002). *Reading for Change: Performance and Engagement Across Countries*. باريس: منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. [www.oecd.org/edu/school/programmeforinternationalstudentassessmentpisa/33690904.pdf](http://www.oecd.org/edu/school/programmeforinternationalstudentassessmentpisa/33690904.pdf)
5. راجع بويسير، إم (2004). *Determinants of Primary Education Outcomes in Developing Countries*. Background Paper for the Evaluation of the World Bank's Support to Primary Education. واشنطن، العاصمة: البنك الدولي. <http://documents.worldbank.org/curated/en/111011468162550538/pdf/391570educatio1eterminants-01PUBLIC1.pdf> وراجع ما تم نشره حديثاً، UK Department for Education (2012). *Research Evidence on Reading for Pleasure*. لندن: وزارة التعليم البريطانية. [www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/284286/reading\\_for\\_pleasure.pdf](http://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/284286/reading_for_pleasure.pdf)
6. الأمم المتحدة (1999). *Resolution 54/122. A United Nations literacy decade: education for all*. نيويورك: الأمم المتحدة. [www.un-documents.net/a54r122.htm](http://www.un-documents.net/a54r122.htm)
7. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2015). *Students, Computers and Learning: Making the Connection*. باريس: منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، صفحة doi.org/10.1787/9789264239555-en.94
8. البنك الدولي (2020). *معدل الإلمام بالقراءة والكتابة، ذكور بالغون (% من الذكور في سن 15 عاماً وما فوقها)*. واشنطن، العاصمة: البنك الدولي. <https://data.worldbank.org/indicator/se.adt.litr.zs>
9. *Global Goals (2021). 4 Quality Education*. The Global Goals [www.globalgoals.org/4-quality-education](http://www.globalgoals.org/4-quality-education)
10. الويبو (2013). *معاهدة مراكش لتيسير النفاذ إلى المصنفات المنشورة لفائدة الأشخاص المكفوفين أو معاقبي البصر أو ذوي إعاقات أخرى في قراءة المطبوعات*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/text.jsp?file\\_id=301016](http://www.wipo.int/wipolex/ar/treaties/text.jsp?file_id=301016)
11. راجع، على سبيل المثال، سيجلر، إم. جي. (2010). *Nicholas Negroponte: The Physical Book is Dead in 5 Years*. Bay Area, CA: TechCrunch <https://techcrunch.com/2010/08/06/physical-book-dead/> and Price, L. (2012). *Dead again*. New York Times [www.nytimes.com/2012/08/12/books/review/the-death-of-the-book-through-the-ages.html](http://www.nytimes.com/2012/08/12/books/review/the-death-of-the-book-through-the-ages.html) متوفر في مكتبة هارفارد: [https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/10155898/Price\\_DeadAgain.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/10155898/Price_DeadAgain.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## النشر والثورة الرقمية

لم تعمل الثورة الرقمية على ترقية التكنولوجيا التي نستخدمها فحسب، بل غيرت أيضاً الطريقة التي نتصرف بها. ويستطيع الآن أكثر من 5 مليارات مستخدم للهاتف المحمول استخدام هواتفهم الذكية لاكتشاف عدد أكبر بشكل مضاعف من مصادر المعلومات والتعلم والترفيه والوصول إليها أكثر من أي وقت مضى. وقد مكّنت المستهلكين من التفاعل مع المبدعين والشركات ومع بعضهم البعض بطرق جديدة وعلى نطاق عالمي.

بالنسبة للصناعات الإبداعية، فقد غيرت الثورة الرقمية أكثر من مجرد الأجهزة والوسائط التي يتم من خلالها استهلاك "المحتوى"، وهو المصطلح العام المعاصر لجميع المصنفات الثقافية على الإنترنت. فقد ابتكرت عادات جديدة للقراءة، وغيرت تصورات قيمة المحتوى، وزادت التوقعات فيما يتعلق بتوافر المنشورات وصدقها، وخلقت شعوراً بحرية تبادل المحتوى مع أي شخص. ودمرت هذه السلوكيات الجديدة بعض نماذج الأعمال ومكّنت البعض الآخر. لقد ابتكرت عمالقة صناعة جديدة واكتسحت من لم يتمكنوا من التكيف مع هذه التغيرات.

لقد تأثرت صناعة نشر الكتب بالثورة الرقمية بطرق فريدة من نوعها. وظلت بعض أجزاء صناعة النشر منغمسة في عالم الحبر على الورق، وكذلك قراءؤها، الذين ما زالوا يفضلون الكتب المطبوعة في الكثير من القطاعات على نظيرتها الرقمية. وتوجد أجزاء أخرى من الصناعة في طليعة ثورة المعلومات، وقد دفعت إما بتطوير تكنولوجيات جديدة أو تكيفت بسرعة مع الفرص الجديدة.

كان أول منشور للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) يتناول حق المؤلف ونشر الكتب تحت عنوان *إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر*.<sup>2</sup> ويقدر ما يقدم دليلاً عملياً جداً لمبادئ حق المؤلف واتفاقيات الترخيص، فقد صمد أمام اختبار الزمن ويظل دليلاً عملياً مفيداً. ولكنه تم كتابته في وقت لم تصل فيه الثورة الرقمية إلى صناعة الكتب بشكل كامل.

سيركز هذا المنشور على التحديات الاستراتيجية التي خلقتها الثورة الرقمية فيما يتعلق بما كان يطلق عليه تقليدياً "صناعة الكتب"، وعلى وجه التحديد قطاع صناعة النشر الذي ينشر الكتب التجارية (الاستهلاكية)، وقطاع النشر التعليمي الذي ينشر الكتب المدرسية للتعليم الابتدائي والثانوي والجامعي، وقطاع النشر العلمي الذي ينشر المجلات العلمية والدراسات. وقد يوفر هذا التصنيف بعض التحديدات التعسفية، وهو يستثني أجزاء الصناعة التي تنشر قواعد البيانات، والدورات التدريبية على الإنترنت، والألعاب، والمواقع الإلكترونية، والصحف والنشرات الإخبارية، والمجلات المهنية أو الاستهلاكية أو الخاصة بالعملاء، فالتوسع إلى ما هو أبعد من هذه القطاعات الكبيرة الثلاثة من شأنه أن يجعل هذا المنشور غير عملي وأقل فائدة

بالنسبة للمهتمين بالأعمال الأساسية التقليدية للنشر: سرد القصص، وإعطاء المعلمين أدوات التدريس، وتسجيل السجل الرسمي للعلوم ونشره.

يهدف هذا المنشور إلى مساعدة المؤلفين البعيدي النظر والناشرين وصانعي السياسات، ولا سيما في البلدان النامية، على فهم التحديات الاستراتيجية التي يواجهونها والحصول على لمحة عامة عن الخيارات التي يتخذها نظراً لهم في البلدان الأخرى.

مع ذلك، يبدو أن الأمر يحتاج إلى كلمة تحذير: في هذا الوقت الذي يشهد تغييراً هائلاً، بالكاد يستطيع أي منشور يناقش القضايا الرقمية أن يسجل الوضع الراهن، ونظراً لمجموعة التطورات المختلفة في عدة بلدان، فلا يمكنه إلا أن يقدم لقطات انتقائية. وبكل تأكيد لا يمكنه التنبؤ بالتطورات المقبلة. وقد تكون التكنولوجيات الجديدة قريبة من هذا الحد، الأمر الذي من شأنه أن يغير مشهد النشر تغييراً كبيراً. كما تختلف الأسواق الرقمية في جميع أنحاء العالم اختلافاً كبيراً، وتؤثر القطاعات التي قد تبدو متشابهة جداً بالتغيرات الرقمية بطرق مختلفة.

يعتبر التغيير أمراً مستمراً، وتقود التكنولوجيا الرقمية التغيرات المجتمعية التي تشكل مستقبل قطاع النشر. وسيُنظر هذا المنشور في عوامل السوق والاتجاهات ومركبات السياسة العامة التي يجب على جميع المؤلفين والناشرين وصانعي السياسات أن يكونوا على دراية بها. وفي حين يتعين على جميع أصحاب المصلحة المعنيين تقييم دوافع التغيير نفسها، يجب على المؤلفين والناشرين وصانعي السياسات من الأفراد الاستعانة بالأدلة والخبرات لاستخلاص استنتاجاتهم الخاصة. ويقدم هذا التقرير معلومات وليس تعليمات. وعندما انتقل النشر إلى المنتجات الرقمية، انتقل حق المؤلف والترخيص إلى صدارة أعمال النشر. ومن ثم سيركز الجزء الثاني من هذا المنشور على مسائل حق المؤلف والتراخيص وكيفية تشكيل حق المؤلف والتراخيص لنماذج أعمال جديدة على شبكة الإنترنت.

ويوضح المثالان التاليان كيف تؤثر الثورة الرقمية على النشر في عدة قطاعات في أوقات مختلفة.

## الإطار 1.2 دراسة الحالة 1: الثورة الرقمية - موسوعة بريتانیکا

لا يوجد منشور يوضح التغيير الهائل في النشر أفضل من موسوعة بريتانیکا، وهو مصنف مرجعي عام باللغة الإنجليزية مع أطول تاريخ نشر مستمر.

نُشر المجلد الأول من الطبعة الأولى من موسوعة بريتانیکا الشهيرة عالمياً في اسكتلندا في عام 1768. وكانت تتطلع إلى الجمع بين جميع معارف العالم في منشور واحد. وكان اسمها إشارة إلى موسوعة ديدروت الرائدة، التي نُشرت قبل بضع سنوات فقط.

نظراً للرعاية والجهد اللذين تم بذلهما في كل مدخل، كانت طبعات موسوعة *بريتانیکا* مكلفة لابتكارها وبطيئة في تطويرها. واستغرق نشر الكتب الثلاثة من الطبعة الأولى ثلاث سنوات، وتم بيع ما يقرب من 3,000 نسخة. وكانت الطبعة الثانية تضم 10 مجلدات واستغرق نشرها سبع سنوات (من 1778 إلى 1784). ومع مرور الوقت، توسعت طبعات جديدة مع نمو المعرفة التي ينبغي تغطيتها. وتضمنت الطبعة الخامسة عشر، التي نُشرت من عام 1974 وما بعده، 30 مجلداً وتنقيحات سنوية. في ذروتها في عام 1990، باعت موسوعة *بريتانیکا* في نطاق 120,000 نسخة.

بعد ذلك، بدأت الثورة الرقمية. بعد ست سنوات، مع بيع أقل من 40,000 نسخة ووسط شائعات عن الصعوبات المالية، تم بيع موسوعة *بريتانیکا* إلى مستثمر دولي. وفي عام 2010، أعلنت موسوعة *بريتانیکا* أن طبعتها الخامسة عشرة المنقحة، التي باعت 8,500 نسخة إجمالاً، ستكون آخر طبعة مطبوعة لها.

سيكون من الخطأ أن نقول إن ناشري موسوعة *بريتانیکا* لم يدركوا الحاجة إلى التكيف مع التغيرات الرقمية. وعند بيع الطبعة المطبوعة النهائية من موسوعة *بريتانیکا* مقابل 1,395 دولار أمريكي، كان من الممكن شراء نسخة إلكترونية مقابل 70 دولاراً أمريكياً في السنة. ولم تقم موسوعة *بريتانیکا* بتطوير إنتاجها الرقمي للنشر المسبق فحسب، بل كانت تقدم أيضاً نسخاً رقمية في وقت مبكر: فقد تم نشر أول نسخة من الأقراص المدمجة في عام 1994، كما تم تطوير منتجات إلكترونية قائمة على الاشتراك في تسعينيات القرن العشرين. وفي نهاية تسعينيات القرن العشرين، قام الناشرون بتجربة نسخة مجانية على الإنترنت.<sup>3</sup>

منذ شرائها من قبل المستثمرين، تغيرت استراتيجية أعمال النشر للشركة التي تحمل علامة موسوعة *بريتانیکا* التجارية. لقد أعادت اختراع موسوعة *بريتانیکا* كناشر مرجعي منسق عالي الجودة مع مجموعة من المنتجات المختلفة، الورقية والرقمية على حد سواء.

يعكس الانهيار الهائل لمبيعات المطبوعات تغيراً في الجمهور ونموذج الأعمال. وتتصل أعداد الأشخاص المتزايدة بالإنترنت. أصبحت ويكيبيديا نقطة انطلاق عالمية للبحث والمرجعية، على الرغم من أوجه القصور الواضحة والجهورية. وقد تُرك هذا المجال لناشرين آخرين، ولا يزال الكثير من الناشرين المرجعيين يزدهرون بنشر الأعمال المرجعية سواء على الإنترنت أو دون الاتصال به.

لقد تغيرت موسوعة *بريتانیکا* من منشور واحد قائم على الطباعة إلى شركة نشر متعددة الأوجه التي تمزج محتواها وتقسّمه لإنشاء مجموعة متنوعة من المنتجات.<sup>4</sup> تقدم موسوعات وقواميس وغيرها من الكتب التي تستهدف جماهير مختلفة، وتستخدم في بعض الأحيان العلامات التجارية المرتبطة بـ *بريتانیکا*، وتُنشر في أوقات أخرى تحت أسماء تجارية أخرى مثل مريم ويبستر. وتستهدف الكتب المطبوعة وأقراص DVD والاشتراكات الإلكترونية المدارس والصحفيين ومتعلمي اللغة الإنجليزية والمكتبات العامة. وهناك منتجات تركز على الموضوعات

الأكاديمية أو تقدم صوراً لعدد من المجموعات. توضح زيارة إلى المتجر الإلكتروني الذي يملكه الناشر (<http://store.britannica.com/>) أو موقع الشركة الإلكتروني ([www.britannica.com](http://www.britannica.com)) أن هذه الشركة توسع نفسها لإيجاد مجالات جديدة وشراكات جديدة وجماهير جديدة تعترف بالقيمة الأساسية للعلامة التجارية: المعرفة المنسقة.

**1771**

اكتمال الطبعة الأولى من موسوعة بريطانيا في إدنبرة، اسكتلندا.<sup>5</sup>

**1826**

شراء بريطانيا من قبل إيه أند سي بلاك.

**1899**

إنتاج نسخة من الموسوعة في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية.

**1932**

بدء المبيعات من الباب إلى الباب وعمليات إعادة الطباعة السنوية.

**1981**

إنشاء أول نسخة رقمية.

**1991**

وصول ذروة المبيعات إلى 120,000 نسخة. إصدار بريطانيا نسخة في أقراص مدمجة.

**1993**

نشر مايكروسوفت موسوعة إنكارتا على قرص مدمج.

**1994**

إطلاق بريطانيا موسوعتها الأولى على الإنترنت، ويمكن الوصول إليها مقابل رسوم.

**1995**

بيع الشركة بعد تراجع المبيعات. إضافة الصور.

**1997**

إضافة ميزات الوسائط المتعددة.

**1999**

إعلان بريطانيا أن الوصول إلى موسوعتها عبر الإنترنت سيكون متاحاً مجاناً.

**2001**

تأسيس ويكيبيديا.

واستئناف بريطانيا فرض رسوم سنوية للحصول على نسخها الإلكترونية.

**2009**

إعلان مايكروسوفت إيقافها موسوعة إنكارتا، موضحة أنها لم تعد قادرة على التنافس مع ويكيبيديا.

**2012**

بعد 244 عاماً، إعلان بريطانيا أنها ستتوقف عن إصدار نسخها المطبوعة.

**2019**

حصول شركة موسوعة بريطانيا على لقب "الشركة رقم 1 التي يجب الاحتذاء بها" لعامي 2019-2020 في تقرير تكنولوجيا التعليم.<sup>6</sup>

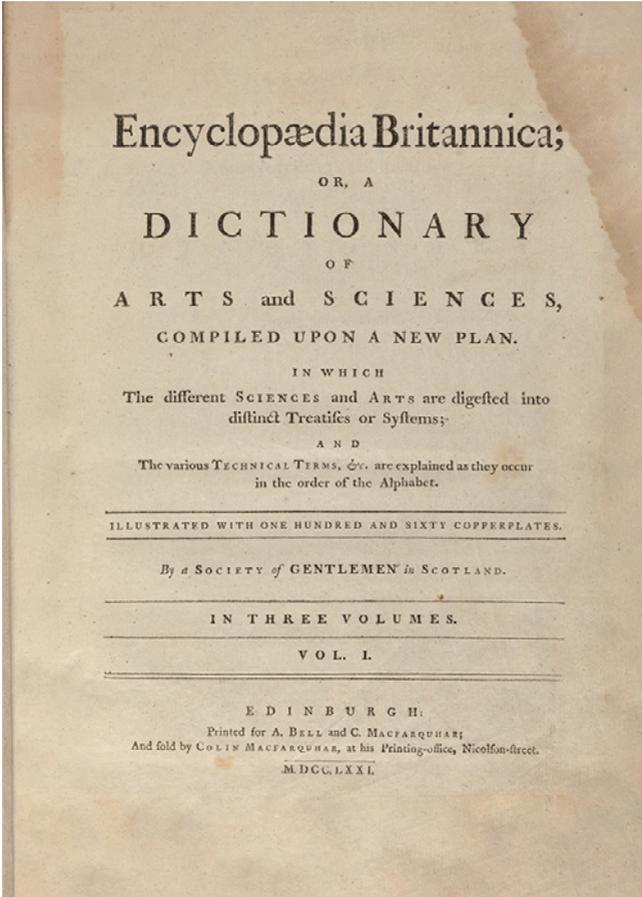
تستخدم علامتها التجارية القوية لتقديم مجموعة من التطبيقات والخدمات الإلكترونية والمنشورات في سبعة مواقع إلكترونية مختلفة، تستهدف كل منها بلداناً أو مناطق مختلفة. وقد تم توسيع العلامة التجارية لتشمل، على سبيل المثال، بريطانيا للأطفال وبريتانكا إسكول وبريتانكا للتعليم الرقمي. وأضيفت إلى المحفظة علامات تجارية أخرى، مثل قاموس مريم وببستر وقاموس الإسباني المركزي. وقد تم ترخيص البصمة للمنشورات الدولية، على سبيل المثال، مكتبة العلوم التفاعلية من موسوعة بريطانيا المكونة من 6 كتب. ويشمل ذلك قارئاً تفاعلياً وملصقات، ويستهدف المدارس على وجه التحديد.<sup>7</sup> وأقيمت شراكات جديدة مع الحكومات لإنشاء منتجات تتلاءم مع المناهج الدراسية المحلية.

يلخص مايكل روس، النائب الأول للرئيس/ المدير العام منذ فترة طويلة في موسوعة بريطانيا حتى عام 2017، تجربة شركته على النحو التالي: "ابحث عن عرض القيمة. إذا لم يكن لديك عرض قيمة منفصل عن التنسيق، خاصة إذا أصبح هذا التنسيق قديماً، فستقع في ورطة."<sup>8</sup>

قبل الاحتفال بذكرها السنوية رقم 250 في عام 2018، صرح الرئيس التنفيذي كارثيك كريشنان: "نظراً للتحفيز العالمي الرامي إلى تحول التعليم وتقويض ثقة الجمهور في جودة المعلومات وصحتها على شبكة الإنترنت، فقد حان الوقت الآن لتوحيد جهود فريق بريطانيا مع المستهلكين والكيانات العامة والخاصة لإحداث تغيير إيجابي."<sup>9</sup>

---

الشكل 1.2 صفحة العنوان للطبعة الأولى من موسوعة بريتانكا



المصدر: Typ 705.71.363، مكتبة هوتون، جامعة هارفارد

## البطار 2.2 دراسة الحالة 2: الثورة الرقمية - الأدب الإلكتروني في الصين

يمكن للثورة الرقمية أيضاً أن تخلق قطاعات صناعة ونماذج أعمال جديدة بالكامل، وتشكل ظاهرة الأدب على الإنترنت في الصين أفضل مثال على ذلك. وفي الصين، يخضع النشر التقليدي لقواعد تنظيمية مُحكمة، ويملك عدد قليل فقط من الناشرين الترخيص اللازم للنشر. وأدى هذا، مقترناً بالتحديات الكبيرة التي أضافتها القرصنة على نطاق واسع للنشر الرقمي في تسعينيات القرن العشرين، إلى تباطؤ الناشرين التجاريين الصينيين في تطوير السوق الرقمي.

بينما كان الناشر التقليديون بطيئين في نشر الكتب الإلكترونية وعرضها من خلال متاجر الكتب على الإنترنت، ومنذ عام 2003 وما بعده، دعت مواقع الأدب الصيني على الإنترنت مثل [www.qidian.com](http://www.qidian.com) كتاب الهوايات إلى نشر قصصهم. ولتجنب مشكلات القرصنة، تم تطوير نموذج أعمال مختلف: كثيراً ما كانت القصص تتسلسل وتُصدر مع مرور الوقت، فصلاً تلو الآخر. ودفعت القراء رسوم اشتراك ضئيلة للوصول إلى الموقع الذي ظهرت فيه فصول جديدة، وحصل الكتاب على حصة من إيرادات الاشتراك، استناداً إلى شعبيتهم.

منذ ذلك الحين، تطورت هذه الطريقة الجديدة لابتكار القصص وتبادلها إلى ظاهرة ثقافية ومحرك اقتصادي ونموذج أعمال متعدد الأوجه في حد ذاته. اعتباراً من أوائل عام 2020، نشر 17,5 مليون كاتب أكثر من 25 مليون رواية على الإنترنت.<sup>10</sup> وتشمل الأنواع الشهيرة الخيال والرومانسية، وغالباً ما تصور الأشخاص العاديين مع قوى خفية في أثناء أداء أعمال البطولة.

لقد دفع نمو مجتمعات القراءة على الإنترنت العديد من الكُتاب إلى الشهرة العظيمة والثروة. في عام 2016، ذُكر أن تشانغ وي، الذي يكتب تحت الاسم المستعار تانغ جيا سان شاو، كان أول مؤلف على الإنترنت يحصل على دخل سنوي قدره 110 ملايين يوان صيني (16,8 مليون دولار أمريكي). وهذا المال لم يأت فقط من اشتراكات الكتب والقراء، فالملكية الفكرية التي أنشئت في هذه الكتب، والشخصيات والأحداث وقصص المؤلفين الأكثر نجاحاً، مخصصة لصنع مسلسلات تلفزيونية، والأفلام المقتبسة، وألعاب الفيديو، وغيرها من السلع ذات العلامات التجارية.<sup>11</sup>

نتيجة لهذا التطور، تحولت "الملكية الفكرية" الآن إلى مصطلح رائج في الصين يشير إلى الخصائص الفكرية أو المحتوى الأصلي الذي كثيراً ما يتم تحويله إلى أفلام وعروض تلفزيونية وألعاب.<sup>12</sup>

### مقتطفات من مقابلة أجريت مع تشانغ وي<sup>13</sup>

"لقد كنت أعلى كاتب خيال على الإنترنت ربحاً في الصين لأربع سنوات على التوالي. ما سرّك؟"

"تشانغ وي: تأخذ القائمة في الاعتبار الكثير من عوائد الإتاوات، بما في ذلك المنشورات والأفلام والتلفزيون والألعاب والمسلسلات على الإنترنت. لم أتعلم في الأمر مطلقاً، لكنني أعتقد أنني أحصل على قدر مماثل من الدخل من كل مصدر.

"على مدار السنين، الشيء الوحيد الذي هدفت لفعله هو تحديث مصنفي يومية، والتأكد من أن القراء يمكنهم رؤية مصنفي كل يوم. وما نحققه الآن يأتي نتيجة لأكثر من عقد من الجهد المضي. أنا واحد من أسع الكتاب في هذا المجال، حيث أنتج في المتوسط يومية ما يصل إلى 8,000 حرف صيني [ما يعادل 5,000 كلمة إنجليزية تقريباً].

"كيف تكتب بهذه السرعة؟

"تشانغ وي: تصعب الإجابة على هذا السؤال. كل ما يمكنني قوله هو أنني موهوب. كلما كتبت أكثر، ازدادت خبرتي. وأعمل على تقوية تحكمي بالكلمات والحبكة والمحتوى. وبذلك أصبحت أفضل في التعبير عن أفكارتي.

"كيف تحافظ على علاقتك بقرائك بصفتك كاتب على الإنترنت؟

"تشانغ وي: يتراوح عمر قرائي عموماً من 8 سنوات إلى 25 سنة. بالنسبة لي هم مثل الأصدقاء والعائلة. فهم ببساطة مهمون جداً بالنسبة لي. فأنا أقضي معهم وقتاً أطول بكثير مما أقضيه مع عائلتي. كان الدعم الذي يأتي منهم في البداية بمثابة القوة التي جعلتني أستم. إذا كان الكاتب يتوقع الولاء من قرائه، فيجب عليه أن يكون مخلصاً نحوهم في البداية.

"فريقي ينظم الكثير من الأحداث التفاعلية مع المعجبين على منصات مثل منصة كتابة المدونات الصغيرة ويو وتطبيق المراسلة وبيشات ومجتمع منتدى بايدو طيبة. هذه التفاعلات مهمة لأنها تسمح لي بمعرفة ما يفكر فيه القراء، وتسمح للقراء أيضاً بمعرفة ما أفكر فيه، وما الذي نفعله.

"قال بعض النقاد إن قصصك نمطية وتفتقر إلى القيمة الأدبية. كيف ترد على ذلك؟

"تشانغ وي: جميع الكتاب لديهم أساليبهم الخاصة وطريقتهم في الكتابة. ومن وجهة نظري، الخيال عبر الإنترنت هو أبسط أشكال التمتع الروحي الذي يمكن لعامة الجمهور الوصول إليه. قرائي ذوو مشارب مختلفة ويقرؤون الخيال عبر الإنترنت للاسترخاء في وقت فراغهم.

"كل ما أقدمه هو شكل من أشكال الترفيه. لا أطالب بأن يتذكري القراء، أو أن يتذكروا مضمون كل قصة، ما داموا يستمتعون بروايتي ويسعدون بها. والنقاد يضحون الأمور.

"أين تكمن قيمة الخيال عبر الإنترنت؟ ما الفرق الرئيسي بينه وبين الأدب التقليدي؟

"تشانغ وي: إنه الخيال الذي لا حدود له. كُتاب الإنترنت في الصين هم عموماً من الشباب. معظمنا ولد في ثمانينيات القرن العشرين. وخلفيتنا التعليمية، فضلاً عن تصوراتنا للعالم، تختلف عن تصورات الجيل السابق. لقد ترعرعوا وهم يقرؤون الأُبد التقليدي الذي نشأ في ريف الصين، وما يكتبونه يختلف عن مصنفاتنا.

"اليوم يُسمح لنا بمساحة أكبر لتخيل، والخيال الذي ليس له حدود هو أساس الخيال عبر الإنترنت. بينما يحرص بلدنا تقدماً، يصبح الأشخاص قادرين على تجربة المزيد وتوسيع آفاقهم. والأمر لا يختلف بالنسبة لنا نحن الكُتاب.

*"أنت أستاذ مساعد في أدب الإنترنت. ماذا تخبر طلابك عن المسار الذي يتجه إليه الخيال الصيني عبر الإنترنت؟*

تشانغ وي: أخبرهم أن الخيال عبر الإنترنت في الصين اليوم في فترة تطور سريع. إنه شكل متسلسل من أشكال التعبير الأدبي الذي تمحور حول التطورات في عالم الوسائط المتعددة خلال أواخر تسعينيات القرن العشرين.

"امتد الخيال عبر الإنترنت إلى ما هو أبعد من المعتقد منذ نشأته. في البداية كان مفهوماً جديداً تماماً دون أي نوع من الأسس، وهنا مكمن تطوره كل عام. وبفضل اقتران الخيال عبر الإنترنت بالأفلام والتلفزيون، من المقرر الحفاظ على هذا التطور السريع والمطرّد لبعض الوقت.

"سيؤدي الخيال عبر الإنترنت، من محتواه الأساسي، إلى إنشاء عدد كبير من المنتجات المشتقة. وسيصبح مركز قوة في أعمال الترفيه.

*"هل يعني هذا أنك ستكرس المزيد من الوقت لتوسيع مصنفاتك لتشمل مختلف المجالات والوسائط؟*

"تشانغ وي: أريد أن أؤثر على العالم من خلال الملكية الفكرية للصين. هذا هو الهدف. ولتحقيق هذا الهدف، أحتاج إلى اتخاذ خطوة واحدة في كل مرة، من خلال الأفلام والتلفزيون وغيرها من المنشورات. أنا في الغالب أكتب الخيال، الذي يحظى بقبول عالمي أكبر، وبالتالي أكثر ملاءمة للتحويل.

"سيبدأ تصوير العديد من الأفلام والبرامج التلفزيونية المقتبسة من مصنفاتي في وقت لاحق من هذا العام. وسنواصل المضي قدماً في المستقبل أيضاً. في يوم من الأيام، أعتزم بناء "عالم ديزني في الصين"، وهو تطوير لعقار تجاري مع متنزه ترفيهي يستند إلى قصصي في مركزه. لقد أعطيت نفسي 10 سنوات لتحقيق هذا الحلم، والتحضيرات جارية بالفعل".

1. كيمب، إس (2021). Digital 2021: Global Overview Report DataReportal. سنغافورة: DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
2. سيبر، م. ور. بالكويل (2007). *Managing Intellectual Property in the Book Publishing Industry*. Creative Industries booklet no 1. جنيف: الويبو. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/868/wipo\\_pub\\_868.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/868/wipo_pub_868.pdf)
3. لمزيد من الخلفية، راجع جرينشتاين، إس (2017). The reference wars: *Encyclopædia Britannica's decline and Encarta's emergence*. *Strategic Management Journal*, 38, 995-1017. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.2552>
4. ليفي، إم (بدون تاريخ). *Britannica in the digital era*. شيكاغو، إيلينوي: موسوعة بريتانیکا. [www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-English-language-reference-work/Britannica-in-the-digital-era](http://www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-English-language-reference-work/Britannica-in-the-digital-era)
5. [www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-print-encyclopaedia](http://www.britannica.com/topic/Encyclopaedia-Britannica-print-encyclopaedia)
6. EDTECH (2019). Companies to watch. *EDTECH Digest*, 2019 صفحة 57 [www.edtechdigest.com/lists/state-of-edtech-2019-2020/](http://www.edtechdigest.com/lists/state-of-edtech-2019-2020/)
7. موسوعة بريتانیکا (بدون تاريخ). الموقع الإلكتروني. شيكاغو، إيلينوي: موسوعة بريتانیکا. <https://corporate.britannica.com/brands/>
8. ارجع إلى سورد، إيه (2016). *Encyclopaedia Britannica: How a print company embraced disruptive innovation in publishing*. TechMonitor. [www.cbronline.com/news/cloud/private/encyclopaedia-britannica-how-a-print-company-embraced-disruptive-innovation-in-publishing-4898586](http://www.cbronline.com/news/cloud/private/encyclopaedia-britannica-how-a-print-company-embraced-disruptive-innovation-in-publishing-4898586)
9. بانيلاس، ت. (2017). Encyclopaedia Britannica Group Appoints Karthik Krishnan as Global Chief Executive Officer. شيكاغو، إيلينوي: مجموعة موسوعة بريتانیکا. <https://corporate.britannica.com/press-releases/encyclopaedia-britannica-group-appoints-karthik-krishnan-as-global-chief-executive-officer/>
10. *ChinaDaily.com* (2020). Over 17.5 mln authors committed to online literature creation in China. موقع ChinaDaily الإلكتروني، 26 أغسطس 2020. <http://global.chinadaily.com.cn/a/202008/26/WS5f460a1da310675eafc55a93.html>
11. لي يو (2016). Q&A Author Zhang Wei on China's Online Literature. Sixth Tone. [www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature](http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature)
12. كوين، إيه (2016). Making online literature pay big in China. *نيويورك تايمز*. [www.nytimes.com/2016/11/01/world/asia/china-online-literature-zhang-wei.html](http://www.nytimes.com/2016/11/01/world/asia/china-online-literature-zhang-wei.html)
13. لي يو (2016). Q&A Author Zhang Wei on China's Online Literature. Sixth Tone. المقابلة الكاملة متوفرة على الموقع الإلكتروني [www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature](http://www.sixthtone.com/news/qa-author-zhang-wei-chinas-Internet-literature)

## قطاع النشر العالمي

ما حجم الصناعات الإبداعية عموماً، وما الدور الذي تؤديه صناعات النشر المستكشفة في هذا التقرير؟

توصلت دراسات الويبو<sup>1</sup> إلى أن الصناعات القائمة على حق المؤلف تسهم عموماً بنسبة تتراوح بين 2 و11 في المائة (الولايات المتحدة الأمريكية) من الناتج المحلي الإجمالي في الاقتصاد الوطني، بمتوسط 5,18 في المائة. وتوضح ثلاثة أرباع البلدان التي خضعت للدراسة وعددها 43 بلداً مساهمة تتراوح من 4 إلى 6,5 في المائة.

على الرغم من عدم وجود بيانات عالمية، فإن يضع نقاط بيانات أخرى تلقي الضوء على بعض عناصر قطاع النشر وتساعد على تقييم أهميتها الاقتصادية فيما يتعلق بالناتج المحلي الإجمالي الوطني والصناعات الإبداعية الأخرى. وفي الولايات المتحدة الأمريكية، بلغت قيمة نشر الكتاب (الاستهلاكي، التعليمي، الأكاديمي) 38 مليار دولار أمريكي في عام 2018. وهذا أكبر من قطاع الموسيقى (2 مليار دولار أمريكي في عام 2019) وقطاع ألعاب الفيديو (26 مليار دولار أمريكي في عام 2019).<sup>2</sup>

في أوروبا، بلغ قطاع النشر في أوروبا 22,4 مليار يورو في عام 2019.<sup>3</sup> وبلغ قطاع ألعاب الفيديو تقريباً 21,6 مليار يورو في عام 2019.<sup>4</sup> وحقق قطاع الموسيقى في أوروبا 6,2 مليارات دولار أمريكي في عام 2019.<sup>5</sup>

### لمحة عن نشر الكتب

بأسعار المستهلك، بلغت إيرادات قطاع النشر من 11 بلداً يوجد فيها أكبر قطاعات النشر 248 مليار دولار أمريكي في عام 2017.<sup>6</sup> وهذا يجعل النشر أحد أكبر القطاعات الإبداعية. وبالمقارنة، في عام 2019، بلغت الإيرادات العالمية المسجلة للموسيقى 20,2 مليار دولار أمريكي.<sup>7</sup> وفي ذلك العام، قدرت مبيعات صناعة السينما العالمية بنحو 136 مليار دولار أمريكي.<sup>8</sup>

يعتبر النشر الاستهلاكي، والذي يعرف أيضاً باسم النشر التجاري، الأكثر بروزاً. وتقدر منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي المبيعات العالمية للكتب الخيالية وغير الخيالية للمستهلكين بمبلغ 87,9 مليار دولار أمريكي في عام 2020.<sup>9</sup> وفي البلدان النامية، يمكن للنشر التعليمي أن يوفر حصة أكبر من مبيعات قطاع النشر الوطني. وشكلت إيرادات قطاع التعليم أكثر من نصف إجمالي الإيرادات في البرازيل (62,4 في المائة) وجنوب أفريقيا (68,7 في

المائة)<sup>10</sup> وجمهورية كوريا (65,2 في المائة) والمكسيك (74,2 في المائة) وتركيا (59,5 في المائة).

يشمل قطاع النشر الرئيسي الثالث، النشر العلمي، في جوهره أكثر من 9,800 مجلة تحتوي على أكثر من 1,85 مليون مقال بحثي. وفي حين أن الطلب للنفاذ إلى هذا الكم الهائل من الأبحاث عالمي، تُنشر المجلات في معظم الأحيان في عدد قليل من البلدان بمبيعات سنوية للصناعة تُقدر بحوالي 24 مليار دولار أمريكي.<sup>11</sup>

على الرغم من أن معظم البلدان، من الناحية النظرية، لديها الطلب المحلي لدعم قطاعات النشر الوطنية والمهارات والموارد اللازمة لتطويرها، فإن قطاعات النشر المحلية لا تتطور غالباً بكامل إمكاناتها. شكّلت أكبر أربع قطاعات وطنية للنشر (الصين وألمانيا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية) معظم أعمال النشر على الصعيد العالمي في عام 2017: حققت الولايات المتحدة صافي إيرادات بما يزيد على 25 مليار دولار أمريكي. وتعتبر الصين واحدة من أكبر أسواق النشر حيث بلغ إجمالي مبيعات الكتب بالتجزئة 13,1 مليار دولار أمريكي (89,4 مليار يوان صيني) في عام 2018. وتُقدر مبيعات قطاع النشر في ألمانيا بما يزيد على 5 مليارات دولار أمريكي، تليها المملكة المتحدة (ما يقارب 5 مليارات دولار أمريكي).<sup>12</sup>

في حين تمثل أمريكا الشمالية وأوروبا وآسيا، بدعم من الصين والهند واليابان وجمهورية كوريا وتركيا، معظم سوق النشر في العالم، يظل النشر متأخراً في العديد من البلدان في آسيا وأمريكا اللاتينية، فضلاً عن أفريقيا والشرق الأوسط. غالباً ما يتم تقديم الطلب في السوق من قبل ناشرين أجانب. يربح قطاع النشر التعليمي في المملكة المتحدة أكثر من 55 في المائة من عائداتها في الخارج.<sup>13</sup> ومع ذلك، فإن هذه مجرد لمحة ديناميكية. في السنوات الأخيرة، كانت الأسواق في معظم البلدان الصناعية في حالة ركود أو تراجع، في حين شهدت الصين والهند، وأحياناً البرازيل، نمواً هائلاً. وهذه الأسواق أكثر تقلباً بسبب التطورات السياسية والاقتصادية. وتظل ما يسمى ببلدان مجموعة البريكس (البرازيل والاتحاد الروسي والهند والصين) محط اهتمام أولئك الذين يتطلعون إلى تحقيق نمو كبير. وفي النهاية، ترتفع صناعة النشر وتنخفض تبعاً لتقلبات الأوضاع الاقتصادية للطبقات المتوسطة التي تمنح قيمة للتعليم، والقراءة، وتحقيق الذات، والخطاب الفكري، والثقافة.

وفي القمة، يعتبر النشر من الصناعات المركزة للغاية. يحقق أكبر 50 ناشراً في جميع أنحاء العالم<sup>14</sup> أرباحاً بقيمة 76.5 مليار دولار أمريكي تقريباً. وفي عام 2017، كانت أكبر 10 دور نشر هي بيرسون (المملكة المتحدة)، و RELX Group (المعروفة سابقاً باسم Reed Elsevier؛ في هولندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة)، وتومسون رويترز (الولايات المتحدة)، وبيرتلسمان (ألمانيا)، و وولترز كلور (هولندا)، ودار هاشيت (فرنسا)، و Grupo Planetag (إسبانيا)، و Springer Nature (ألمانيا)، و Scholastic (الولايات المتحدة)، و McGraw-Hill Education (الولايات المتحدة). وحققت معاً أرباحاً سنوية تقارب 50 مليار يورو (54 مليار دولار أمريكي).<sup>15</sup>

ومن أسباب هذا التركيز وجود وفورات في الحجم، والتي يمكن تطبيقها بشكل خاص في بيئة رقمية عالمية. تختلف الأسباب الأخرى باختلاف القطاعات: حيث يحتاج الناشر في مجال النشر التجاري إلى مبالغ كبيرة من المال للتوقيع مع المؤلفين أصحاب أفضل المبيعات والترويج لهم دولياً؛ ويحتاج الناشر في مجال النشر التعليمي مجموعة من المهارات والموارد لوضع محتوى عالي الجودة يدرّس المناهج المحلية؛ ويجب على الناشرين الأكاديميين القيام باستثمارات كبيرة في التكنولوجيا.

ينصب معظم الاهتمام عموماً على دور النشر التجاري "الخمسة الكبار" المهيمنة في الولايات المتحدة، والتي تغطي حوالي ثلث<sup>16</sup> السوق التجاري: دار بنغوين راندوم هاوس، ودار Hachette Book Group، ودار هاربر كولنز، ودار سايمون وشوستر، ودار ماكميلان.<sup>17</sup> وتعدّ اثنتان منهم فقط في الواقع مملوكتين لشركات أمريكية: دار هاربر كولنز وهي مملوكة لشركة News Corp، ودار سايمون وشوستر وهي مملوكة لشركة CBS Corporation. تقع شركة بيرتلسمان التي تمتلك دار بنغوين راندوم هاوس في ألمانيا؛ ويقع مقر دار هاشيت في فرنسا، ودار ماكميلان مملوكة لشركة Holtzbrinck وتقع في ألمانيا أيضاً. وتشمل دور النشر الدولية الرئيسية الأخرى دار Grupo Planeta (إسبانيا)، ودار Bonnier (السويد)، ودار Egmont (الدانمرك)، ودار Phoenix Publishing & Media (الصين) ودار China South Publishing & Media Group (الصين).<sup>18</sup>

أصبح من الصعب تتبع العدد الإجمالي للناشرين. ويتسم النشر الرقمي بانخفاض عتبة الدخول، وذلك لأن المبيعات عبر الإنترنت (وقنوات البيع عبر الإنترنت) قد سهّلت الأمر على صغار الناشرين، بمن فيهم المؤلفون ذاتيو النشر، من أجل دخول السوق. يبيع العديد من المؤلفين كتبهم أو يقومون بإصدار ترخيص باستخدامها من خلال قنوات لا يمكن قياسها بسهولة أو لا تنشر البيانات. على سبيل المثال، لا تنشر أمازون أي بيانات مبيعات، رغم أنها واحدة من قنوات البيع الدولية الكبرى للكتب الإلكترونية. ومع ذلك، ثمة دلائل على أن الكتب المنشورة على نفقة المؤلف الخاصة ربما أصبحت قطاعاً مهماً.<sup>19</sup>

## القطاع التجاري

يتمثل نحو ثلث قطاع النشر العالمي في النشر الاستهلاكي، أو النشر التجاري، كما يطلق عليه في مجال الأعمال التجارية، حيث كانت تجارة التجزئة هي قناة التوزيع التقليدية الخاصة به. ويشمل جميع الكتب، الورقية أو الرقمية، التي يشتريها عامة الجمهور، بما في ذلك الخيال الأدبي والكتابات غير الخيالية. تشمل أنواع الخيال الأدبي النموذجي القصة الخيالية العامة، والمصنفات الكلاسيكية، والجريمة، والتشويق، والخيال العلمي، والكتابات الرومانسية، والروايات المصورة. وتشمل الأنواع الأدبية غير الخيالية الدين، والمراجع، والسفر، والسيرة الذاتية، والصحة، والمساعدة الذاتية، والأعمال والطبخ، والحدائق والمنازل، والفن، والحواشيب، والتكنولوجيا.

يمكن لكل اقتصاد ناشئ أن يحافظ على قطاع نشر استهلاكي وطني. يعتبر النشر من الصناعات الجذابة للتطوير، حيث يمكن أن يتيح عدداً كبيراً من وظائف الطبقة المتوسطة للأشخاص المتعلمين دون فرض مطالب رئيسية على الموارد الطبيعية. والنشر عالي الجودة يخلق أيضاً فرصاً للتصدير.

تعتمد أسواق النشر على وجود طبقة متوسطة مثقفة ومتعلمة تقدر التعليم وتشجع أطفالها على القراءة، ويشتري محبو القراءة الكتب من أجل الترفيه، والتحسن الذاتي، والتقدم المهني، ولتثقيف أبنائهم. وبطبيعة الحال، يجعل حجم ونمو الطبقة المتوسطة العالمية عدداً من البلدان موضع تركيز بشكل خاص باعتبارها أسواق نمو محتملة، وتحديدًا الصين والهند وإندونيسيا ونيجيريا والفلبين.<sup>20</sup> تشير توقعات النمو القوية للطبقة المتوسطة في الاقتصادات الناشئة إلى حدوث تحول شامل في قطاع النشر العالمية في آسيا وتوفر نظرة إيجابية للغاية بشأن جنوب صحراء أفريقيا.

يمكن للحكومات دعم أسواق النشر الاستهلاكية الوطنية الخاصة بها من خلال دعم ثقافة القراءة والكتاب، وبشكل غير مباشر، من خلال تحفيز الناشرين المحليين في مجال النشر التعليمي. ويمكن تحقيق ذلك من خلال حملات القراءة المبكرة للأطفال الصغار، وبرامج محو الأمية والقراءة، ودعم المكتبات، والسياسات التي تعزز صناعة الكتب، مثل تخفيض ضريبة القيمة المضافة على الكتب أو الإعفاء الضريبي لموزعي الكتب والمكتبات. إن الحفاظ على المؤلفين والكتب والقراءة في الخطاب العام من خلال منح الجوائز والتكريمات، والبرامج التلفزيونية، والأحداث والحملات العامة قد يساعد أيضاً على دعم عادات القراءة. تكون تدابير السياسة هذه أكثر فاعلية إذا تم استهدافها بوضوح ورصد آثارها بعناية.

## القطاع التعليمي

يساعد الناشر في مجال النشر التعليمي على إنشاء وتخطيط وتوزيع الكتب المدرسية والكتيبات والاختبارات ومواد الدعم للمعلمين التي يتم استخدامها في رياض الأطفال والمدارس الابتدائية والثانوية، العامة والخاصة. وتلبي منشوراتهم عادةً متطلبات مناهج وطنية محددة. يبيع البعض أيضاً كتباً مدرسية وفقاً للمعايير الدولية أو الأجنبية، مثل البكالوريا الدولية أو الشهادة العامة الدولية للتعليم الثانوي، للمدارس الدولية والخاصة في العديد من الأسواق يصب ما يقرب من نصف قطاع النشر في العالم (يقدر المؤلف بأنها حوالي 45 في المائة) في صالح السوق التعليمية. وهذه النسبة أكبر بكثير في البلدان النامية، حيث يعتبر النشر التعليمي أساس صناعة النشر المحلية، حيث تتجاوز 90 في المائة في بعض الأحيان. سيكون معظم الناشرين التجاريين المحليين قد بدأوا كناشرين في النشر التعليمي قبل التوسع في كتب الأطفال وأنشطة النشر التجاري الأخرى.

تشمل أكبر دور للنشر التعليمي الدولي بيرسون (المملكة المتحدة)، و China South Education Publishing & Media Group (الصين)، و

هاشيت (فرنسا)، و McGraw-Hill Education (الولايات المتحدة)، و Holtzbrinck (ألمانيا)، و جون وايلي أند سنز (الولايات المتحدة)، و Scholastic (الولايات المتحدة)، و دار نشر جامعة أكسفورد (المملكة المتحدة).<sup>21</sup>

تعتبر الكتب المدرسية عالية الجودة وغيرها من المواد التعليمية عاملاً مهماً في تعزيز التعليم في الاقتصادات النامية والناشئة، حيث يعد التعليم أحد المجالات الأولى للاستثمار في أي اقتصاد ناشئ. أصبحت الكتب المدرسية وسيلة مهمة للحصول على تعليم جيد، نظراً لعدم وجود عدد كافٍ من المعلمين المؤهلين، وكبر الفصول الدراسية، وقلة فرص التدريب للمعلمين.<sup>22</sup>

هناك عدة عوامل تحدد حجم قطاع النشر التعليمي الوطني. بطبيعة الحال، يشكل عدد الأطفال في المدارس ومقدار الإنفاق الحكومي على التعليم الإطار العام. قد تكون المدارس الخاصة أيضاً بمثابة سوق ربحية في البلدان التي تكون فيها هذه المدارس بارزة، وتمنح تغييرات المناهج الأسواق دوافع جديدة حيث تتطلب التغييرات في أهداف التعلم كتباً مدرسية جديدة في كثير من الأحيان.

### دور السياسات الحكومية في النشر التعليمي

يتمثل العامل الأكثر أهمية في سوق النشر التعليمي في السياسات الوطنية لشراء الكتب المدرسية. وغالباً ما تقرر اللوائح التي تحدد كيفية اعتماد الكتب المدرسية وإتاحتها للطلاب إذا ما كان يمكن تلبية الطلب المحلي على الكتب المدرسية من قبل المؤلفين والناشرين المحليين، وإذا ما كان توزيع الكتب المدرسية يدعم المكتبات المحلية والبنية التحتية العامة للتوزيع.

في عام 2013، على سبيل المثال، أصدرت حكومة المجر قانوناً لوضع إنشاء الكتب المدرسية تحت سيطرة الحكومة ولتقليل عدد الكتب المدرسية المتاحة للمدارس.<sup>23</sup> وقد أثر ذلك بشدة على دور النشر التعليمية المحلية. وقد تعرض القانون للنقد من قطاع النشر،<sup>24</sup> وأحزاب المعارضة البرلمانية<sup>25</sup> وبعض وسائط الإعلام.<sup>26</sup>

ومثال آخر هو إعلان وزارة جمهورية كوريا للعلوم والتكنولوجيا لعام 2011 أنه سيتم توفير المناهج الدراسية في سن المدرسة بأكملها على الحواسيب والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بحلول عام 2015.<sup>27</sup> وأدى ذلك إلى تغيير الناشرين استراتيجيات النشر الخاصة بهم. وبعد عام، تقلص نطاق السياسة الطموحة، في ظل انتشار مخاوف المعلمين وأولياء الأمور من أن الأطفال يقضون الكثير من الوقت أمام شاشات الحواسيب. ولدى بعض البلدان، مثل اليونان والهند<sup>28</sup> والمكسيك<sup>29</sup> والنرويج وبولندا وسويسرا، كتب مدرسية وطنية واحدة تنشرها المؤسسات الحكومية.<sup>30</sup> يترتب على غياب المنافسة، حيث لا يوجد بحكم الواقع سوى كتاب مدرسي واحد معروض، تحديات تتمثل في: مشكلات جودة، سواء كانت بسبب أخطاء<sup>31</sup> أو لأنها قديمة، لا يمكن للمعلمين معالجتها من خلال اختيار مواد تعليمية

بديلة. علاوة على ذلك، تنشأ مشكلات سياسية عندما تسعى الحكومة إلى إضفاء منظور سياسي مثير للجدل على المستوى الوطني إلى الكتب المدرسية. وأجرت عدة بلدان نقاشات سياسية مهمة حول محتوى كتبها المدرسية. نشأت الخلافات بشأن كتب التاريخ على وجه الخصوص، على سبيل المثال، في المجر،<sup>32</sup> وفي جمهورية كوريا،<sup>33</sup> والاتحاد الروسي،<sup>34</sup> والولايات المتحدة<sup>35</sup> (حيث اعتمدت الدول الكتب المدرسية) والجمهورية اليوغوسلافية السابقة.

تحاول الحكومة في بعض البلدان الحفاظ على الجودة العالية للكتب المدرسية من خلال تنظيم العطاءات العامة والسماح للناشرين الدوليين بتقديم العروض. في هذه الحالات، غالباً ما يتمتع كبار الناشرين الدوليين بميزة تنافسية نظراً لخبرتهم الدولية ووفورات الحجم وفرق التحرير الكبيرة والعلامات التجارية المعترف بها دولياً.

وبينما لا تشتري المدارس العامة الكتب المدرسية التجارية والاختبارات والمحتوى التكميلي من ناشرين محليين، فإن الناشرين في مجال التعليم ينشرون غالباً المصنفات للمدارس الخاصة وما يسمى بسوق الكتب التعليمية غير المدرسية. تنشر هذه السوق كتباً تعليمية تهدف إلى مساعدة الأطفال على التعلم خارج المدرسة؛ ويشتري الآباء عادةً هذه الكتب.

لقد تطور التعليم في مرحلة ما قبل المدرسة والتعليم المبكر أيضاً ليصبح قطاع سوق قائماً بذاته، حيث أولى واضعو السياسات اهتماماً متزايداً بهذا المجال. يعتبر التعلم المبكر وسيلة فعالة وغير مكلفة على الإطلاق للحد من عدم المساواة وزيادة الفرص لجميع الفئات الاجتماعية والاقتصادية من خلال تحسين محو الأمية والاستعداد للمدرسة. يساعد الاستثمار في التعليم المبكر للأطفال المحرومين منذ الولادة وحتى سن الخامسة على تقليل فجوة التحصيل وتقليل الحاجة إلى تلقي التعليم الخاص للأطفال ذوي الإعاقات الذهنية أو الجسدية. فهو يزيد من احتمالية اتباع أنماط حياة صحية أكثر، ويقلل من معدل الجريمة ويقلل من التكاليف الاجتماعية الإجمالية. ينتج كل دولار يُستثمر في الحصول على تعليم عالي الجودة في مرحلة الطفولة المبكرة عائداً على الاستثمار يتراوح بين 7 و10 في المائة سنوياً.<sup>36</sup>

## دور الأسواق المحلية

يركز النشر التعليمي للمدارس الابتدائية والثانوية عادةً على الأسواق الوطنية. ويرجع ذلك إلى أسباب عدة. أولاً، تختلف المناهج الوطنية على نطاق واسع. وفي بعض البلدان التي لديها هياكل حوكمة اتحادية، مثل ألمانيا والولايات المتحدة، قد تتبع الولايات الفردية مناهج مختلفة. على سبيل المثال، في الموضوعات المتعلقة باللغة، قد تركز بعض المناهج الدراسية على الكتابة والقواعد اللغوية الصحيحة، في حين تتطلب مناهج أخرى تعلم التاريخ أو الثقافة أيضاً. وحتى فيما يتعلق بمواضيع مثل الرياضيات أو الفيزياء، قد يكون لمختلف البلدان مناهج ومعايير تربوية مختلفة.<sup>37</sup> وثانياً، ثمة اتجاه متزايد لتعليم القراءة والكتابة بلغة الطفل الأصلية، وهو ما يعني، في العديد من البلدان النامية، نشر الكتب بعدة

لغات محلية وقد يساعد في تحسين النتائج التعليمية.<sup>38</sup> وثالثاً، يتعلم الأطفال الصغار بشكل أفضل عندما تتعلق مواد القراءة بظروفهم الحياتية الخاصة بهم. ينطبق ذلك بصفة خاصة على الأطفال الأصغر سناً الذين يحتاجون إلى التعرّف على سياق القراءة للتركيز على التعلم.

وقد بُذلت جهود لتدويل المناهج الدراسية. قد يبدو ذلك منطقياً بالنسبة إلى الطلاب الجامعيين والأطفال الأكبر سناً الذين يسعون للحصول على شهادات دولية، مثل البكالوريا الدولية. وعلى مدار التاريخ، أتاح ذلك للناشرين من الدول الاستعمارية السابقة فرصة ترويج الكتب المدرسية من بلدانهم الأصلية. وهذا من بين الأسباب التي تفضي إلى أن 72 في المائة من إيرادات قطاع النشر التعليمي في المملكة المتحدة تأتي من التصدير.<sup>39</sup>

وفي الآونة الأخيرة، قامت شركات التكنولوجيا بالترويج للمناهج الدولية، وكان غرضها في المقام الأول تسهيل عمل منصات التعليم القائمة على التكنولوجيا في الأسواق الوطنية المختلفة. يتعارض ذلك مع الحجج التربوية المذكورة أعلاه لتعليم الأطفال الصغار بلغتهم الأولى وكذلك مع استخدام الكتب التي تشير إلى سياق ثقافي مختلف. ومع ذلك، قد توفر المنصات لبعض الطلاب الذين يعيشون في أماكن نائية إمكانية الوصول إلى محتوى تعليمي عبر الإنترنت لن يكون متاحاً بطريقة أخرى. وبشكل عام، يمكن للمنصات أيضاً استضافة محتوى محلي ويمكن تشغيلها بواسطة مقدمي الخدمات المحليين كنموذج عمل مربح (يرجى الرجوع إلى القسم في الفصل 4 حول محركات الهجرة الرقمية في النشر التعليمي).

## القطاع العلمي والمهني

يعتبر النشر العلمي والمهني ثالث أهم قطاع نشر جرت مناقشته في هذا التقرير. ينشر هذا القطاع المجلات والدراسات والأعمال المرجعية ومجموعات البيانات للتواصل العلمي، التي تشكل سجلاً عاماً لنتائج البحوث لمختلف المهن (القانون والمحاسبة والمجال المالي، وما إلى ذلك). وعادةً ما يقتصر الجمهور المستهدف على باحثي الدراسات العليا والمهنيين في مجال معين.

أصبح الاستثمار في البحث العلمي سياسة مهمة للعديد من البلدان النامية، التي ترى أن هذا قد يجلب عوائد مالية للدولة من خلال البراءات والابتكار. كان النمو في الإنفاق على البحث والتطوير في الصين ملحوظاً بصفة خاصة، حيث زاد ثلاثة أضعاف من 0.6 في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في عام 1996 إلى 1.7 في المائة في عام 2009، وأكثر من 2 في المائة في عام 2015. تشير أحدث التقديرات إلى أن الصين ستبلي متوسط الإنفاق البالغ 2.4 في المائة الذي حددته منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بحلول 2020. كما شهدت الاقتصادات الأخرى في شرق وجنوب شرق آسيا نمواً سريعاً.<sup>40</sup>

ينعكس التدويل المتزايد للبحوث في نسبة متزايدة من المقالات التي كتبها مؤلفون من عدة بلدان واستشهادات من خارج بلد نسبة التأليف.<sup>41</sup> وعلى عكس النشر التعليمي، فإن سوق النشر العلمي تتسم بنظرة مستقبلية يغلب عليها الطابع العالمي بشدة، إلى جانب مشاركة معظم البحوث على المستوى الدولي. ومع ذلك، ورغم وجود ناشرين وطنيين في معظم البلدان (إن لم يكن جميعها)، فإن قطاع النشر العلمي والمهني يتمركز بشكل كبير في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية.

تختلف أدوار المؤلفين والناشرين في النشر العلمي عن أدوارهم في قطاعات النشر الأخرى نظراً لأن نشر النتائج جزء لا يتجزأ من عملية البحث. لا ينشر المؤلفون في مجال النشر العلمي بصورة مباشرة للحصول على عائد مالي، بل لتسجيل نتائجهم رسمياً وتحسين سمعتهم العلمية وحياتهم المهنية. وعادةً لا يحصلون على أجور من الناشر مقابل نسبة العمل إليهم، رغم أنه قد يُتوقع من أولئك الذين يتقاضون رواتب أكاديمية أو حكومية نشرها باعتبارها جزءاً من مناصبهم. قد يكون النشر في المجلات العلمية الشهيرة مجزياً بشكل غير مباشر، حيث إنه يزيد من احتمالية الارتقاء الوظيفي للمؤلف<sup>42</sup> والتمويل الإضافي للبحوث.<sup>43</sup>

على غرار النشر التعليمي، لا يكون المستهلكون الفعليون للمنشورات العلمية هم من يشترون المنشورات عادةً. فبينما تقوم الهيئات الحكومية والمدارس، في النشر التعليمي، بشراء الكتب المدرسية والمواد الأخرى للطلاب لاستخدامها، تشتري المكتبات الأكاديمية عادةً المنشورات لاستخدامها من قبل الأشخاص المنتسبين إلى هذه المؤسسات. رغم أن هذا ليس هو الحال دائماً بالطبع، لكنه النموذج السائد وقد يكون له آثار على كل من نماذج أعمال النشر المطبوعة والرقمية.

يتمثل أحد الاختلافات الجوهرية بين النشر العلمي والمهني وبين قطاعات النشر الأخرى في أن حجم المنشورات يميل إلى أن يكون مدفوعاً بمؤلفي البحوث وليس المشترين، فكلما زاد عدد الباحثين ونواتج بحثهم، زاد أيضاً عدد المقالات المنشورة. وقد قُدِّر النمو السنوي في عدد مقالات المجلات العلمية بنحو 3 في المائة على الأقل خلال القرنين الماضيين.<sup>44</sup> ويفرض ذلك ضغوطاً على المشترين (خاصةً المكتبات والمؤسسات الأكاديمية) الذين هم بحاجة إلى تمكين المستفيدين منهم من الوصول إلى العدد المتزايد من المقالات والمجلات المتخصصة، ولكنهم في كثير من الأحيان لا يملكون الأموال اللازمة لمواكبة حجم المنشورات المتزايد.

هناك ما يقرب من 5,000 ناشر في مجلة مُدرج في قواعد البيانات الدولية للصناعة، و5,000 ناشر إضافي من صغار الناشرين لهم كتب متخصصة أو محلية ذات صلة. كما يوجد 650 دار نشر منظمة في هيئات التجارة الدولية الرئيسية؛ يوجد من بينها نحو 480 دار نشر (73 في المائة) ونحو 2,300 مجلة (20 في المائة) يديرها ناشرون غير هادفين للربح أو جمعيات علمية. لا يزال نموذج الأعمال الخاص بأقسام النشر في المؤسسات الأكاديمية غير الهادفة للربح (على سبيل المثال، مطبعة جامعة أكسفورد) أو الجمعيات العلمية موجهة عادةً نحو الاستدامة الاقتصادية أو المساهمة

في الغرض الاجتماعي للمالك. وهناك أيضاً تركيز في القمة، حيث يتم نشر أكثر من 40 في المائة من جميع المجلات من قبل ست شركات: Elsevier (هولندا)، وجون وايلي أند سنز (الولايات المتحدة)، ودار النشر SAGE (المملكة المتحدة)، وSpringer وNature (ألمانيا)، وتاييلور وفرانسيس (المملكة المتحدة)، وويلترز كلور (هولندا).<sup>45</sup>

## أسواق النشر العالمية

### الولايات المتحدة

حقق قطاع نشر الكتب والمجلات في الولايات المتحدة إيرادات صافية بلغت 25.9 مليار دولار أمريكي في عام 2017.<sup>46</sup> واستقرت الإيرادات وحجم الوحدة بشكل أساسي على مدار الأعوام من 2014 إلى 2017، وهو ما يشير إلى نمو السوق.<sup>47</sup>

حقق أكبر قطاع، وهو النشر التجاري، صافي إيرادات للناشرين بلغ 15.9 مليار دولار أمريكي في عام 2017. وارتفعت إيرادات الكتب الصوتية بشكل ملحوظ، من 299 مليون دولار أمريكي في عام 2012 إلى 1.2 مليار دولار أمريكي في عام 2021.<sup>48</sup>

وفي عام 2013، تجاوزت إيرادات مبيعات التجزئة عبر الإنترنت إيرادات المكتبات التقليدية لأول مرة. وفي عام 2017، تم تسجيل أكثر من 34 في المائة من النسخ المبيعة في النشر التجاري لقنوات البيع عبر الإنترنت وسُجّلت نسبة 22 في المائة للمكتبات التقليدية.<sup>49</sup>

لا يمكن وصف سوق النشر في الولايات المتحدة دون ذكر هيمنة أحد مواقع بيع الكتب الإلكترونية، Amazon.com Inc. (ويشار إليه عموماً بـ"أمازون"). يعتمد قطاع النشر بشكل كبير على أمازون لبيع الكتب المطبوعة عبر الإنترنت، لكن شركة أمازون لا تعتمد بشكل كبير على الكتب؛ فرغم سيطرة أمازون على 65 في المائة من مبيعات الكتب المطبوعة عبر الإنترنت،<sup>50</sup> لا تمثل مبيعات الكتب سوى 7 في المائة من أعمالها.<sup>51</sup>

يمكن أن تفرض شركة أمازون ضغطاً على هوامش ربح الناشرين، نظراً لمركزها المهيمن. ويُجبر صغار الناشرين على بيع كتبهم إلى أمازون بنسبة خصم تزيد على 60 في المائة. غالباً ما تختفي نسبة من الخصم في الرسوم الترويجية أو "صناديق تنمية التسويق"، وتُفرض رسوم إضافية بناءً على حجم الأرباح الخاصة بالعام السابق.<sup>52</sup>

أدى هذا الوضع إلى ظهور موجة من الشكاوى من قطاع النشر يُزعم فيها إساءة استعمال المركز المهيمن، وتواجه شركة أمازون تهديداً مستمراً بالتقاضي بشأن مكافحة الاحتكار في الولايات المتحدة.<sup>53</sup> وفي أي مكان آخر.<sup>54</sup> ونظراً لأن أمازون استغلت على ما يبدو مركزها المهيمن لخفض الأسعار للمستهلكين، فإن سلطات المنافسة الأمريكية قد تحجم عن دعم الناشرين وبائعي الكتب التخزين.

## الكتب الإلكترونية التجارية (الاستهلاكية) في الولايات المتحدة

شهدت مبيعات الكتب الإلكترونية للمستهلكين نمواً كبيراً في عام 2009 (356) في المائة) وعام 2010 (199 في المائة) وعام 2012 (44 في المائة). وفي عام 2018 ارتفعت إيرادات الكتب الإلكترونية للناشرين التجاريين إلى 3.2 مليار دولار أمريكي.<sup>55</sup> تشكل الكتب الإلكترونية نسبة تبلغ 4.19 في المائة من سوق الكتب التجارية.<sup>56</sup> وتشكل الكتب الصوتية التي تم تنزيلها، والتي تعتبر فئة فرعية من الكتب الإلكترونية، نسبة 7 في المائة من السوق نفسها.

تهيمن شركة أمازون على مبيعات الكتب الإلكترونية في الولايات المتحدة، ويليها في المرتبتين الثانية والثالثة بفارق بعيد، شركتا أبل وبارنز أند نوبل. ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى الشعبية التي يحظى بها بعض قراء الكتب الإلكترونية المخصصين، حيث يمثل أمازون كيندل المنصة السائدة للكتب الإلكترونية التجارية.<sup>57</sup> وقد أدى ذلك إلى ظهور ادعاءات من قبل دور النشر<sup>58</sup> وبائعي الكتب<sup>59</sup> في الولايات المتحدة بشأن السلوك المناهض للمنافسة. الاتحاد الأوروبي: سوق فردية متنوعة

تم نشر أكثر من 605,000 كتاب في أوروبا عام 2019. حقق ناشرو الكتب في الاتحاد الأوروبي والمنطقة الاقتصادية الأوروبية إجمالي إيرادات مبيعات سنوية يقارب 22.4 مليار يورو (25 مليار دولار أمريكي).<sup>60</sup> تعتبر ألمانيا (6.1 مليارات دولار أمريكي<sup>61</sup>)، والمملكة المتحدة (5.4 مليارات دولار أمريكي)، وفرنسا (3 مليارات دولار أمريكي<sup>62</sup>) من أكبر الأسواق من حيث حجم مبيعات الناشرين في مجال التجارة والتعليم في عام 2018.

بالإضافة إلى الكتب الجديدة الصادرة عن الناشرين الأوروبيين، تم إدراج نحو 12.5 مليون كتاب مختلف مصنف على أنه في طور الطباعة أو متوفر في عام 2019. يأتي ما يزيد على 62 في المائة من إيرادات النشر من النشر التجاري، بينما يأتي أقل من 20 في المائة من قطاع التعليم وقطاع النشر العلمي والمهني.<sup>63</sup>

يبيع أربعة ناشرين من أصل خمسة ناشرين الكتب الإلكترونية، ومع ذلك تختلف حصتهم في السوق اختلافاً كبيراً في البلدان المختلفة. بلغت حصة الكتب التجارية في سوق الكتب الإلكترونية في المملكة المتحدة 15 في المائة في عام 2016، إذ انخفضت عن 17 في المائة في عام 2015.<sup>64</sup> وفي بلدان أخرى، انخفضت جداً في عام 2017. حيث بلغت، على سبيل المثال، 2.3 في المائة فقط في فرنسا، و4.5 في المائة في إيطاليا، و1.9 في المائة في إسبانيا.<sup>65</sup>

تمثل الصادرات جزءاً مهماً من أعمال النشر الأوروبية، حيث شكلت 22.9 في المائة من المبيعات في عام 2015. تلعب صادرات الكتب دوراً مهماً بالنسبة لقطاعات النشر في فرنسا وألمانيا وإيطاليا وهولندا وإسبانيا والمملكة المتحدة، ومع ذلك فإن جميع قطاعات النشر التجارية في أوروبا تشتري وتبيع حقوق الترجمة على نحو فعال. وتدعم الحكومات في بعض الأحيان الترجمات التي ترى أن تمكين القراء في الخارج من الوصول إلى المؤلفين المحليين لا يعد شكلاً من أشكال دعم الصادرات

فحسب، بل أيضاً شكلاً من أشكال الدبلوماسية اللينة. يمكن أن تكون الكتب بمثابة سفراء عظماء، أو تشجع على الفهم أو تدعم السياحة. ومن الأمثلة على ذلك تأثير كتاب *Eat, Pray, Love*<sup>66</sup> للروائية إليزابيث غيلبرت، أو الازدهار الذي شهدته آيسلندا في السياحة، ويرجع الفضل في ذلك إلى حد كبير إلى جهوده للترويج للثقافة.<sup>67</sup>

### الطار 1.3 دراسة الحالة 3: آيسلندا بلد غارق في الكتب

عندما حصل المؤلف الآيسلندي هالدور لاكسنس على جائزة نوبل للآداب عام 1955، قال:

"أفكر أيضاً في ذلك المجتمع المؤلف من 150 ألف رجل وامرأة يشكلون أمتنا المحبة للكتب، إنها أمتنا نحن الآيسلنديين. منذ البداية، تابع أبناء وطني مسيرتي الأدبية، وها هم الآن ينتقدون عملي ويمدحونه، لكنهم نادراً ما يسمحون بأن تمر عليهم كلمة واحدة دون اكتراث. مثل أداة حساسة تسجل كل صوت، لقد تفاعلوا بسرور أو استياء مع كل كلمة كتبتها. من حسن الحظ أن يولد مؤلف ما في دولة مرتبطة ارتباطاً عميقاً بالشعر والتقاليد الأدبية على مدى قرون".<sup>68</sup>

لا ترتبط آيسلندا ارتباطاً عميقاً بالتقاليد فحسب؛ فهي تعتبر من نواح عدة بلداً رائداً عالمياً في الترويج لمحو الأمية والقراءة وثقافة الكتاب. ويزيد معدل محو الأمية الحالي بها على 99 في المائة نتيجة سياسات مستهدفة يرجع تاريخها إلى القرن الثامن عشر. استقر المهاجرون النرويجيون في آيسلندا خلال أواخر القرنين التاسع والعاشر ميلادياً، وتروي الملاحم الآيسلندية الشهيرة قصص أوائل المستوطنين، بينما يصف Edda (مصطلح باللغة النوردية القديمة يشير إلى مصنفين أدبيين آيسلنديين من العصور الوسطى) الخرافات والقصص الخيالية. وترتبط القصص غالباً بالتشكيلات الصخرية والشلالات والمعالم الأخرى في جميع أنحاء البلاد. وتعتبر إعادة روايتهما تسلية خلال فصل الشتاء الطويل في الشمال، وتمثل حجر الزاوية للثقافة الآيسلندية.<sup>69</sup>

لا تزال القراءة والكتابة والنشر أجزاءً مهمة من المجتمع الآيسلندي. يوجد 34 مكتبة، بما في ذلك أربعة من بائعي الكتب الإلكترونية، تخدم سكان آيسلندا البالغ عددهم 330,000 نسمة. وقد دأب نحو 40 دار نشر مهني على مدار سنوات عديدة على نشر 1,000 كتاب سنوياً. يقترَب متوسط عدد النسخ المطبوعة لعناوين الروايات من 1,000 نسخة، ويمكن أن يباع من الكتب الأكثر مبيعاً ما يصل إلى 20,000 نسخة، وهو رقم استثنائي بالنظر إلى حجم الدولة. وأشارت دراسة أجريت عام 2013 إلى أن 50 في المائة من سكان آيسلندا قد قاموا بقراءة ثمانية كتب على الأقل على مدار العام، و93 في المائة قاموا بقراءة كتاب واحد على الأقل.<sup>70</sup>

تُرَوِّج حكومة آيسلندا للنشر على نحو مفعّل. يعمل مركز الأدب الآيسلندي، وهو مكتب مموّل من الحكومة، على زيادة الوعي بالأدب الآيسلندي في آيسلندا وخارجها، ويُرَوِّج لتوزيعه. ويمكن للناشرين الأُجانب للكتب الآيسلندية التقدم بطلب للحصول على إعانات خاصة بالترجمة، ويمكن للمؤلفين والناشرين ومنظمي الأحداث الأدبية طلب الدعم للمؤلفين الآيسلنديين الذين يسافرون إلى الخارج للترويج لمصنّفاتهم. بالإضافة إلى ذلك، يدعم المركز نشر المصنّفات الأدبية الآيسلندية وكذلك النهوض بالثقافة الأدبية في آيسلندا.<sup>71</sup>

تدير الوكالة الحكومية Ranniss "رانيس" صندوق أجور الفنانين، الذي يقدم كل عام 550 راتباً شهرياً لمؤلفي الروايات الخيالية، وذلك بغرض الترويج للكتابة الآيسلندية. وسيتلقى أكثر من 70 مؤلفاً رواتب لفترة تتراوح بين 3 و12 شهراً أثناء تأليف كتبهم. وهناك صندوق مماثل مستقل لمؤلفي الكتب غير الخيالية.

تمثل النجاح العظيم للأدب الآيسلندي في دعوة البلد كضيف شرف لحضور معرض فرانكفورت للكتاب عام 2011.<sup>72</sup> كان هذا الحدث بمثابة حافز لمئات من ترجمات الأدب الآيسلندي إلى لغات أخرى، وأكثرها ترجمات لروايات عن الجريمة. وفي عام 2011، منحت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) ريكيافيك لقب "عاصمة الأدب".

لا يزال الاستهلاك الرقمي للكتب الآيسلندية بطيئاً بشكل مثير للدهشة. حيث يتم بيع نحو 1 في المائة فقط من الكتب الآيسلندية ككتب إلكترونية. وقد يرجع ذلك إلى حقيقة أن القراء الآيسلنديين كثيراً ما يشتررون كتباً إلكترونية باللغة الإنجليزية، وأن السوق الرقمية الصغيرة تجعل الكتب الإلكترونية الآيسلندية أعلى بكثير من الكتب المقابلة لها باللغة الإنجليزية.

كما أن آيسلندا ليست بمنأى عن الأزمات الاقتصادية أو التغييرات في سلوكيات القراءة أو التغييرات في الإرادة السياسية. فعلى سبيل المثال، ارتفع معدل ضريبة القيمة المضافة إلى 11 في المائة في عام 2015، والذي يعد أعلى معدلات ضريبة القيمة المضافة للكتب في أوروبا. وأفادت التقارير بين عامي 2008 و2015، بأن حجم مبيعات الكتب في آيسلندا قد انخفض بنسبة 23 في المائة، حيث تم نشر 885 كتاباً فقط في عام 2015. ومع ذلك، ووفقاً للمعايير الدولية، يظل هذا الانخفاض في العدد ملحوظاً؛ فالشعب الآيسلندي مولع بالقراءة والكتابة. وهناك مثل آيسلندي قديم يقول: "Ég er með bók í maganum" ("لدي كتاب في بطني")، والذي يعني "أحمل كتاباً بداخلي، في انتظار أن يولد".

## السوق الآسيوية الرئيسية

مع نمو أسواق النشر إلى حد كبير في أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية، انتقل محرك نمو النشر إلى آسيا. ومع نمو الطبقة المتوسطة المتعلمة والثرية بشكل كافٍ،

تتطور أسواق النشر، وتستثمر الحكومات في المحتوى التعليمي، وتنشأ رغبة المستهلكين المتعلمين والمثقفين في شراء الكتب، غالباً بهدف تحسين الذات في البداية، وفيما بعد بهدف التسلية والقراءة الترفيهية أيضاً.

### سوق النشر الصينية

لدى الصين تقليد راسخ وقوي فيما يتعلق بالكتب والقراءة. فقد قرأ نحو 60 في المائة من جميع البالغين الصينيين كتاباً واحداً في عام 2019. ويوجد 538 ناشراً مخصصاً رسمياً في الصين يتعاونون مع عدد لا يحصى من الاستوديوهات الثقافية المستقلة لنشر 470,000 كتاب في عام 2015. ونمت إيرادات قطاع النشر للكتب الصينية من عام 2015 إلى عام 2019 من 11.8 مليار دولار أمريكي (82 مليار يوان صيني) إلى 14.3 مليار دولار أمريكي (99 مليار يوان صيني).<sup>73</sup> يتم توزيع المبيعات خارج شبكة الإنترنت عبر أكثر من 180,000 منفذ بيع. ويتم بيع 60 في المائة تقريباً من الكتب عبر القنوات الإلكترونية.

### الكتب الإلكترونية في الصين

ذكرت التقارير أن عدد مستخدمي الإنترنت في الصين قد وصل إلى 688 مليون مستخدم بحلول ديسمبر 2015، أو 50.3 في المائة من إجمالي سكان الصين. وتستخدم الغالبية العظمى (620 مليون شخص) الهواتف المحمولة للوصول إلى الإنترنت، وازدادت نسبة مستخدمي الهواتف المحمولة من 85.8 في المائة في 2014، لتصل إلى 90.1 في المائة في 2015. كما تغيرت عادات القراءة في الصين لتلائم الأجهزة الرقمية. حيث يقرأ أكثر من نصف عدد مستخدمي الحواسيب البالغين الكتب على الأجهزة الرقمية، ويستخدم أكثر من ثلاثة أرباعهم الهواتف المحمولة.

ارتفعت إيرادات صناعة الكتب الإلكترونية في الصين من 4.9 مليار رمينبي (750 مليون دولار أمريكي) في عام 2015 إلى 5.6 مليار رمينبي (810 مليارات دولار أمريكي) في عام 2019، أي بمتوسط زيادة سنوية قدرها 4.7 في المائة. بلغت نسبة الإيرادات لمبيعات الكتب الإلكترونية في عام 2017 28 في المائة من إجمالي النشر التجاري (ما يعادل أكثر من 31 مليار دولار أمريكي)، ما يجعل الصين في المرتبة الأولى بين 11 دولة مسجلة في بيانات الويبو.<sup>74</sup> ودخل عمالقة قراءة الكتب الإلكترونية العالميين السوق الصينية في وقت متأخر: أطلقت أمازون متجرًا باللغة الصينية في عام 2012، وتم إطلاق متجر آي بوك من أبل في الصين في عام 2015.

تنقسم سوق الكتب الإلكترونية في الصين بين منشورات الكتب الإلكترونية "التقليدية" للناشرين التقليديين والمنصات الرقمية (النشر الذاتي)، حيث يطور مستخدمو الإنترنت الأدب الإلكتروني، ويصبح بعض المستخدمين مؤلفين

محترفين (وأحياناً أثرياء) في تلك العملية. في عام 2019، قرأ 455 مليون شخص صيني تلك الكتب على هواتفهم المحمولة.<sup>75</sup> على سبيل المثال، في نهاية عام 2020، كانت أكبر منصة للكتب الإلكتروني التابعة لشركة China Reading Limited تضم 9 ملايين مؤلف مسجل و13.9 مليون مصنف أدبي مسجل.<sup>76</sup> ومنذ عام 2017، توسعت الشركة دولياً وأصبحت تقدم إلى القراء أكثر من 100,000 مصنف لـ 60,000 مؤلف في أكثر من 200 بلد.<sup>77</sup>

كان نمو الكتب الإلكترونية التقليدية بطيئاً بسبب الخوف من القرصنة، مما أوجد صعوبات في الحصول على تصاريح حق المؤلف للإصدارات الرقمية. وأصبح الناشرون الآن أقل حذراً بشأن التنمية الرقمية، وقد ساهمت جهود الصين لزيادة حماية حق المؤلف ومكافحة القرصنة بشكل إيجابي في التنمية الرقمية.

### جمهورية كوريا

مع بلوغ المبيعات السنوية 5 مليارات دولار أمريكي،<sup>78</sup> تعد جمهورية كوريا واحدة من أكبر عشر أسواق للنشر في العالم.<sup>79</sup> وقد أفادت التقارير بأن نحو 5.3 في المائة من إنفاق الأسر في كوريا الجنوبية كان على التعليم (مقارنةً على سبيل المثال بنسبة 2.2 في المائة في الولايات المتحدة و0.9 في المائة في ألمانيا)، وهو ما يفسر سبب أن الناشرين في المجال التعليمي يمثلون أكثر من 65 في المائة من إيرادات الصناعة. تتمتع جمهورية كوريا بسوق نشر ناضجة وناجحة في التجارة الدولية في حقوق الترجمة، لا سيما لكتب الأطفال والكتب المصورة "المانغا". وعلى الرغم من تطور البنية التحتية الرقمية للغاية، لا يزال النشر الرقمي في جمهورية كوريا في مراحله الأولى. تمثل الكتب الإلكترونية حالياً 4.65 في المائة فقط من إجمالي السوق. ونظراً لعدم توفر سوى نسبة 30 إلى 40 في المائة من الكتب الـ 100 الأكثر مبيعاً في شكل كتب إلكترونية، فإن نسبة قارئ الكتب الإلكترونية تشكل 15 في المائة فقط.<sup>80</sup>

### اليابان

سجل قطاع نشر الكتب في اليابان مبيعات كتب بلغت نحو 5.85 مليار دولار أمريكي (742 مليار ين ياباني) في عام 2015،<sup>81</sup> أي أقل بنسبة 40 في المائة من السوق الذي بلغ ذروته في عام 1996. قد يرجع هذا الانخفاض إلى عدة أسباب كامنة: شيخوخة السكان، أو قلة عدد الطلاب في التعليم، أو الاحتضان الحماسي للألعاب الهواتف الذكية.<sup>82</sup> ومع ذلك، ثمة علامات تشير إلى حدوث انتعاش بطيء. ففي عام 2017، بلغ حجم النشر التجاري وحده حوالي 8.4 مليارات دولار أمريكي، وفقاً لبيانات الويبو وتعريفاتها.<sup>83</sup>

إن زيادة مبيعات الكتب الإلكترونية في اليابان، والتي تبلغ حصتها 25 في المائة من قطاع التجارة،<sup>84</sup> قد طغت عليها الوتيرة التي تهيمن بها الألعاب على

سوق الترفيه في الهواتف الذكية. قُدِّرت هذه الحصة بنحو 19.2 مليار دولار أمريكي في عام 2018،<sup>85</sup> أي أكبر من حصة الولايات المتحدة. وفي عام 2017، وصلت مبيعات الأُنساق الرقمية لرسوم "المانغا"، وهو نمط محدد من الكتب المصورة التي نشأت في اليابان، إلى 1.6 مليار دولار أمريكي، وتجاوزت مبيعات النسخ المطبوعة.<sup>86</sup>

## السوق الناشئة

حيثما يوجد عدد كبير من السكان، فهناك إمكانية لنشأة سوق نشر كبيرة. ورغم اعتماد الخبراء للاقتصاديين على التحدث عن بلدان البريك على أنها ظاهرة فردية، فقد اختلفت التنمية الاقتصادية لهذه البلدان اختلافاً كبيراً.

### الهند

سوق النشر في الهند معقدة للغاية ويصعب قياس حجمها. رغم أن نسبة سكان الهند ممن يتحدثون الإنجليزية تبلغ 12 في المائة فقط، فهي تعتبر ثاني أكبر دولة من حيث عدد السكان في العالم وبها ثاني أكبر عدد من السكان الناطقين باللغة الإنجليزية. ومع وجود أكثر من 260 مليون طالب في المدارس الابتدائية والثانوية، من المتوقع أن ينمو سوق النشر لهذا القطاع وحده من 3.3 مليار دولار أمريكي (222 مليار روبية هندية) في عام 2014 إلى 7.7 مليار دولار أمريكي (542 مليار روبية هندية) بحلول عام 2019. يقدم أكثر من 5,000 ناشر خدمات لهذه السوق، ويشهد المجال التعليمي أيضاً نشاطاً كبيراً للنشر الحكومي. كما يلبي أكثر من 3,000 ناشر احتياجات نظام التعليم العالي. أما قطاع النشر التجاري في أصغر بكثير من ذلك، حيث يوجد أقل من 1,000 دار نشر تشكل نسبة 6 في المائة من سوق النشر الهندية.

يوجد بالهند أكثر من 560 مليون مستخدم للإنترنت.<sup>87</sup> ولا تزال الكتب الإلكترونية في المراحل الأولى من التطوير، ويظل الحاسوب الشخصي جهاز القراءة الرقمي الأكثر استخداماً. ويستثمر الناشر في الهند رغم ذلك بشكل كبير في الكتب الإلكترونية، حيث يقوم أكثر من 70 في المائة منهم الآن برقمنة المحتوى الخاص بهم.<sup>88</sup>

### البرازيل

بلغت قيمة سوق النشر في البرازيل 1.40 مليار دولار أمريكي (5.7 مليارات ريال برازيلي) في عام 2019؛<sup>89</sup> إذ ارتفعت بنسبة أكبر من 10 في المائة عن العام السابق.<sup>90</sup> وتعد حكومة البرازيل أكبر مشترٍ فردي للمنشورات في العالم، وذلك بشكل رئيسي من خلال برامج الشراء الخاصة بالكتب المدرسية<sup>91</sup> والمكتبات

المدرسية<sup>92</sup>. وبالتالي، فإن التغييرات في الإنفاق الحكومي على الكتب أثرت بشدة على القطاع بصفة خاصة.

ففي عام 2019، تم بيع 12.7 في المائة من الكتب عبر الإنترنت، بعد أن ارتفعت بشكل كبير من 3.7 في المائة في عام 2018. شهدت السوق الرقمية، بما في ذلك الكتب الإلكترونية والصوتية والمنتجات الأخرى عبر الإنترنت، نمواً بنسبة 130 في المائة على مدار السنوات الثلاث الماضية، ولكن نظراً لنسبة المبيعات التي بلغت 26 مليون دولار أمريكي (103 ملايين ريال برازيلي) في عام 2019، فإنها لا تزال في مراحلها الأولى بحصة سوقية تبلغ 4 في المائة فقط.<sup>93</sup>

## الاتحاد الروسي

تأثرت صناعة النشر في الاتحاد الروسي بشدة بصفة خاصة بسبب التحديات الاقتصادية والسياسية التي تواجهها البلاد. ولما كانت سوق اللغة الروسية بالفعل في انخفاض حاد بعد الأزمة الاقتصادية عام 2008، فقد أثر فقدانها في أوكرانيا أيضاً على حوالي 5,800 دار نشر،<sup>94</sup> يقع معظمها في موسكو أو سانت بطرسبرغ. مُدّر حجم السوق بنحو مليار دولار أمريكي في عام 2019. وبلغت نسبة النشر التعليمي 18.8 في المائة فقط. وتُقدّر قيمة الكتب المنشورة على نفقة المؤلف بنحو 5.4 في المائة من السوق. ويُباع حوالي 20 في المائة من الكتب خلال القنوات عبر الإنترنت، وعلى وجه الخصوص من خلال متاجر الكتب الروسية عبر الإنترنت، مثل Labirint، أو Book 24، أو LitRes. ويُباع حوالي 70 في المائة من خلال أكثر من 5,000 مكتبة، ومن خلال مكاتب البريد والأكشاك.

يتمثل أحد أسباب تراجع النشر في زيادة شعبية الكتب الإلكترونية. وفقاً لاستبيان أجري عام 2013، يطالع أكثر من 70 في المائة من القراء في الاتحاد الروسي الكتب الإلكترونية، ولكن أفاد 92 في المائة منهم بأنهم يحصلون على الكتب الإلكترونية عبر الإنترنت "مجانياً".<sup>96</sup> وفي عام 2019، شكلت الكتب الإلكترونية 6.4 في المائة من السوق وكان قطاع الكتب الصوتية ينمو بسرعة. وتم كذلك إنشاء مكتبتين باشتراك برسوم ثابتة بنجاح، وهما Bookmate و Mybook.<sup>97</sup>

## التجارة الدولية في الحقوق والترجمات

لطالما كان النشر عملاً دولياً. تم بيع الكتب والمخطوطات في المعارض التجارية العامة منذ أن أتاحت مطبعة غوتنبرج إنتاج نسخ مطبوعة بتكلفة معقولة. كان معرض فرانكفورت هو أول معرض يركز على الكتب المطبوعة، وقد هيمن على تجارة الكتب الدولية منذ عام 1488 تقريباً وحتى القرن الثامن عشر. أعيد افتتاح معرض فرانكفورت للكتاب في عام 1949، ولا يزال أكبر معرض للكتاب في العالم وأهم حدث تجاري للناسرين الدوليين. يقوم الناشر بشراء وبيع حقوق الترجمة؛

ومقابلة الوكلاء والموزعين وأصحاب المطابع؛ والترويج لمنشوراتهم. وتركز قلة من معارض الكتب الأخرى بشدة على الحقوق الدولية مثل معرض فرانكفورت للكتاب. ومع ذلك، تعتبر معارض الكتب الأخرى أحداثاً ثقافية وطنية مهمة؛ إذ تتيح معارض الكتب المحلية والإقليمية إمكانية التجارة عبر الحدود في الكتب حيث لا توجد بنية تحتية فعالة للتوزيع.

هل هناك توجه نحو تبادل الحقوق الرقمية؟ ثمة جهود عديدة من أجل استبدال معارض الكتب التقليدية بدائل افتراضية، أو لنقل الترخيص الدولي إلى المنصات الإلكترونية. وقد أحرز بعض النجاح في أتمتة الترخيص العام الكبير الحجم والهامشي المنخفض. كما تقدم بعض منظمات الإدارة الجماعية، مثل مركز تخيص حق المؤلف في الولايات المتحدة،<sup>98</sup> تلك الخدمات.

ومع ذلك، يعتمد النشر، لا سيما الترخيص الدولي للترجمات، بشكل كبير على الثقة، ومن ثم على إقامة العلاقات الشخصية وإدارتها. لم تتمكن المعارض الافتراضية من تكرار استضافة معارض الكتب الدولية. ففي عام 2020، عندما كانت فكرة السفر مستحيلة بسبب فيروس كوفيد-19، أصبحت جميع معارض الكتب الدولية أحداثاً افتراضية. وأقام العديد من الناشرين معارض كتاب شبيهة بأنفسهم من خلال عقد اجتماعات عبر الإنترنت مع شركائهم التجاريين في الحقوق. ولم يتبين بعد إذا ما كانت معارض الكتاب الفعلية ستستعيد دورها المحوري، أم أنها ستحتاج إلى مزيد من التطور في ضوء العادات المكتسبة حديثاً للاجتماعات الدولية عبر الإنترنت.<sup>99</sup>

1. الوبو (2014). *دراسات الوبو بشأن إسهام الصناعات القائمة على حق المؤلف في الاقتصاد: لمحة عامة، جنيف: الوبو.* [www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic\\_contribution\\_analysis\\_2014.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/economic_contribution_analysis_2014.pdf)
2. SelectUSA (n.d.) Media and entertainment.spotlight: The media and entertainment industry in the United States، واشنطن، العاصمة: إدارة التجارة الدولية التابعة لوزارة التجارة في الولايات المتحدة. [www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states](http://www.selectusa.gov/media-entertainment-industry-united-states)
3. تورين إي. (2021). *European book publishing statistics*. بروكسل: اتحاد الناشرين الأوروبيين. <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1268>
4. اتحاد أوروبا للبرامج الحاسوبية التفاعلية (ISFE) (2020). *حقائق رئيسية لعام 2020*. بروكسل: اتحاد أوروبا للبرامج الحاسوبية التفاعلية (ISFE). [www.isfe.eu/wp-content/uploads/2020/08/ISFE-final-1.pdf](http://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2020/08/ISFE-final-1.pdf)
5. جمعية شركات الموسيقى المستقلة (2020) (IMPALA). *إحصاءات*. بروكسل: جمعية شركات الموسيقى المستقلة (IMPALA). <https://impalamusic.org/stats-2/>
6. انظر الوبو (2018). *المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018*. جنيف: الوبو. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
7. جمعية شركات الموسيقى المستقلة (2020) (IMPALA). *إحصاءات*. بروكسل: جمعية شركات الموسيقى المستقلة (IMPALA). <https://impalamusic.org/stats-2/>
8. ستيفن هول وسيلفيا باسكينتي (2020). *Can there be a fairy-tale ending for Hollywood after COVID-19*? كولوني، سويسرا: المنتدى الاقتصادي العالمي. [www.weforum.org/agenda/2020/07/](http://www.weforum.org/agenda/2020/07/)
9. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2020). *Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors*. باريس: منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. [www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/](http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/)
10. الوبو (2020). *المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2020*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_941\\_2020.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2020.pdf) and WIPO (2019). *المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2019*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_941\\_2019.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2019.pdf)
11. جونسن، آر، إيه. واتكينسون، وإم. مابي (2018). *The STM report: An overview of scientific and scholarly publishing*. لهي: المجموعة الدولية للناشرين في مجال العلوم والتكنولوجيا والطب، ص. 5. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf)
12. لمزيد من التفاصيل لعام 2020، انظر الجمعية الأمريكية للناشرين (2021). *AAP December 2020 statshot report: Publishing industry down 8.5% for month; up 0.1% for calendar 2020*. واشنطن، العاصمة: الجمعية الأمريكية للناشرين. <https://publishers.org/news/aap-december-2020-statshot-report-publishing-industry-down-8-5-for-month-up-0-1-for-calendar-2020>
13. الوبو (2018). *المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص. 8
14. لم تكن هناك بيانات قابلة للمقارنة متاحة لدور النشر الصينية الكبرى، مثل China Literature، وشركات الإعلام

- 2015 .of the publishing industry فيينا: روديغر فيشنبارت. [www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016\\_Analysis\\_final.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ranking-2016_Analysis_final.pdf)
22. انظر بولد تي. وآخريين. (2017). *What do teachers know and do? Does it matter? Evidence from primary schools in Africa*. بحوث السياسات ورقة عمل رقم WPS 7956؛ الوثيقة المرجعية لتقرير التنمية الصادر عن البنك الدولي 2018.
23. واشنطن، العاصمة: مجموعة البنك الدولي. <http://documents.worldbank.org/curated/en/882091485440895147/What-do-teachers-know-and-does-it-matter-evidence-from-primary-schools-in-Africa> ماك إيوان بي. (2015). *Improving learning in primary schools of developing countries: A meta-analysis of randomized experiments*. مراجعة البحث التعليمي، 85(3)، 353-394. <http://academics.wellesley.edu/Economics/mcewan/PDF/meta.pdf>
24. قانون توفير الكتب المدرسية في التعليم الوطني العام، رقم 232 لعام 2013، الصادر بتاريخ 21 ديسمبر، 2013. [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A1300232](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1300232) TV&celpara=#lbj0ld5a76 يمكن الاطلاع على نظرة عامة عن التعليم في هنغاريا على منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2015). *Education policy outlook: Hungary*. باريس: منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي. [www.oecd.org/edu/Hungary-Profile.pdf](http://www.oecd.org/edu/Hungary-Profile.pdf)
25. <https://fep-fee.eu/The-end-of-educational-book-market>
26. [www.thebookseller.com/news/hungary-nationalises-textbook-market](http://www.thebookseller.com/news/hungary-nationalises-textbook-market)
27. إيرديليب (2015). تكبدت شركة Kelló خسارة قدرها 140 مليوناً في عام واحد، وذلك من الأرباح المقفرة بربع مليار. بودابست: Magyar Jeti Zrt <https://444.hu/2015/06/30/nyegyedmilliárdos-nyeresegbol-140-millios-vesztesegget-csinalt-egy-ev-alatt-a-kello/Educational>. (2013). *Technologies in South Korea*. التعليم العام والمهني، 1، 3-9. <http://genproedu.com/>
- الكبرى مثل أمازون (الولايات المتحدة)، وديزني (الولايات المتحدة)، وبائيني (إيطاليا).
15. انظر فيشنبارت آر. وإم إيه. فليشهاكر *Global 50<sup>th</sup> Ranking of the International Publishing Industry* Livres Hebdo. باريس: 2018. [www.wischenbart.com/upload/Global50-2018\\_overview\\_ToC.pdf](http://www.wischenbart.com/upload/Global50-2018_overview_ToC.pdf)
16. أندرسون بي. (2016). *Glimpses of the U.S. market: Charts from Nielsen's Kempton Mooney*. نيويورك: Publishing Perspectives. <http://publishingperspectives.com/2016/05/us-market-kempton-nielsen/>
17. بيترسون، في. (2019). *The Big 5 trade book publishers*. نيويورك: The Balance. [www.thebalance.com/the-big-five-trade-book-publishers-2800047](http://www.thebalance.com/the-big-five-trade-book-publishers-2800047)
18. نظراً لأن الترتيب السنوي لمجلة بابلشرز ويكلي قد استبعد جميع الناشرين الصينيين لأسباب تتعلق بالمحاسبة، فقد تم تقديم قائمة لعام 2014. للمزيد من أحدث البيانات، انظر ميلبيوت جيه. (2017). *The world's 54 largest publishers, 2017*. نيويورك: بابلشرز ويكلي [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-worlds-50-largest-publishers-2017.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/74505-the-worlds-50-largest-publishers-2017.html)
19. انظر وولدفيلج جيه. وآي. ريمرس (2015). *Storming the gatekeepers: Digital disintermediation in the market for Information Economics* مجلة books and Policy sciencedirect. com/science/article/pii/S0167624515000037?via%3Dihub
20. لمزيد من البيانات، انظر هودسون إيه. (2015). *Top 5 emerging markets with the best middle class potential*. Euromonitor International <http://blog.euromonitor.com/2015/09/top-5-emerging-markets-with-the-best-middle-class-potential>. <http://publications.credit-suisse.com/tasks/render/file/index.cfm?fileid=4187F83D-DA3B-6BF8-C7F76CF7E8A6A4B3>
21. انظر فيشنبارت آر. (2016). *Global ranking*.

- www.nytimes.com/2015/10/22/ أكتوبر. opinion/how-texas-teaches-history. https://cpb-us-w2.wpmucdn. html com/sites.gsu.edu/dist/c/1023/ files/2020/01/How-Texas-Teaches-History-Passive-Voice-1.pdf
37. هيكمان، جيه. جيه. (2011). The economics of inequality: The value of early childhood education. *American Educator*, 35(1), 31-35. http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ920516.pdf
38. ستيفلر، جيه. دابليو. وآخرون. (1999). *The TIMSS Videotape Classroom Study: Methods and Findings from an Exploratory Research Project on Eighth-Grade Mathematics Instruction in Germany, Japan, and the United States*. المركز الوطني لإحصاءات التعليم (NCES) 1999-074). العاصمة: مكتب النشر لحكومة الولايات المتحدة. /https://nces.ed.gov/ pubs99/timssvid
39. انظر على، سبيل المثال، غليووي بي. وآخرون. (2009). Many children left behind? Textbooks and test scores in Kenya. *American Economic Journal: Applied Economics*, 1(1), 112-135
40. Publishers Association (2020). 2019 was the biggest year ever for UK publishing. www.publishers.org.uk/ publishersassociationyearbook2019/
41. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2018). Release of Main Science and Technology Indicators - Latest estimates of R&D investment in OECD and major economies www.oecd.org/sti/DataBrief\_MSTI\_2018.pdf
42. جونسون آر. وآخرون. (2018). *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing* (الطبعة الخامسة). لاهاي: STM: المجموعة الدولية لدور النشر العلمية والتقنية والطبية. www.stm-assoc.org/2018\_10\_04\_STM\_Report\_2018.pdf
43. نايلز إم. تي. وآخرون. (2020). Why we publish where we do: Faculty publishing values and their relationship to review, promotion and tenure expectations. *PLoS ONE*, 15(3), e0228914. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0228914
- ;paper/2013-01/full\_003-009.pdf  
سيول، دي. تي. (2011). Education in South Korea: Books overboard. مجلة *The Economist*، يوليو 12. www.economist.com/blogs/banyan/2011/07/education-south-korea هلونجوان، إس. (2011). South Korean textbooks to go fully digital by *Daily Maverick*, 27 2015. www.dailymaverick.co.za/article/2011-07-27-south-korean-textbooks-to-go-fully-digital-by-2015- NCERT (n.d.). Textbooks PDF. https://ncert.nic.in/textbook.php
30. Gobierno de Mexico (n.d.). Conaliteg. www.conaliteg.sep.gob.mx/
31. يرجى زيارة koed.org. http://koed.org. pl/?p=11687&lang=en
32. على سبيل المثال، standardmedia. co.ke/education/article/2001272355/ shocking-errors-in-sh7-billion-textbooks سايكيا جي. (2018). Maharashtra Class-10 students are reading textbooks full of errors. *NewsBytes*, 31 31. www.newsbytesapp.com/news/ india/glaring-errors-in-maharashtra- Associated Press :textbooks/story (2013). Schoolboy errors in Mexico www.theguardian.com/world/2013/ aug/21/ mexico-school-textbooks-riddled-errors
33. Hungarian Spectrum (2014). Hungarian history textbooks under scrutiny. ل. ريبأ 17. http://hungarianspectrum.org/2014/04/17/hungarian-history-textbooks-under-scrutiny/
34. إيفانز إس. (2015). Why South Korea is rewriting its history books. BBC News، 1 ديسمبر. www.bbc.com/ news/ world-asia-34960878
35. نيمشينوفا كيه. (2014). The history of Russia: Putin's version. cgamoscow2014. 8 مارس. https://cgamoscow2014.wordpress.com/2014/03/08/the-history-of-russia-putins-version-by-krystyna-nymchynova/
36. روكهور، إي. بي. (2015). How Texas teaches history، نيويورك تايمز، 21

- com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3
53. بيكوفيتشي، جي (2014). Amazon vs. book publishers: By the numbers *www.forbes*. مجلة فوربس، 10 فبراير. com/sites/jeffbercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#154625d265a3
54. Settlement agreement, <http://antitrust.booklocker.com/amazon-booklocker-settlement-agreement.pdf>
55. على سبيل المثال، راجع اليابان (ويلسون، توماس (2016). Amazon Japan raided on suspicion of antitrust practices: *www.Nikkei, Reuters*, 8 reuters.com/article/us-amazon-com-japan-antitrust-idUSKCN10J0GW:المفوضية الأوروبية (2015). Antitrust: Commission opens formal investigation into Amazon's e-book distribution arrangements. 11 [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-5166\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5166_en.htm) والمفوضية الأوروبية (2017). Antitrust: Commission seeks feedback on commitments offered by Amazon in e-book investigation. 24 يناير. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-17-137\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-137_en.htm)
56. اليبو (2020). قطاع النشر العالمي في عام 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.businesswire.com/news/home/20160711005858/en/U.S.-Publishing-Industry%E2%80%99s-Annual-Survey-Reveals-Nearly-28-Billion-in-Revenue-in-2015](http://www.businesswire.com/news/home/20160711005858/en/U.S.-Publishing-Industry%E2%80%99s-Annual-Survey-Reveals-Nearly-28-Billion-in-Revenue-in-2015)
58. جينيتكس، كيه (2019). Amazon's Ebook Market Share 2019-2020 *Market Share*. بابلش درايف. <https://publishdrive.com/amazon-ebook-market-share>
59. بالنتيه، إم إيه (2021). Association of American Publishers comments on American Booksellers Association Whitepaper, "American Monopoly: Amazon's Anti-Competitive Behavior", *is in Violation of Antitrust Laws* <https://publishers.org/news/association-of-american-publishers-comments-on-american-booksellers-association-whitepaper>
44. شيلتون آر. دي. (2020). Scientometric laws connecting publication counts to national research funding. *Scientometrics*, 123, 181–206. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-020-03392-x>
45. جونسون آر. وآخرون. (2018). *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing* (الطبعة الخامسة). لاهاي: STM: المجموعة الدولية لدور النشر العلمية والتقنية والطبية. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf)
46. جونسون آر. وآخرون. (2018). *The STM Report: An Overview of Scientific and Scholarly Journal Publishing* (الطبعة الخامسة). لاهاي: STM: المجموعة الدولية لدور النشر العلمية والتقنية والطبية. [www.stm-assoc.org/2018\\_10\\_04\\_STM\\_Report\\_2018.pdf](http://www.stm-assoc.org/2018_10_04_STM_Report_2018.pdf)
47. انظر اليبو (2018). تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
48. <https://publishers.org/news/book-publishing-annual-statshot-survey-reveals-religious-crossover-and-inspirational-books-supported-trade-book-growth-in-2016>
49. رابطة ناشري المواد الصوتية (2020). Audiobooks continue their market rise with 16% growth in sales, June 18. [www.audiopub.org/uploads/pdf/2020-Consumer-Survey-and-2019-Sales-Survey-Press-Release-FINAL.pdf](http://www.audiopub.org/uploads/pdf/2020-Consumer-Survey-and-2019-Sales-Survey-Press-Release-FINAL.pdf)
50. انظر اليبو (2018). تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369). لاحظ أن الفئة المتبقية "القنوات الأخرى" المسجلة في بيانات اليبو كانت نسبتها 43 في المائة تقريباً من الإجمالي.
51. ميلويت، جي (2014). BEA 2014: Can anyone compete with Amazon ويكلي، 28 مايو. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62520-bea-2014-can-anyone-compete-with-amazon.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62520-bea-2014-can-anyone-compete-with-amazon.html)
52. بيكوفيتشي، جي (2014). Amazon vs. book publishers: By the numbers. *www.forbes*. مجلة فوربس، 10 فبراير.

- Publishers- Statistics
67. انظر الويبو (2018). *تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
68. هيلري برينهاوس (2010). Bali's travel boom: *Eat, Pray, Love*. *tourism*، مجلة تايم، 22 يوليو. <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2011931,00.html>
69. لاريسا كايزر (2013). Icelandic literature. goes global، مجلة ريكيافيك جريفيين، 4 يونيو. <https://grapevine.is/mag/articles/2013/06/04/icelandic-literature-goes-global>
70. هالدور لادنيس (1955). Halldór Laxness. banquet speech، جائزة نوبل. [www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/literature/laureates/1955/laxness-speech.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/literature/laureates/1955/laxness-speech.html)
71. مركز الأدب الآيسلندي (بدون تاريخ). The Edda & the Sagas of the Icelanders. [www.islit.is/en/promotion-and-translations/icelandic-literature/the-edda-and-the-sagas-of-the-icelanders](http://www.islit.is/en/promotion-and-translations/icelandic-literature/the-edda-and-the-sagas-of-the-icelanders)
72. ترينتاكوستي، جي (2015). Publishing in Iceland where reading is a national sport، تو سيز إيجانسي، ديسمبر. <http://2seasagency.com/publishing-iceland-reading-national-sport>
73. مركز الأدب الآيسلندي (بدون تاريخ). About us. [www.islit.is/en/about-us](http://www.islit.is/en/about-us)
74. ريكيافيك، مدينة الأدب التابعة لليونسكو (2011). Guest of honour at the Frankfurt Book Fair. <https://bokmenntaborgin.is/en/literature-web/literature-timeline/guest-honour-frankfurt-book-fair>
75. من تقرير مؤتمر أعدته الأكاديمية الصينية للصحافة والمنشورات بدءاً من 5 أكتوبر 2020. [www.buchmesse.de/en/highlights/international-markets/markets-worldwide#40188](http://www.buchmesse.de/en/highlights/international-markets/markets-worldwide#40188)
76. انظر الويبو (2018). *تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
77. شينخوا (2019). Number of China's online literature readers hits 455 mln. *شينخوا*، 31 أغسطس. [www.fep-fee.eu/American-monopoly-amazons-anti-competitive-behavior-is-in-violation-of-antitrust-laws](http://www.fep-fee.eu/American-monopoly-amazons-anti-competitive-behavior-is-in-violation-of-antitrust-laws)
78. الرابطة الأمريكية لبائعي الكتب (2020). American Monopoly: Amazon's Anti-Competitive Behavior is in Violation of Antitrust Laws. [www.bookweb.org/sites/default/files/diy/American%20Booksellers%20Association%202020%20Amazon%20White%20Paper\\_0.pdf](http://www.bookweb.org/sites/default/files/diy/American%20Booksellers%20Association%202020%20Amazon%20White%20Paper_0.pdf)
79. اتحاد الناشرين الأوروبيين (2021). European book publishing statistics 2019. 18 يناير. [www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/www.publishers.de/wirtschaftszahlen/org.uk/publications/yearbook2019](http://www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/www.publishers.de/wirtschaftszahlen/org.uk/publications/yearbook2019)
80. النقابة الوطنية للنشر (2020). Chiffres clés de l'édition. 26 أكتوبر. [www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-Federacion%20de%20des-editeurs-Gremios%20de%20Editores%20de%20Espa%C3%B1a](http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-Federacion%20de%20des-editeurs-Gremios%20de%20Editores%20de%20Espa%C3%B1a)
81. El sector editorial Español publicó 81.391 títulos en 2016. <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf>
82. الويبو (2020). *قطاع النشر العالمي في عام 2018*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية
83. الويبو (2020). *قطاع النشر العالمي في عام 2018*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية
84. اتحاد الناشرين الأوروبيين (2021). European book publishing statistics 2019. 18 يناير. <https://fep-fee.eu/European-Book-Publishing-1268>
85. انظر [www.publishers.org.uk/our-work](http://www.publishers.org.uk/our-work)؛ النقابة الوطنية للنشر (2020). Chiffres clés de l'édition. 26 أكتوبر. [www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs](http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles/#sne-h-235-le-chiffre-d%e2%80%99affaires-des-editeurs)
86. اتحاد نقابات الناشرين في إسبانيا (2016). El sector editorial Español publicó 81.391 títulos en 2016. <http://federacioneditores.org/img/documentos/010217-notasprensa.pdf> مصنفنا - اتحاد الناشرين. للاطلاع على أحدث البيانات الموحدة بشأن قطاع النشر الأوروبية، انظر [www.fep-fee.eu/Annual-](http://www.fep-fee.eu/Annual-)

- com/trends/japanese-mobile-gaming-market-to-pass-19-2-billion-in-2018
88. Sales of digital manga overtake print editions in Japan for first time. *دا جابان تايمز* (2018). [www.japantimes.co.jp/news/2018/02/26/national/sales-digital-manga-overtake-print-editions-japan-first-time/](http://www.japantimes.co.jp/news/2018/02/26/national/sales-digital-manga-overtake-print-editions-japan-first-time/)
89. إترنت وورلد ستاتس (2019). Top 20 countries with the highest number of internet users. [www.internetworldstats.com/top20.htm](http://www.internetworldstats.com/top20.htm)
90. نيلسن (2015). Nielsen India Book Market Report 2015: The India Book Market – a comprehensive report on the India book market. [www.nielsen.com/in/en/press-room/2015/the-nielsen-india-book-market-report-2015-understanding-the-indian-book-market.html](http://www.nielsen.com/in/en/press-room/2015/the-nielsen-india-book-market-report-2015-understanding-the-indian-book-market.html)
- لمزيد من التفاصيل انظر India: Key economic and demographic indicators. New Delhi: GBO. [www.buchmesse.de/files/media/pdf/international-book-market-india-frankfurt-book-fair.pdf](http://www.buchmesse.de/files/media/pdf/international-book-market-india-frankfurt-book-fair.pdf)
91. بيانات SNEL (الجمعية البرازيلية للنashرين) Setor editorial encontra novas formas de comercializar livros e fatura 10,7% a mais em 2019. [https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/RELEASE\\_Pesquisa\\_ano-base\\_2019\\_V10\\_CBLLeSNEL.pdf](https://snel.org.br/wp/wp-content/uploads/2020/06/RELEASE_Pesquisa_ano-base_2019_V10_CBLLeSNEL.pdf)
92. انظر الوبو (2018). تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
93. [www.fn.de.gov.br/pnld-2018](http://www.fn.de.gov.br/pnld-2018)
94. وزارة التربية والتعليم (بدون تاريخ). Programa Nacional Biblioteca da Escola. <https://portal.mec.gov.br/programa-nacional-biblioteca-da-escola>
95. SNEL (2020). Faturamento do setor editorial com Conteúdo Digital cresce 140% em três anos. 25 أغسطس. <https://snel.org.br/faturamento-do-setor-editorial-com-conteudo-digital-cresce-140-em-tres-anos>
- www.xinhuanet.com/english/2019-08/31/c\_138352931.htm
78. Online fiction becomes Chinese cultural force. *لي يوان*. (2016). [www.wsj.com/articles/online-fiction-becomes-chinese-cultural-force-1469035251](http://www.wsj.com/articles/online-fiction-becomes-chinese-cultural-force-1469035251)
79. انظر إيريس دينغ (2021). Tencent's China Literature wants to woo 100,000 American and Canadian writers. *جريدة جنوب الصين الصباحية*. 31 مارس. [www.scmp.com/tech/big-tech/article/3127790/tencents-china-literature-wants-woo-100000-american-and-canadian](http://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3127790/tencents-china-literature-wants-woo-100000-american-and-canadian)
80. الوبو (2020). قطاع النشر العالمي في عام 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية
81. روديجر فيشنبارت وآخرون (2016). Global eBook 2016: A Report on Market Trends and Developments. *فيينا: غوديجر فيشنبارت*
82. تيري تان (2014). Facts and numbers on the Korean book market: Digital publishing in Korea 2014. *بالشزر ويكلي*. 21 مارس. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/digital/content-and-e-books/article/61577-facts-and-numbers-on-the-korean-book-market-digital-publishing-in-korea-2014.html)
83. الجمعية اليابانية لنashري الكتب (2019). Statistics of Publishing in Japan. طوكيو: الجمعية اليابانية لنashري الكتب. [www.jbpa.or.jp/en/pdf/pdf01.pdf](http://www.jbpa.or.jp/en/pdf/pdf01.pdf)
84. روجر تاغولم (2016). "Standing firm": Kinokuniya's Hiroshi Sogo on bookselling amid challenges. *بالشبنغ برسبيكتيفز*, 21 يونيو. <http://publishingperspectives.com/2016/06/kinokuniyas-hiroshi-sogo-bookselling-challenges-japan/>
85. انظر الوبو (2018). تقرير المؤشرات العالمية للملكية الفكرية 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4369)
86. انظر الوبو (2020). قطاع النشر العالمي في عام 2018. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. ص. 11
87. تيلي إنفو توداي (بدون تاريخ). Japanese mobile gaming market to pass \$19.2 billion in 2018. [www.teleinfotoday.com](http://www.teleinfotoday.com)

99. إيفان تشيرنوسوف (2019). best 8 services for reading and buying books, DGLRU. [www.dgl.ru/articles/8-luchshih-servisov-dlya-chteniya-i-pokupki-knig\\_14840.html](http://www.dgl.ru/articles/8-luchshih-servisov-dlya-chteniya-i-pokupki-knig_14840.html)
100. مركز تخطيط حق المؤلف (بدون تاريخ). RightsLink for Permissions. [www.copyright.com/rightsholders/rightslink-permissions/](http://www.copyright.com/rightsholders/rightslink-permissions/)
101. انظر، على سبيل المثال، تعليق أحد مديري الحقوق في مقال ميشيل يونغ (2021). Book fair season – but not as we know it. [www.thebookseller.com/blogs/book-fair-season-not-we-know-it-1252607](http://www.thebookseller.com/blogs/book-fair-season-not-we-know-it-1252607)
96. إيوجين غيردين (2017). Ukraine publishing's bad year: Closures amid a ban on Russian books. <https://publishingperspectives.com/2017/08/ukraine-publishing-industry-closures-amid-russian-book-ban/>
97. دايتير، إيتش (بدون تاريخ). Der Buchmarkt in Russland. <https://docplayer.org/187203765-Der-buchmarkt-in-russland.html> (باللغة الألمانية)؛ انظر أيضاً الغرفة الروسية للكتب (بدون تاريخ). Statistical accounting of printed materials in Russia. <http://bookchamber.ru/statistics.html> (in Russian)
98. كما هو مشار إليه في رودجر فيشنبارت (2014). *Global eBook: A Report on Market Trends and Developments 2014*، مُتاح المزيد من الإصدارات على [www.wischenbart.com/page-61](http://www.wischenbart.com/page-61)

## ما الدافع وراء الهجرة الرقمية في النشر؟

تم التنبؤ بانقراض الكتب المطبوعة منذ عام 1835،<sup>1</sup> وزادت وتيرة تلك التنبؤات مع ظهور الحواسيب، والأجهزة اللوحية، والهواتف الذكية. ويفترض أولئك الذين يخلطون بين دور النشر ودور الطباعة أن النشر سيختفي تماماً في المستقبل القريب. ويُنظر إلى الناشرين الذين يواصلون التركيز على النشر المطبوع على أنهم متخلفون ومتجهون نحو الانقراض، وحتى أولئك الذين يفهمون أن الناشرين يضيفون قيمة بطرق أخرى غير الطباعة غالباً ما يفترضون أن الكتب المطبوعة ستختفي عاجلاً أم آجلاً.

وتُبرز الحالة الراهنة للهجرة الرقمية في النشر صورة مختلفة. فعلى الرغم من أن عمليات الكتابة والتحرير والإنتاج سرعان ما أصبحت رقمية، وأن المؤلفين والناشرين قد فتحوا المجال لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية والشبكات الاجتماعية في التسويق والعلاقات العامة، فإن الإقبال على الكتب الإلكترونية يتطور بوتيرة أبطأ، وتُبث حصص المطبوعات في السوق بشكل ملحوظ في الكثير من القطاعات. ويتمثل أحد مؤشرات استمرار النشر المطبوع في وجود متاجر بيع الكتب، والكتب المطبوعة في بيئة البيع بالتجزئة. وعلى الرغم من تناقص أعدادها، وطغيان البضائع الأخرى على الكتب، فإن معظم البلدان المتقدمة لا تزال تدعم عدداً من المتاجر المادية لبيع الكتب، ويوجد ما يدل على أن المكتبات المستقلة تعود إلى سابق عهدها. إذن كيف يمكن للمؤلفين والناشرين وواضعي السياسات تقدير متى وكيف ستحدث الهجرة الرقمية في قطاعات الصناعة المختلفة في بلدانهم؟ ما الذي يعوق النشر الرقمي، وما الذي سيدعم التحرك صوب النشر الرقمي؟ في أي مرحلة يجب على المؤلفين والناشرين الاستثمار في النشر الرقمي؟

### الدوافع الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية

عند محاولة التنبؤ بالتطورات المستقبلية في السوق، من المهم التمييز بين ثلاثة أنواع مختلفة من الدوافع التي تشجع على الهجرة الرقمية: الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية.

#### الدوافع الاجتماعية والاقتصادية

يسهل نسبياً التنبؤ بالدوافع الاجتماعية والاقتصادية. وبالنسبة للنشر، تشمل الدوافع الاجتماعية والاقتصادية المهمة على سبيل المثال، حجم السكان ونموهم، ومستوى معرفة القراءة والكتابة والتعليم والدخل المتاح. وتشمل أهم الدوافع في

البيئة الرقمية الاتصال بالإنترنت واختراق الهواتف الذكية والأجهزة الرقمية الأخرى. ويسهم توافر الهواتف الذكية والاتصال بالإنترنت وتكلفة الاتصالات المنخفضة وآليات الدفع الآمنة عبر الإنترنت جميعاً في خلق بيئة اقتصادية قد يختار فيها المستهلكون شراء الكتب الإلكترونية، وتستثمر الحكومات في تكنولوجيات التعليم الرقمي.

## الدوافع الثقافية

الدوافع الثقافية هي الأكثر صعوبة في التنبؤ. فهي العوامل التي تعكس التغيرات في تصورات الإنسان وسلوكياته. تشمل العوامل الرئيسية بالنسبة للنشر التقليدي مدى تقييم مجتمع للكتب والقراءة، ومدى تقدير المؤلفين واحترامهم، وعلى الرغم من أن جميع المجتمعات تقريباً تقدر القراءة للتعلم، وتشجع الأطفال على القراءة، فإن الثقافات في جميع أنحاء العالم تختلف اختلافاً كبيراً فيما يتعلق بالدور الذي تلعبه الكتب في حياة البالغين والخطاب العام.

تحتفل بعض الدول بمؤلفيها، وتشكل إصدارات الكتب الحديثة جزءاً من الخطاب العام والمناقشات الإعلامية تتضمن دوافع الهجرة الرقمية مدى شعبية أجهزة القراءة الرقمية، ومقدار الوقت الذي يقضيه الأشخاص في القراءة على هواتفهم الذكية بدلاً من ممارسة الألعاب أو الانخراط في وسائل التواصل الاجتماعي. فاليابان على سبيل المثال بلد يتمتع بواحد من أعلى مستويات الاتصال بالإنترنت وانتشار الهواتف الذكية، لكن سوق الكتب الإلكترونية لم يتطور به بشكل كامل بعد. وتحظى القارئات الإلكترونية المخصصة بشعبية في الأسواق الغربية، في حين أن المستهلكين في أسواق مثل بولندا والاتحاد الروسي يستخدمون في الغالب حواسيب أو أجهزة محمولة غير مخصصة.<sup>2</sup>

## الدوافع السياسية

تعد الدوافع السياسية جوانب السياسة العامة التي تؤثر على قطاع النشر. وتشمل هذه الدوافع على سبيل المثال، الضرائب (لا سيما معدلات ضريبة القيمة المضافة المخفضة أو المعدومة للكتب)، ولوائح أسعار الكتب الثابتة، وقانون مكافحة الاحتكار والمنافسة، فضلاً عن الجهود المبذولة لمكافحة القرصنة. علاوة على ذلك، قد تؤثر سياسات الابتكار والتكنولوجيا على اعتماد ونشر التكنولوجيات الجديدة ونماذج الأعمال. تؤثر السياسة العامة أيضاً في كثير من الأحيان على الدوافع الأخرى، حيث يمكن لبرامج محو الأمية التي تديرها الحكومة أن تعزز عادات القراءة والكتابة. تساعد الإعانات المقدمة للمكتبات في ترسيخ عادات القراءة ودعم المؤلفين والناشرين المحليين. قد تدعم أنظمة حق الإعارة للجمهور<sup>3</sup> المؤلفين أيضاً. ويمكن أن يركز الإنفاق العام على التعليم على المعلمين أو البنية التحتية أو الكتب المدرسية. وقد توفر آليات الترخيص الجماعية للمؤلفين والناشرين ليس فقط الدخل ولكن أيضاً منصة ثابتة للتدريب والحوار والدعم.

تختلف أهمية تدابير السياسة هذه اختلافاً كبيراً لكل قطاع نشر، ولكن بشكل عام، من المهم ملاحظة أن السياسة العامة يمكن أن تعزز بشكل كبير، أو تعرقل، تطوير قطاع النشر المحلي، بما في ذلك قطاع النشر الرقمي.

تختلف بعض الدوافع الرئيسية اختلافاً كبيراً بين قطاعات النشر المختلفة. لذلك من الضروري النظر إلى دوافع سوق النشر في كل قطاع نشر على حدة، ثم النظر في الدوافع المحددة التي تؤثر على الهجرة إلى منتجات النشر الرقمي.

## اختيار المستهلك: الدافع النهائي

تؤثر جميع الدوافع المذكورة أعلاه على اختيارات المستهلكين الأفراد، ليس فقط إذا ما كان سيتم إنفاق الوقت والمال على الكتب، ولكن أيضاً إذا ما كنت تريد شراء بنسق رقمي أو الاستمرار في شراء النسخ المطبوعة. وعند النظر بتمعن، يوجد الكثير من الأسباب التي قد تجعل القراء يختارون أحدهما، أو حتى كليهما.

### عشرة أسباب تجعل القراء يختارون قراءة الكتب بنسق رقمي

1. الكتب الإلكترونية أقل تكلفة (غالباً).
2. يمكن قراءة الكتب الإلكترونية على هاتف ذكي أو جهاز لوحي وبالتالي يسهل حملها.
3. الكتب الإلكترونية أخف وزناً، ويمكن تخزين الكثير منها على نفس الجهاز.
4. يمكن تحديث الكتب الإلكترونية والمنشورات الرقمية الأخرى لتوفير أحدث المعلومات.
5. قد يسمح نفس الجهاز المستخدم لقراءة الكتب الإلكترونية بالتمتع بوسائط أخرى مثل الموسيقى والأفلام والألعاب.
6. يمكن قراءة الكتب الإلكترونية التي يشعر القراء بالحرَج من قراءتها بدون إظهارها، حتى في الأماكن العامة.
7. تُتيح ميزات البحث الرقمي، والاكتشاف، والإحالات المرجعية التنقل السريع والدقيق.
8. يمكن لعناصر الوسائط المتعددة في الكتب الإلكترونية أن تشرح مفاهيم معينة بشكل أفضل من الصور الثابتة ويمكن أن تسمح بقراءة الكتب الإلكترونية، أو الاستمتاع بها في أثناء القيام بأنشطة أخرى.
9. تسمح الكتب الإلكترونية بإجراء تغييرات على حجم الخط وغيرها من التعديلات لتسهيل القراءة. ولذلك أهمية كبيرة بالنسبة للأشخاص الذين يعانون من مشكلات في قراءة المطبوعات.
10. تُسهّل الروابط إلى المراجع من المصنفات، والويكيبيديا، والموارد الأخرى فهم المحتوى المعقد، أو القراءة بلغة أجنبية.

## عشرة أسباب تجعل القراء يختارون قراءة الكتب بنسق مطبوع

1. يعد لمس كتاب مطبوع ومصمم جيداً أيضاً تجربة ممتعة.
2. تُعد القراءة الترفيهية فرصة للابتعاد عن الإنترنت.
3. يريد الآباء أن يقضي الأطفال وقتاً أقل على الأجهزة الرقمية.
4. يسهل استخدام الكتب المطبوعة فضلاً عن متانتها، ولا تحتاج إلى كهرباء أو اتصال بالإنترنت.
5. الأثر الذي يجعل وضع التعليقات التوضيحية/تمييز نصوص معينة أسهل في الكتب المطبوعة.
6. فالتعلم أكثر فاعلية مع الكتب المطبوعة.<sup>4</sup>
7. تُشكل الكتب المطبوعة هدايا رائعة، وتبدو جذابة للعين على رف الكتب أو طاولة القهوة.
8. يُعد التصفح في مكتبة حقيقية تجربة ممتعة، فضلاً عن كونه وسيلة ملائمة لاكتشاف كتب جديدة.
9. الأجهزة الرقمية تشتت الانتباه.
10. من الأسهل إعارة الكتب المطبوعة ومشاركتها أكثر من الكتب الإلكترونية.

وكما هو موضح في هاتين القائمتين، لا تزال الكتب الورقية تحمل بعض المزايا المهمة مقارنة بالأنساق الرقمية. سيختلف توازن الحجة لصالح شراء كتاب ورقي أو رقمي اعتماداً على نوع المصنف، ونوع المحتوى، والغرض الذي سيتم استخدامه من أجله، والأهم من ذلك، العادات الرقمية وعادات القراءة لفرد معين. يتناقض هذا تناقضاً صارخاً مع المصنفات السمعية البصرية والموسيقى، حيث تكون نسبة الأشخاص الذين يقرون فوائد ناقل مادي معين، مثل مسجلات الفينيل للموسيقى، أقل بكثير. وفي الواقع، يبدو أن بعض الأبحاث تشير إلى أنه بدلاً من تفكيك الطلب، فإن الرقمنة تزيد من مبيعات المطبوعات وتساعد على اكتشاف الأعمال الأقل شهرة.<sup>5</sup>

لذا من الضروري النظر إلى الهجرة الرقمية في النشر مع فهم أنه يجب استكشاف الجوانب التي تؤثر على الطلب في أسواق معينة، أو حتى بالنسبة لنوع أو كتاب معين، بشكلٍ فردي، وليس بتركيز واسع النطاق.

تحول جذري للناشرين: الاقتراب أكثر من قرائهم يُشكل هذا الاختيار الجديد للقراء بين الكتب المطبوعة والكتب الإلكترونية أيضاً تحولاً جذرياً للناشرين. كان الناشر في الماضي مطالبين فقط بإتاحة محتواهم بنسق محدودة وعبر قنوات التوزيع القليلة المتاحة. وكانت الكتب متوفرة في غلاف مقوى أو ورقي، ويمكن العثور عليها في متاجر بيع الكتب والمكتبات. ويحتاج الناشر في البيئة الرقمية إلى ملاحظة مكان وطريقة قراءة المستخدمين لمحتوهم. توفر إتاحة الكتب الإلكترونية بشكلٍ نشط على الخدمات القانونية رؤى حول سلوك القارئ وتفضيلاته، التي تسمح بدورها للمواقع القانونية بالتفوق على مواقع القرصنة في الخدمة والتيسير.<sup>6</sup>

وإذا كان المستهلكون يقرؤون على هواتفهم الذكية في أثناء تنقلاتهم، فيجب نشر الكتب بنسق يسهل قراءتها على هذه الأجهزة. علاوة على ذلك، قد تتغير أنواع القصص المنشورة، لأن عقلية الركاب في طريقهم من وإلى العمل قد تعني أنهم يفضلون قراءة محتوى أبسط وأقصر. وبالمثل، يحتاج الباحثون إلى اكتشاف أحدث المقالات البحثية في مجموعة المنشورات العلمية الدولية سريعة التوسع.

تُمكن التكنولوجيا من إجراء الدراسات الشمولية (إجراء الأبحاث عن الأبحاث المنشورة)، وهو ما يسمح للباحثين بدمج بيانات دراسات متعددة، ومتابعة الاتجاهات الرئيسية في مجالاتهم. تُطوّر أدوات بحث وخدمات البحث المتعمق الجديدة عن البيانات بواسطة ناشرين علميين يدركون هذا التغيير في السلوك بين مؤلفي وقراء مقالات المجلات الخاصة بهم. يمكن لناشري المواد التعليمية تطوير تكنولوجيات التعلم الرقمية التي تبدو رائعة، واستخدام أحدث المعدات التكنولوجية؛ ومع ذلك، فإن النجاح على المدى الطويل سوف يعتمد على المعلمين والطلاب الذين يستخدمون هذه المنصات بالفعل لأنهم يطون مشكلة أو يقدمون فائدة حقيقية. يستفيد التعلم عن بعد بشكل كبير من النشر التعليمي الرقمي لأنه يحل مشكلة النفاذ عن بعد، ولكن لن تنجح تكنولوجيات الفصول الدراسية إلا إذا نتج مردود تعليمي، حتى بين المعلمين الذين يترددون في تغيير عاداتهم التدريسية.

## دوافع الهجرة الرقمية في النشر التجاري

لا يتطلب سوق الكتب الإلكترونية توفّر كتاب بأنساق إلكترونية وبمتجر عبر الإنترنت فحسب، بل يتطلب أيضاً نظاماً بنائياً كاملاً يشمل الموزعين والبائعين، وأنظمة الدفع والاتصال بالإنترنت وأجهزة القراءة المناسبة. والأهم من ذلك أن التحول الرقمي يتطلب تغيير عادات القراءة. يعتمد مدى تحوّل القراءة الأدبية وقراءة المستهلك إلى القراءة من الكتب الإلكترونية على مجموعة من الدوافع التي تختلف اختلافاً كبيراً على المستوى الوطني:

- توافر أجهزة القراءة، بما في ذلك أجهزة القراءة الإلكترونية والهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية؛
- وانتشار قراءة الكتب الإلكترونية على هذه الأجهزة بدلاً من استخدامها لممارسة الألعاب، أو الانخراط في وسائل التواصل الاجتماعي؛
- ووجود منصات إلكترونية مضمونة وجديرة بالثقة؛
- وإتاحة الكتب الإلكترونية بسعر يعتبره القراء عادلاً؛
- وإتاحة الكتب المطبوعة في المتاجر القريبة كبديل سهل؛
- وتوافق الأجهزة ونسق الكتب الإلكترونية المتاحة للقراء.

تعد المستويات المختلفة لانتشار الكتب الإلكترونية، حتى بين البلدان ذات المعدلات المماثلة للاتصال بالإنترنت وانتشار الهواتف الذكية واستخدام الوسائط الاجتماعية مذهلة. وتمتلك كل من فرنسا وإيطاليا والمملكة المتحدة أسواق

نشر بقدر مماثل من القوة، إلا أن المملكة المتحدة وحدها من بين هذه البلدان تمتلك سوق كتب إلكترونية قوي. وهنا يأتي دور العوامل الثقافية واستخدام قارئات الكتب الإلكترونية، التي تتأثر أحياناً بسياسات تسعير الناشر. لا يستخدم المستهلكون الكتب الإلكترونية في الأسواق التي لا تباع فيها هذه الكتب بخضم معقول مقارنة بالنسخ المطبوعة.

وعلى المستوى الوطني، يمنع عدم وجود منصة موثوقة للكتب الإلكترونية على الإنترنت القراء والناشرين من الدخول في السوق الرقمية، وفي بعض الأحيان يكون الأمر بمثابة حلقة مفرغة، فعدم وجود الكتب الإلكترونية يعني عدم وجود قراء، وعدم وجود قراء يعني عدم وجود محفزات للناشرين من أجل نشر الكتب الإلكترونية.

من ناحية أخرى، غالباً ما يُثري المهاجرون سوق الكتب الإلكترونية بلغاتهم الأصلية. ونظراً لتزايد الأشخاص الذين يعملون في الخارج، وبعيداً عن متاجر بيع الكتب التي تحتوي على كتب بلغاتهم الأم، فقد تطورت فرصة بالسوق الدولية لمتاجر بيع كتب عالمية عبر الإنترنت. على سبيل المثال، تباع أمازون الآن كتباً بأكثر من 80 لغة وتتضمن كتباً بلغة الإيفو، واللغة السامية، والراجستانية، واللغة الخميرية.

## دوافع الهجرة الرقمية في النشر التعليمي

تتمثل العوامل الاجتماعية والاقتصادية الرئيسية التي تحفز الطلب على الكتب التعليمية، سواء كانت مطبوعة أو رقمية، في عدد الأطفال في التعليم، والأموال العامة المتاحة للمحتوى التعليمي. ومع ذلك، فإن سياسة المشتريات الحكومية من منظور قطاع النشر تُعد الدافع الأهم، حيث يمكن للحكومات أن توجه، إما عن قصد أو عن غير قصد، تطوير قطاع نشر تعليمي محلي من خلال الطريقة التي تشتري بها الكتب المدرسية، ومواد التعلم الرقمية.

ويعتبر توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصالات في المدارس أحد الدوافع الاجتماعية والاقتصادية الهامة للهجرة الرقمية. في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، يتمكن أكثر من 90% من الطلاب من النفاذ إلى الحواسيب في المدارس،<sup>7</sup> ومع ذلك، في المتوسط، أفادت نسبة 72 في المائة فقط منهم باستخدامها بانتظام. وعلى الرغم من انخفاض توافر الحواسيب والاتصال بالإنترنت على الصعيد العالمي، فإن الاتجاه العام واضح، حيث أصبحت الحواسيب والأدوات الرقمية جزءاً من التعليم.

وعلى الرغم من أن السياسات الحكومية تحفز أعمال النشر التعليمي، فإن نجاح المبادرات الرقمية يعتمد إلى حد كبير على الدوافع الثقافية، أي تلك التي تعكس تصورات وسلوك المعلم والطالب، والأهم من ذلك، مدى قدرة المعلمين ورغبتهم في دمج الأدوات الرقمية في تدريسهم.

و غالباً ما ينتاب المعلمون الشك في التغييرات التكنولوجية، وليس بالضرورة أن يكون ذلك لأسباب لا أساس لها؛ فقد جربت المدارس منذ سبعينيات القرن العشرين أحدث التكنولوجيات من أجل تحسين النتائج التعليمية. تمت تجربة الدروس المتلفزة، والحواسيب التعليمية الأولية، ومختبرات اللغة، واللوحات البيضاء التفاعلية، وجوانب المحاكاة الرقمية وغيرها في المدارس، ونادراً ما يلبي الحماس الأصلي لكل تكنولوجيا جديدة، جنباً إلى جنب مع المظهر الحديث المثير وتصميم أحدث أداة، التوقعات من حيث النتائج التعليمية المُحسنة. وبحلول الوقت الذي أسفرت فيه الأدلة التجريبية عن تقييم أكثر رصانة وتمييزاً لكل تكنولوجيا جديدة، تم تطوير تكنولوجيا أحدث ووصفت بأنها الحل السحري الأحدث لكل المشكلات.

#### **الإطار 1.4 دراسة الحالة 4: دراسة منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي بشأن الحواسيب والتعلم**

نشر باحثو منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي في عام 2015 تقريراً بعنوان: "الطلاب، والحواسيب والتعلم: بناء الاتصال." <sup>8</sup> تحل هذه الدراسة نتائج اختبارات برنامج التقييم الدولي للطلاب (PISA) لعام 2012 وتستعرض العلاقات بين مئات نقاط البيانات التي تم جمعها من الطلاب المشاركين والمدارس والهيئات التعليمية. وتفحص على وجه الخصوص العوامل التي يبدو أنها مرتبطة بنتائج برنامج التقييم الدولي للطلاب الأعلى في القراءة والرياضيات، والعوامل التي يبدو أن لها تأثيراً سلبياً على هذه الدرجات. وبالنظر إلى مجموعة البيانات الكبيرة، من الممكن عزل التأثيرات الفردية بين البلدان وتصحيح العوامل الاجتماعية، والاقتصادية أو غيرها من العوامل.

وعلى الرغم من أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) يتزايد في جميع أنحاء العالم، فإن تأثير استخدامها على درجات برنامج التقييم الدولي للطلاب ضئيل بل ومعدوم.

وخلصت الدراسة إلى: "على الرغم من الاستثمارات الكبيرة في الحواسيب، واتصالات الإنترنت، والبرامج للاستخدام التعليمي، فإنه يوجد القليل من الأدلة القوية على أن زيادة استخدام الحواسيب بين الطلاب يؤدي إلى إحرازهم درجات أفضل في الرياضيات والقراءة."

وخلص التقرير إلى: "لم تتحقق المساهمات الحقيقية التي يمكن أن تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتعليم والتعلم، ولم تستغل بالكامل."

عُثرت دراسة أجراها المكتب الوطني الأمريكي للبحوث الاقتصادية عام 2017، التي تستعرض الدليل على التأثير الإيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نتائج التعلم، وعلى دليل الآثار الإيجابية في عدد صغير فقط من برامج التعلم في

الرياضيات، ولكنها تُقرّ بأن دورة الحياة القصيرة لمنتجات محددة لا تمنح وقتاً كافياً لإجراء تقييم دقيق. وخلصت إلى: "في نهاية المطاف، لا ينبغي أن يتعلق الأمر بالمنتج الأكثر شيوعاً أو حتى بالتكنولوجيا نفسها بالضرورة، ولكن بأفضل طريقة لمساعدة الطلاب من جميع الأعمار والمستويات على التعلم".<sup>9</sup>

يتمثل الدافع الذي غالباً ما يتم تجاهله (أو العقبة أمام) الهجرة الرقمية في التعليم في تفضيل الطالب. حتى في هذه الأيام، يبدو أن عدداً غير متوقع من الطلاب يفضلون الكتب المدرسية المطبوعة للتعلم، حيث أظهر البحث الذي تم إجراؤه بين العامين 2010 و2013<sup>10</sup> على طلاب جامعيين من ألمانيا والهند واليابان وسولفاكيا والولايات المتحدة أن ما بين 77 في المائة (اليابان)، و95 في المائة (ألمانيا؛ لاحظ الاختلاف في الدوافع الثقافية)، من طلاب الجامعات يجدون أنه من الأسهل عليهم التركيز عند قراءة المواد المطبوعة، وقال 87 في المائة إنه إذا كانت التكلفة مماثلة، فإنهم يفضلون الكتب المطبوعة في الدراسة. يتوافق ذلك مع البحث الذي يُظهر أن سلوك قراءة الطلاب واستمرارهم فيه يختلف باختلاف إذا ما كان الطلاب يستخدمون الوسائط الرقمية، أو يقرؤون الكتب المطبوعة.<sup>11</sup> حيث تقلل قراءة كتاب مطبوع من التشتت، وتسمح بكتابة تعليقات توضيحية بسهولة، وبالتالي يستمر الطلاب في استخدامها بقدر أكبر. تتعارض هذه النتائج حالياً مع الكثير من السياسات الحكومية التي تسعى إلى زيادة استخدام تكنولوجيا التعليم الرقمي في التعليم الابتدائي والثانوي، لكنها توضح أن قوى السوق البسيطة يمكن أن تتأثر بالسلوك البشري وأنه يجب مراعاة الدوافع المختلفة نحو التنمية الرقمية. ومع ذلك، تستهدف السياسات الحكومية في حالات أخرى على نحو متزايد الجهود المبذولة لتحسين المهارات الرقمية ومحو الأمية الرقمية (التفكير الحاسوبي، وغيره) في التعليم الابتدائي والثانوي، بدلاً من السياسات التي تتناول الاستخدام العام لتكنولوجيا التعليم الرقمي.

## الإطار 2.4 فيروس كوفيد-19- والأدوات الرقمية في التعليم

لقد أجبر فيروس كوفيد-19- معظم البلدان على إيقاف التدريس في الفصول الدراسية فجأة، حيث تسبب الفيروس في ذروته الأولية في منتصف أبريل 2020، في إغلاق المدارس في جميع أنحاء البلاد في 190 دولة، وهو ما أثر على 90 في المائة من إجمالي المتعلمين المسجلين، أو ما يقرب من 1,6 مليار شخص على مستوى العالم.<sup>12</sup>

تم إعداد المدارس والمعلمين والناشرين بدرجات متفاوتة على نطاق واسع. وكان رد الفعل في قطاع النشر سريعاً في جميع أنحاء العالم، حيث أتاح ناشرو المواد التعليمية بسرعة الكتب والمنصات الرقمية مجاناً.<sup>13</sup> وقد استجابت أيضاً الجهات التي تقدم الدورات التدريبية عبر الإنترنت مثل كورسيرا، والمبادرات التي تعزز الموارد التعليمية المفتوحة.

وفي الشهور الدثني عشر الأولى، طغت التحديات العملية للتعليم المنزلي للطلاب، وأولياء الأمور، والمعلمين على التجربة الجديدة غالباً لاستخدام موارد التعلم عبر الإنترنت.

ولا يتبقى سوى أن نرى إلى أي مدى ستعمل هذه التجربة على تعزيز اعتماد استخدام الموارد الرقمية في التعليم الابتدائي والثانوي وتسريع وتيرته.

وأصبحت أهمية المعلمين والمدرسة كمكان للتعلم المشترك واضحة للجميع.

### استراتيجيات النشر التعليمي الرقمي

استثمر جميع ناشري المواد التعليمية الرئيسيين في الاقتصادات المتقدمة في المنتجات الرقمية وقدموا منتجات تعليمية رقمية. يمثل تقديم نسخ رقمية ذات تخطيط ثابت للكتب المدرسية الورقية تعديلاً بسيطاً نسبياً لهؤلاء الناشرين، على الرغم من قيام الناشرين بعد ذلك بملأئمة الكتب الإلكترونية بحيث يمكن قراءتها على منصات رقمية مختلفة. وبالتالي توجه نحو نسق النشر EPUB 3، لقد استثمر الناشر بشكل أكبر في الكتب الإلكترونية والبنية المضافة، والتنقل، والروابط، وميزات الوسائط المتعددة، والتفاعل، والاختبارات، والتمارين. يصبح الكتاب المدرسي الإلكتروني بعد ذلك جزءاً أساسياً من بيئة تعلم افتراضية أكبر (VLE)، حيث يُباع المحتوى التعليمي والتمارين والدروس الخصوصية والاختبار في حزمة واحدة.

لقد توقف هؤلاء الناشر فعلياً عن بيع الكتب وشرعوا في بيع الخدمات التعليمية. وقد ذهب بعض الناشرين إلى أبعد من ذلك وقاموا بتأسيس رياض أطفال ومدارس خاصة. تم تطوير سوق جديد للمدارس الخاصة منخفضة الرسوم، التي تستهدف على وجه التحديد الأسر ذات الدخل المنخفض في البلدان النامية التي تسعى إلى توفير تعليم جيد وبأسعار معقولة لأطفالها.<sup>14</sup>

لا يمثل التحول من الكتب المطبوعة إلى بيئات التعلم الافتراضية عملية خطية وسلسلة، وليس من السهل التنبؤ بمدى حدوث الهجرة الرقمية، لا سيما في التعليم الابتدائي والثانوي.

### رد فعل الناشرين تجاه الهجرة الرقمية

على الرغم من استمرار نتائج برنامج التقييم الدولي للطلاب لعام 2015 في إظهار الارتباطات السلبية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونتائج البرنامج في نهاية التعليم الثانوي، لا يوجد سبب يدعو الناشرين لمقاومة الانتقال إلى المنصات الرقمية. وبمرور الوقت، ستجد الأدوات الرقمية مكانها في التعليم،

حيث يمكنها حل مشكلات معينة والأداء على نحو أفضل من الكتب المدرسية التقليدية. ومع تقلب السوق، يجب على الناشرين على الأقل أن يتبعوا ما يحتاجه الآخرون.

لقد فتح معظم الناشرين التربويين المجال للتكنولوجيا الرقمية، ويقدمون الآن منتجات رقمية أو مواد تكميلية بأسواق رقمية. لم تعد شركة بيرسون، أكبر ناشري المواد التعليمية في العالم، تصف نفسها كشركة نشر، بل "شركة التعلم في العالم". يركز بعض الناشرين أكثر على الطريقة التي يقدمون بها المحتوى الرقمي، مع التركيز على الربحية على المدى القصير والمتوسط. وسجد حتى الناشرين الأكثر حرصاً فوائد في تقديم بعض المحتوى عبر الإنترنت. على سبيل المثال، لم يعد بعض الناشرين يرسلون للمعلمين نسخاً مطبوعة من الكتب المدرسية، وأصبحوا يسمعون لهم بالنفاذ إلى النسخ الرقمية كطريقة أكثر أماناً وأقل تكلفة للترويج لكتبهم المدرسية والتشجيع على اعتمادها.

وبينما تطلب المنتجات الرقمية استثماراً كبيراً في المهارات والتكنولوجيات الجديدة، يمثل التحدي الرئيسي أمام الهجرة الرقمية في النشر التعليمي في أن نموذج العمل لم يتم تعديله بعد ليناسب مزيج المنتجات الجديد بشكل كامل بعد وتستعد المدارس في الكثير من البلدان لدفع ثمن الكتب المدرسية المطبوعة، لكن تخصيص الأموال للمنتجات الرقمية قد يكون أصعب. غالباً ما تظل الكتب المطبوعة محل الطلب، ولكن من المتوقع أن يوفر الناشر محتوى رقمياً ومواد تكميلية مجاناً. سيزيد ذلك من النفقات على الناشرين، ولكن سيوفر دخلاً أكثر بقليل عندما لا ترغب المدارس في دفع المزيد. والأسوأ من ذلك في بعض الحالات أنه قد تمّول أجهزة التعليم والتعلم المطلوبة حديثاً باستخدام نفس بنود الميزانية التي تغطي الكتب المدرسية.

ومع ذلك، فقد طوّر عدد من ناشري المواد التعليمية برامج تعليمية، وتطبيقات، وبيئات تعلم افتراضية، ووضعوها تحت الاختبار.

بيئات التعلم الافتراضية، والتطبيقات، والدورات الضخمة المفتوحة على الإنترنت (MOOC) بينما تظل الكتب المدرسية لبنة أساسية في التعليم الابتدائي والثانوي، فإن معظم الناشرين يعتبرونها الآن جزءاً من مجموعة أكبر من موارد التعلم. يوفر الإنترنت للناشرين الفرصة لإجراء مزيد من الاختبارات، أو التدريبات، أو المواد التعليمية المتاحة. يُمكن ترخيصها مع الكتاب أو بيعها بشكل منفصل، وربما حتى للآباء.

وعلى عكس استخدام الأدوات الرقمية في الفصل الدراسي في التعليم الابتدائي والثانوي، يُعد التعلم عن بُعد عبر الإنترنت في التعليم العالي، والمهني، وتعليم الكبار مؤشراً على النجاح. لقد منعت الدورات التدريبية عبر الإنترنت، والمستودعات الرقمية، والموارد التعليمية المفتوحة النفاذ إلى المحتوى التعليمي، وهي بذلك بمثابة عائق أمام التعليم بالنسبة لكل من لديهم إمكانية النفاذ إلى الإنترنت، ولكن لا يمكنهم حضور الفصول الدراسية، أو الذين يحتاجون إلى الدراسة في

أوقات خاصة. وفي ذلك يتنافس الناشر مع المنافسين الجدد: شركات تكنولوجيا الإنترنت. يشمل هؤلاء مزودي خدمات الإنترنت والأنظمة الأساسية (غوغل، وفيس بوك، ومايكروسوفت، ولنكد إن) ومزودي التكنولوجيا (على سبيل المثال أبل)، والجامعات (على سبيل المثال، MIT Open Courseware)، والشركات الناشئة القائمة على الإنترنت، سواء هادفة للربح (مثل كورسيرا) أو غير هادفة للربح (مثل أكاديمية خان).

لا تستخدم شركات التكنولوجيا حتى الكتب المدرسية كبداية لها. قد يعتبرون دورة تدريبية مُقدمة عبر الإنترنت مصدراً رئيسياً للتعلم، وينشؤون الدورة التدريبية حول أحد المواقع الإلكترونية. في النهاية، يمكن أن ينتهي كلا النهجين إلى الأمر ذاته الذي يتمثل في بيئة تعلم افتراضية حيث يمكن للطلاب العثور على جميع مواردهم، وحل التمارين، والخضوع للاختبارات، والحصول على شهادة إنجاز في حالة الدورات التدريبية عبر الإنترنت.

وبالتالي، يجب على الناشرين الآن التنافس مع شركات التكنولوجيا الرئيسية في سوق التعليم. بينما تتمتع شركات التكنولوجيا بميزة الموارد الهائلة، فضلاً عن المعرفة التقنية والتصميمية، فإنها غالباً ما تفتقر إلى فهم طرق التدريس، وتواجه صعوبة في التكيف مع متطلبات المناهج الدراسية المحلية. سيعدم الكثيرون معايير التعليم الدولية ليكونوا قادرين على توسيع نطاق منتجاتهم دولياً. غالباً ما تقدم الدورات الضخمة المفتوحة على الإنترنت (MOOC) أجزاءً كبيرة من محتواها مجاناً، وقد وجدت طرقاً جديدة لتحقيق الدخل من عملائها تشمل الإعلان، والتسويق بالمشاركة، وتقديم شهادات الإنجاز مقابل رسوم، والمدرسين الخصوصيين الذين يعملون بالوساطة. ويعد بيع المعلومات المتعلقة بطلابهم إلى الشركات التي تبحث عن مزيد من المعلومات حول المعيّنين المحتملين مسألة خلافية. يجب أن يكون جميع الناشرين التربويين على دراية بحساسية المعلومات الشخصية،<sup>15</sup> ليس فقط في أوروبا، حيث تضع اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) (الاتحاد الأوروبي) 2016/679 معايير عالية جداً، ولكن في جميع أنحاء العالم، حيث يتم حماية المعلومات حول الأداء المدرسي بعناية.<sup>16</sup>

## الكتب المدرسية في التعليم العالي

يُعد نشر الكتب المدرسية للتعليم العالي سوقاً دولياً، حيث قد تطلب الكليات والجامعات في مختلف البلدان من الطلاب قراءة نفس الكتب المدرسية كجزء من دوراتهم الدراسية.

وقد مكن ذلك من تطوير سوق عالمي، وإصدار ناشرين دوليين لكتب مدرسية لطلاب الكليات والجامعات حول العالم. ويواجه سوق عالمي مثل ذلك تحديات خاصة به، ففي حين أن طلاب الجامعات في الولايات المتحدة كانوا عادةً قادرين ومستعدين لإنفاق 250 دولاراً أمريكياً أو أكثر للكتب المدرسية الفردية، فإن هذه الأسعار بعيدة المنال بالنسبة للطلاب العاديين في معظم البلدان الأخرى. لقد

طوّر الناشر من مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات لمكافحة الواردات الموازية من البلدان ذات الأسعار المنخفضة، وقد طور الطلاب أنفسهم استراتيجيات لتجنب دفع تلك الأسعار المرتفعة. تمنح هذه الديناميكيات سوق نشر الكتب الجامعية خصائصها الخاصة المنفصلة تماماً عن سوق النشر التعليمي الابتدائي والثانوي.

يعتبر الكثير من الطلاب أن الكتب الجامعية مكلفة جداً. ويشتري الطلاب المقتصدون عادةً كتباً مستعملة أو نسخاً مقرصنة. وشروعاً في الآونة الأخيرة في استيراد هذه الكتب من البلدان النامية حيث تباع كتب مماثلة بأسعار أقل بكثير. وكان رد فعل الناشرين متبايناً. وتوقفوا في بعض الحالات عن تقديم إصدارات منخفضة السعر. وبدلاً من ذلك، لقد عدلوا إصدارات البلدان النامية، غالباً عن طريق إضافة محتوى خاص ببلد معين وتغيير ترتيب الكتاب، وهو ما أبهج الطلاب الذين يحصلون على خدمة أفضل الآن في البلدان النامية. وكان تطوير المحتوى التكميلي الرقمي هو أعظم فرصة للناشرين، حيث يمكن بيع إمكانية النفاذ إلى المواقع الإلكترونية التي تحتوي على الموارد التكميلية مع الكتاب المطبوع، ويمكن بسهولة أن يكون الترخيص محدوداً، بفترة زمنية، أو مقفلاً، أو محدوداً جغرافياً. وبالتالي تفقد الكتب التي يتم بيعها مستعملة أو استيرادها من بلدان أخرى هذه الميزة الإضافية بعد انتهاء صلاحية الترخيص الأصلي للنفاذ إلى المواد التكميلية، أو عند النفاذ إليها من دولة مختلفة.

## دوافع الهجرة الرقمية في النشر العلمي والمهني

يُعتبر سوق النشر العلمي والمهني عالمياً إلى حد كبير، وليس وطنياً، وهذا يفسح المجال للنشر الرقمي بدلاً من النشر المطبوع، نظراً لأن الإنترنت يسهل النشر الفوري والنفاذ عالمياً، حيث يُعتبر كلاهما شرطين أساسيين للعلماء الذين ينشرون أبحاثهم. كان العالم تيم بيرنرز لي هو من اخترع الشبكة العنكبوتية العالمية في عام 1989. ليس من الغريب إذن أن يكون قطاع النشر المعني قد حقق على الأرجح تقدماً هو الأعلى في الهجرة الرقمية، وهو بيئة نشر يغلب عليها الطابع الرقمي. ومع ذلك، توجد مجموعة متنوعة من الدوافع التي تؤثر تأثيراً كبيراً على تطور السوق الرقمية في النشر العلمي والمهني.

ترتبط الدوافع الرئيسية بالتغيرات في بيئة البحث، حيث يلعب تدويل ونمو البحث ونواتجه، والطلب على نشر البحث بشكل أسرع، والوصول الفوري إلى أحدث المنشورات البحثية، أهم الأدوار من منظور القارئ (أي، الباحث).

يكمّن العامل الرئيسي الذي يحدد النمو في أسواق المجلات العلمية في عدد المقالات العلمية التي ينشرها الأكاديميون. وكما ذكرت الجمعية الملكية في المملكة المتحدة في عام 2011، "منذ بداية القرن الحادي والعشرين، تضاعف الإنفاق العالمي على البحث والتطوير تقريباً، وزادت المنشورات بمقدار الثلث، واستمر عدد الباحثين في الارتفاع،" حيث ارتفع العدد من 5.7 ملايين إلى 7.1 ملايين بين عامي 2001 و2007.<sup>17</sup> وزاد عدد المقالات المنشورة في المتوسط

بين عامي 2009 و2018 بنسبة 10.5 في المائة سنوياً.<sup>18</sup> وقد تطلب ذلك من قطاع النشر زيادة قدرته على توفير مساحة لهذه المنشورات، وفرض ضغوط على المشتريين (عادة المكتبات الأكاديمية) للعثور على تمويل لدفع ثمن هذا الكم الأكبر من المنشورات. وينتج عن ذلك ضغوط من كل من المؤلفين (الأكاديميين) والعملاء (المكتبات الأكاديمية) التي طالبت بالتنفيذ الرقمي وخفض تكاليف النفاذ.

جعلت البيئة الرقمية مساحة النشر أقل ندرة، حيث لم تعد المجلات مقيدة كما كانت عندما تطلبت المجلات الطباعة؛ وأصبح العامل المحدد لتوسع السوق بدلاً من ذلك متمثلاً في ميزانيات المكتبات (حالياً). لا يُعد سوق المجلات شديد الحساسية للسعر، حيث إن الغالبية العظمى من العملاء من مكتبات الجامعات. وتؤثر تغيرات الأسعار في المجلات أو قواعد البيانات المهمة، سواء كانت بالزيادة أو النقصان، بقدر ضئيل جداً على أرقام الاشتراك.

ومن الدوافع المهمة الأخرى الطلب الكبير من الباحثين على سرعة النشر والتنفيذ الأكثر تطوراً من الناحية الفنية، وزيادة الارتباط وتنفيذ الوسائط المتعددة وتسهيل إعادة استخدام المحتوى على نحو أكبر، بما في ذلك عدد أكبر من دراسات التكرار، ونشر الدراسات الأساسية للبيانات بوتيرة أعلى.

ويتأتى الدافع الثالث الذي حظي بالنصيب الأكبر من المناقشة للناشرين العلميين من الجانب السياسي: المتمثل في مبادرات النفاذ المفتوح، التي تسعى إلى ضمان إتاحة البحث مجاناً لجميع الباحثين ولعمامة الناس. وتكمن الحجة الأكثر استخداماً لمثل هذه الأهداف السياسية في أن البحث المدعوم بالأموال العامة يجب أن يكون متاحاً للجمهور. كان ذلك بتوصية رسمية من مفوضية الاتحاد الأوروبي في عام 2012.<sup>19</sup>

وثمة حجة أيضاً تستند بقدر أكبر إلى المبادئ فيما يتعلق بطبيعة التواصل العلمي تتمثل في حاجة باحثي العلوم إلى شفافية غير مشروطة، وتدقيقاً مفتوحاً، ونفاذاً عالمياً متساوياً إلى مجموعة المعارف العلمية، بما في ذلك المقالات المنشورة والبيانات الأساسية. على الرغم من إطلاق العلماء أو مجتمع المكتبات أو المؤسسات الأكاديمية لبعض مبادرات النفاذ المفتوح، فقد جاءت أكثر المبادرات فاعلية من الحكومات أو من المنظمات التي تمول الأبحاث، مثل سياسات النشر ذات النفاذ المفتوح التي قدمتها ويلكم ترست<sup>20</sup> ومؤسسة بيل وميليندا غيتس.<sup>21</sup> وفي عام 2018، بدأت هذه المنظمات وغيرها مبادرة لتنسيق جهودها تسمى الخطة S.<sup>22</sup>

يتطلب جعل المحتوى مجانياً في مرحلة الاستهلاك نموذج عمل يدفع فيه شخص آخر غير المشتري/المشترك. يجرب الناشر وصانعو السياسات مجموعة من نماذج الأعمال (راجع الفصل الخامس لمزيد من التفاصيل) على أمل العثور على نموذج فعال من حيث التكلفة، ويحافظ على جودة النشر، والحرية العلمية ويكون مستداماً على المدى الطويل.

وتوجد نماذج أعمال مختلطة تتضمن شكلاً من أشكال النفاذ المفتوح، إما مع حظر (أي فترة يكون فيها المشتركون فقط من لديهم إمكانية النفاذ) أو مع مستويات مخصصة متاحة للنفاذ. يمكن للحكومات<sup>23</sup> أو الاتحادات<sup>24</sup> أيضاً الحصول على تراخيص لعدد كبير من الجامعات، أو لجميع المكتبات العامة، أو إبرام صفقات ترخيص أخرى. يمكن للناشرين تغيير نموذج أعمالهم من خلال عدم فرض رسوم اشتراك، ولكن بدلاً من ذلك يطلبون من الباحثين الذين كتبوا مقالاتهم أن يدفعوا مقابل نشرها. ويخلق الأمر الأخير مجموعة من المشكلات ذات الصلة، فما لم يتم توفير المال من خلال منحة بحثية، فإن متطلبات التمويل تمنح ميزة لمن هم في الأوساط الأكاديمية ويتمتعون بالسلطة الخاصة بشؤون الميزانية. ويؤدي أيضاً إلى ممارسات النشر غير الأخلاقية، حيث ينشئ الناشر الجشعون مجلات غير شرعية ولكن مرموقة لجذب الباحثين غير الراغبين إلى النشر معهم.<sup>25</sup>

كان يوجد الكثير من التطور الرقمي في هذا القطاع في مجال المجلات العلمية؛ إلا إن الأبحاث تتابع عن كثب، وتؤثر نفس الدوافع التي تؤثر على المجلات بشكل متزايد على المنشورات الأكثر تفصيلاً أيضاً.

وفي عام 2009، كان حوالي ثلثي الناشرين العلميين فقط ينشرون الكتب الإلكترونية بنسق إلكترونية،<sup>26</sup> وشكلت عائدات الكتب الإلكترونية بالنسبة لهم أقل من 10 في المائة من إجمالي مبيعات الكتب. ومع ذلك، فقد ارتفع هذا الرقم ارتفاعاً كبيراً منذ ذلك الحين بسبب زيادة الطلب لاستيعاب النمو في المحتوى بطريقة أكثر فاعلية من حيث التكلفة التي تسمح أيضاً بتوزيع أكبر على المستوى الدولي.

## ملاحظات

1. Le journal tue le livre, comme le livre a tué l'architecture, comme l'artillerie a tué le courage et la force musculaire ("قضت الصحف على الكتاب، كما قضت المدفعية على الشجاعة، وكما قضت العظمية"). تيوفيل غوثيه (1835).  
Mademoiselle de Maupin.  
www.ebooksgratuits.com/html/gautier\_mademoiselle\_maupin.html?bcsi\_scan\_D99544420D78AF92=0&bcsi\_scan\_filename=gautier\_mademoiselle\_maupin.html
2. باي بال (2016). *Digital Media Consumers: Cross-country Trends*. www.paypalobjects.com/digitalassets/c/website/marketing/global/shared/global/media-resources/documents/paypal-global-gaming-and-ebooks-study.Pdf
3. يُرجى زيارة [www.internationalauthors.org/news/public-lending-right/public-lending-right-introductory-guide-launched/](http://www.internationalauthors.org/news/public-lending-right/public-lending-right-introductory-guide-launched/)
4. لورين إم سينغر باتريشيا أليكساندر. (2016). Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration *التعليم التجريبي*، (1)85، 155-172. <https://doi.org/10.1080/00220973.2016.1143794>
5. أبهيشيك ناغارج وإمك ريمرس. (2019). Digitization and the Demand for Physical Works: Evidence from the Google Books Project. <https://ssrn.com/abstract=3339524>
6. جويل والدوغل (2017). How digitization has created a golden age of music, movies, books, and television أوف إكونوميك بروسيبيكتيف، (3)31، 195-214
7. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2012). قاعدة بيانات برنامج التقييم الدولي للطلاب لعام 2012، الجدول 2.9، ستاتلينك. <http://dx.doi.org/10.1787/888933252791>
8. منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي (2015). *Students, Computers and Learning: Making the Connection*. باريس: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239555-en>
9. مايا إيسكوبتا وآخرون. (2017). Education technology: An evidence-based review. *Working Paper 23744*. كيمبريدج، ماساتشوستس: المكتب الوطني للبحوث الاقتصادية <https://doi.org/10.3386/w23744>, [www.nber.org/papers/w23744](http://www.nber.org/papers/w23744)
10. انظر بارون، إن. (2015). *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World*. نيويورك: مطبعة جامعة أكسفورد، وميشيل شوب (2016). 92% of college students prefer print books to e-books, study finds. لوس أنجلوس تايمز، 8 فبراير. [www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-92-percent-college-students-prefer-paper-over-pixels-20160208-story.html](http://www.latimes.com/books/jacketcopy/la-et-jc-92-percent-college-students-prefer-paper-over-pixels-20160208-story.html)
11. لورين إم سينغر باتريشيا أليكساندر. (2016). Reading across mediums: Effects of reading digital and print texts on comprehension and calibration *التعليم التجريبي*، (1)85، 155-172. <https://doi.org/10.1080/00220973.2016.1143794>
12. جاك براينت وآخرون. (2020). School-system priorities in the age of coronavirus. [mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/school-system-priorities-in-the-age-of-coronavirus](https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/school-system-priorities-in-the-age-of-coronavirus). ماكينزي أند كامبني.
13. الولايات المتحدة الأمريكية: بروجيكت ميوز Free resources on MUSE. (2020) during COVID-19. <https://bout.muse.jhu.edu/resources/freeresources-covid19/#freepublishers> ناشرو المواد التعليمية (2020). COVID-19: Les Éditeurs d'Éducation mettent gratuitement leurs manuels numériques à la disposition de tous les élèves. [www.lesediteursdeducation.com/actu/covid-19-les-editeurs-deducation-mettent-gratuitement-leurs-man](http://www.lesediteursdeducation.com/actu/covid-19-les-editeurs-deducation-mettent-gratuitement-leurs-man)

20. ويلكوم (بدون تاريخ). Open access policy. <https://wellcome.ac.uk/funding/managing-grant/open-access-policy>
21. مؤسسة بيل وميليندا غيتس (2021). Bill & Melinda Gates Foundation open access policy. [www.gatesfoundation.org/How-We-Work/General-Information/Open-Access-Policy](http://www.gatesfoundation.org/How-We-Work/General-Information/Open-Access-Policy)
22. هولبي إيلس (2021). A guide to Plan S: the open-access initiative shaking up science publishing. دورية نيتشر، 12 أبريل -10.1038/d41586-021-00883-6 <https://doi.org/10.1038/d41586-021-00883-6>
23. خدمات ترخيص الناشرين (بدون تاريخ). Access to Research: Enabling access to academic articles in public libraries. [www.pls.org.uk/services/access-to-research](http://www.pls.org.uk/services/access-to-research)
24. أولريش هيرب (2018). News about the Elsevier agreement in Finland. Scidecode، 17 يناير. <https://scidecode.com/en/2018/01/17/news-about-the-elsevier-agreement-in-finland/>
25. ديكلان بوتلر (2013). Investigating the dark side of publishing. دورية نيتشر، 495، 433-435. <https://doi.org/10.1038/495433a>
26. جمعية ناشري المجتمع المتعلم والمهني (2010). *Scholarly Book Publishing Practice: First Survey 2009*. [www.alpsp.org/Reports-Publications/scholarly-book-publishing-practice-first-survey-2009](http://www.alpsp.org/Reports-Publications/scholarly-book-publishing-practice-first-survey-2009)
14. تران، إم (2012). Pearson to invest in low-cost private education in Africa and Asia. *ذا غارديان*، 3 يوليو. [www.theguardian.com/global-development/2012/jul/03/pearson-invest-private-education-africa-asia](http://www.theguardian.com/global-development/2012/jul/03/pearson-invest-private-education-africa-asia)
15. على سبيل المثال، فيل هيل (2016). The scholarly and professional publishing IPI لبيترت، 10 نوفمبر. <http://mfeldstein.com/popular-discussion-platform-piazza-getting-pushback-selling-student-data>
16. ميشيل تشوي وجمي ساراكاتانيس (2015). Protecting student data in a digital world. *Mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/protecting-student-data-in-a-digital-world*
17. الجمعية الملكية (2011). *Knowledge Networks and Nations: Global Scientific Collaboration in the 21st Century*. لندن: الجمعية الملكية. [https://royalsociety.org/~media/Royal\\_Society\\_Content/policy/publications/2011/4294976134.pdf](https://royalsociety.org/~media/Royal_Society_Content/policy/publications/2011/4294976134.pdf)
18. أندريه بويل وأخرون. (2020). Achieving an Equitable Transition to Open Access for Researchers in Lower and Middle-Income Countries. ICSR Perspectives. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3624782>
19. المفوضية الأوروبية (2012). Commission recommendation of 17 July 2012 on access to and preservation of scientific information. *الجريدة الرسمية* L 194/39. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012H0417&rid=1>

# أعمال النشر في البيئة الرقمية

## النشر والبيئة الرقمية

لا تمثل الثورة الرقمية مجرد تغيير في التكنولوجيا فحسب، بل تعتبر تغييراً في السلوك والمواقف أيضاً. وينبغي للمؤلفين والناشرين وصانعي السياسات أن يستجيبوا لهذه البيئة سريعة التغيير وغير المتوقعة. ورغم أنهم يجرون التقييمات بشأن سرعة التحول الرقمي ونطاقه في قطاعهم وعلى جمهورهم، فمن المهم أيضاً الإمعان في النظر بشأن نماذج الأعمال التي تُتيحها البيئة الرقمية، بل وتتطلبها.

وأما قطاع صناعة الكتب، فتتسم الجوانب التكنولوجية للثورة الرقمية بأهمية خاصة: فهي تؤثر على الطريقة التي يتم بها إنتاج الكتب وغيرها من المنشورات وتوزيعها وتسعيرها والترويج لها واستهلاكها. ومع ذلك، تُشكل التغييرات الاجتماعية والسلوكية (أي الدوافع الثقافية) تأثيراً أكبر: فهي تغير عادات المستهلك، وموقفه تجاه القراءة، والتوقعات المتعلقة بالتسعير، والطريقة التي يريد أن يتفاعل بها القراء مع المؤلفين، والكتب، ومتاجر الكتب، والقراء الآخرين. وتعتبر عولمة نشر الكتب، كما هو الحال في العديد من القطاعات الأخرى، نتيجة للتكنولوجيا الجديدة وتغيير السلوكيات والمواقف على حدٍ سواء.

## سلسلة قيمة النشر التقليدي

سلسلة القيمة هي عبارة عن نموذج يصف تسلسل الوسطاء التجاريين المتصلين الذين يضيفون قيمة إلى المنتج قبل وصوله إلى المستهلك. وتربط سلسلة قيمة قطاع النشر بين المحتوى الذي ينشئه المؤلفون وغيرهم من أصحاب الحقوق والقراء. وتبدو سلسلة القيمة مختلفة للغاية بالنسبة للنشر التجاري، والنشر التعليمي، والنشر العلمي. وجرت العادة أيضاً إلى وجود بعض الاختلافات والجهات الفاعلة التي طورت سلاسل القيمة الخاصة بها (مميزة في بعض الأحيان) داخل كل قطاع، ولذلك تصف الخطوط العامة التالية السيناريوهات النموذجية التي قد يكون فيها المؤلفون والناشرون قد طوروا الاختلافات والبدائل التي تواجههم.

## النشر التجاري

تتسم سلسلة القيمة التقليدية في النشر التجاري بالبساطة: حيث يرخص المؤلفون مصنفاتهم للناشرين، وكثيراً ما يدعمهم وكلاء المؤلف الذين يستكشفون المؤلفين الموهوبين ويتولون مفاوضات الترخيص نيابة عنهم. ويتولى الناشر

اختيار المصنفات بهدف نشرها وإدارة تحرير الكتب وإنتاجها (ومنها التحرير من أجل تحقيق التساق وتسهيل القراءة، والتصميم العام، وتصميم العنوان، والتنسيق، والطباعة، والشحن). وبعد ذلك يجري تخزين الكتب المطبوعة قبل توزيعها، وعادةً ما يتم ذلك من خلال تجار الجملة والموزعين. وتساعد جهود المبيعات والتسويق والعلاقات العامة في إذكاء الوعي العام بالكتب والطلب عليها، وهو ما يتحقق عادةً من خلال تجار التجزئة. وأما كتب الخيال، فقد يستغرق الوقت الذي يتم فيه الترويج بفعالية لكتاب باعتباره جزءاً من "قائمة الكتب الحديثة" ثمانية عشر شهراً أو أقل؛ ثم يُحتفظ به في "قائمة الكتب القديمة"، وفي نهاية المطاف، ترجع الحقوق إلى المؤلف في نهاية عمره التجاري. وتمثل قائمة الكتب القديمة بالنسبة لمعظم الناشرين التجاريين مصدراً رئيسياً للدخل يوفر دخلاً ثابتاً مع تزايد القائمة.

وثمة عقبات واضحة في سلسلة القيمة التقليدية، وهي مسائل الندرة التي يصعب على الكتب المطبوعة التغلب عليها. وأما نشر المطبوعات، تكمن العقبات التقليدية في تمكّن المؤلف من النشر في المقام الأول وتوافر الكتاب فعلياً (أي توافر الكتاب في متاجر الكتب حيث قد يجده العملاء ويشترونه). ويتمتع الناشر الكبار بميزة واضحة هنا، في حين سيجد الوافدون الجدد إلى السوق صعوبة في ضمان تخزين كتبهم وتوزيعها ووضعها على الرفوف والترويج لها بفعالية في متاجر الكتب.

### الشكل 1.5 سلسلة قيمة النشر التجاري



### النشر التعليمي

قد تختلف سلسلة قيمة النشر التعليمي اختلافاً كبيراً بناءً على سياسات البلد فيما يتعلق بالمشتريات العامة. وعلى أقصى تقدير، قد تتولى الهيئات الحكومية على المستوى الوطني أو الإقليمي أو المحلي تأليف الكتب المدرسية وطباعتها ونشرها بنفسها؛ وفي هذه الحالة، لا توجد سلسلة قيمة تجارية على الإطلاق. ويركز المؤلفون والناشر في المجال التجاري على "سوق وقت الظهيرة" المعني بتوفير المواد التكميلية المخصصة للأبوين، والتي تستخدم سلسلة قيمة النشر التجاري.

وكثيراً ما تُصدر الحكومات كتباً مدرسية فردية لتقديم العطاءات من خلال عملية طرح عطاءات تنافسية دولية، ومن ثم تمنح عقداً واحداً لمقدم العطاء الفائز. ويعتبر ذلك بمثابة نقطة الدخول الوحيدة بالنسبة للناشرين المتنافسين. ونظراً للمبالغ الكبيرة التي تنطوي عليها هذه العطاءات الرئيسية، فإن ذلك يؤدي إلى الإغراء بإفساد العدد القليل من صنّاع القرار والتلاعب بهم.<sup>1</sup>

كما تعوق هذه العطاءات الدولية تطوير النشر التعليمي المحلي. ولا يمكن الحفاظ على مستوى المهارات العالية الذي يتطلبه النشر التعليمي الجيد استناداً إلى العطاءات القليلة إلا من خلال دور نشر مستقرة جداً من الناحية المالية. ويمكنها أيضاً تقديم الكتب المدرسية التي جرى تطويرها بالفعل إلى البلدان الأخرى أو مواءمتها. وتنتشر سبعة من أصل 10 من أكبر دور النشر الدولية في العالم كتباً تعليمية على الصعيد الدولي.<sup>2</sup>

ومن جهة أخرى، قد تبتعد الحكومات عن أعمال نشر الكتب المدرسية وتتولى إدارة توفير الكتب المدرسية من خلال وضع المناهج الدراسية، وربما توافق على استخدام عدد كبير من الكتب في الفصول الدراسية. وتعتمد الحكومات على الناشرين في إصدار الكتب المدرسية وبيعها وتسويقها وتوزيعها على الإدارات المدرسية المحلية أو المدارس الفردية، وذلك بالتنافس مع ناشرين آخرين يفعلون الشيء ذاته.

وتعتمد معظم البلدان سياسات لشراء الكتب المدرسية تسمح ببعض المنافسة في قطاع النشر. ومن منظور الاقتصاد الكلي، يمكن لهذه المنافسة أن تخفض أسعار الكتب بشكل فعال وأن توفر تكاليف المشتريات العامة. وقد تصر بعض الحكومات الوطنية على أن يسلم الناشر الكتب بكميات كبيرة إلى المخازن الحكومية، التي تنظم من خلالها الحكومة عملية التوزيع.

وفي بلدان أخرى، يبيع الناشر الكتب المدرسية إلى المدارس، إلا أنهم يسمحون لمتاجر الكتب بتولي التوزيع. وتُعد هذه طريقة لدعم متاجر الكتب المحلية، التي يمكن أن تعتمد على الدخل الثابت الذي تدرّه مبيعات الكتب المدرسية المنتظمة.

## الشكل 2.5 سلسلة قيمة النشر التعليمي



### النشر العلمي

يركز قطاع النشر الأكاديمي إلى حد كبير على الدوريات العلمية وقواعد بياناتها. وتتمتع السوق المعنية بالدراسات البحثية (أي الكتب العلمية التي يؤلفها الأكاديميون) ببعض القواسم المشتركة مع النشر التجاري، وتعتبر أسواق الكتب الجامعية أقرب إلى النشر التعليمي للتعليم الابتدائي والثانوي من نواح عديدة. ومع ذلك، فإن السوق الرئيسية للنشر الأكاديمي المعنية بنشر الدوريات العلمية وتيسير النفاذ إليها متميزة نوعاً ما.

تعتبر سلسلة القيمة مقتضية إلى حد ما: حيث يقدم الباحثون العلميون استنتاجاتهم في هيئة مقالات الدوريات إلى أنسب ناشري الدوريات وأشهرهم. وتتبع المقالات هيكلًا ونمطًا وشكلًا رسميًا للغاية. وبما أن النشر يعتبر جزءاً لا يتجزأ من عملية البحث، فإن المؤسسات التي يعملون لحسابها تدفع مقابله. ثم يتولى الخبراء في المجال تنقيح المقالات ويقدمون هذه الخدمة للناشرين والمجتمع العلمي باعتبارها جزءاً من عملهم الأكاديمي. وإذا وقع الاختيار على أحد المقالات التي تتضمن في بعض الأحيان اقتراحات لإدخال تغييرات مادية عليها بواسطة المراجعين، فإنها تخضع لعملية تحرير وإنتاج يقوم بها الناشر في المقام الأول لضمان ربطها بشكل كامل بالمجموعة الحالية من مقالات الدوريات وبالتالي يمكن العثور عليها بسهولة. ويتم نشرها بعد ذلك ومن ثم تصبح جزءاً رسمياً من مجموعة المنشورات العلمية المنشورة. ويؤدي تاريخ التقديم والنشر دوراً في تحديد أول من يتوصل إلى اكتشاف أو يُنشئ رابطاً جديداً. ثم يمكن للباحث القادم العثور على هذه المقالة في أثناء بحثه في المجموعة الحالية من المصنفات المنشورة عن مقالات تتعلق بمجال خبرته للاستفادة من هذه المجموعة من المعارف ومقالات المؤلفين التي تتضمن مزيداً من الإسهامات.<sup>3</sup>

ويبيع الناشر حق النفاذ إلى الدوريات التابعة لهم إما للمكتبات مباشرة أو لاتحادات المكتبات. ويتمثل أحد الاختلافات الملحوظة بين النشر العلمي والتجاري

في أن المشتري النهائي لا يكون المستهلك عادةً في حالة النشر العلمي، حيث تعود غالبية المبيعات بالنفع على المكتبات التي تمثل مؤسساتها والتي تمتلك ميزانيات مخصصة. فنادراً ما يطلب القراء الباحثين والطلاب هذه المنشورات ويدفعون ثمنها بأنفسهم. ومع ذلك، يعتبر المؤلفون من أهم الأشخاص في سلسلة القيمة من منظور الناشر، حيث إنهم الذين يقررون مكان نشر أهم مصنفاتهم. وتوجّه جهوداً كثيرة لاستقطاب أفضل مصنف لأشهر الباحثين. وثمة اختلاف آخر عن النشر التجاري يتمثل في أن نوعية البحوث المقدمة إلى الدوريات يتم تقييمها في عمليات استعراض النظراء (أي أن الباحثين من المجتمع العلمي أنفسهم يساهمون في المصنف قبل نشره ويحكمون على قيمته). وكثيراً ما تثار مسألة عدم تعويض المؤلفين والمراجعين مقابل مصنفاتهم، لأن ذلك جزء من عملهم باعتبارهم باحثين، عند انتقاد الأرباح التي يحققها الناشر التجاريون. وكثيراً ما يتقاسم الناشر هذه الإيرادات مع الجمعيات العلمية، التي ينشر الدوريات لصالحها. ومع ذلك، كثيراً ما يساء فهم القيمة المضافة التي يحققها الناشر. فالذم لا يتعلق بعملية النشر ذاتها فحسب؛ بل يشمل أيضاً إدارة القيمة التجارية للدورية. ويمثل النشر في أشهر الدوريات أهمية كبيرة من منظور جميع أصحاب المصلحة المعنيين، ويخلق فرصاً مالية ووظيفية للمؤلفين.

### الشكل 3.5- سلسلة قيمة النشر العلمي



### نشر سلاسل القيم على الإنترنت

يسعى الناشر أولًا إلى توفير نسخة مطابقة من سلسلة القيمة التقليدية الخاصة بهم على الإنترنت. ومع ذلك، ثمة اختلافات جوهرية بين بيئة النشر

التناظرية والرقمية. وتتيح التكنولوجيا الرقمية، في أبسط مستوياتها، التواصل المباشر وتسليم المحتوى بين جميع الأشخاص المتصلين بالإنترنت. وقد يحدث ذلك من خلال تطبيقات مخصصة أو عبر المواقع الإلكترونية.

وتعتبر العقبات التي تحول دون ترسيخ التواجد على شبكات الإنترنت قليلة للغاية، نظراً لانخفاض التكلفة وسهولة الحصول على الخبرة الفنية. وتختفي على شبكة الإنترنت العديد من العوائق التجارية التي يضعها المؤلفون الذين يعرفون التوافر التجاري لمصنفاتهم في البيئة المطبوعة. وعلى غرار ذلك، يُتاح أيضاً لجميع أصحاب المصلحة المعنيين الآخرين في مجال النشر الذين يتولون عادة وظائف متميزة تتعلق بسلسلة القيمة فرصة توسيع نطاق خدماتهم الخاصة لتشمل نفس مجالات شركائهم التجاريين السابقين. فعلى سبيل المثال، من السهل عملياً أن تصبح المكتبات<sup>4</sup> أو تجار التجزئة على الإنترنت<sup>5</sup> ناشرين لأطروحات الدكتوراه.

ورغم أن تقليل العوائق التجارية من الناحية النظرية لا بد وأن يسمح بالمنافسة غير المحدودة، فقد أدت تأثيرات الشبكة (أي عندما ترتفع قيمة الخدمات مع تزايد عدد المشتركين) إلى وجود وسطاء مهيمنين جدد يمكنهم التسبب في اضطرابات كبيرة في السوق. قد لا يشتري القراء على الإنترنت إلا من منصة واحدة للكتب الإلكترونية لأن التسجيل على منصة أخرى، على سبيل المثال، يستغرق وقتاً طويلاً، أو أنهم يستمتعون بالقراءة من خلال تطبيق مسجل بملكية خاصة أو أجهزة قراءة رقمية. وقد يقتصر بعض المحتوى أيضاً على منصات معينة. وكثيراً ما يؤدي ذلك إلى نتيجة معاكسة تتمثل في هيمنة أصحاب المصلحة المعنيين لسلسلة القيمة. ولا يمكن أن تغفل المناقشة المتعلقة بالآثار الاقتصادية والاجتماعية لاقتصاد الإنترنت المركز المهيمن لعدد صغير من أصحاب المصلحة المعنيين. ولا يقتصر ذلك على قطاعات النشر أو الصناعات الإبداعية، حيث تعتبر شركة غوغل، وفيسبوك، وتويتر، وأوبر، وإير بي إن بي وبيتفليكس جميعها أمثلة على الشركات التي تحتل مراكز مهيمنة في أسواق محددة. وبالنسبة للمؤلفين والناشرين، قد يتمثل أحد الشواغل في هيمنة مكتبة إلكترونية واحدة في الأسواق الفردية، على سبيل المثال، هيمنة شركة أمازون على بيع الكتب المطبوعة والإلكترونية على حد سواء في أمريكا الشمالية<sup>6</sup> وأغلب أنحاء أوروبا الغربية<sup>7</sup>. وفي بلدان أخرى، يحتل بائعو الكتب الإلكترونية أو تجار التجزئة المحليون على شبكة الإنترنت موقعاً قوياً مماثلًا أو يتنافسون بشكل فعال مع أمازون (وقد يتفوقون عليها). ويشمل ذلك، على سبيل المثال، شركة دانغ دانغ وجي دي في الصين،<sup>8</sup> وشركة فليبيكارت في الهند<sup>9</sup> أو أوزون في روسيا<sup>10</sup> كما سمحت منصات النشر الذاتي للمؤلفين بتوزيع مصنفاتهم لأول مرة بدون إشراك الناشرين باعتبارهم همزات الوصل (انظر القسم التالي في هذا الفصل بشأن انعدام الوساطة وإعادة استخدامها).

ورغم حقيقة أن النشر أصبح عالمياً بشكل متزايد، فإنه تجدر الإشارة إلى أن نماذج الأعمال التجارية التي نوقشت هنا لا تتطور بشكل موحد في جميع أنحاء العالم، ولكن ثمة اختلافات على المستويين الجغرافي والقطاعي. ومع ذلك، وبصرف النظر عن تيسير سلسلة القيمة التقليدية، فقد أتاحت شبكة الإنترنت ثلاثة أنواع مختلفة من نماذج الأعمال الجديدة: النشر الذاتي بواسطة المؤلفين، والمحتوى

الذي ينشئه المستخدمون، والمحتوى الذي يدعمه المستخدمون. وبمعنى أوسع، ثمة نموذج عمل رابع أيضاً يتمثل في التوزيع غير المصنَّح به للمصنَّفات المحمية بموجب حق المؤلف، أي القرصنة. وسيتناول بقية هذا الفصل الأنواع الثلاثة الأولى من نماذج الأعمال وسيتقصى أثرها.

### سلسلة القيمة التقليدية أصبحت رقمية

لا تزال سلسلة قيمة النشر التجاري التقليدية تؤدي دوراً هاماً على شبكة الإنترنت، يتمثل في ترخيص المؤلفين للناشرين إنتاج الكتب المطبوعة أو الرقمية وتوزيعها وتسويقها. ويجري تخزين الكتب وبيعها من خلال متاجر بيع الكتب الإلكترونية، حيث يمكن للقراء اكتشافها وشراؤها/ تنزيلها. غير أن هناك طرقاً شتى تختلف بها سلسلة القيمة التقليدية على شبكة الإنترنت.

### تكاليف النشر في البيئة الرقمية

يتكبد الناشر التجاريون تكاليف مماثلة جداً لإنشاء النسخة الأولى من المصنف بصرف النظر عما إذا كان يتم نشره في شكل مطبوع أو رقمي. وهي تشمل تكاليف التحرير والتخطيط والتصميم ومكونات الإنتاج الأخرى. وستكون هناك وفورات لاحقة في حال عدم إصدار كتاب مطبوع. ومع ذلك، تميل الإتاوات المدفوعة للمؤلفين مقابل الكتب الإلكترونية إلى أن تكون أعلى من تلك المدفوعة مقابل الكتب المطبوعة. ورغم أن الإتاوات بنسبة 8 إلى 15 في المائة في البيئة المعنية بالمطبوعات لن تكون غير عادية، فإن الإتاوات مقابل الكتب الإلكترونية قد تكون في كثير من الأحيان أقرب إلى نسبة 25 في المائة، حيث تطلق منظمات بعض المؤلفين حملات تصل إلى 50 في المائة.<sup>11</sup> ويتمتع المؤلفون أيضاً بقدر أكبر من المرونة في التفاوض بشأن الإتاوات الأعلى، نظراً للرسوم المغفيرة التي توفرها خدمات النشر الذاتي. وعندما يحقق الناشر وفورات إجمالية، فإن ذلك يخلق مرونة أكبر في استراتيجيات التسعير. وقد تكون الأسعار التي يحددها الناشر للكتب الإلكترونية أعلى أو أقل من أسعار الكتب المطبوعة<sup>12</sup> وقد يتبع ناشر من ناشر استراتيجيات مختلفة.<sup>13</sup>

وفي مجال النشر التعليمي والعلمي، وبالنسبة لبعض الناشرين التجاريين، يتطلب النشر الرقمي استثماراً إضافياً كبيراً. وقد يتطلب إنشاء إصدار رقمي استثمارات ومهارات تقنية إضافية (كما نُوقش في القسم الخاص بالبيانات الوصفية)، وقد يحتاج الناشر إلى وضع سجلات متطورة لمحتوياته باستخدام أدوات البحث والاكشاف (على سبيل المثال، قواعد بيانات النشر العلمي)، وقد يكون هناك مزيداً من التعقيد في تقديم المحتوى إلى وسطاء مثل المكتبات. ومن جهة أخرى، قد يتيح الاستثمار في النشر الرقمي للناشرين الاستفادة من خلال مواصلة تحسين خدماتهم وتجربتها استناداً إلى البيانات التي يجمعونها من المستخدمين.

ومن المتوقع أيضاً أن يقوم ناشرو المواد التعليمية باستثمارات كبيرة لوضع محتوى تكميلي على الإنترنت، على سبيل المثال، إضافة محتوى تفاعلي مثل التمارين، ومقاطع الفيديو، والمواد التكميلية للمعلمين. ويتطلب ذلك مصادر إضافية وقدرات تقنية كبيرة.

وبالإضافة إلى ذلك، ينبغي لمتاجر بيع الكتب الإلكترونية تطوير تواجدها على شبكة الإنترنت، وتتميز تكاليف ذلك ببنية مختلفة تماماً عن تلك الخاصة بمتاجر بيع الكتب التقليدية. ورغم أن تكاليف البنية الأساسية (النفقات العامة) قد تكون أعلى بكثير، فقد تتحقق وفورات في مواضع أخرى: على سبيل المثال، في الوقت الذي يوظف فيه تجار التجزئة التقليديون في الولايات المتحدة 47 موظفاً في المتوسط مقابل كل 10 ملايين دولار أمريكي من العائدات، لا توظف شركة أمازون سوى 14 موظفاً.<sup>14</sup>

### كيفية تغيير القيمة المضافة للوسطاء المختلفين

تتغير القيمة التي يساهم بها الوسطاء المختلفون في بيئة رقمية. ورغم أن بعض المؤلفين والقراء قد لا يزالون يقدرون إنتاج نسخ مطبوعة (على سبيل المثال، فن الصور أو كتب الطبخ أو الإصدارات المصممة بغلاف مقوى)، فإن شرط الطباعة قد تضاعف أو اختفى في مجالات أخرى، وهو ما يجعل من هذه الخدمة غير مطلوبة ولا قيمة لها.

ويعني ظهور الكتاب الإلكتروني أن الناشرين لم يعودوا يمثلون هزمات الوصل بالنسبة لمتاجر بيع الكتب، ولم تعد المكتبات المكان الوحيد للعثور على المعلومات، ولم تعد متاجر الكتب تمثل الأماكن الأنسب لشراء الكتب. ويعني هذا التغيير، على سبيل المثال، أن الناشرين الذين اعتادوا على نشر أطروحات الدكتوراه مقابل رسوم كانوا من أوائل المهتدين من جانب شبكة الإنترنت لأن معظم المكتبات الجامعية ستجعل الأطروحات متاحة على الإنترنت مجاناً، وربما لم تعد بحاجة إلى نسخة مادية. وللهولة الأولى، يبدو التوزيع الرقمي سهلاً للغاية؛ ومع ذلك، ثمة مهارات جديدة تزيد من قيمة هذه الخدمة. وهي تشمل:

- ضوابط النفاذ (لضمان حصول المستلم المقصود فقط على المنشور)
- التنسيق (لضمان امتثال الشكل المقدم إلى المستهلكين أو المشتريين لنظمهم، على سبيل المثال، توفير إصدار بنسق Kindle، أو EPUB، أو pdf، أو ما إلى ذلك).
- ضوابط الإصدار (لضمان تقديم الإصدار الصحيح)
- أنظمة الدفع عبر الإنترنت (مع آليات الاسترداد)
- البيانات الوصفية (لتمكين نظم التصنيف واللاكتشاف والفهرسة).

## البيانات الوصفية

البيانات الوصفية هي بيانات عن بيانات. وفي حالة الكتب، تتضمن البيانات الوصفية معلومات ببليوغرافية تصف الكتاب (أي العنوان والمؤلف والناشر ووقت النشر ومكانه). ويمكن أن تتضمن أيضاً معلومات عن المحتوى، مثل النوع، واللغة، والكلمات الرئيسية، ومجال الموضوع، ومستوى اللغة، وغير ذلك الكثير. وقد تتضمن معلومات عن نسق النشر، ويعني ذلك بالنسبة للكتاب المطبوع وصف حجمه أو سماته، في حين يشمل ذلك بالنسبة للكتاب الإلكتروني نسق الملف أو خيارات إمكانية النفاذ وسماتها. وكثيراً ما تتضمن البيانات الوصفية معرفات للمصنفات والإصدارات والمؤلفين والناشرين وغيرهم من المساهمين. وقد تتضمن أيضاً معلومات عن الحقوق وأصحاب الحقوق الحاليين لمختلف الحقوق والأقاليم.

وقد ازدادت أهمية نشر البيانات الوصفية ازدياداً كبيراً مع الإنترنت، وليس فيما يتعلق بالكتب الإلكترونية فحسب. ولم تصبح شبكة التوزيع التجاري للطباعة التقليدية فقالة وموثوقة إلا بعد أن تضمنت التكنولوجيات وقواعد البيانات الببليوغرافية بيانات وصفية موحدة (أهمها نظام الرقم الدولي المعياري للكتاب [ISBN]) وبيانات أخرى مكّنت من اكتشاف المصنفات التي تستند إلى مجموعة من المعايير.

وتحظى البيانات الوصفية بأهمية أكبر على شبكة الإنترنت. وتمتلك المواقع الإلكترونية "واجهات محلات" صغيرة للغاية، وهي مساحة على الشاشة، حيث يمكن عرض الكتب. وحتى مساحة الشاشة الصغيرة هذه مصممة خصوصاً بحيث لا يرى العملاء سوى الكتب التي يتم اختيارها لتلائم أذواقهم، أو أن الناشرين دفعوا للموقع مقابل الترويج. ويتطلب البحث والاكتشاف أن يقوم المستخدم بإدخال بيانات البحث، التي تتوافق مع البيانات الوصفية المحفوظة في قواعد البيانات الببليوغرافية.

ولا تتمتع إدارة البيانات الوصفية بالأهمية فحسب، بل تعتبر أيضاً إحدى الطرق الرئيسية التي يضيف الناشرون قيمتها إلى مصنفات المؤلفين، ويمكن أن تزيد المبيعات بشكل مباشر. ويتطلب ذلك فهماً لمتطلبات مختلف الوسائط المتعلقة بالبيانات الوصفية، والاهتمام بأدق التفاصيل، والتجربة. ويتكبد الناشر خسائر في المبيعات إذا قدموا تهجئة خاطئة لعنوان الكتاب أو مؤلفه، وهي مشكلة لا تزال شائعة بشكل يُثير الدهشة. وقد يُخطئ المستخدمون في كثير من الأحيان في تهجئة الاسم أو أن هناك طرقاً مختلفة لتهجئة اسم المؤلف. فعلى سبيل المثال، ثمة أكثر من 100 منشور حول العالم يحوي طرقاً مختلفة لتهجئة اسم الزعيم الليبي السابق والمؤلف غزير الإنتاج معمر القذافي عند نقله من الكتابة العربية إلى الأبجدية الرومانية.<sup>15</sup> وتكفل البيانات الوصفية ومعرفات الشخص المتفرد أن تؤدي التهجئات المختلفة التي يتم إدخالها في حقول البحث إلى المؤلف والكتاب الصحيحين. وعلى غرار ذلك، قد يؤدي تصنيف كتاب تحت موضوع خاطئ أو عدم تقديم كلمات مفتاحية مشهورة ذات صلة بموضوع الكتاب إلى تكبد خسارة في

المبيعات. ويمكن للمعرفات أيضاً أن تمنع سوء تنظيم الإصدارات القديمة، وتكفل البيانات الوصفية للكتب الإلكترونية أن يطلب العملاء الكتب في النسق الصحيح، حيث يوجد أكثر من 30 نسقاً من أنساق الكتب الإلكترونية الرقمية المشهورة.

ومن الناحية التقليدية، كان الناشر يصبون اهتمامهم على البيانات الوصفية للصناعة في الوكالات الوطنية التي تحمل الرقم الدولي المعياري للكتاب: <sup>16</sup> ويعتبر جميع الناشرين على دراية بالحصول على الأرقام الدولية المعيارية للكتاب وإدارة البيانات المرتبطة بها. <sup>17</sup> وأصبحت المعرفات الأخرى الآن أيضاً ذات أهمية متزايدة: حيث يوفر مُعرّف الوثيقة الرقمي "بنية تحتية تقنية واجتماعية لتسجيل المعرفات الثابتة القابلة للتشغيل البيئي واستخدامها" <sup>18</sup> لجميع أنواع المحتوى. ويوفر رمز النص المعياري الدولي

<sup>19</sup>(ISTC) معرّفاً فريداً من نوعه لجميع الإصدارات المنشورة من مصنف واحد، ما يُسهّل إدارة الإتاوات واكتشافها. ويُحدّد المحدد المعياري الدولي للأسماء <sup>20</sup>(ISNI) المساهمين في المصنفات الإبداعية والناشطين في توزيعها. وثمة ثلاث هيئات دولية مسؤولة عن وضع معايير النشر تشكل أهمية خاصة بالنسبة لوضع معايير النشر الرقمي وهي اتحاد الشبكة العنكبوتية العالمية، ولا سيما مجموعة أعمال النشر؛ والفريق المجتمعي المعني بمعيار EPUB 3 <sup>21</sup> المسؤول عن وضع أنساق رقمية هامة وإدارتها؛ والمجموعة الدولية لتنظيم النشر الإلكتروني <sup>22</sup>(EDItEUR). وهي اتحاد دولي لقطاع النشر توفر معايير لسلاسل توزيع الكتب الورقية والرقمية.

وتتسم المعلومات المتعلقة بالحقوق الرقمية بنفس القدر من الأهمية وستناقش بمزيد من التفصيل أدناه.

ولا يعتبر الحصول على المعرفات المطلوبة لكل مصنف وتسجيل البيانات الوصفية المقابلة مهماً في البيئة الرقمية فحسب، بل ضروري أيضاً لتبليغ هذه المعلومات بطرق موحدة. ويعتبر بروتوكول ONIX (تبادل المعلومات عبر الإنترنت) المعني بنسق رسائل المعلومات المتعلقة بمنتجات الكتب <sup>23</sup> بمثابة المعيار الدولي لتمثيل معلومات منتجات صناعة الكتب وتبليغها في نسق إلكتروني. ويشكل فهم كيفية إنشاء مثل هذه السجلات ومواكبة أحدث الإصدارات أهمية كبيرة لتحقيق النجاح في مجال النشر في البيئة الرقمية.

### انعدام الوساطة وإعادة استخدامها

لقد رأى معظم مقدمي الخدمات في سلسلة القيمة التقليدية تقريباً أن الإنترنت يمثل فرصة لتوسيع نطاق خدماتهم على حساب أعضاء آخرين في سلسلة القيمة.

وقد توسّعت بعض دور النشر في وقت مبكر لتشمل النشر الذاتي وذلك من خلال تقديم خدمات نشر متميزة للمؤلفين مقابل رسوم. ويُتيح ذلك للناشرين دَرّ الدخل من المخطوطات التي يكونون هم أنفسهم غير مستعدين لتحمل مخاطر اقتصادية عليها. فعلى سبيل المثال، اشترت دار بنغوين راندوم هاوس شركة Author

Solutions للنشر الذاتي في عام 2012، ولكنها أنهت هذه التجربة في عام 2015. وأصبحت أهم خدمات النشر الذاتي الآن منفصلة أو مرتبطة مع بائعي الكتب على الإنترنت أو منصات القراءة.

وقد اشترى بعض تجار التجزئة على الإنترنت دور نشر تجارية خاصة بهم أو أنشئوها على أمل استبدال الناشرين بالكامل. وبدأت شركة أمازون أعمالها الخاصة بالنشر في عام 2009، والآن تمتلك سلسلة من البصمات، ومن بينها "Montlake Romance" للروايات الرومانسية و"Thomas & Mercer" لروايات الغموض. وتعتبر استراتيجية التكامل الرأسي هذه مماثلة لتلك القائمة في قطاعات الأعمال الأخرى، مثل السلع الفاخرة، حيث يمكن لمالك العلامة التجارية أن يسيطر على منافذ الإنتاج والتوزيع والتجزئة.

وقد أطلقت شركة أمازون، وأبل، وكوبو وغيرها من تجار التجزئة أيضاً على الإنترنت خدمات النشر الذاتي. ويعني ذلك أنه بدلاً من دفع إتاوات للمؤلفين، فإنهم يفرضون رسوماً على المؤلفين الراغبين مقابل خدمات التحرير والإنتاج وإدراج كتبهم في المكتبات الإلكترونية. وجرت العادة أن يتم إدارة هذه البرامج بشكل مستقل عن طبعات النشر التقليدية.

وقد غيّر أيضاً بعض وكلاء المؤلفين نماذج أعمالهم ويفرضون الآن رسوماً على المؤلفين مقابل خدماتهم، بالإضافة إلى عرضهم تقديم خدمات التحرير، أو التسويق، أو الاتصالات الرقمية.

وحتى المكتبات تتنافس الآن مع الأعضاء الآخرين في سلسلة القيمة. وكثيراً ما تنشر الآن مكتبات الجامعات الأطروحات الأكاديمية، ولم يعد الناشر يشارك في هذا الأمر. وتوسع المكتبات بطبيعة الحال إلى توسيع نطاق خدماتها لتشمل إعاره الكتب الإلكترونية على الإنترنت، حيث قد تتنافس هذه الخدمات مع الخدمات الخاصة بالناشرين. ويجذب الناشر والمكتبات مجموعة من نماذج الأعمال.<sup>24</sup> وفي بعض البلدان، تدفع المكتبات الآن إتاوات كبيرة إلى الناشرين مقابل الإعاره الإلكترونية أو حتى من أجل التمكين من بيع الكتب الإلكترونية من خلال منصات إعاره مكتبتها الرقمية، ما يؤدي بفعالية إلى إنشاء قناة جديدة للبيع بالتجزئة عبر الإنترنت. وقد ظهر اتجاه متزايد في النشر العلمي يتمثل في نشر مكتبات الجامعات دوريات البحوث للكادر الأكاديمي التابع لها إلكترونياً، والتي تُكمل الدوريات المملوكة للناشر تارة وتنافسها تارة أخرى.<sup>25</sup>

### النشر الذاتي للمؤلف

يحدث الاضطراب الكبير في سلسلة القيمة التقليدية عندما يسيطر عليها المؤلفون بالكامل. ويمكن للمؤلفين تحرير الكتب الخاصة بهم وإصدارها وبيعها إلى العملاء مباشرة من خلال مواقعهم الإلكترونية المخصصة. وقد يختار المؤلفون، استناداً إلى خبرتهم الخاصة، توظيف مقدمي خدمات متخصصين لتحرير

الكتب وتصميمها، والتعامل مع التكنولوجيا المتعلقة بتزويد الخدمات الرقمية، والعلاقات العامة، والتسويق، وإدارة خدمات الإنفاذ والسداد. ويمكنهم أيضاً ببساطة إنشاء دور نشر خاصة بهم، لا تختلف عن العلامات التجارية الموسيقية التي أنشأتها العديد من الفرق الموسيقية والموسيقيين لإدارة حقوق النشر الخاصة بهم. وتتمثل ميزة نموذج العمل هذا للمؤلفين في السيطرة الكاملة التي يتمتعون بها على كتبهم وكيفية تسويقها وبيعها. وعلوة على ذلك، هناك أدلة اقتصادية تفيد بأن المؤلفين يمكنهم التفاوض على مبالغ مدفوعة مسبقاً أكبر من الناشرين منذ أن أصبح النشر الذاتي للمصنفات خياراً مقبولاً.<sup>26</sup> وهم يتلقون أيضاً تعليقات صريحة من قراءهم ويمكنهم تعزيز هذه العلاقة وتكييف كتاباتهم في المستقبل وفقاً لتوقعات القارئ، إذا اختاروا ذلك. ومع ذلك، يصاحب هذا الاختيار تحديات خاصة: حيث ينبغي للمؤلفين إما أن يطوروا المهارات اللازمة لمعرفة المزيد عن الإنتاج الرقمي، والبيانات الوصفية، وإدارة الحقوق، والتحرير، والتوزيع، والمبيعات، والتسويق، والعلاقات العامة، أو يتعين عليهم استثمار المال لتوظيف التخزين ثم تخصيص بعض الوقت في إدارة الفريق الذي تم توظيفه. ويتعلق كل ذلك بالوقت الذي لن يتمكنوا من قضائه في الكتابة. ولذلك يعتبر هذا الخيار خياراً مجدياً أكثر بالنسبة للمؤلفين المشهورين بالفعل، أو المؤلفين الثريين بما يكفي لاستثمار الموارد في استحداث هذه القنوات أو المؤلفين القادرين على تطوير الخبرة الفنية اللازمة والمستعدين لذلك وقضاء الوقت ليس فقط في الكتابة بل أيضاً في إدارة أعمال النشر الخاصة بهم.

## البطار 1.5 دراسة الحالة 5: جيه كيه رولينغ

تُعد جيه كيه رولينغ، التي لم تمنح أبداً حقوقاً رقمية على سلسلة كتب هاري بوتر لأي من ناشري مطبوعاتها أو مؤلفاتها الصوتية، مثالاً شهيراً على ذلك. وبدلاً من ذلك، أطلقت موقعها الإلكتروني الخاص بها، Pottermore، في عام 2012. ويقدم الموقع التالي له، [wizardingworld.com](http://wizardingworld.com)، أكثر بكثير مما يقدمه المتجر العادي حيث يمكن للمستهلكين شراء كتب هاري بوتر. فهو يضم المزيد من كتابات جيه كيه رولينغ ويقدم معلومات أساسية عن ويزاردنج وورلد ويعزز أحدث المسلسلات المسرحية أو السينمائية المشتقة من سلسلة الكتب الأصلية. وتُتيح الميزات التفاعلية للقراء المشاركة في موقع ويزاردنج وورلد. ويُقدم قسم "الأخبار" بيانات صحفية وتغطية إعلامية لجميع الاتصالات المتعلقة بأي فعاليات ذات صلة. ويقدم المتجر بشكل أساسي إصدارات مطبوعة أو إلكترونية لكتب هاري بوتر، فضلاً عن الكتب الصوتية المتوفرة باللغة الإنجليزية، والألمانية واليابانية. وتغييراً للاستراتيجية، أصبحت أنساق الكتب الإلكترونية متوفرة من خلال العديد من قنوات بيع الكتب الإلكترونية بالتجزئة.

## البطار 2.5 دراسة الحالة 6: كُتاب المحتوى الرومانسي في الولايات المتحدة

حققت الروايات الرومانسية في عام 2013 مبيعات بقيمة 1.08 مليار دولار أمريكي تقريباً في الولايات المتحدة. ويمثل ذلك نسبة 34 في المائة تقريباً من الروايات الشبابية الخيالية، في ظل شراء 39 في المائة من الروايات الرومانسية ككتب إلكترونية.<sup>27</sup>

وجرت العادة أن يكون مشترو الروايات الرومانسية من الإناث (82 في المائة)، ويقراً 5.29 في المائة من قراء الروايات الرومانسية الكتب الإلكترونية بصورة رئيسية، ويقراً 23 في المائة منهم الكتب الإلكترونية على أكثر من جهاز واحد. ويتراوح عمر قراء الروايات الرومانسية العاديين ما بين 30 و54 عاماً، وهم الذين يقرؤون الكتب الجديدة ويشترونها بانتظام ويتناقشون بشأن الكتب التي يقرؤونها مع الأصدقاء. وعادةً ما يكون لدى القراء نوعاً فرعياً مفضلاً ويدينون بالولاء للكُتاب الذين استمتعوا بقراءة كتبهم. وتشمل الأنواع الفرعية الروايات العصرية، والتاريخية، والجنسية، والخارقة للطبيعة، والشبابية، والرومانسية المسيحية، وغيرها.

ويتمتع النشر الذاتي والنشر الإلكتروني فقط بشعبية خاصة بين كُتاب الروايات الرومانسية، ما يجعل من الصعب للغاية تعقب مبيعات هذا النوع والحصة السوقية الخاصة به. وتشير تقديرات خدمة رصد المبيعات المبتكرة "Author Earnings" إلى أن نسبة 89 في المائة من مبيعات وحدة الروايات الرومانسية رقمية، وأن أكثر من نصفها منشور ذاتياً. وتقدر نسبة مبيعات الوحدات الرقمية التي حققتها شركة أمازون بنحو 74 في المائة؛ وتبلغ النسبة التي حققتها شركة أبل 11 في المائة؛ وتشكّل كل من شركة غوغل بلاي، وكوبو، ونوك معاً نسبة 10 في المائة. ومن بين المؤلفين الرومانسيين البالغ عددهم 30,000 الذين يبيعون إصدارات بنسق Kindle، يربح نحو 780 مؤلفاً أكثر من 50,000 دولار أمريكي سنوياً، ويجني 1,825 مؤلفاً ما بين 10,000 إلى 25,000 دولار أمريكي. ومن بين المؤلفين الأعلى أجراً، يجني 15 مؤلفاً أكثر من مليون دولار أمريكي في السنة، 10 منهم هم مؤلفون ذاتيو النشر.<sup>28</sup> وفي عام 2019، جنى أكثر من ألف مؤلف ذاتي النشر، غالبيتهم من كُتاب الروايات الرومانسية، أكثر من 50,000 دولار أمريكي في السنة على منصة أمازون كيندل فقط.<sup>29</sup>

كما ذكرت ذلك مجلة الولايات المتحدة Publishing Perspectives في عام 2020: "إذا سلمنا بوجود فئة يحقق النشر الذاتي فيها مائراً، فستكون الكتب الإلكترونية الرومانسية منخفضة السعر التي يُقبل عليها القراء شديدي الولاء غالباً بمعدل عدة كتب في الأسبوع".<sup>30</sup>

وفيما يتعلق بالنشر التعليمي، نشر المعلمون، والمنصات الاجتماعية، والحكومات، والمكتبات، والمؤسسات ومبادرات التعهيد الجماعي، الكتب المدرسية، والاختبارات والمواد التكميلية للمدارس. وقد نافست هذه المبادرات دائماً الناشرين التجاريين، حيث يصعب الحفاظ على مستوى جودة عالٍ بمرور

الوقت، وحيثما لا توجد منافسة تجارية، ستظل عبارة "جيدة بما فيه الكفاية" قائمة قبيل جمع المصادر مرة أخرى لتنقيح الكتب المدرسية "المجانية" الموجودة. وقد يؤدي ذلك إلى خلق نظام تعليمي ذي مستويين، حيث تستخدم المدارس العامة الكتب المدرسية "المجانية" والمصادر المفتوحة، في حين تستخدم المدارس الخاصة أحدث الكتب المدرسية ذات الجودة العالية.

وتوجد نسبة طفيفة نسبياً من النشر الذاتي في قطاع النشر العلمي، وثمة بضع حالات من المؤلفين الباحثين الفرديين الذين بدأوا إصدار دورياتهم الخاصة (على سبيل المثال، دورية *Discrete Analysis*، التي صدرت في عام 2015<sup>31</sup>). ولم ينشر المؤلفون سوى عدد قليل من الدراسات الذاتية، وتؤدي السجلات المطبوعة مسبقاً أيضاً دوراً هاماً في بعض المجالات، مثل الفيزياء وعلوم الحياة؛ وتُنشر النسخ الأولية من الأوراق التي لم تُنشر بعد للمناقشة، والأهم من ذلك، لتحديد أولوية نتائج المؤلف.<sup>32</sup>

### المحتوى الذي ينشئه المستخدم وينتجه الأقران

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت لجميع المشاركين تبادل وجهات النظر، والمعلومات، والكود البرمجي، والألعاب، والمواد الإخبارية، والموسيقى ومقاطع الفيديو. وبطبيعة الحال، يشمل ذلك أيضاً المقالات الصحفية والشعر والروايات والمراجعات والمحتوى التعليمي. وهناك بعض وسائل التواصل الاجتماعي أو وسائل التواصل شبه الاجتماعي التي تتنافس مع النشر التقليدي أو تقدم نموذج عمل بديل.

وتعتبر مواقع "ويكي" مواقع إلكترونية تسمح للمستخدمين بتعديل محتواها مباشرة في متصفح الويب الخاص بهم. وتعتبر ويكيبيديا المثال الأشهر على ذلك، فهي تسمح لعدد غير محدود من المساهمين بإضافة موسوعة واحدة شاملة وتحريرها. وقد تطورت القواعد بمرور الزمن، إلا أنها عادةً ما تميل إلى السماح للمساهمين بالتعبير عن آرائهم بحرية، ويمثل مجتمع المساهمين الخاضع للرقابة الذاتية لمعايير تحريرية وسياسية وأخلاقية.

ورغم أن ويكيبيديا لا تتمتع بنفس القدر من القوة في جميع اللغات والمناطق، فإنها تتنافس مع ناشري المصنفات المرجعية بشكل مباشر، ما يحثهم على نشر المصنفات المرجعية التي تعتبر إما شاملة أو حديثة مثل ويكيبيديا. وفي المقابل، تشكل نقاط قوة ويكيبيديا أيضاً نقاط ضعفها: حيث يقلل التنظيم الحرّ لمحرريها ومؤلفيها وعدم الكشف عن هويتهم من مصداقيتها كمرجع يمكن الاقتباس منه؛ وتعتمد مصداقيتها على المصادر التي تشير إليها بدورها. وإضافة إلى ذلك، ثمة مجال لمصادر مرجعية متخصصة، نظراً لأن ويكيبيديا تعتبر أداة مرجعية لجميع الأغراض. وعلى النحو المبين في موسوعة *بريتانیکا*، قد تجد المصنفات المرجعية الموجهة إلى جمهور محدد، مثل الأكاديميين، والأطفال، والطلاب، والمهن

المحددة، والأشخاص الذين يتمتعون بمنظور ثقافي أو سياسي محدد، وغيرهم من الفئات التي لديها احتياجات أكثر تحديداً، سوقاً مجدية تجارياً (انظر أيضاً الطار 1-2).

وقد تم استخدام مواقع ويكي أيضاً لإنشاء محتوى تعليمي. فقد أنشأت هولندا، على سبيل المثال، منصة<sup>33</sup> "Wikiwijs" وهي عبارة عن منصة مخصصة للمحتوى التعليمي حيث يمكن للمعلمين العثور على المواد التعليمية وتعديلها ومشاركتها. وفي العديد من البلدان الأخرى، يتم دعوة المعلمين إلى مشاركة محتوهم أو اختباراتهم أو تمريناتهم الخاصة على المنصات التعليمية لكي يتمكن الآخرون من تنزيلها وتحسينها وإعادة استخدامها. وانتشرت عدة مبادرات لتبادل الكتب المدرسية المجانية في التعليم الثانوي والعالي.<sup>34</sup>

وتُعلق آمال كبيرة على المصادر التعليمية المفتوحة في البلدان النامية. وتُروّج لذلك العديد من المنظمات غير الحكومية والوكالات الإنمائية. وبينما يأمل البعض في أن يحل ذلك محل الكتب المدرسية التقليدية، فقد وفرت هذه المجموعات في الواقع مصدراً آخر للمواد التعليمية التكميلية. وكانت هذه المواد التي تم إنشاؤها بشكل جماعي تُشكّل دائماً جزءاً من مجموعات أدوات التدريس الخاصة بالمعلمين. وهي تفتقر بطبيعة الحال إلى وجود نهج تربوي متماسك، وتتيح للمعلمين التدريس بطريقةهم المفضلة، في حين أنهم لا يزالون يستخدمون الكتب المدرسية بوصفها عاملاً أساسياً في دوراتهم الدراسية. وبسبب عملية الإنشاء غير المنظمة، فلا يحكم على مدى صلاحيتها للاستخدام في الفصول الدراسية سوى المعلم المُختار. وبالتالي قد تكون قديمة، أو قد تكون متحيزة في الواقع (إذا أنشأتها أطراف خارجية) أو لم يتم تدقيقها للاستخدام في الفصول الدراسية من حيث صعوبة اللغة أو الأسلوب أو الالتزام بالمناهج الدراسية الوطنية. وتدعم الكتب المدرسية التي تم تدقيقها أو اعتمادها وجود مناهج دراسية وطنية محددة وتعتبر جزءاً من منحنى تعلم أكبر يستند فيه المحتوى الجديد إلى العناصر التي سبق تعلمها، ويتم إدراج تكرار المحتوى الأقدم بنسبة طفيفة ويكفل النهج التربوي الشامل نجاحاً طويل المدى. ومن الصعب تكرار هذا الفكر التحريري والتربوي الشامل والعميق في وحدات التعلم النموذجية حيث قد لا يفهم هؤلاء الذين يسعون إلى تحسين المحتوى سبب احتوائه على عناصر معينة. وفي الواقع، تتعرض هذه المواقع الإلكترونية أيضاً لخطر التأثير بالمحتوى المجاني الذي توفره المنظمات السياسية أو الدينية أو التجارية، وكثيراً ما يتم نسخ بعض المحتويات ذات الجودة العالية من الناشرين. وفي نهاية المطاف، يلزم الإجابة عن السؤال المتعلق بكيفية تحفيز البعض لتوفير وظيفة ناشر ما، سواء أكان ناشراً تجارياً أو كياناً آخر يقدم خدمات لهم، من خلال مراعاة الظروف المحلية.<sup>35</sup> ويستخدم العلماء أيضاً شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم لتبادل نتائج البحوث. ولد يزال يتعين معرفة الدور الذي تقوم به المواقع الإلكترونية (مثل موقع ريسيرش غيت و Academia.edu) أو المنصات الببليوغرافية (مثل مندلي وزوتيفرو) في التواصل العلمي.<sup>36</sup>

## التسعير ونماذج الأعمال الجديدة

يتوقع المستهلكون أن تكون الكتب الإلكترونية أقل تكلفة من الكتب المطبوعة بسبب الوفورات الواضحة والمتمثلة في عدم الاضطرار إلى طباعة الكتب الورقية وتخزينها وتوزيعها. ويمكن أن تختلف أسعار الكتب الإلكترونية اختلافاً كبيراً عن الكتب المطبوعة، في الأسواق التي يحدد فيها الناشر وتجار التجزئة الأسعار، مثل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وفي البلدان التي يوجد بها لوائح تنظيم أسعار الكتب الثابتة، يعكس الفرق في الأسعار غالباً الفروق في ضريبة القيمة المضافة بين الكتب الإلكترونية والكتب المطبوعة.<sup>37</sup>

ويتعلق أحد الاختلافات الهامة في العالم الرقمي بالآثار التعاقدية المترتبة على البيع مقابل الترخيص. وبالحدّث عن الكتب المطبوعة، يشتري المستهلكون نسخة ورقية تصبح ملكاً لهم، وبالتالي يمكنهم (بيعها، أو إعارتها، أو تدميرها، أو ما إلى ذلك). ومع ذلك، عادة ما تُمنح تراخيص الكتب الرقمية للمستهلك بدلاً من بيعها له. ويُخلف ذلك تداعيات عديدة جرى التطرق لها في موضع آخر في هذا المنشور (انظر الفصل 6 تحديداً)، ولكنه يتيح على نحو صارم، من حيث السعر، مجموعة واسعة من نماذج الترخيص والتسعير.

ويبحث الناشر عن طرق بديلة لترخيص المصنفات بأسعار مخفضة باعتبار ذلك أحد أشكال إتاحة مستويات أسعار إضافية، حيث يجوز لهم بيع تراخيص لفصول مُفردة من الكتب أو لفترة زمنية محددة. فمثلاً، قد يتم ترخيص الكتب المدرسية الرقمية لمدة عام أو عامين فحسب. وفي النشر التعليمي العالي والعلمي، توجد فترات "تأجير" أقصر تمتد ليوم واحد أو بضعة أسابيع. ويتبع بعض الناشرين نموذج تسعير "نيتفلكس"؛ أي أنهم يتقاضون دفعة منتظمة ومستمرة نظير إتاحة النفاذ إلى مكتبة كتب إلكترونية كبيرة. وهذه أيضاً طريقة لدرّ عائدات إضافية من كتب قائمة الكتب القديمة التي تحظى بشهرة أقل في الوقت الراهن.

### نماذج التسعير التجريبية

ثمة تجارب تسعير عديدة، ولا سيما في بيئة النشر التعليمية والأكاديمية والعلمية. سيُفضّل مناقشة بعض الأمثلة على نماذج تجارب التسعير هذه أدناه.

- **المحتوى "المُجمَع"** يبيع الناشر الكبار التراخيص لمجموعات بعينها (منها قائمة "الصحة")، التي يتألف كل منها من مجموعة من الدوريات والكتب. ويوفر ذلك نفاذاً أقل تكلفة لكل عنصر من جانب المستهلك مع توفير معاملة أبسط للناشر في الوقت ذاته (عملية بيع واحدة بدلاً من مئات العمليات).
- **الشراء المدفوع بالمستفيدين** (ويُعرف أيضاً بالشراء المدفوع بالطلاب). غالباً ما يكون هدف المكتبات الأكاديمية من شراء الكتب الإلكترونية التكميل، ما لم يكن الكتاب أحد المقررات التعليمية المنصوص عليها. وبناءً على ذلك، تم إنشاء نموذج تدفع المكتبة مبلغاً مالياً قليلاً نسبياً من خلاله؛ للنفاذ

إلى قائمة الناشر برمتها (أو المجموعة). وهذا يوفر عدداً ثابتاً من الفرص للنفذ إلى المصنف (سنة تقريباً) لكل منشور. وبمجرد نفاذ مستفيدي المكتبة إلى منشور للمرة السابعة، ستتحمل المكتبة سعر المنشور كاملاً؛ ومن هذا المنطلق، تدفع السعر الكامل فقط للكاتب التي يستخدمها مستفيديها بالفعل.<sup>38</sup>

- **الإعارة المحدودة.** يبيع بعض الناشرين في سوق المكتبات التجارية تراخيص الكتب، ولكن يُشترط الإعارة المحدودة. على سبيل المثال، أعلنت دار بنغوين راندوم هاوس في عام 2015 أنها كانت تبيع كتبها للمكتبات العامة بشرط إعارتها 36 مرة فقط، وبعد نفاذ الحد المسموح به ستحتاج المكتبة إلى تجديد ترخيصها. وكان ذلك بسبب مدة صلاحية الكتاب المطبوع المحدودة، والتي مُدّرت بحوالي عام (أو ما يقرب من 36 إعارة).<sup>39</sup>
- **الدفع المسبق للمقالات.** يعرض بعض الناشرين في قطاع النشر العلمي الدفع المسبق للمقالات. ويُقصد بذلك أن المكتبة الأكاديمية تدفع مسبقاً مقابل النفاذ، ولكنها لا تدفع إلا مقابل المقالات التي ينفذ إليها مستفيديها بالفعل.<sup>40</sup>
- **العضوية على الإنترنت.** تعرض بعض المواقع الإلكترونية عضوية برسوم اشتراك شهرية ومن ثم تسمح لكل مستخدم بالنشر "مجاناً" مرة كل شهر كجزء من هذه العضوية. يمكن للمستخدمين أيضاً أن يشتروا كتباً إضافية والانتفاع بالعروض الخاصة التي تسمح لهم بإجراء عمليات شراء أكثر بأسعار مخفضة. على سبيل المثال، خدمة الكتب الصوتية Audible.<sup>41</sup> هذه الخدمة ليست جهة نشر، ولكنها في واقع الأمر متجر لبيع الكتب على الإنترنت يعمل بإذن من الناشرين لتقديم العروض لأعضائه.

### الإعارة الإلكترونية

يمثل إعارة المكتبات للكتب الإلكترونية تحدياً خاصاً، حيث ترى المكتبات أن إعارة الكتب الإلكترونية جزء من خدمتها العامة، في حين يرى الناشر أن إعارة المكتبات للكتب الإلكترونية يُشكل خطراً مقبولاً يتمثل في أنه يمكن أن ينافس مبيعات الكتب أو نماذج التراخيص التجارية الخاصة بهم (المتشابهة جداً) أو يقضي عليها. وجرّب الناشر مجموعة من استراتيجيات الترخيص للتخفيف من تلك المخاطرة كثيراً إلى الحد الذي أصاب المكتبات بخيبة أمل.

فيما يلي قائمة غير كاملة ولكن إرشادية للاستراتيجيات التي استخدمها الناشر لمعالجة هذا الشاغل.<sup>42</sup>

- تأخير الإعارة الإلكترونية للكتب الموجودة بقائمة الكتب الحديثة لمدة معينة بعد النشر
- الحد من الإعارة المتزامنة: يمكن لقارئ واحد فقط أن يستعير كتاباً إلكترونياً في المرة
- تحديد عدد الاستعارات قبل تحصيل سعر الكتاب بالكامل مرة أخرى

- فرض رسوم إعاره ثابتة، أو في حالاتٍ أخرى لكل حالة على حدة، لكل استخدام
- الطلب من المكتبات أن تتحصل على رسوم ترخيص ثابتة، أو في حالاتٍ أخرى لكل حالة على حدة، من كل قارئ
- إعاره الكتب من خلال المكتبات التجارية، مثل مكتبة الإعاره الخاصة بمستخدمي كيندل من أمازون برايم.

بالنسبة للمكتبات العامة غير الهادفة للربح، تثير الحلول المذكورة أعلاه مخاوف كبيرة وتتحدى العديد من المبادئ التي تعتر بها. وفي عالم المطبوعات، كانت المكتبات تمتلك الحرية لشراء أي كتب منشورة قد يختارونها، في أي وقت. كان يمكن لهم أن يسمحوا للقراء أن ينسخوا في نطاق استثناءات حق المؤلف، وكان يمكن لهم أرشفة الكتب وتخزينها وفقاً لمجموعة سياساتها. لذلك تود المكتبات أن تصكح حق الإعاره بموجب القانون، أي الحق في الترخيص و/ أو شراء أي كتاب إلكتروني متاح تجارياً بدون حظر، لخدمة المصلحة العامة في النفاذ إلى الكتب الإلكترونية.<sup>43</sup> ولم تتضح ماهية تقييدات حق الإعاره الجديد، ولا كيف ستكون علاقتها بالخدمات التجارية التي توفر خدمات إيجارية مثل تلك، والتي تعتبر الآن جزءاً من "الاستغلال العادي" لمصنف منشور.

يوجد عدد من المسائل العملية التي يتعين أخذها في الاعتبار. غالباً ما تستعين المكتبات بوسطاء في المجال الرقمي لتوفير خدمات الإعاره الإلكترونية؛ وتعتبر أسئلة مثل كيف تُدمج قواعد البيانات الرقمية الخاصة بالأطراف الأخرى في مجموعات مكتبية وكيف يمكن حفظ دور المكتبات في البيئة الرقمية، أو إذا ما كان ينبغي تغييرها، أسئلة مفتوحة بشأن السياسة. يظل ذلك مجالاً للاستشارة، والنقاش، والتجربة مع أصحاب المصلحة المعنيين كافة.

### تجربة السعر

من أعظم ميزات الإنترنت القدرة على التجربة في الوقت الفعلي وعلى نطاقات صغيرة. يمكن للناشرين أن يُغيروا أسعارهم بسرعة ويستجيبوا لذلك بمرونة، بشرط أن يرخصوا المصنفات لتجار التجزئة من خلال ما يسمى بنموذج الوكالة. وهذا يعني أن تاجر التجزئة غير حر في تحديد أسعاره الخاصة، ولكنه يتصرف كوكيل يبيع الكتب بالأسعار التي حددها الناشر. وفي النموذج البديل، يمتلك تاجر التجزئة الحرية في تحديد أسعارهم الخاصة، بشرط أن يدفعوا لصاحب الحق الرسوم المتفق عليها لكل نسخة مبيعة. يفضل تاجر التجزئة عادةً النموذج الأخير لأنه يسمح لهم بالتحكم في جميع أسعار الكتب. يمكنهم رفع حصتهم في السوق من خلال البيع بأسعار منخفضة جداً، وهو ما يمثل سلعة جذابة يمكن استردادها لاحقاً أو في موضع آخر. لدى كل من المؤلفين والناشرين مصلحة في الاحتفاظ بالقدرة على تحديد الأسعار، حيث إنهم لا يرون أي نفع في إدخال تاجر تجزئة مختلفين في حرب أسعار على كتبهم. وأدى ذلك إلى رفع تاجر التجزئة لبعض القضايا في المحاكم يتهمون فيها الناشرين بالتواطؤ لفرض نموذج الوكالة.<sup>44</sup>

توفر البيئة الإلكترونية أيضاً فرصة إضافية في التخصيص والتسعير التفاضلي (أي، فرض أسعار مختلفة لعملاء مختلفين). يمكن فرض أسعار مختلفة على العملاء بالاستناد إلى أحجامهم (على سبيل المثال، يمكن فرض رسوم اشتراك متباينة على جامعات مختلفة الأحجام)، موقعهم أو نوعهم (على سبيل المثال، قد تحصل المنظمات غير الهادفة للربح على أسعار منخفضة). يؤدي تباين الأسعار بدون تباين المنتج إلى مخاطر التحايل (كما في حالة الواردات الموازية) أو عدم رضا العملاء، الذين قد يشعرون أنهم يدفعون بشكل غير عادل أكثر من غيرهم مقابل نفس المنتج. يفاضل بعض الناشرين بين منتجاتهم من خلال إجراء التحسينات لضمان توفير اقتراحات بقيمة تسترعي انتباه العملاء المستعدين لدفع مبالغ أكبر، وتستحق مبالغاً أعلى. وتعتبر نماذج التسعير "فريميوم" أحد الأمثلة، فأنت لست مضطراً للدفع لقراءة الفصل الأول، بل يتعين عليك شراء الكتاب إذا كنت تريد قراءته بالكامل. يدفع بعض القراء مبلغاً إضافياً مقابل ميزات إضافية يمكن أن تشمل مواد تعليمية تكميلية، أو اختبارات تجريبية للكتب المدرسية، أو الكتب المصورة بشكل خاص، أو التسجيلات الصوتية التي يؤديها ممثلون بارزون.

ويتمثل أحد عيوب البيئة الإلكترونية في قوة بعض الأطراف الكبيرة. تتصدر أمازون المشهد في أوروبا الغربية والولايات المتحدة بكونها بائع الكتب المطبوعة والرقمية عبر الإنترنت. تمكنت أمازون، نظراً للقوة التي تتمتع بها (التي تضاهي وضعية سلاسل المكتبات التقليدية الكبيرة)، من المطالبة بأن يرخس الناشر كتبهم أو يبيعونها لها بسعر يتساوى مع السعر المعروف على تجار تجزئة الكتب الإلكترونية الآخرين أو يقل عنه. إلا أن رابطة تجارة الكتب الألمانية أبدت اعتراضها على ذلك في العام 2014، عندما تقدم بشكوى بشأن العديد من الممارسات التجارية التي تنتهجها شركة أمازون مع مكتب مكافحة الاحتكار الألماني. وقد تناولت المفوضية الأوروبية شكواها، ووافقت على أن متطلبات أمازون تنتهك قواعد الاتحاد الأوروبي لمكافحة الاحتكار، التي "تحظر إساءة استعمال وضع مهيمن في السوق والممارسات التجارية التقييدية". تم الحكم، في يناير 2017، بأنه يجب على أمازون الإقلاع عن هذه الممارسة.<sup>45</sup> وبوجه عام، تتقلص احتمالية بزوغ الأوضاع المهيمنة عندما يكون المستخدمون عبر الإنترنت "لا مكان محدد لهم" (أي تُجرى عملية البحث والشراء عبر منصات توزيع مختلفة).

## الكتاب يشاركون مؤلفاتهم مجاناً

ثمة عدد من الوسائل التي يمكن للكاتب الطموحين والناجحين مشاركة كتاباتهم من خلالها. تتيح المدونات، والمواقع الإلكترونية لأدب المعجبين، والمواقع المخصصة لمؤلفي أنواع معينة، وما شابه؛ ذلك فرصاً للكاتب للسماح للآخرين بقراءة كتاباتهم. وبينما سيفعل الكثير ذلك على سبيل الهواية، سيستخدم آخرون تلك الأدوات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لكسب الدخل. يعتبر دخل الإعلانات هو أكثر مصادر الدخل استخداماً بين المدونين، والذي يتطور تدريجياً بالتزامن مع زيادة شهرة مدوناتهم. وسيطلب آخرون من القراء الاشتراك في أجزاء من محتواهم، أو قد يبيعون كتبهم مباشرةً للعملاء. تسمح أيضاً جميع

تلك المنشورات المجانية بالحصول على أجر غير مباشر؛ فقد تجذب الكتابة الشائقة الناشرين، فضلاً عن أنها قد تعرض أيضاً مهارات الكتاب المستقلين المستعدين للقيام بعمل مُكلف. بالإضافة إلى ذلك، تعرض المدونات الخبرة، التي يمكن التماسها فيما بعد في شكل عروض إيضاحية رئيسية، أو تدريب، أو عمل استشاري. تختفي أحياناً الفروق بين الكتاب الهواة، والكتاب الطموحين، وخبراء الكتابة، والكتاب المحترفين تماماً. وفي مفارقة عجيبة، أصبحت المدونات حول الكتابة، والنشر الذاتي، وكسب العيش بالعمل ككاتب عبر الإنترنت موضوعاً مستقلاً بذاته ونوعاً خاصاً للمؤلفين الذين يتم نشر أعمالهم على نحو تقليدي أو الذين يتحملون تكاليف النشر الخاصة بهم.

رغم وجود دليل سردي على أن كتابة محتوى النفاذ المفتوح يمكن أن ينتج عنه مصادر دخل كبير للمؤلفين الأفراد في الوسائط الأخرى، فإن هذه الأمثلة قد تكون استثنائية. ومن خلال إلقاء نظرة على الدخل الإعلاني الذي يحققه الإنترنت يتضح أن هذا سيكون مصدر دخل مجزياً لقلّة مختارة، وليس لعدد كبير من الكتاب متوسطي الدخل. ومع انحصار غالبية الإنفاق الإعلاني العالمي الذي يُقدّر بقيمة 160 مليار دولار أمريكي<sup>46</sup> في عام 2016 على جوجل وفيسبوك، فلا يتبقى إلا الفتات ليتشاركه الوسطاء الآخرون الذين لا حصر لهم، ناهيك عن الأفراد الذين يقدمون المحتوى على الإنترنت.

## المحتوى المدعوم

دائماً ما توجد منشورات متاحة للقراء مجاناً. ويشمل ذلك المحتوى الذي تنشره الحكومة، والمحتوى التعليمي، والمحتوى الذي أنشأه ممولو الأبحاث والمنظمات الخيرية، التي يسعى جميعها إلى النشر بأوسع قدر ممكن. ونشرت منظمات إغاثة، ومنظمات دينية، ومنظمات غير حكومية أخرى كتباً مدرسية، في حين تنشر الحكومات القوانين، والبيانات التي أنشأتها الحكومة، ومعلومات الخدمة العامة. يُنشر معظم المحتوى عبر هذه القنوات في العديد من البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً. وعادة ما يتم إنشاء هذه المنشورات بواسطة الموظفين أو الوكالات، ورغم ذلك فإن هذه المنظمات الأكثر دراية بالتكلفة (والتي تجري حسابات شفافة حول التكلفة الفعلية للموارد الداخلية) تجنح عادةً إلى تكليف شركاء تجاريين بعمليات النشر.

ومن منظور قطاع النشر، تمثل المنشورات التي تمولها الحكومات، أو الجهات الفاعلة الخيرية، أو عبر المساعدات الخارجية نموذج أعمال يدفع فيه كيان واحد مقابل النشر مقدماً. وقد سهّل الإنترنت مثل هذا النشر. إذ يبدو أنه عالج مشكلات الإتاحة والتوزيع التي غالباً ما تصاحب المحتوى الذي لا يكون مدفوعاً في المقام الأول بالطلب المجدي اقتصادياً. تتقلص الحاجة إلى موردي الخدمات الخارجيين لأن الغرض الرئيسي هو إتاحة المعلومات، فضلاً عن أن قيم الإنتاج والعرض والتجهيز المرتفعة أقل أهمية.

أصبح هذا النوع من النشر مهماً في سياق النشر التعليمي. يطلب عدد من الحكومات، مثل حكومة اليونان، من الناشرين الذين حصلوا على عطاء إنتاج كتب مدرسية للمرحلتين الابتدائية والثانوية إتاحة هذه الكتب عبر الإنترنت، وأن يكون تنزيلها مجاناً لجميع المستخدمين. إن دفع رسوم ثابتة فحسب مقدماً، مع عدم وجود احتمال لمدفوعات إتاوة مستمرة، يجعل النشر في هذه البيئة أمراً صعباً. إذا لم يستطع الناشر الاعتماد على مصادر دخل منتظمة يمكن التنبؤ بها، فلن يتمكنوا من الاستثمار في تنمية المهارات الضرورية. عادةً ما تسفر عطاءات الكتاب الواحد عن منشورات بأسعار منخفضة قدر الإمكان، وذلك من خلال محتوى جيد بما يكفي للوفاء بطلب العطاء. يميل الناشر التجاريون في المجال التعليمي الذين لم يفوزوا بالعطاء إلى سوق الكتب غير المدرسية ويستثمرون في الكتب المصممة للاستخدام في المنزل.

قد يكون للمحتوى المجاني أيضاً بعض العيوب من منظور السياسة العامة. إذا لم يدفع المستهلكون، سيتدخل حتماً كيان آخر، وحينئذٍ يكون لهذا الكيان تأثير ملموس على ما سيتم نشره. وينطبق ذلك بالفعل على الإدارة الأكاديمية أو المانحين الذين يقررون المقالات الصحفية التي يتعين تمويلها، وبالنسبة إلى المنظمات الخيرية (التي غالباً ما تكون مدفوعة بالقيمة) التي تدفع مقابل المحتوى الذي يدعم قيمها، وبالنسبة للحكومات التي تدفع مقابل الكتب التي تفترض أنها الأكثر ملاءمة، حتى وإن كان المستخدمون سيختارون على نحو مختلف إذا مُنحوا الاختيار. كما قال يارون لانبيه، "من السهل تماماً نسيان أن كلمة "مجانية" تعني حتماً أن شخصاً آخر سيقدر أسلوب عيشك".<sup>47</sup>

## كتب التمويل الجماعي

التمويل الجماعي هو نموذج أعمال يقوم فيه رواد الأعمال أو الأفراد الذين يخططون لإنتاج منتج أو مشروع معين بدعوة الجمهور للاشتراك، ثم الدفع مقابل تطويره أو إكماله. قد يحصل الممولون على مكافأة محددة في مقابل مساهماتهم. تشمل مشروعات التعهيد الجماعي عادةً ألعاب الكمبيوتر أو تقديم أفكار أو تصميمات تقنية إلى السوق. ألعاب الألواح أو ألبومات الموسيقى أو الأفلام أو الأنشطة الإبداعية الأخرى مناسبة أيضاً للتمويل الجماعي، لا سيما عندما يمكن تنشيط قاعدة جماهيرية كبيرة و/ أو تتسم بالولاء. كما أن للتمويل الجماعي تاريخاً طويلاً.<sup>48</sup> وفي مجال نشر الكتب، ولعدة قرون، طُلب من المشترين تقديم تعهدات تجاه الكتب والمجلات التي لم تُنشر بعد.

كان للحصول على التمويل من خلال التمويل الجماعي عدد من المزايا. يتم تغطية المخاطر المالية مقدماً، ويمكن تحديد الطلب على المنتج قبل النشر، ويمثل التمويل الجماعي شكلاً من أشكال التسويق والعلاقات العامة. منذ منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، ظهرت خدمات التمويل الجماعي المخصصة مثل شركة Kickstarter وIndiegogo، بالإضافة إلى المواقع المتخصصة في كتب التمويل الجماعي، مثل Pub Slush أو Unbound.

وفي Kickstarter، على سبيل المثال، نجح نحو ثلث ما يزيد على 224,000 مشروع مقترح في الحصول على تعهدات لـ أهداف التمويل الخاصة بها. سيتطلب أكثر من 60 بالمائة من مشروعات نشر الكتب ما بين 1,000 دولار أمريكي و9,999 دولاراً أمريكياً، والتزامات بحوالي 80 دولاراً أمريكياً في المتوسط. واعتباراً من أغسطس 2016، تعهد أكثر من 1.2 مليار ممول بأكثر من 100 مليون دولار أمريكي لصالح 9,660 كتاباً تم تمويلها جماعياً بنجاح.<sup>49</sup> وتشمل المشاريع إعادة نشر إصدار مزود بصور احتفالية بالذكري السنوية رقم 400 لرواية دون كيخوتي، ونشر الشعر المكتشف حديثاً لبابلو نيرودا. تعتبر كتب الأطفال من أشهر مشروعات التمويل الجماعي على نحو خاص.

ويتمثل نموذج الأعمال الجديد الأحدث للمبدعين في الرسائل الإخبارية المدفوعة التي يكتبها الصحفيون، وتديرها منصات مثل منصة Substack. يسعى الصحفيون وكتاب الأعمدة في هذه الحالة إلى تحقيق الدخل بصورة مباشرة من اهتمام بعض القراء بأرائهم الخاصة.

يتوقف نجاح حملة تمويل جماعي لكتاب على ما إذا كان هؤلاء الصحفيون ومؤلفو الكتب والناشرين قادرين على توجيه عدد كبير من المعجبين الحاليين أو العملاء أو الأصدقاء للمساهمة عبر موقع التمويل الجماعي. فلما تثير المواقع نفسها اهتماماً بمشروع محدد؛ وهذا يعني أنه يجب تخصيص الوقت والجهد للعلاقات العامة وتسويق حملة التمويل الجماعي، وهو ما يؤدي بشكل فعال إلى التهيئة مقدماً للاستثمار في جوانب بيع الكتب التي تحدث عادةً بعد طرح الكتاب. قد تساعد القصة الملهمة ذات السرد الجيد في مقطع فيديو توضيحي معد بعناية، بالإضافة إلى المكافآت التي تجعل الممولين يشعرون بأنهم يحصلون على شيء ذي قيمة في المقابل. لا ينبغي التقليل من قدر المهارة والجهد اللازمين للخروج بحملة تمويل جماعي ناجحة؛ فقد يلاحظ الناشر التجاريون الكتب، التي يتم تمويلها جماعياً بنجاح، ويختارونها.

### التمويل التشاركي للدراسات العلمية؟

سلطت مبادرة حديثة<sup>50</sup> الضوء على إمكانات نوع خاص من التمويل الجماعي للدراسات العلمية. يتواصل الناشر مع المكتبات ويطلبون منها تمويل نشر دراسة محددة مسبقاً، بسعر مخفّض جداً ذلك مقارنة بالدراسة التقليدية. وإذا تعهد عدد كافٍ من المكتبات، يُنتج الناشر الدراسة وينشرها بموجب ترخيص نفاذ مفتوح.

يعود نموذج التمويل الجماعي هذا بمنفعة خاصة على جميع الأطراف: فيواجه الناشر مخاطر نشر أقل ويحصلون على تدفق نقدي إيجابي؛ ويتحمس المؤلفون للترويج لمشروع كتابهم (ومع ذلك، في حال عدم وجود اشتراك كافٍ من المكتبات، فلن يُنشر الكتاب)؛ وتستفيد المكتبات بدفع مقابل أقل. ويطمئن المؤلفون والمكتبات أيضاً بحقيقة أن الكتاب يتم نشره بموجب ترخيص نفاذ مفتوح.

## الاشتراك والترخيص المؤقت

تعني النماذج القائمة على الاشتراك أنه يمكن للمستهلكين النفاذ إلى قسم كبير من المحتوى مقابل مدفوعات منتظمة. وعادةً ما يتوقف النفاذ إلى المحتوى بمجرد توقف الدفع. يعرف المستهلكون نموذج العمل هذا من خدمات بث الموسيقى، مثل سبوتيفاي، وساوند كلاود، وغوغل بلاي ميوزيك، ومن نتفليكس وهولو للمصنّفات السمعية والبصرية. لطالما كانت الاشتراكات جزءاً من نشر الصحف والمجلات، ويعتبر نموذج الاشتراك، حتى الآن، هو نموذج التسعير السائد لنشر المجلات، رغم النمو التدريجي لنماذج الأعمال ذات النفاذ المفتوح.

ينشئ عدد من الشركات نماذج اشتراك في الكتب الإلكترونية. يتيح كل من سكريبد وBookmate وAmazon's Kindle Unlimited النفاذ إلى آلاف الكتب الإلكترونية مقابل رسوم شهرية. يجب على المؤلفين والناشرين، قبل عرض كتبهم الإلكترونية عبر هذه الخدمات، التفكير فيما إذا كان ذلك سيعزز مبيعاتهم أو يدمرها من خلال قنوات أخرى. سيكون الناشر الرئيسيون أكثر سعادة في تحقيق الدخل من الكتب التي طُبعت ولا يتم تسويقها بشكل فعال، ولكن من المحتمل أن ينتابهم التردد لجعل تلك الكتب ضمن أحدث إصداراتهم، إذ يمكن بيعها بعوائد أعلى من خلال قنوات أخرى. توضح البيانات المأخوذة من أرباح المؤلف أن المؤلفين المستقلين المتخصصين في الكتابة الرومانسية الذين ينشرون عدداً من الكتب يميلون إلى وضع بعض من كتبهم على Kindle Unlimited وترك البعض الآخر خارجاً، مما يشير إلى أن نماذج الاشتراك في المكتبة تعتبر وسيلة ثانوية لتحقيق الدخل من الكتب في حال عدم تحقيق الربح من المبيعات الفردية.<sup>51</sup>

## النفاذ المفتوح والمحتوى "المجاني"

كان أحد أكثر التغييرات المبتكرة في اقتصاد الإنترنت هو ظهور المعلومات المجانية وتوقع المستهلك وجوب كون المحتوى الرقمي متاحاً له دون أي تكلفة عند استخدامه. ومن منظور السياسة العامة، تعتبر الإتاحة المجانية والمفتوحة للمعلومات الثقافية والتعليمية والعلمية هدفاً مهماً. ورغم ذلك، فإن هذا يتعارض مع أهداف أخرى على القدر نفسه من الأهمية؛ والأهم من ذلك، هو الحافز لإنشاء محتوى عالي الجودة وإتاحته (أي المحتوى الذي يتطلب استثمارات كبيرة ليصبح متاحاً).

وقد نشأ عن هذا حالة معقدة نسبياً. يقرأ المستهلكون كتباً ويشاهدون أفلاماً أكثر من ذي قبل، ويقرؤون المزيد من الأخبار ومقالات المجلات على الإنترنت، لكنهم يدفعون أقل مقابل هذا المحتوى. هذا وضع ثقافي وسلوكي: يبدو أن المستهلكين يرغبون في دفع ثمن الأجهزة وخدمات الإنترنت التي يحتاجونها للنفاذ إلى المحتوى الرقمي؛ في حين يبدو أنه من الصعب إقناعهم بالدفع مقابل المحتوى نفسه.

وفي بدايات الثورة الرقمية، واجهت قطاعات الموسيقى والأفلام سوقاً رقمية انتشرت فيها المشاركة غير المصرح بها. لقد غيرت خدمات بث الموسيقى والفيديو هذا الإطار بصورة ملحوظة. ورغم أنه لا يزال يوجد مشاركة غير مصرح بها ولا تزال الحصة المناسبة للمبدعين وشركائهم التجاريين محل نزاع، فثمة تدفقات إيرادات كثيرة الآن مصدرها الأسواق القانونية المقبولة على نطاق واسع لاستهلاك الموسيقى<sup>52</sup> والفيديو<sup>53</sup>.

### النشر المدعوم بالإعلانات

اعتمد الإنترنت بدرجة كبيرة نموذج نشر الإعلانات لدعم المحتوى المجاني. يتيح هذا النموذج لمحررات البحث، ووسائل التواصل الاجتماعي، ومضيفي مقاطع الفيديو، والتخزين السحابي، وخدمات الإنترنت الأخرى تقديم خدماتهم مجاناً للمستهلكين مقابل قبول المستهلكين وجود إعلانات على هذه المنصات. نموذج نشر الإعلانات هو نموذج عمل يتطلب عدداً كبيراً جداً من الجمهور كي يمكن إضافة عائدات صغيرة جداً من المعلنين لتغطية تكاليف الخدمة. يفسح هذا النموذج المجال للخدمات التقنية واسعة النطاق مثل مواقع استضافة المحتوى؛ ولا يفسح المجال لإنشاء محتوى يستهدف عادةً جمهوراً أصغر، مثل معظم الكتب التجارية، أو المحتوى الذي تكون تكلفته إنتاجه باهظة. وهو يشغل مكانة (محدودة) في نشر المجلات والنشرات الإخبارية وفي المدونات.

### نماذج الأعمال الهجينة: إدارة الأعمال التناظرية والرقمية معاً

يغير الإنترنت من طريقة تعلم العالم وتواصله ونشر الترفيه فيه بسرعة لم يسبق لها نظير وبأسلوب لا يمكن لأي ناشر تجاهله.

واعتباراً من 2019، أصبحت 57 في المائة من الأسر في العالم لديها اتصال بالإنترنت.<sup>54</sup> ويستخدم أكثر من نصف سكان العالم الإنترنت. وفي نهاية عام 2019، كان 95 في المائة من سكان العالم يعيشون في مناطق تتمتع بتغطية شبكة الهاتف المحمول و75 في المائة لديهم اشتراك؛ ويستخدم 51 في المائة هواتفهم المحمولة للنفاد إلى الخدمات القائمة على الإنترنت.<sup>55</sup>

يُعتبر الإنترنت قناة واحدة للوصول لجميع أنواع الترفيه المختلفة. ثمة انتقالات سلسلة لا حصر لها بين القراءة والاستماع والمشاهدة والمشاركة والتعليق والشراء والمشاركة والتأثير. يقرأ البشر ويكتبون على الإنترنت أكثر من أي مكان آخر. يصف الاتحاد الدولي للاتصالات تغيير السلوك على النحو التالي: "في عام 2016 لم يعد الناس يزورون المواقع الإلكترونية بل أصبحوا يعيشون عليها. ساهمت شبكة الإنترنت واسعة الانتشار بشكل متزايد والمفتوحة والغنية بالمحتوى الطريقة التي يعيش بها كثير من الناس، وطريقة تواصلهم، وإنجازهم للأعمال، محققة فوائد كبيرة للأفراد والحكومات والمنظمات والقطاع الخاص".<sup>56</sup>

ومع ذلك يبقى الكتاب المطبوع جزءاً من هذا العالم الحديث، رغم أن قطاع النشر يتبنى التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب سلسلة القيمة الخاصة به، مستخدماً التكنولوجيا الرقمية لإنشاء الكتب وإنتاجها وبيعها وتسويقها، يبدو أن الكتاب المطبوع سيبقى في بعض القطاعات، فقط على أنه نتاج لعملية نشر رقمي. وبالنسبة للعديد من القراء، لا يمكن بحال من الأحوال فصل متعة القراءة عن متعة حمل كتاب، وبالنسبة لكثير من الطلاب، تسهل الكتب المدرسية الملموسة التعلم والفهم.

ويعتبر هذا هو السبب الكامن وراء بيع غالبية الكتب المطبوعة؛ حيث يفضل الكثير شراء الكتب من المكتبات، ويقرأ الآباء الكتب المطبوعة ذات الرسوم التوضيحية بالألوان الزاهية لأطفالهم باعتبارها بديلاً للترفيه الرقمي الموجود دائماً.

لذلك، يجب على معظم الناشرين، على الأقل في المستقبل المنظور، التعامل مع اقتصاد هجين تُنشر فيه الكتب في الشكلين المطبوع والرقمي على حدٍ سواء؛ ويمكن فيه شراء الكتب من خلال تجار التجزئة سواء عبر الإنترنت أو التقليديين؛ ويتعين فيه على المؤلفين والناشرين إدارة بيانات الأعمال الورقية والرقمية.

يُعتبر هذا أمر بالغ الصعوبة من نواحي عدة. فالهجرة الرقمية البطيئة تفرض ضغوطاً على المكتبات المستقلة. ويجب تعلم مهارات جديدة في المبيعات الرقمية والتوزيع الرقمي، في حين تظل مجموعة المهارات القديمة لسوق الكتاب الورقي أمراً مهماً. وتعتبر هذه فرصة لجميع أصحاب المصلحة المعنيين أكثر من كونها تهديداً؛ وهذا يعني أن القطاع في مرحلة تعديل تدريجي، وليس تغيير ثوري. لا يزال أمام المؤلفين والناشرين وأصحاب المصلحة المعنيين الوقت للتعديل. ويوجد وقت لتعلم مهارات جديدة وتكوين الكفاءات، ولكن يجب في الوقت نفسه عدم التراخي النابع من الشعور بالرضا. في صناعة ذات هوامش منخفضة، تكون جميع قطاعات الأعمال وتدفعات الدخل ذات أهمية.

1. لمزيد من التفاصيل انظر الوحدة 10 للبنك الدولي (2014). *Development in Low Income Countries: A Guide for Policy and Practice*. واشنطن، العاصمة: البنك الدولي
2. *بابلشرز ويكلي* (2018). Global publishing leaders 2018: Grupo Planeta. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/78027-global-publishing-leaders-2018-grupo-planeta.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/78027-global-publishing-leaders-2018-grupo-planeta.html)
3. موريس إس. وآخرون. (2013). *The Handbook of Journal Publishing*. كيمبريدج: دار نشر جامعة كيمبريدج
4. على سبيل المثال، برنادو سي. (2020). Why shouldn't your PhD thesis be accessible to everyone? مدونة مكتبة معهد الدراسات العليا، 21 أكتوبر <https://libraryblog.graduateinstitute.ch/2020/10/21/why-shouldnt-your-phd-thesis-be-accessible-to-everyone/>
5. تراشتنبرغ جيه. إيه. (2019). "They own the system": Amazon rewrites book industry by marching into publishing. *وول ستريت جورنال*، 16 يناير. [www.wsj.com/articles/they-own-the-system-amazon-rewrites-book-industry-by-turning-into-a-publisher-11547655267](http://www.wsj.com/articles/they-own-the-system-amazon-rewrites-book-industry-by-turning-into-a-publisher-11547655267)
6. ميلبوت جيه. (2020). Publishing leaders issuing warning over Amazon's market power. *بابلشرز ويكلي*، 18 أغسطس. [www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/84119-publishing-leaders-issuing-warning-over-amazon-s-market-power.html](http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bookselling/article/84119-publishing-leaders-issuing-warning-over-amazon-s-market-power.html)
7. انظر، على سبيل المثال، في إيطاليا: *Wanted in Milan* (2020). Bookdealer: Italy's independent bookshops unite against Amazon. *Wanted in Milan*. [www.wantedinmilan.com/](http://www.wantedinmilan.com/) 16 نوفمبر. news/bookdealer-italys-independent-bookshops-unite-against-amazon.html
8. ليو زد. (2018). Whither the book retailing industry in China: A historical reflection. *Publishing Research Quarterly*, 34, 133–146. <https://doi.org/10.1007/s12109-018-9569-0>
9. روتيرز (2018). Flipkart, from online bookseller to India's biggest e-commerce company. *تايمز*، 9 مايو. [www.hindustantimes.com/business-news/flipkart-from-online-bookseller-to-india-s-biggest-e-commerce-company/story-shbFEP6ooNeRj05Djp6cAL.html](http://www.hindustantimes.com/business-news/flipkart-from-online-bookseller-to-india-s-biggest-e-commerce-company/story-shbFEP6ooNeRj05Djp6cAL.html)
10. كاداك نيوز (2021). 'Russia's Amazon plans heavy investment and move into finance'. *كاداك نيوز*، 12 أبريل. <https://kadaknewsupdate.com/2021/04/12/russias-amazon-plans-heavy-investment-and-move-into-finance/>
11. فلوود إيه. (2010). Ebook deals "not remotely fair" on authors. *الغارديان*، 12 يوليو. [www.theguardian.com/books/2010/jul/12/ebooks-publishing-deals-fair](http://www.theguardian.com/books/2010/jul/12/ebooks-publishing-deals-fair)
12. غريدي، سي. (2019). The 2010s were supposed to bring the ebook revolution. It never quite came. *فوكس*، 23 ديسمبر. [www.vox.com/culture/2019/12/23/20991659/ebook-amazon-kindle-ereader-department-of-justice-publishing-lawsuit-apple-ipad](http://www.vox.com/culture/2019/12/23/20991659/ebook-amazon-kindle-ereader-department-of-justice-publishing-lawsuit-apple-ipad)
13. انظر، على سبيل المثال، للكتب الطبية: واتسون إي. إم. (2020). A comparative study of medical ebook and print book prices. *Health Information and Libraries Journal*, 38, 39–48. <https://doi.org/10.1111/hir.12310>
14. بيركوفيتشي، جي (2014). Amazon vs. book publishers: By the numbers. *مجلة فوربس*، 10 فبراير. [www.forbes.com/sites/jeffercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#4c3343e65a3a](http://www.forbes.com/sites/jeffercovici/2014/02/10/amazon-vs-book-publishers-by-the-numbers/#4c3343e65a3a)
15. <https://nj1015.com/how-many-different-ways-can-you-spell-khadafi-let-me-count-the-ways>

- Kindle: A year in review. (2019). أمازون (2019).  
blog, December 23. <https://blog.aboutamazon.co.uk/innovation/kindle-a-year-in-review>
29. أندرسون بي. (2020). Trade-published romance sees a coronavirus boost in the States. *Publishing Perspectives*. 20  
<https://publishingperspectives.com/2020/08/trade-published-romance-sees-a-coronavirus-boost-in-the-states-covid19/>
30. <http://discreteanalysisjournal.com/>
31. للحصول على تحديث، انظر Scholastica (2021). The role of preprints in journal publishing: New developments in early research dissemination. 7  
<https://blog.scholasticahq.com/post/role-of-preprints-in-journal-publishing/>
32. انظر، على سبيل المثال، the Open، Textbook Library  
<https://open.umn.edu/opentextbooks/>
33. جلوبال ريدنج نيتورك (2019). Creative Commons and Open Source licensing resources affect publishing quality in Africa and Asia. 23  
[www.globalreadingnetwork.net/learning/creative-common-and-open-source-licensing-resources-affect-publishing-quality-africa-and](http://www.globalreadingnetwork.net/learning/creative-common-and-open-source-licensing-resources-affect-publishing-quality-africa-and)
34. انظر، على سبيل المثال، www.mendeley.com  
; [www.zotero.org/](http://www.zotero.org/)
35. رابطة الناشرين الدولية (دون تاريخ). VAT and fixed book price. [www.internationalpublishers.org/our-work/vat-and-fixed-book-price](http://www.internationalpublishers.org/our-work/vat-and-fixed-book-price)
36. <https://library.hud.ac.uk/archive/projects/hike/2012/12/06/patron-driven-acquisition>
37. كودري كيه. (2015). All PRH e-books. (2015). available for loan  
[www.thebookseller.com/news/all-prh-ebooks-available-for-loan-317932](http://www.thebookseller.com/news/all-prh-ebooks-available-for-loan-317932)
38. إلتيفير (دون تاريخ). ArticleChoice®. [www.elsevier.com/solutions/sciencedirect/content/articlechoice](http://www.elsevier.com/solutions/sciencedirect/content/articlechoice)
39. [www.audible.com](http://www.audible.com)
40. International ISBN Agency .16  
[www.isbn-international.org/](http://www.isbn-international.org/)
41. انظر International ISBN Agency (دون تاريخ). Where to get an ISBN. [www.isbn-international.org/content/where-get-isbn](http://www.isbn-international.org/content/where-get-isbn)
42. المؤسسة الدولية لادوات تعريف الأشياء الرقمية (IDF). [www.doi.org](http://www.doi.org)
43. قانون النص الموحد الدولي (ISTC) [www.istc-international.org](http://www.istc-international.org)
44. المحدد المعياري الدولي للأسماء (ISNI). [www.isni.org](http://www.isni.org)
45. المنتدى الدولي للنشر الرقمي (IDPF) سابقاً، وهو الآن جزء من اتحاد الشبكة العنكبوتية العالمية. [www.w3.org/publishing/](http://www.w3.org/publishing/)
46. المجموعة الدولية لتنظيم النشر الإلكتروني (EDiTEUR). [www.editeur.org](http://www.editeur.org)
47. المجموعة الدولية لتنظيم النشر الإلكتروني (EDiTEUR) (دون تاريخ). ONIX for books: Overview  
[www.editeur.org/83/Overview](http://www.editeur.org/83/Overview)
48. جيبلين آر. وآخرون. (2019). What can 100,000 books tell us about the international public library e-lending landscape? *Information Research*, (3) 24, ورقة بحثية لكلية سيدني للحقوق رقم. <https://ssrn.com/abstract=3354215>
49. انظر، على سبيل المثال، Library Publishing Coalition  
<https://librarypublishing.org/>
50. انظر بيوكيرت سي. وآي. ريمز (2018). Digital disintermediation and efficiency in the market for ideas. سلسلة أوراق عمل CESifo رقم 6880  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3110105>
51. نيلسن (2015). Literary liaisons: Who's reading romance books? [www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/literary-liaisons-whos-reading-romance-books.html](http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2015/literary-liaisons-whos-reading-romance-books.html)
52. Author Earnings (2016). 2016 Romance Writers of America RWA PAN Presentation. <https://web.archive.org/web/20180625073352/www.authorearnings.com/2016-rwa-pan-presentation>

50. Knowledge Unlatched. [www.knowledgeunlatched.org](http://www.knowledgeunlatched.org)
51. Author Earnings (2016). 2016 Romance Writers of America RWA .PAN Presentation <https://web.archive.org/web/20180625073352/www.authorearnings.com/2016-rwa-pan-presentation/>
52. Global online. انظر كومار إيه. (2019). music streaming revenues cross US\$11 billion in 1H 2019. كوتنر بوينت، 10 أكتوبر. [www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-revenues-cross-us11](http://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-revenues-cross-us11)
53. Global video streaming market to record unprecedented growth (through 2025) (2020). ياهو فايننس. <https://finance.yahoo.com/news/global-video-streaming-market-record-100010080.html>
54. الاتحاد الدولي للاتصالات (2020). *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020*. جنيف: الاتحاد الدولي للاتصالات. [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf)
55. الاتحاد الدولي للاتصالات (2020). *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020*. جنيف: الاتحاد الدولي للاتصالات، ص. 9. [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf)
56. الاتحاد الدولي للاتصالات (2016). *التقرير الكمي لمجتمع المعلومات 2016*. جنيف: الاتحاد الدولي للاتصالات، ص. 176. [www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx)
42. لمزيد من المعلومات، انظر ريانا إم. وجيه. سيليا (2015). *A Guide to Ebook Licenses Purchase Models for Libraries and Publishers*. Bookwire and Dosdoce.com. <https://publishingperspectives.com/wp-content/uploads/2015/11/Guide-to-Ebook-Licensing-Purchase-Models-Bookwire-and-Dosdoce.pdf>
43. الاتحاد الدولي لرابطات ومؤسسات المكتبات (IFLA). (2013). *IFLA Principles for Library eLending*. [www.ifla.org/node/7418](http://www.ifla.org/node/7418)
44. روبرتس جيه. جيه. (2016). Supreme Court. won't hear Apple's appeal in e-books price-fixing case. فورتشن، 7 مارس. <http://fortune.com/2016/03/07/apple-supreme-court-ebook>
45. Antitrust: المفوضية الأوروبية (2017). Commission seeks feedback on commitments offered by Amazon in e-book investigation. 24 يناير. [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-17-137\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-137_en.htm)
46. موريل إل. (2016). Global digital ad spend to hit \$285bn by 2020. ماركتينج تيك، 21 يونيو. [www.marketingtechnews.net/news/2016/jun/21/global-digital-ad-spend-hit-285-billion-2020](http://www.marketingtechnews.net/news/2016/jun/21/global-digital-ad-spend-hit-285-billion-2020)
47. لندير جيه. (2013). *Who Owns the Future?* Simon and Schuster. نيويورك: نيويورك دُفع حتى قاعدة تمثال الحرية في نيويورك ثمنها من خلال التمويل التشاركي، انظر بي بي سي نيوز (2013). *The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer*. 25 أبريل. [www.bbc.com/news/magazine-21932675](http://www.bbc.com/news/magazine-21932675)
49. للحصول على أحدث الأرقام، انظر كيك ستارتر (بدون تاريخ). Stats. [www.kickstarter.com/help/stats](http://www.kickstarter.com/help/stats)

# إدارة الحقوق في البيئة الرقمية

## حق المؤلف والإنترنت

الإنترنت هي شبكة عالمية من أجهزة الكمبيوتر التي تشارك المعلومات باستخدام بروتوكولات موحدة للاتصال. وبعبارة أخرى، تتبادل أجهزة الكمبيوتر المعلومات في حزم رقمية. يُقسّم المحتوى بأكمله، سواء كان عبارة عن بريد إلكتروني أو كتاب إلكتروني، إلى حزم بيانات يتم نقلها، في سلسلة من نسخ متعددة كثيرة أو قليلة مخزنة مؤقتاً، من خادم المنشئ عبر شبكة أجهزة التوجيه إلى الخادم المقصود، حيث يتم تفكيك محتويات جميع الحزم وإعادة تجميعها.<sup>1</sup> يتم تقديم هذه المعلومات إلى المستخدم على جهاز الكمبيوتر الخاص به عبر أي متصفح أو تطبيق أو برنامج يحدده.

تشمل جميع عمليات الإنترنت استنساخ نسخ رقمية من المعلومات ونقلها، سواء كان المحتوى عبارة عن بيانات، أو رسائل، أو مصنفاً أدبية، أو رسوم توضيحية، أو برامج حاسوبية، أو قواعد بيانات، أو تسجيلات صوتية، أو عروض أداء، أو عروض سمعية بصرية. عندما تتضمن هذه العمليات مصنفاً محمية بموجب حق المؤلف، يأتي دور قانون حق المؤلف.

في العالم التناظري، عندما اشترى المستهلكون كتاباً ورقياً، كان ما يمكن أن يفعله المشتري بهذا المصنف مفهوماً بدرجة كبيرة. على الإنترنت، يجب أن تكون النسخة الرقمية مصحوبة بمعلومات حول الاستخدامات المصرح بها. تخضع العلاقات بين من يرسلون أو يتيجون مصنفاً محمية بموجب حق المؤلف وبين من يتلقونها للتراضي؛ وهي الاتفاقيات التي تصف الأعمال المُقَيِّدة بموجب قانون حق المؤلف التي يُصرِّح للمستلم القيام بها بموافقة الطرف الآخر. جعلت معظم المواقع الإلكترونية شروط وأحكام الترخيص هذه محددة بوضوح، كما فعل جميع مقدمي خدمات وسائل التواصل الاجتماعي في اتفاقيات المستخدم التي نادراً ما يقرأها أحد. وفي حال عدم تحديد تلك التراخيص بوضوح، قد لا تزال هناك تراخيص ضمنية (أي افتراضات يمكن أن يفترضها المستلمون إلى حد ما حول ما يجب أن يُصرِّح لهم بفعله). وفي نهاية المطاف، ستحدد قوانين حق المؤلف الوطنية قيوداً على حقوق المؤلفين في مصنفاًتهم، بمجرد وصول النسخة إلى القارئ.

قانون حق المؤلف هو قانون وطني؛ ومن ثمّ، يجب على المؤلفين والناشرين دائماً الرجوع إلى قوانين بلادهم الوطنية فيما يتعلق بالحقوق والالتزامات. ومع ذلك، صُمِّمت الشبكة العنكبوتية العالمية، ومعها معظم الإنترنت، لتسهيل التفاعلات عبر الحدود بمعزل عن الولاية القضائية. ويعني هذا أن للمستخدمين حق النفاذ إلى المصنفاً المحمية بموجب حق المؤلف المنشأ بموجب قوانين حق مؤلف وطنية مختلفة وتم تحميلها واستضافتها ونقلها في بلدان وولايات قضائية

مختلفة، أحياناً دون علم المستخدم. ومن ثم، قد يجد شركاء الترخيص آراءً مختلفة فيما يتعلق بقوانين حق المؤلف الوطنية التي تنطبق على إجراءات محددة أو قانون حق المؤلف الوطني الذي يحكم علاقتهم. القانون الدولي الخاص، المعروف أيضاً بالتنوع بين القوانين، هو جزء من القانون الوطني الذي يحدد مجموعة القوانين الواجب تطبيقها على معاملة معينة. عند الاتفاق على التراخيص بين الأطراف في دول مختلفة، غالباً ما يكون للأطراف القدرة على اختيار القانون المطبق أو الولاية القضائية وهو ما يحقق الوضوح بشأن القوانين المنظمة للاتفاقية. وفي حال عدم إبرام اتفاقيات واضحة، فستحدد القوانين الوطنية قانون حق المؤلف الوطني الذي سيطبق (والمحاكم، في نهاية المطاف).

رغم أن قانون حق المؤلف عبارة عن قانون وطني، تسترشد القوانين بالمعاهدات الدولية التي توفر الحد الأدنى من معايير الحماية لأصحاب الحقوق بموجب القانون الدولي العام. تتولى المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) إدارة أهم المعاهدات الدولية المعنية بحق المؤلف والملكية الفكرية. تُطبق اتفاقية برن لحماية المصنفات الأدبية والفنية (اتفاقية برن) ومعاهدة الويبو بشأن حق المؤلف بشكل قاطع على المصنفات الأدبية والفنية التي تم إنشاؤها في البيئة الرقمية والتي يتم إنتاجها رقمياً أو إتاحتها في أنساق رقمية. ومع ذلك، فإن تلك المعاهدات هي عقود مُلزِمة للحكومات الوطنية بموجب القانون الدولي العام. ويعتمد تأثيرها على قوانين حق المؤلف الوطنية على كيفية اختيار كل دولة لنقل هذه الالتزامات التعاهدية، وعلى كيفية تفسير المحاكم للقوانين التي تنقل هذه الالتزامات.

تتضمن العديد من معاهدات الويبو صياغة مفهومة بوضوح لوصف معايير حماية الملكية الفكرية العامة المحددة بشدة. ونتيجة لهذه المعايير المشتركة المتشدة، من الممكن إبداء بعض التعليقات العامة حول كيفية عمل حق المؤلف على الإنترنت، على الرغم من التحذير العام بضرورة الرجوع للقوانين الوطنية لاتخاذ قرار واضح في الحالات الفردية.

## لماذا يجب أن يفهم المؤلفون والناشرون حق المؤلف والترخيص

جرت العادة على أن الخبرة في مجال حق المؤلف مطلوبة فقط من قبل الناشرين عند حصولهم على حقوق من المؤلفين وعند قيامهم بترخيص الحقوق من الناشرين الآخرين أو منحهم إياها. وعندما يبيع الكتب المطبوعة للمستهلكين، انتفت العلاقة القانونية بين الناشر والمشتري. ونتيجة لذلك<sup>2</sup>، أدى هذا إلى "مبدأ البيع الأول": حق المشتري في شيء مادي مثل الكتاب المطبوع، حيث يُطبع مصنف محمي بحق المؤلف، لإعادة بيع الشيء نفسه أو نقله. ويشكل هذا المبدأ الأساس لأعمال الكتب المستعملة.

في البيئة الرقمية، لا يكون واضحاً بشكل بديهي للعديد من المستهلكين الذي يُسمح لهم بفعله فيما يتعلق بكتبهم الإلكترونية. يحدد كل من القانون

الوطني لحق المؤلف والتراخيص الصريحة أو الضمنية التي ترافق كل ملف رقمي الاستخدامات التي يمكن للمستهلكين فعلها. يحتاج المستهلكون والناشرون الآن لمعرفة ما الذي يمكنهم فعله بالتفصيل، وما يعتبر عادلاً قد يكون محل نزاع.

أشار البعض إلى أن المرخص لهم فيما يتعلق بالكتب الإلكترونية والمحتوى الرقمي الآخر يتعين أن يكون لهم أيضاً الحق في "إعادة بيع" نسخهم الرقمية، حتى إذا كان اتفاق الترخيص لا يسمح لهم بفعل ذلك. أكدت بعض قضايا المحاكم المهمة في بعض الولايات القضائية أنه يمكن بيع برامج الأعمال في ظل ظروف معينة.<sup>3</sup>

بالنسبة إلى إعادة بيع الكتب الإلكترونية<sup>4</sup> والملفات الموسيقية<sup>5</sup> كانت المحاكم في الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة أكثر تحفظاً: من حيث المبدأ، لا يوجد حق إعادة البيع هذا للكتب الإلكترونية، مما سبب إحباطاً كبيراً للقراء والمكتبات وبعض وسطاء الابتكار، الذين يرغبون في إعادة بيع الكتب الإلكترونية التي لم تعد هناك حاجة إليها.<sup>6</sup> وفي البيئة الرقمية، تأتي كل نسخة رقمية مع ترخيص، يكون بمثابة علاقة تعاقدية تربط القارئ بشريكه التعاقدية وتنظم تلك العلاقة المستمرة حتى تنتهي صلاحية حق المؤلف. ولا يسمح عادةً للمرخص لهم بتمرير الترخيص إلى طرف آخر. وفي قضايا التعدي على حق المؤلف، فإن شروط الترخيص هذه نفسها المفروضة من قبل صاحب الحق تكون خاضعة لتدقيق متزايد.<sup>7</sup>

بخلاف العقد نفسه، تعتبر ملكية الحقوق المجاورة شرطاً أساسياً للبيع أو الترخيص. وينبغي أن تكون الحيطه هي المنظمة لافتراضات نقل الحقوق، لا سيما لاتفاقيات المؤلف/ الناشر الأقدم. على سبيل المثال، "اشترى" معظم القراء نسخ كتب إلكترونية لرواية جورج أورويل *مزرعة الحيوانات* و1984 من أمازون، ولكن، في عام 2009، تم الطعن في حقوق أمازون لبيع طبعات الكتاب الإلكتروني من كيندل. فقد تبين أن الناشر الذي قام بالتحميل لا يملك الحقوق المجاورة، ووجدت أمازون نفسها غير قادرة على ترخيص هذين المصنفين لعملاء كيندل الذين اشترؤهما بالفعل وقاموا بتنزيلهما بحسن نية. اضطرت أمازون للرد على الطعن في حقها في ترخيص المصنفات؛ والكتب الإلكترونية التي ظن القراء أنهم اشترؤوها اختفت فجأة من أجهزة القراءة الخاصة بهم (مع رد كامل للمبلغ). وكان السبب القانوني لذلك أنه يجب توافر سلسلة ترخيص من المؤلف، تمتد عبر الناشر، مروراً ببائع الكتاب الإلكتروني، وتنتهي عند مستخدم كيندل. إذا كان هناك خلل في السلسلة، فسيتم ترخيص القارئ مع شخص لا يحمل الحقوق اللازمة. يجب بعد ذلك أن تتم إزالة الكتب الإلكترونية من أجهزة القراءة الإلكترونية للمستخدمين بناءً على طلب من صاحب الحق الحقيقي.<sup>8</sup>

بالنسبة إلى المؤلفين والناشرين، فإن كل عملية نقل لملف رقمي ترافقها شروط ترخيص، سواء تم التعبير عنها في عقد، أو ضمناً، أو كانت منظمة بواسطة القوانين المحلية. وبالتالي يجب على المؤلفين والناشرين أن يصبحوا أكثر دراية بشأن حق المؤلف والملكية الفكرية. وينبغي لهم أن يفهموا فهماً تاماً إلى أي مدى يمكنهم ترخيص المصنفات للوسطاء أو للقراء. وبالنظر إلى المؤلفين أو الرسامين التوضيحيين أو المساهمين الآخرين، يجب على الناشرين فهم الحقوق التي

يتمتعون بها في المصنفات المرخصة من المؤلفين وفناني الجرافيك والمساهمين التخزين وتوثيقها وإدارتها، وكيف يمكنهم ترخيصها للمستهلكين فيما بعد.

## الحقوق الرقمية ذات الصلة

يتناول أول منشور للويبو حق المؤلف ونشر الكتب، ويحمل عنوان *إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر*<sup>9</sup>، وهو ذا صلة بجميع أمور الترخيص الأساسية. وسيُسلط ملخص وجيز لأسس حق المؤلف العالمية الضوء على الجوانب الخاصة بالحقوق الرقمية.

ووفقاً لاتفاقية برن، لا يجب على المؤلفين اتباع أي إجراءات شكلية للحصول على حق المؤلف بمجرد إنشائهم لمصنف، سواء كان هذا المصنف في تنسيق ورقي أو رقمي؛ فحق المؤلف متأصل في إنشاء المصنف ويكفي الظهور الرقمي المستمر للمصنف. ورغم ذلك، ثمة فوائد عملية لتسجيل حق المؤلف حيث يوجد سجل وطني رسمي. يُنشئ التسجيل سجلاً رسمياً لتاريخ التسجيل وهوية المُسجّل. يُعتبر التسجيل، مثل WIPO Proof<sup>10</sup> وسيلة لإنشاء سجل إيداع مختوم بالتوقيت، ويُستخدم لإثبات نسبة المصنف إلى مؤلفه في حالة كان ذلك محل خلاف لاحقاً.

يملك المؤلف وحده، منذ لحظة الإنشاء، (أو ربما صاحب العمل في البلدان التي توجد فيها إمكانية للعمل مقابل أجر) وعلى الفور الحق في التصريح بأي من الأفعال المقيدة فيما يتعلق بمصنّفه، بما في ذلك الاستنساخ، والنشر، والتوزيع، والترجمة، والتحويل، والأداء، والبث، والنقل للجمهور، وإتاحته للجمهور.

قد لا تكون المصطلحات أعلاه مذكورة حرفياً في اتفاقيات الترخيص. ومن الناحية التجارية، تُقسّم هذه الحقوق ويُعبّر عنها بشكل مختلف. فيما يتعلق بنشر كتاب مطبوع، يجوز للناشرين التمتع بحقوق الاستنساخ المادي في تنسيق محدد ومفهوم (نسخ ورقية بغلاف صلب، أو ورقي، النشر المتسلسل، وما إلى ذلك) وتوزيعها. وحتى التراخيص التي تسمح فقط ببيع النسخ المطبوعة ستشمل، ضمناً أو بشكل صريح، ترخيصاً لعمل نسخ رقمية وتحويلات إلى الحد الذي تتطلبه عملية الإنتاج.

وبالنسبة إلى الكتب الإلكترونية، يجوز للناشرين التمتع بالحق في الاستنساخ الرقمي (بتنسيقات كتب رقمية محددة، أو في صيغ وسائط متعددة) والنقل إلى الجمهور. قد تسمح التراخيص بالتحويل لملائمة وسيط معين، مثل حقوق الكتب المسموعة وحقوق التكييف لعمل مسرحي. يمكن بيع حقوق الترجمة على المستوى العالمي للغة واحدة، أو لمنطقة جغرافية معينة. وعادةً ما تكون التراخيص محددة بفترة زمنية معينة.

خلقت البيئة الرقمية سُبلاً جديدة يمكن من خلالها استخدام مصنف أدبي، وبالتالي سُبلاً جديدة يمكن ترخيصه بها. يمكن إدراج المصنفات في المكتبات الرقمية بمقابل مالي أو بدون. ويمكن منح التراخيص لأغراض غير تجارية فقط.

ويمكن تحويلها للاستخدام في تطبيقات البرامج وألعاب الفيديو. يمكن أن يشمل الترويج أي شيء بدايةً من القرطاسية إلى المنتزهات الترفيهية. يمكن ترخيص التحويلات السمعية البصرية بشكل منفصل للإصدارات الكرتونية، أو المسلسلات التلفزيونية، أو الأفلام. وقد تم ترخيص هذه الحقوق على أساس حق المؤلف، ويمكن أن تشمل العديد من الأفعال المقيدة المذكورة أعلاه، وعلى أساس العلامات التجارية، والتي يمكن من خلالها لمؤلفي الشخصيات الشهيرة أو الممثلة بشكل خاص وبيئات الكتب حماية الشخصيات، والمواقع الخيالية، والأسماء الأصلية المستخدمة في مصنفتهم وفي الترويج.

## التحديات الرقمية الجديدة لحق المؤلف

يجب تعديل قانون حق المؤلف وشروط الترخيص مع تغيّر التكنولوجيا ونماذج الأعمال الخاصة بقطاع النشر. يسلط هذا القسم الضوء على خمسة مجالات طرحت فيها البيئة الرقمية تحديات جديدة، وتشمل: العلاقة بين المؤلف والناشر، والترخيص المنفصل للحقوق الرقمية وحقوق الطباعة، وزيادة طلبات الحقوق العالمية، والتحديات الخاصة بالنشر الذاتي، والآثار المترتبة لتقنيات الذكاء الاصطناعي على حق المؤلف.

### الحقوق الرقمية والعلاقة بين المؤلف والناشر

تُعد العلاقة بين المؤلف والناشر جوهر عملية النشر. يُعتبر منشور الويبو *إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر* وثيق الصلة بجميع الجوانب الأساسية لاتفاقات المؤلف والناشر. دائماً ما يُنصَح بامتلاك سجلات مكتوبة لجميع هذه الاتفاقات. وتحتاج هذه الاتفاقات في البيئة الرقمية إلى الإدارة الفعّالة للاستفادة من العدد المتزايد لفرص الترخيص. لذلك يجب إدراجها في نظام إدارة حقوق رقمية، والأمثل أن يتم استخدام لغة حقوق موحّدة تسمح بأتمتة الترخيص.

ودائماً ما تكون عقود المؤلف والناشر محل خلاف بين مجتمعات المؤلفين والناشرين؛ فقد غدّت البيئة الرقمية هذه الخلافات وأضافت عناصر جديدة إليها. تمتلك جميع دور النشر الكبرى عقوداً موحدة، ويوجد العديد من النماذج التي تروج لها مؤسسات المؤلفين<sup>11</sup> والناشرين<sup>12</sup>، وبشكل مشترك أحياناً.<sup>13</sup> وبينما توّفر هذه الاتفاقات النموذجية الإطار القانوني واللغة (التي يجب أن تتكيف دائماً مع القوانين الوطنية، والظروف الفردية)، فإنها تترك نقاط التفاوض الرئيسية مفتوحة، والتي تتطلب اهتماماً خاصاً ممن يشاركون في النشر الرقمي. وكلما زادت قوتهم التفاوضية، زادت قدرة المؤلف (أو الناشر) على صياغة العقد.

وعادةً ما يكون المؤلفون في موقف تفاوضي أضعف من الناشرين ويجب عليهم، في البداية على الأقل، قبول شروط النشر المعروضة عليهم. طالب توجيه من الاتحاد الأوروبي<sup>14</sup> في عام 2019 جميع الدول الأعضاء بتنفيذ عدد من الأحكام

الموضوعة لحماية المؤلفين وفناني الأداء. وقد شملت الحق في منح أجر "ملائم ومتناسب"، والشفافية، وعودة الحقوق في حالة عدم الانتفاع. كما يمكن العثور على أحكام مماثلة، وإن كانت بعيدة المدى بشكل أقل، في المرفق السابع لاتفاق بانغي للمنظمة الأفريقية للملكية الفكرية،<sup>15</sup> الذي تعهد الموقعون بتنفيذه.

ومع ذلك، تُقدّم أفضل خدمة للمؤلفين والناشرين على المدى الطويل إذا كانت اتفاقاتهم واضحة ومنصفة بالنسبة لجميع الأطراف بغض النظر عن مكان نشر الكتب.

عندما يتفاوض مؤلف بشأن الحقوق الرقمية مع ناشر، من المهم أن يكون التعريف الدقيق للحقوق الممنوحة مفهوماً بوضوح من قبل جميع الأطراف، حيث قد يكون ذلك مجالاً للبس وتعارض محتمل. على سبيل المثال، يمكن أن يكون الكتاب الإلكتروني، أو الكتاب المسموع، أو الإصدارات الرقمية الأخرى، عبارة عن نسخة بنص كامل، أو نسخة مختصرة، أو نسخة محسنة تحتوي على مواد إضافية قد يضيفها، أو لا يضيفها، المؤلف نفسه. تتأثر حقوق "الصوت" المختلفة في حال تسجيل مصنف أو تطويعه من أجل أداء درامي أو تعزيزه بالأداء الصوتي لمن يعانون من إعاقة في قراءة المطبوعات.

تتم مناقشة معظم جوانب الاتفاقية بين المؤلف والناشر في إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر من الويبو.<sup>16</sup> تتطلب البيئة الرقمية إيلاء اهتمام خاص لعناصر اتفاق النشر التالية:

- وصف واضح غير مبهم للحقوق المرخصة في مصنف معين (بما في ذلك تنسيقات النشر المرخص للناشر بإنتاجها، واللغة والأقاليم المشمولة بالتريخ)
- إذا ما كان الاتفاق استثنائياً أم غير استثنائي
- مدة الاتفاقية وعودة الحقوق إلى المؤلف
- معدلات الإتاوة، والإبلاغ وجداول الدفع، بما في ذلك الدفعات المقدمة.

### ترخيص الحقوق الورقية والرقمية

على مدار التاريخ، كان المؤلف يرخص مصنفه لناشر، ويقوم هذا الناشر بنشر الكتاب وتسويقه طوال دورة حياة الكتاب في إقليم معين. ومع ظهور دور النشر المتخصصة (على سبيل المثال، الناشر لكتب ذات غلاف ورقي والصوت فقط)، أتيحت الفرصة لترخيص أنساق تجارية مختلفة مباشرة لناشرين مختلفين.

هناك العديد من الأنساق الرقمية المستخدمة في عملية النشر. قد يكتب المؤلفون ملفاً رقمياً في أنساق برمجيات معالجة نصوص، ويمكن بعد ذلك تحويلها إلى نسق مستخدم في الإنتاج ونشره في أنساق كتب إلكترونية مختلفة، والتي قد تختلف من منصة إلى أخرى.

قد يتم بعد ذلك ترخيص نسخ من المصنفات في أنساق النشر المختلفة هذه لاستخدامات مختلفة مثل البيع الفردي، والإدراج في مجموعات رقمية، والإعارة، والبت، وما إلى ذلك. ويمكن ترخيصها مع النسق الورقي، أو ترخيصها بشكل منفصل، أو يمكن حبسها. توضح "الحقوق الحصرية" بشكل متزايد (العقد الرئيسي بين المؤلف والناشر، والذي يتضمن تقليدياً جميع الأنساق التي يتم نشر المصنف الأصلي بها بالكامل دون مزيد من التعديل) الآن حقاً واحداً أو أكثر من حقوق الكتب الإلكترونية. من الضروري أن يتوصل المؤلفون والناشرون إلى أقصى درجات الوضوح بشأن نطاق الحقوق الرقمية الممنوحة. فبينما قد يحقق النسق التفصيلي واستخدام القوائم العديدة أو البنود الشاملة أو الاستثناءات المحددة اليقين المنشود، فإن هذه نقطة يجب فيها على جميع الأطراف فهم قوانين حق المؤلف في بلدهم بالتفصيل.

سيرغب معظم الناشرين الرئيسيين في الحصول على الحق في نشر نسق الكتاب الإلكتروني إلى جانب النسخة المطبوعة. وبالنسبة لكتب السوق العامة، سيرغب الناشر في جني ثمار مبيعاتهم وجهودهم التسويقية للمبيعات الرقمية والمطبوعة على حدٍ سواء. وحيثما كان هناك سوق لكتب الأغلفة الصلبة، فربما يرغب الناشر في تأخير تاريخ نشر الكتاب الإلكتروني بحيث لا يتنافس نسق الكتاب المتميز مع نسق الكتاب الإلكتروني (الأقل تكلفة كثيراً في كثير من البلدان). تعد استراتيجية الإصدار الدقيقة للكتب الإلكترونية قراراً تجارياً قد يختلف باختلاف الأسواق.

ويشعر المؤلفون بالقلق إزاء الحقوق التي يتم ترخيصها ولا يتم تسويقها بعد ذلك. فهم لا يرغبون في ترخيص حقوق الكتاب الإلكتروني في حال لم يحرز الناشر أي تقدم وينشر فعلياً الكتاب بنسق رقمي. يجب أن تكون هذه نقطة تفاوض. يقع على بلجيكا وفرنسا وألمانيا المجر والسويد التزام بأن يستغل الناشر الحقوق المرخصة.<sup>17</sup> وتحتوي قوانين حق المؤلف في أكثر من 100 بلد على شكل آخر من أشكال بند عودة الحقوق.<sup>18</sup> وفي نهاية المطاف، يمكن من خلال الفهم المشترك لاستراتيجية النشر والجدول تجنب الصراع القانوني في أي ولاية قضائية.

## ترخيص الحقوق العالمية

على نحو معتاد، يتم ترخيص الحقوق بشكل استثنائي لناشر في إقليم معين و/أو بلغة معينة، في حالة الترجمات. قد يكون الناشر الكبار الذين لديهم دور نشر قوية في العديد من البلدان قد حصلوا أيضاً على حقوق لتلك البلدان الأخرى.

وقد يكون من الملائم أيضاً السماح للناشر الأول بترخيص الترجمات الدولية للمصنف، بدلاً من القيام بذلك من خلال وكيل، بشرط أن يكون الناشر قادراً على السعي الجاد للحصول على شركاء ترخيص دوليين ومستعداً لذلك. يكون هذا منطقياً عندما يجمع منشور بين مصنفات العديد من المبدعين، مثل الكتب المحتوية على الكثير من الصور الإيضاحية، وفي الأسواق العلمية والتعليمية، حيث أنشأ الناشر بالفعل روابط متخصصة في مجالهم.

ورغم أن النشر كان دوماً صناعة دولية، فقد كان هناك تركيز إقليمي في الأسواق التعليمية والتجارية. ومع ذلك، فإن البيئة الرقمية تعني أن دور نشر واحدة، حتى وإن كانت صغيرة، أصبح بإمكانها الآن خدمة جمهور عالمي. لذلك ثمة توجه نحو المطالبة بالحقوق العالمية في جميع القطاعات.<sup>19</sup>

عادةً ما يلبي النشر العلمي والمهني احتياجات السوق الدولية؛ لذلك من الضروري للناشر في هذا القطاع أن يحصل على الحقوق العالمية، على الأقل بلغة معينة. وينطبق الأمر نفسه على أي ناشر يلبي احتياجات جمهور عالمي بلغة واحدة. هناك العديد من اللغات التي يتم التحدث بها وقراءتها الآن من قبل المجتمعات المغتربة الكبيرة والثرية نسبياً، والتي تهتم أيضاً بالحصول على الكتب بلغاتها الأصلية. يعد نشر الكتب الإلكترونية مناسباً تماماً للوصول إلى تلك الجماهير. ونظراً لانتشار تلك المجتمعات المهاجرة في العديد من البلدان، فإنه من المهم الحصول على حقوق المبيعات والتوزيع العالمية للمنشورات بهذه اللغات.

### اتفاقيات للمؤلفين ذاتي النشر

لم يكن من السهل على المؤلف نشر كتبه من قبل. ومع ذلك، لا يزال التفاوت في الدخل قائماً بين أنجح المؤلفين، مثل جيه. كيه. رولينج وجيمس باترسون،<sup>20</sup> والمؤلف العادي، الذي يواصل بشق الأنفس لكسب رزقه، ووفقاً لمنظمات المؤلفين، على سبيل المثال، في نيوزيلندا،<sup>21</sup> والمملكة المتحدة<sup>22</sup> والولايات المتحدة.<sup>23</sup> وثمة بعض الدلائل على أن المؤلفين الخبراء حاملي الترخيص بإمكانهم الاستفادة من موقف تفاوضي أقوى، لا سيما بعد أن أصبح النشر الذاتي الآن سبيلاً مجدياً لدخول السوق.<sup>24</sup> ويشير تقرير حديث صادر عن الويبو إلى إمكانات كسب أكبر.<sup>25</sup>

أصبح المؤلفون ذاتيو النشر لديهم الآن الخيار للنشر باستخدام مجموعة من خدمات النشر المختلفة. ونظراً لأن المؤلف يدفع مقابل خدمات النشر، فإن عدداً من عناصر الاتفاق يختلف عن اتفاقيات الناشر التقليدية ويتطلب إيلاء اهتمام خاص.

- يجب على المؤلفين تحديد إذا ما كان العقد استثنائياً، أو إذا ما كان يتيح نشر نفس الكتاب من خلال وسطاء آخرين.
- كما يجب على المؤلفين تحديد إذا ما كان سيتم بيع كتبهم فقط، أو إذا ما كان يمكن أيضاً إعارته، على سبيل المثال، في مكتبة الإعارة لمالكي كيندل بأمازون. قد تختلف معدلات الإتاوة أيضاً اختلافاً كبيراً حسب الخيارات التي يختارها المؤلف.
- تصبح القدرة على تعديل الأسعار أو جميع الكتب أو سحبها بالكامل عناصر أساسية للحرية التي يمنحها النشر الذاتي للمؤلفين.
- وكما هو الحال دائماً، يجب على المؤلفين إيلاء اهتمام خاص لبنود عودة الحقوق: ما مدى سرعة سحب الكتاب من البرنامج إذا رغب المؤلف في عرضه من خلال خدمة مختلفة؟

## الملك العام، والمصنفات المجانية واليتيمة

كما هو مذكور أعلاه، فإن استخدام المحتوى "المجاني" لعمل منشورات وتقديم محتوى "مجاني" هو اختيار يعتمد في المقام الأول والأخير على نموذج العمل، وليس بالضرورة على قرار قانوني. حقيقة أن المحتوى يمكن النفاذ إليه مجاناً أو صراحة بدون مقابل لا تعني إمكانية إعادة استخدامه مجاناً. يجب أن ينتبه الناشر إلى التمييز بين المصنفات غير المحمية، أو التي لم تعد محمية، بموجب قانون حق المؤلف (وأن يدركوا الحقوق المعنوية، حيث قد يستمر الحق في الأبوة والسلامة) وبين المصنفات المحمية بموجب حق المؤلف المرخصة بتراخيص عامة واسعة النطاق.

ولا داعي أن ينشغل الناشر، الذين يعيدون نشر المصنفات التاريخية التي انتهت صلاحية حق المؤلف الممنوح لها، بالحصول على التراخيص ما داموا يستخدمون ترجمات حديثة. لطالما يُسمح بنشر القوانين الوطنية أو البيانات الاقتصادية أو سجلات البراءات أو إعادة نشرها بدون الحصول على ترخيص فردي، بيد أن الآليات التي تسمح للقوانين الوطنية المعمول بها بنشر هذه المصنفات من خلالها قد تتغير. فمثلاً، يمكن أن يشمل ذلك استثناءات أو قيوداً على الأعمال المحظورة بموجب قانون حق المؤلف أو ترخيص مفتوح. ويتبع إعادة نشر المحتوى المتاح "مجاناً" عبر الإنترنت المبادئ ذاتها: فلا يمكن نسخ أو إعادة نشر المحتوى الذي تقدمه المواقع الإلكترونية، ومقاطع الفيديو القصيرة، ومدخلات المدونات، والميمات، ورسائل فيسبوك وتويتر والصور التي تمت مشاركتها بدون الحصول على إذن، حيث إن معظم الشبكات الاجتماعية لديها شروط ترخيص واضحة لإعادة استخدام المحتوى. وينبغي ألا تُستخدم هذه المصنفات بدون الحصول على إذن صريح من صاحب الحقوق، وذلك في حال عدم وجود شروط ترخيص واضحة أو استثناء من حق المؤلف.

فيصعب كثيراً إيجاد صاحب الحقوق الفعلي، ولا سيما حينما لا يرفق الناشر الأول بيانات وصفية كافية بالمصنف. وفيما يخص المصنفات المنشورة، يُعد الناشر الأحدث نقطة انطلاق جيدة لمباشرة عملية البحث، وكثيراً أيضاً ما تحتفظ المكتبات الوطنية أو منظمات الإدارة الجماعية للمؤلفين أو الناشرين بمعلومات من شأنها أن تساعد في تحديد هوية أصحاب الحقوق أو معرفة أماكن تواجدهم. وتكتسي هذه المسألة أهمية خاصة عندما يتعلق الأمر بالمكتبات ودور المحفوظات التي تود إضفاء الطابع الرقمي على ما تضمه من مجموعات وتيسير النفاذ إليها. وقد يكون عدد صاحبي الحقوق التي يتعين فتح خطوط اتصال معهم بغرض الحصول على إذن كبير جداً بدرجة تحول دون فعل ذلك. وقد عمد عدد من البلدان منها كندا<sup>26</sup> والمملكة المتحدة<sup>27</sup>، على سبيل المثال، حالياً إلى سن قوانين وطنية تسمح لأشكال معينة من إعادة استخدام المصنفات اليتيمة، كما أصدر الاتحاد الأوروبي توجيهاً لمعالجة هذه المشكلة.<sup>28</sup> وتتطلب معظم هذه القوانين بحثاً دؤوباً عن صاحب الحقوق وفرض شروط معينة على من يقوم بإعادة النشر أو الغرض من إعادة الاستخدام قبل منح أي ترخيص.

## إدارة الحقوق الرقمية

ينطوي النشر في البيئة الرقمية على التعامل مع حقوق بالغة التعقيد. وفي ظل الوتيرة المتزايدة لعدد فرص تدفق العائدات، ينبغي للناشرين وغيرهم من الوسطاء أن يتمكنوا من تقدير إذا ما كانوا يمتلكون الحقوق ذات الصلة أو يسيطرون عليها من عدمه بدقة وسرعة، فضلاً عن إذا ما كانت سياسات واستراتيجيات أعمالهم تسمح لهم بترخيص هذه الحقوق وبأي سعر. وبدأت آليات الترخيص المؤتمتة حالياً في التطور في النواحي الخاصة ببحث البرامج الحاسوبية عن محتوى معين، وتحديد إذا ما كان يمكن ترخيصه لاستخدام معين متوحيّ أم لا، ومن ثم المضي قدماً في ترتيبات الترخيص بدون أي تدخل بشري آخر. ويتيح أيضاً التسجيل المنهجي والمتسق (الأهم من ذلك) والمستمر لمعلومات الحقوق الرقمية للناشرين تقديم معلومات شفافة ومدفوعات للمؤلفين، وهذا يمثل عنصراً حيوياً لبناء الثقة في العلاقة التي تربطهم.

ويُعد بروتوكول ONIX (تبادل المعلومات عبر الإنترنت) لشروط الترخيص (OLT)<sup>29</sup> التي تمثل مجموعة متطورة من معايير التراسل في إطار بروتوكول ONIX نقطة انطلاق جيدة في السبيل إلى تحديد ماهية الحقوق التي يمكن تسجيلها وطريقة ذلك. وتُخصّص نماذج بروتوكول ONIX (تبادل المعلومات عبر الإنترنت) لشروط الترخيص وفقاً لاحتياجات مجموعات وتطبيقات المستخدمين المختلفة.

ويعد بروتوكول ONIX (تبادل المعلومات عبر الإنترنت) لتراخيص المنشورات نموذج اتصالات مهم لناشري المجلات، لأنه يُمكن الناشرين والوسطاء والمكتبات من التعبير عن شروط الترخيص للمواد الرقمية على نحو منظم بحيث يمكن إدخال هذه الشروط وتفسيرها بواسطة نظام إدارة الموارد الإلكترونية. ومن شأن ذلك أن يعمل على حل المشكلة التي تواجه المكتبات في إدارة شروط الترخيص المختلفة لناشرين مختلفين.

ويساعد بروتوكول ONIX لخدمات معلومات الحقوق المكتبات في تحديد أصحاب الحقوق للمصنفات في مجموعاتهم. ما يعمل على تقليل عدد المصنفات اليتيمة في مجموعة معينة.

وييسر بروتوكول ONIX للمنظمات المعنية بحقوق النسخ (RROs) نقل المعلومات بين هذه المنظمات للمؤلفين والناشرين. وقد أدى ذلك إلى زيادة سرعة ودقة عملية توزيع رسوم الترخيص التي تُدفع إلى المنظمات المعنية بحقوق النسخ على المؤلفين والناشرين الفرديين.

## إدارة سلسلة الكتل والحقوق الرقمية

سلسلة الكتل هي أحد أنواع البرمجيات المطورة حديثاً التي تنشئ سجلات موزعة بلا مركزية رقمية والتي بمجرد إدخال البيانات فيها لا يمكن تعديلها بأثر رجعي. وهذا يفسر قدرتها على تتبع، على سبيل المثال، ملكية الأصول والنقل بدون

التحقيق الخارجي. ويمكن إضافة كل معاملة جديدة إلى سلسلة الكتل باتباع مجموعة قواعد متفق عليها. ويمكن لأي شخص البحث في السجل، ولكن، بخلاف قواعد البيانات المركزية، لا تخول سلطة أو صلاحية تعديل البيانات لأي منظمة مركزية. وتستخدم البتكوين وغيرها من العملات الرقمية تكنولوجيا سلسلة الكتل. وتستخدم بعض الصناعات سلسلة الكتل في الختم الزمني للوثائق، وتتبع الأصول، وحماية البرمجيات ضد العبث بالبنية التحتية الرقمية وتأمينها. ويتوقع البعض أن هذه التكنولوجيا ستحدث ثورة في إدارة البيانات؛ لأنها تتيح المعاملات اللامركزية وإدارة البيانات.<sup>30</sup>

هل لهذه التكنولوجيا أن تحدث تأثيراً على النشر؟ أُجريت بعض التجارب في قطاع الموسيقى، حيث غالباً ما تتسم إدارة حقوق الملحنين ومؤلفي الكلمات وفناني الأداء والناشرين بالتعقيد الشديد. ولتكنولوجيا سلسلة الكتل ثلاث مزايا تجعلها جذابة أيضاً لقطاع النشر. أولاً، تتيح إمكانية تتبع ملكية الحقوق في ملف رقمي وإعادةها إلى المنشئ أو المنشئين الأصليين. ويمكن أن يؤدي ذلك، من الناحية النظرية، إلى تسهيل إثبات ملكية الحقوق أو الحصول على إذن. ثانياً، يمكن أن تزيد من كفاءة المدفوعات وذلك بدمج تكنولوجيا سلسلة الكتل والتراخيص المقروءة آلياً في أنظمة الدفع. ثالثاً، يمكنها تعزيز قدرة الترخيص الجماعي على المنافسة؛ وبذلك تزداد كفاءته من خلال تمكين منصات الترخيص البديلة.

وليس تكنولوجيا سلسلة الكتل بمنأى عن الانتقادات.<sup>31</sup> ويتمثل أحد الشواغل، التي قد تكون مؤقتة، في إذا ما كانت التكنولوجيا يمكن أن تزيد عدد الاستخدامات المرخصة لملفات الموسيقى على الإنترنت. ويمكن أن تتطلب المعاملات الصغيرة معالجة كم هائل من البيانات وتخزينها. والأهم من ذلك، قد يعني الاستقرار إلى سلطة مركزية في نهاية المطاف أيضاً غياب المسؤولية والمسألة. وثمة أيضاً شواغل قانونية تتمثل فيمن يمكن مقاضاته، وما الذي يمكن فعله، حال تعذر تغيير سلسلة الكتل في ظل الحاجة إلى إعادة تقييم الملكية، على سبيل المثال، بعد أن يحدّد قرار المحكمة أن معاملة أو أكثر من المعاملات المضمنة في السلسلة كانت غير قانونية؟ في نهاية المطاف، حل الآن وضع الثقة في آلية سلسلة الكتل المحددة محل الثقة في مطالبات الأشخاص المنخرطين في سلسلة المعاملات. وتطبق هذه الشواغل نفسها على قطاع النشر أيضاً. ومع ذلك، فيما يخص قطاعات المجالات الأخرى، مثل التمويل واللوجستيات والمحاسبة، فإن تكنولوجيات سلسلة الكتل في طريقها لتحل محل الأعمال الورقية المُجهد التي تدعم العديد من المعاملات في الوقت الراهن.

## الترخيص الجماعي

تدير منظمات الإدارة الجماعية (CMOs) التراخيص الجماعية نيابةً عن عدد كبير من أصحاب الحقوق. وجرى تأسيس أول منظمة إدارة جماعية على أيدي مؤلفين وملحنين وكتاب أغاني في فرنسا 1829.<sup>32</sup> وتبنت منظمات الإدارة الجماعية نفسها سريعاً في مجال العروض المسرحية ومن بعده الموسيقى. استلزم ظهور

النسخ الضوئي الشامل إنشاء جمعيات تحصيل للمؤلفين والناشرين، تُعرف باسم المنظمات المعنية بحقوق النسخ. ويضم الاتحاد الدولي للمنظمات المعنية بحقوق النسخ (IFRRO) 106 أعضاء من المنظمات المعنية بحقوق النسخ حالياً وفي عام 2019 جمعت هذه المنظمات حوالي مليار يورو (1.178 مليار دولار).<sup>33</sup> وتختلف العائدات من بلد إلى آخر، ولكن تُعد مدفوعات المنظمة المعنية بحقوق النسخ جزءاً مهماً من دخل المؤلف والناشر في العديد من البلدان، خاصة لناشري المواد التعليمية، نظراً للقوة الخاصة التي يمتاز بها الترخيص الجماعي في هذا القطاع.<sup>34</sup> وعادةً ما تخضع المنظمات المعنية بحقوق النسخ لحكم المؤلفين والناشرين على قدم المساواة، وقواعد توزيع العائدات، وإن كانت هذه تختلف اختلافاً كبيراً بين البلدان، فغالباً ما تقتضي تقاسم عائدات المنظمة المعنية بالنسخ بين المؤلفين والناشرين.

ورغم أن المنظمات المعنية بحقوق النسخ تتعامل بشكل أساسي مع إدارة التراخيص الجماعية، فإنها تخدم أيضاً أغراضاً مهمة أخرى، على غرار التفاف المؤلفين والناشرين حول القضية المشتركة المتمثلة في تمكين حق المؤلف والإدارة الجماعية، والتي تُعزّز الحوار بين المؤلفين والناشرين. وتُعد المنظمات المعنية بحقوق النسخ أيضاً منظمات أصحاب مصالح مرموقة في المناقشات الوطنية بشأن حق المؤلف، وغالباً ما تدعم تطوير جوانب أخرى من البنية الأساسية لقطاع النشر. فهي تضع معرفات ومعايير، وتساعد المؤلفين والناشرين في أن تمارس ضغوطاً من أجل تحسين حماية حق المؤلف، وتقيم علاقات مستمرة مع مجتمع المكتبات، وهو صاحب مصلحة بارز آخر في قطاع النشر.

لطالما كان التوسع في التراخيص الجماعية لتشمل استخدامات رقمية عملية معقدة. وبينما ثمة إجماع في الآراء في بيئة الطباعة على أنه لا يمكن ترخيص النسخ الضوئي إلا من خلال التراخيص الجماعية، فإن تحقيق الإجماع في البيئة الرقمية كان بطيئاً. وسعى الناشر في البداية إلى ترخيص جميع الاستخدامات الرقمية، حتى الصغيرة منها، على نحو مباشر؛ ومرد ذلك يعود إلى أن قواعد التوزيع لتقاسم العائدات التي تحصلها جمعية التحصيل بدت أقل نفعاً للناشرين من اتفاقات الإتاوات التي يمكنهم التفاوض بشأنها مع المؤلفين الفرديين. ورأى الناشر أيضاً أن بإمكانهم الاستجابة بسرعة أكبر ومرونة أكثر للاحتياجات المتغيرة للمرخص له.

وقد وضع عدد من جمعيات التحصيل أنظمة ترخيص تتضمن استخدامات رقمية، مثل المسح الضوئي وإدراج أجزاء من الكتب أو المقالات الصحفية الفردية في حزم الدورات التدريبية الرقمية أو موارد التعلم عبر الإنترنت. وتمكنت بعض المنظمات المعنية بحقوق النسخ، لا سيما المنظمات التي تتطلب نماذج أعمالها تفويضات طوعية من المؤلفين والناشرين، من تطوير منتجات منح التراخيص جديدة ناجحة تعالج شواغل معينة تُساور المستخدم.<sup>35</sup>

وفي الوقت نفسه، تخضع المنظمات المعنية بحقوق النسخ للمراجعة بصفة عامة، وأثارت التغييرات التي طرأت على قانون حق المؤلف في كندا والتي وسعت استثناءات حق المؤلف جدلاً حاداً وجذبت اهتماماً عالمياً.

ووضعت قضايا المحاكم في بلجيكا (منها محكمة العدل الأوروبية أيضاً)<sup>36</sup> وألمانيا<sup>37</sup> الدور الذي يضطلع به الناشر في جمعيات التحصيل موضع تساؤل. وقد أصدر الاتحاد الأوروبي توجيهات جديدة من شأنها التأثير على عمليات وحوكمة منظمات إدارة الحقوق الجماعية.<sup>38</sup>

وسيعتمد إذا ما كان بمقدور المنظمات المعنية بحقوق النسخ مواصلة الاضطلاع بهذا الدور المهم في البنية التحتية لقطاع النشر على صناعات السياسات. وتتمثل القضايا الرئيسية في تمثيل المؤلفين والناشرين، والقدرة على تحصيل رسوم الترخيص للنسخ الخاص، ولاسيما المدى الذي يستوجب فيه استخدام أجزاء من الكتب المدرسية وغيرها من الكتب في المؤسسات التعليمية دفع رسوم لأصحاب الحقوق من خلال المنظمات المعنية بحقوق النسخ المحلية.

1. لمزيد من المعلومات، تفضل زيارة cellbiol.com (بدون تاريخ). *Bioinformatics Web Development: 1-1: Data transmission on the Internet*. [www.cellbiol.com/bioinformatics\\_web\\_development/chapter-1-inter-net-networks-and-tcp-ip/data-transmission-on-the-internet/](http://www.cellbiol.com/bioinformatics_web_development/chapter-1-inter-net-networks-and-tcp-ip/data-transmission-on-the-internet/)
2. لمعرفة المزيد بشأن حقوق النسخ والتوزيع، تفضل زيارة <https://copyrightalliance.org/education/copyright-law-explained/limitations-on-a-copyright-owners-rights/first-sale-exceptions-copyright/>
3. محكمة العدل التابعة للاتحاد الأوروبي (2012). *الحكم في قضية C-128/11: قضية يوسدسوفت غي إم بي إتش ضد أوركل إنترناشونال كورب*, [https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2012-07\\_cp120094en.pdf](https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2012-07_cp120094en.pdf)
4. محكمة العدل التابعة للاتحاد الأوروبي (2019). *القضية C-263/18، رابطة الناشرين الهولنديين ورابطة الناشرين العاميين ضد Tom Kabinet Internet BV وآخرين، حكم المحكمة (الدائرة العليا) الصادر بتاريخ 19 ديسمبر 2019*. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=221807&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=-first&part=1>
5. محكمة الاستئناف الأمريكية، الدائرة الثانية (2017). *شركة كابينتول ريكوردز ذات المسؤولية المحدودة ضد شركة ريدج*. [www.leagle.com/decision/inf-co20181212111](http://www.leagle.com/decision/inf-co20181212111)
6. على سبيل المثال، محكمة العدل التابعة للاتحاد الأوروبي (2019). *القضية C-263/18، رابطة الناشرين الهولنديين ورابطة الناشرين العاميين ضد Tom Kabinet Internet BV وآخرين، حكم المحكمة (الدائرة العليا) الصادر في 19 ديسمبر 2019*. [http://curia.europa.eu/juris/\\$2019document/document.jsf?text=&docid=221807&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=-first&part=1&cid=30040](http://curia.europa.eu/juris/$2019document/document.jsf?text=&docid=221807&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=-first&part=1&cid=30040)
7. انظر، على سبيل المثال، هس إس. وآخرين. *Contract construction: Creating an effective licensing toolkit in an academic library setting. The Serials Librarian*. 78(1-4), 22-27. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2020.1707021>
8. ستون بي (2009). *Amazon. erases Orwell books from Kindle نيويورك تايمز*, 17 يوليو. [www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html](http://www.nytimes.com/2009/07/18/technology/companies/18amazon.html)
9. سبير، م. ور. *بالكول (2007). إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر، الويبو، الصناعات الإبداعية. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية*. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255)
10. WIPO PROOF. <https://wipoproof.wipo.int/wdts/>
11. على سبيل المثال، أيرلندا: *Irish Writers' Union Sample Model Contract* [https://irishwritersunion.org/wp-content/uploads/2017/03/sample\\_contract.pdf](https://irishwritersunion.org/wp-content/uploads/2017/03/sample_contract.pdf); *France: نورخ أو تارش ال (2020). HACKATHON: Résultats de l'atelier: Contrat d'édition equitable*. [https://ligue.auteurs.pro/wp-content/uploads/2020/09/hackathon\\_2020\\_resultats\\_atelier1.pdf](https://ligue.auteurs.pro/wp-content/uploads/2020/09/hackathon_2020_resultats_atelier1.pdf)
12. رابطة ناشري الكتب المستقلة (بدون تاريخ). *Sample publisher/ author agreement – An IBPA member benefit* [www.ibpa-online.org/general/custom.asp?page=authoragreement](http://www.ibpa-online.org/general/custom.asp?page=authoragreement)
13. على سبيل المثال، ألمانيا: *Börsenverein des Deutschen Buchhandels Verlagsrecht & Musterverträge* (بدون تاريخ). [www.boersenverein.de/beratung-service/recht/verlagsrecht-mustervertraege/](http://www.boersenverein.de/beratung-service/recht/verlagsrecht-mustervertraege/); *the Catalan region of Spain: ACEC Modelos de contrato de edición* (in Spanish). [www.acec-web.org/SPA/Syndicat\\_CONTRATOS.ASP](http://www.acec-web.org/SPA/Syndicat_CONTRATOS.ASP); *فرنسا: Accord national de l'édition (2013). Accord auteurs-éditeurs du 21 mars 2013* (in French).

- and-event/latest-report-into-new-zealand-writers-earnings-reveals-the-difficulty-to-make-a-living-from-writing
22. UK authors' earnings and contracts 2018: A survey of 50,000 writers. CREATE blog www.create.ac.uk/blog/2019/05/02/uk-authors-earnings-and-contracts-2018-a-survey-of-50000-writers
23. U.S. Published Author Income Survey Book Author Guild.org/wp-content/uploads/2019/01/Authors-Guild-U.S.-Published-Author-Income-.pdf
24. Digital disintermediation and efficiency in the market for ideas. *CESifo Working Paper Series No. 6880*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3110105>
25. Creators' income situation in the digital age. *Economic Research Working Paper No. 49*. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4372](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4372)
26. Rapport on: Hackathon d'IP Osgoode sur les oeuvres orphelines, relatif à la nécessité d'établir un meilleur régime d'octroi de licences pour les œuvres orphelines. [www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/hackathon-oeuvres-orphelines.html](http://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/publications-politique-droit-auteur/hackathon-oeuvres-orphelines.html)
27. GOV.UK (2021). Copyright: orphan works, Intellectual Property Office. [www.gov.uk/apply-for-a-licence-to-use-an-orphan-work](http://www.gov.uk/apply-for-a-licence-to-use-an-orphan-work)
28. الاتحاد الأوروبي (2012). توجيه البرلمان الأوروبي والمجلس الأوروبي 2012/28/2012/28 EU بتاريخ 25 أكتوبر 2012 بشأن بعض الاستخدامات المرخص بها للمصنفات اليتيمة. الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، L 299/5. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:299:0005:0012:EN:PDF>
29. المجموعة الدولية لتنظيم النشر الإلكتروني (EDiTEUR) (دون تاريخ). Licensing terms and rights information: Overview [www.editeur.org/85/Overview/](http://www.editeur.org/85/Overview/)
30. مجلة ذي إيكونوميست (2015). The promise of the blockchain: The
- www.sne.fr/editeur-et-auteur/accord-auteurs-editeurs-du-21-mars-2013/
14. الاتحاد الأوروبي (2019). التوجيه رقم EU 2019/790 الصادر عن البرلمان الأوروبي والمجلس المنعقد في 17 أبريل 2019، بشأن حق المؤلف والحقوق المجاورة في السوق الرقمية الموحدة والتوجيهين المعدلين 9/96/EC و 29/2001/EC (نص متعلق بالمنطقة الاقتصادية الأوروبية). الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، L 130/92. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>
15. [https://wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/en/oa002/trt\\_oa002.pdf](https://wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/en/oa002/trt_oa002.pdf)
16. سيربر، م. ور. بالكوبل (2007). إدارة الملكية الفكرية في قطاع النشر، الويبو، الصناعات الإبداعية. جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=255)
17. يُرجى الرجوع إلى دراسة البرلمان الأوروبي، المديرية العامة للسياسات الداخلية (2014). *Contractual Arrangements Applicable to Creators: Law and Practice of Selected Member States*. بروكسل: الاتحاد الأوروبي. [www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/juri/dv/contractualarrangements/contractualarrangements\\_en.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/juri/dv/contractualarrangements/contractualarrangements_en.pdf)
18. يوفراج جي. (2019). Reversion laws: what's happening elsewhere in the world? The Author's Interest. <https://perma.cc/7F3J-4ENW>
19. والش سي (2012). Publishing agreements. Writers & Artists, Bloomsbury، 27 يوليو. [www.writersandartists.co.uk/writers/advice/162/after-publication/rights-and-legal-advice/publishing-agreements](http://www.writersandartists.co.uk/writers/advice/162/after-publication/rights-and-legal-advice/publishing-agreements)
20. كوتشينيلو إتش. سي. وإيه شابيرو (2019). World's highest-paid authors 2019: J.K. Rowling back on top with \$92 million. مجلة فوربس، 20 ديسمبر. [www.forbes.com/sites/hayleycucinello/2019/12/20/worlds-highest-paid-authors-2019-rowling-patterson-obama/](http://www.forbes.com/sites/hayleycucinello/2019/12/20/worlds-highest-paid-authors-2019-rowling-patterson-obama/)
21. ترخيص حق المؤلف في نيوزيلندا (2019). Latest report into New Zealand writers' earnings reveals the difficulty to make a living from writing. 27 مارس. [www.copyright.co.nz/about/news-](http://www.copyright.co.nz/about/news-)

36. القضية C-572/13، شركة هيلويت باكارد بيلجم إس بي آر آل ضد شركة ريبوبل (-Rep- *robel*) إس سي آر آل، 2015. <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-572/13>
37. مارتن فوجل (*Martin Vogel*) ضد مؤسسة *BGH ZR*، VG WORT 198/13. <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&nr=74554&pos=0&anz=1>
38. الاتحاد الأوروبي (2014). التوجيه رقم EU/2014/26 للبرلمان الأوروبي والمجلس بتاريخ 26 فبراير 2014 بشأن الإدارة الجماعية لحق المؤلف والحقوق المجاورة والترخيص متعدد الأقاليم للحقوق بشأن الاستخدام الشبكي للمصنفات الموسيقية في السوق الداخلية، الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، L 84/72. <https://eur-lex.europa.eu/lep-gal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0026&from=EN>
- trust machine. مجلة ذي إيكونوميست، 31 أكتوبر، [www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine](http://www.economist.com/news/leaders/21677198-technology-behind-bitcoin-could-transform-how-economy-works-trust-machine)
- 31 جيرارد دي. (2017). Why you can't put the music industry on a blockchain. Hypebot، 31 أغسطس. [www.hypebot.com/hypebot/2017/08/why-you-cant-put-the-music-industry-on-a-blockchain-excerpt.html](http://www.hypebot.com/hypebot/2017/08/why-you-cant-put-the-music-industry-on-a-blockchain-excerpt.html)
32. لمعرفة المزيد بشأن تاريخ منظمات الإدارة الجماعية، تفضل بزيارة [www.cisac.org/sites/main/files/files/2020-11/CISAC-University\\_The\\_History\\_of\\_Collective\\_Management\\_FINAL.pdf](http://www.cisac.org/sites/main/files/files/2020-11/CISAC-University_The_History_of_Collective_Management_FINAL.pdf)
33. المنظمات المعنية بحقوق النسخ (2020). IFRRO Board Report 2019. بروكسل: IFRRO. [www.ifrro.org/sites/default/files/pages/Board%20report%202020%20final%20v15OCT.pdf](http://www.ifrro.org/sites/default/files/pages/Board%20report%202020%20final%20v15OCT.pdf)
34. انظر، على سبيل المثال، the IFRRO policy، [www.contentforeducation.org/campaign](http://www.contentforeducation.org/campaign)
35. انظر، على سبيل المثال، وكالة حق المؤلف (بدون تاريخ). LearningField. [www.copyright.com.au/learningfield/](http://www.copyright.com.au/learningfield/) ومركز تليص حق المؤلف (بدون تاريخ). RightFind Enterprise [www.copyright.com/business/right-find/](http://www.copyright.com/business/right-find/)

# القرصنة في البيئة الرقمية

لا تُعد القرصنة، التي تعتبر سرقة لحق المؤلف، مشكلة جديدة تواجه قطاع النشر؛ فهي نشأت مع نشأة قطاع النشر. واضطر الناشرين دوماً إلى التعامل مع الطابعات التي تتجاوز عدد النسخ المطبوعة أو الكتب المشهورة التي يتم استيرادها أو إعادة طباعتها بطريقة غير شرعية بواسطة أطراف خارجية. ولا يزال هذا الأمر يمثل مشكلة في العديد من البلدان النامية.<sup>1</sup>

وساهم الإنترنت في جعل هذه المشكلة تطفو على الصعيد العالمي وتعود إلى البلدان الصناعية. لقد عمل على تغيير مدى انتشار القرصنة ونطاقها وتأثيرها المحتمل حسب الحجم. وبوسعنا القول إن كل كتاب إلكتروني ناجح سوف يتعرض للقرصنة وأنه يمكن إيجاد نسخ غير مشروعة على الإنترنت لتنزيلها بالمجان قبل النشر الرسمي أحياناً. ففي العام 2015، كانت رواية *الاستسلام* لميشيل ويلبيك متاحة على شبكة الإنترنت مجاناً لتنزيلها بطريقة غير شرعية قبل أسبوع من الإصدار الرسمي في شكل كتاب مطبوع. وتجعل هذه التقارير بعض أصحاب الحقوق يخالجهم التردد بشأن دخول السوق الرقمية. غير أن توفر المحتوى عبر الخدمات القانونية يؤثر أيضاً على مستوى القرصنة التي سببها المرء في الصناعات الإبداعية.<sup>2</sup>

ومن شأن بعض الأرقام أن تصف حجم المشكلة. ومنذ الثمانينيات، زادت القرصنة الرقمية بنحو 300 مليار زيارة سنوياً إلى المواقع الإلكترونية غير القانونية، حيث تتراوح عمليات التنزيل غير المصرح به للكتب الإلكترونية من 21 بالمائة من جميع قرء الكتب الإلكترونية في ألمانيا إلى 92 بالمائة من القرء في روسيا والصين. وحددت دراسة القيمة التجارية للقرصنة الرقمية للموسيقى في 2015 بواقع 29 مليار دولار أمريكي على مستوى العالم، وأشارت في تقديراتها إلى أنها قد ترتفع إلى 53 مليار دولار أمريكي لتبلغ حاجز 117 ملياراً في العام 2022. وفي إسبانيا، أوضح تقرير تم إعداده بتكليف من الصناعات الإبداعية أن 60 بالمائة من مستخدمي الإنترنت قاموا بالنفاذ إلى محتوى غير قانوني بما يصل إلى 11 مرة شهرياً في العام 2019، بأرباح مقيّمة مُدرّت بـ 437,2 مليون يورو (873,2 مليون دولار أمريكي). وفي الولايات المتحدة، ادعى الناشرين بأنهم تعرضوا لخسارة بلغت 300 مليون دولار أمريكي بسبب قرصنة الكتب الإلكترونية.<sup>3</sup> وتشكل المواقع المتعددة اقتصاداً موازياً يجني مئات الملايين من اليوروهات من الإعلانات مع ضمان هوامش ربح تتراوح من 86 إلى 93 بالمائة. وخلص البحث الذي أجري بتمويل من شركة غوغل إلى أن نسبة تتراوح بين 6 و21 بالمائة من الأشخاص المشمولين بالاستقصاء في 13 بلداً مختلفة اعترفوا بالانخراط في أعمال قرصنة في العام الفائت.<sup>4</sup>

ويُرجَّح أن تشهد هذه الأرقام مزيداً من الارتفاع للكتب الصوتية، التي تتأثر بالبحث التدفقي، الذي يمثل أحدث تقنيات النشر، على النحو الذي تتأثر به الموسيقى والفيديو.

وإذا توفرت بيانات أكثر دقة، فمن المحتمل أن تظهر صورة متباينة: حيث إن هناك بلدان تتميز أسواقها الرقمية بالاستقرار الكافي ما يشير إلى قانونية نسبة كبيرة على الأقل من أسواق النشر، في حين يعني الغياب التام تقريباً للأسواق الرقمية الفاعلة في بعض المناطق أن جميع مبيعات الكتب الإلكترونية تقريباً غير مُصرح بها بغض النظر عن حجمها. ولذا فإن الأرقام العالمية لا معنى لها. ومن ناحية سياسية، يُطرح السؤال التالي: هل هناك سوق منظمة تدعم بيئة نشر مستدامة توفر فرص عمل وتحصل الضرائب، والأهم من ذلك توفر كتباً؟

ويوجد صناعات إبداعية تصمد في بيئة لا يدفع فيها إلا نسبة صغيرة من المستهلكين وتتمثل في موسيقيي الشوارع الذين يعزفون بالمجان ويعتمدون على المدفوعات الطوعية وأحياناً ما يلقون نجاحاً باهراً؛<sup>5</sup> وقطاع السينما الهندية "بوليوود"، حتى وإن كانت أعمال القرصنة تجني أموالاً أكثر تفوق ما يجنيه قطاع السينما نفسه.<sup>6</sup> وعلى نحو واضح، تصب وفورات الحجم بوجه عام في صالح قطاع السينما هذا؛ نظراً لحجم السوق الهندية الهائل. وينطبق هذا النموذج بالمثل على "نوليوود"، المكافئ النيجيري لبوليوود. ومع ذلك، فإنه من الحكمة أن نتوقف لوهلة وننظر في المحركات الإبداعية والاقتصادية المذهلة التي يمكن أن تكون عليها صناعات الأفلام هذه إذا كانت تتحلى بالقدرة على وضع نموذج أعمال تقليدي ومتوازن أكثر.

ويتقبل بعض المؤلفين والناشرين أيضاً القرصنة، حيث ينظرون إلى القرصنة والإتاحة المجانية لكتبهم عبر الإنترنت باعتبارها أداة تسويقية لتعزيز مبيعات نسخهم المطبوعة. وينشر باولو كويلو المؤلف الأكثر مبيعاً روابط للإصدارات الرقمية وترجمات كتبه على موقعه الإلكتروني. ويصرّ على أنه "كلما زاد قرصنة" الأشخاص لكتاب معين، كان ذلك أفضل. فإذا حازت مقدمة الكتاب على إعجابهم، فسوف يشترونه كاملاً في اليوم التالي.<sup>7</sup> ويبدو أن البحث الاقتصادي يؤكد الحدس الضمني القائل إن أخذ العينات من المصنفات ذات الجودة غير المعروفة مسبقاً (على سبيل المثال، النفاذ إلى عينة قراءة) قد يشجع المبيعات الإجمالية في صناعات إبداعية معينة. وأضف إلى ذلك، قد تأتي أعلى نسبة إنفاق على المحتوى من المستهلكين الذين يشترون من مصادر قانونية ومصادر غير مصرح بها أيضاً.<sup>8</sup>

وُعد هذا النهج في الواقع نموذج أعمال يتم فيه تعويض المبيعات الرقمية المفقودة جراء القرصنة من خلال تأثير التسويق والعلاقات العامة للكتاب المطبوع وتوفير التكلفة لعدم مكافحة القرصنة. وقد يؤدي وضع العلامات التجارية والصورة الذاتية دوراً في ذلك. ولا يمكن الحفاظ على نموذج الأعمال إلا من جانب المؤلفين والناشرين الذين لديهم سوق كتب مطبوعة كبيرة بما يكفي. ويمكن أيضاً أن يخدم مصالح المؤلفين الذين يعتبرون الكتاب الفعلي مجرد وسيلة للترويج لمؤهلاتهم وخبرتهم التي يمكن أن يحولها إلى مصدر دخل بطرائق أخرى فيما بعد. وعليه، فإنه ليس بالأمر المستغرب أن المؤلفين الأكاديميين الذين يتلقون دخلهم الأساسي من مؤسساتهم الأكاديمية لا ينشغلون كثيراً بقرصنة دراساتهم. ولا يخدم نموذج الأعمال هذا مصالح المؤلفين الذين لا تأتي مصنفتهم ضمن الفئة الأكثر مبيعاً، أو عندما يكون الطلب الشامل على مصنفتهم، مطبوعة كانت أم

رقمية، قليلاً لدرجة لا يرتقي معها بأن يكون مستداماً عند تلبية جزء كبير من الطلب بدون تلقي المؤلفين والناشرين أي مدفوعات.

ومن ثم تظل القرصنة شاعلاً يساور الأغلبية العظمى من المؤلفين والناشرين. وتتقلص السوق المحتملة برمتها بفعل الطلبات التي يُلبّيها القراصنة. وفي ظل انخفاض هامش ربح الأعمال التي عليها معظم قطاعات النشر، واشتراط الناشرين أن تتحمل أرباح عدد قليل من الكتب الأكثر مبيعاً تكاليف برامج النشر الخاصة بهم كاملة، فإن نسبة صغيرة من النسخ المقرصنة يمكن أن تُحدث تأثيراً كبيراً.

ومن الأهمية بمكان أن نعترف بأن تأثير القرصنة يتباين باختلاف قطاعات النشر وذلك قبل الشروع في مناقشة أدوات مكافحة القرصنة الرقمية. فليست كل الأسواق معرضة لخطر القرصنة بالقدر ذاته، وتخدم بعض الأسواق المستهلكين الذين لديهم ثقافة امتثال قوية لحق المؤلف. وهذا ينطبق على الصناعات (القائمة على الملكية الفكرية) التي تقوم على الملكية الفكرية، مثل صناعة المستحضرات الصيدلانية، والأهم من ذلك أوساط المكتبات، والمؤسسات العامة ومنها التعليم العام ومؤسسات التعليم العالي في معظم البلدان. وتلكم أحد الأسباب التي تفسر الحرب الضروس التي تُشن في هذه القطاعات ضد النفاش الدائر بشأن استثناءات حق المؤلف، التي تمثل إحدى الطرق القانونية للاستفادة من المصنفات بدون تعويض. وتهتم القطاعات الأخرى، مثل قطاع الأعمال المصرفية والاستشارة والمحاسبة بشدة في أن تظهر بمظهر الممثل للقوانين بوجه عام، ومنها حق المؤلف. وعلى نحو مماثل، يوجد هناك بعض الأسواق معرضة بوجه خاص لخطر القرصنة، مثل مجال الخيال العلمي أو كتب التعليم العالي المخصصة لطلاب المرحلة الجامعية، وهي أسواق يتمتع فيها القراء العاديون بمهارات تكنولوجيا معلومات فائقة مع إيلاء اهتمام أقل لحق المؤلف. وغالباً ما يكون النشر التقليدي في الأسواق الناشئة عرضةً للقرصنة، نظراً لكون المستهلكين الأوائل الذين يجوبون القراءة الرقمية هم أيضاً عادةً ما يكونون الأكثر إلماماً بتكنولوجيا المعلومات ومعرفةً بمصادر الموسيقى والأفلام والكتب الإلكترونية غير المصرح بها. وتبدأ معظم أسواق الكتب الإلكترونية القانونية في بيئة من القراء الرقميين يخدمهم القراصنة فحسب وبالتالي تعودوا على الحصول على الكتب مجاناً بتكاليف منخفضة للغاية من مصادر مجهولة. ويجعل التنافس مع هذه الأسواق غير المنظمة من الاستثمار الأولي في الأسواق القانونية أمراً عسيراً. وتجذب الأسواق القانونية المنظمة بمجرد تأسيسها العملاء الذين يتوقعون امتثال جميع المعاملات لحق المؤلف إليها تدريجياً.

وعلى أي حال، لا يجب الاستخفاف بمسألة القرصنة. وتتغير السلوكيات تجاه عمليات التنزيل غير القانونية للموسيقى والأفلام والكتب الإلكترونية بمرور الوقت. ولم يُرد لأصحاب الحقوق أن يعانوا سلباً كضحايا للقرصنة، كما يمكنهم، من خلال أفعالهم، تغيير الطريقة التي ينظر بها المجتمع إلى الأنشطة التي تحرمهم من أرباحهم المستحقة. فلن تُحترم الحقوق إلا إذا كان هناك من يُدافع عنها.

## استراتيجيات مكافحة القرصنة

ما هي الاستراتيجيات التي يمكن أن يتبعها المؤلفون والناشرون عندما تهددهم القرصنة؟

يعتقد بعض الناشرين أن القرصنة الإلكترونية تُشكل تهديداً لعمالهم لدرجة أنهم يرفضون تماماً المشاركة في النشر الرقمي. وعلى المدى القريب، تتجنب هذه الاستراتيجيات الخسائر، لكن على المدى البعيد لن تتناسب إلا مع القطاعات التي يُرجح أن تظل قائمة على الطباعة. ويمكن أن يشمل ذلك ناشري كتب الأطفال وناشري الكتب المصورة وعدد قليل من القطاعات الأخرى المحددة. وفي معظم القطاعات الأخرى، قد يبحث المؤلفون عن الناشرين الذين يقدمون بعض العائدات من النشر الرقمي والمطبوع أيضاً. وعلى المدى الطويل، قد لا يصبح الناشر الذي يعتمد على الطباعة إلا متعاقدين متخصصين من الباطن لدور النشر التي تتحلى بالقدرة على نشر مجموعة من التنسيقات، مع التمييز قليلاً بين هؤلاء الناشرين القائمين على الطباعة والطبع المحض.

وتتمثل الاستراتيجية الأولى لمنع القرصنة في الاستفادة من نماذج الأعمال التي يصعب أن تسقط فريسة للقرصنة. ويمكن للناشرين الذين يبيعون حق النفاذ إلى قواعد البيانات التي تخضع للتحديث المنتظم أو مجموعات المكتبات الرقمية، مثل ناشري المجلات وناشري التعليم الرقمي، رصد الزيارات على منصاتهم وإيقاف الانتهاكات الصارخة لكلمات المرور بسهولة. ويعني التحديث المستمر أنه حتى إذا تمكن شخص ما من نسخ منتج الناشر، فسيظل المنتج الأصلي دائماً بجودة فائقة. وهناك طريقة أخرى تتمثل في ربط كتاب معين بمنتج رقمي وجعل الوصول إلى المنتج الرقمي محمياً بكلمة مرور. قد تأتي كتب التعليم العالي مصحوبة بشفرة نفاذ إلى بيئة تعليمية رقمية ثرية، على أن يُباع الترخيص الخاص بها في شكل كلمات مرور فردية على الكتب. ويمكن غلق كلمات المرور التي تتعرض للانتهاك. وقد ينتج عن هذه الطريقة أيضاً إضعاف سوق الكتب المستعملة.

يتمثل النهج الثاني في استخدام تدابير الحماية التقنية (TPMs). وتُعد تدابير الحماية التقنية حواجز تقنية تحول دون نسخ الملفات الرقمية وجعلها متاحة. وألزمت المادة 11 من معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف الأطراف المتعاقدة بتوفير حماية قانونية مناسبة وجزاءات قانونية فعالة لمجابهة التحايل على تدابير الحماية التقنية الفعالة. ويوجد مجموعة من التقنيات التي تختلف من حيث التكلفة والفعالية وعدم الملائمة للقارئ. ويُحتمل ألا تكون أي تقنية فعالة بنسبة 100%، ولكن ذلك قد لا يكون ضرورياً لحماية السوق الرقمية. وتخلق تدابير الحماية التقنية حاجزاً، لا يتمثل في الصعوبة التقنية فحسب، بل يبرز أيضاً أن المصنف خاضع لحماية مالك حق المؤلف. ومن شأن ذلك أيضاً أن يقنع بعض القراء بالتريخيص بدلاً من السرقة.

وتنطوي الاستراتيجية الثالثة على مكافحة القرصنة بفعالية، ولا سيما أولئك الذين يستفيدون منها.

## مكافحة القرصنة عبر الإنترنت

وعلى النحو الذي عليه الجرائم الإلكترونية الأخرى، فإن مكافحة القرصنة على الإنترنت معقدة بسبب عدم الكشف عن الهوية الذي يوفره الإنترنت. إذ أنها ليست مستحيلة. وأولاً وقبل كل شيء، تتطلب قطاع نشر مستعد للدفاع عن حقوقه وإنفاذه. ولا بد أن يكون لذلك ثمن من حيث الجوانب المالية والموارد والجهود الجماعية. وإذا كان يعتقد المؤلفون بأن عملهم ذو قيمة ويرى الناشر أن عملهم يُضفي قيمة، فعندئذ يُعد الدفاع عن هذه الحقوق خطوة سياسية وعملية مهمة.

وهناك عدد من التدابير التي يتعين على المؤلفين والناشرين اتخاذها مقدماً، نظراً للأهمية التي يكتسبها توثيق ملكية الحقوق وسلسلة نقل الحقوق في الإجراءات القانونية. ويضمن إدراج إخطارات حق المؤلف ومعلومات إدارة الحقوق الرقمية في الكتب الإلكترونية، فضلاً عن شروط الترخيص الصريحة أن المستخدمين وأولئك الراغبين في مشاركة هذه المصنفات على نطاق أوسع على علم بحدود حقوقهم التعاقدية ويعرفون التزاماتهم. ويمكن تضمين معلومات إدارة الحقوق الرقمية، فضلاً عن معلومات بشأن المرخص له الأصلي المتعاقد في العلامات المائية الرقمية المتمثلة في المعلومات المخفية المضمنة في الملفات الرقمية ويجري نسخها عند نسخ المصنف.

وبصرف النظر عن هذه الاحتياطات التكنولوجية، يوجد هناك أيضاً تدابير سياسية مهمة يمكن للمؤلفين والناشرين اتخاذها. ويُعد التصدي الواضح للقرصنة مهماً لتحفيز سلطات الإنفاذ، وصُنع السياسات، والمشرعين والقضاة على وضع أطر قانونية وإنفاذ تأخذ القرصنة على محمل الجد. ويتعين أن يكون المؤلفون والناشران على استعداد للتحديث صراحةً ويثبتوا أن القرصنة ليست جريمة لا ضحية لها.

وليس من الضروري كسب جميع القضايا، ولكن من المهم مكافحة وكسب قضايا القرصنة البارزة، التي تؤكد علانيةً على وجود وفعالية قانون حق المؤلف وشرعيته. ويمكن أن تكون عمليات التحقيق على الإنترنت والمكافآت الممنوحة لأولئك الذين يساعدون في كشف هوية القرصنة والتكاليف الاعتيادية لقضايا المحاكم مكلفة للغاية. وبناءً على ذلك يتبع المؤلفون والناشران نهجاً انتقائياً بشأن القضايا التي يرفعونها في المحاكم، ويلتمسون المساعدة من اتحاداتهم للمناضلة بشأن القضايا البارزة. ويمكن أيضاً أن تقدم المنظمات المعنية بحقوق النسخ ومنظمات أصحاب الحقوق الدعم المالي في أغلب الأحيان.

وفي الوقت الذي فشل فيه صنّاع السياسات والمحاكم في ضمان الحماية الكافية والفعالة لحق المؤلف، قد يقدم الاتحاد الدولي للمؤلفين والناشرين الدعم لأصحاب الحقوق المحليين في تذكير حكوماتهم بالتزاماتها بموجب معاهدات الويبو ومنظمة التجارة العالمية التي انضموا إليها كأطراف متعاقدة. وتتطلب هذه المعاهدات حماية كافية وفعالة لحق المؤلف عند الاقتضاء.

## إنشاء أسواق قانونية

كانت القرصنة الإلكترونية حاضرة في معظم البلدان قبل أن تنشأ الأسواق التجارية؛ وعليه، واجهت جميع قطاعات النشر في بادئ الأمر مهمة تبدو شاقة تتمثل في إنشاء سوق تجاري في بيئة تعودت على مشاركة المصنفات المحمية بحق المؤلف مجاناً.

ويتطلب الإنشاء الناجح لسوق كتب إلكترونية عدداً قليلاً من الشروط الأساسية:

- البنية التحتية الأساسية للتجارة الإلكترونية: يتضمن ذلك آليات دفع موثوقة وبنية توزيع أساسية يمكن الاعتماد عليها.
- سعر معقول: يتوقع المستهلكون أن تكون الكتب الإلكترونية أقل تكلفة من الكتب المطبوعة، زُعم أن هذا التصور قد بدأ في التغيير. وبينما تقل أسعار معظم الكتب الإلكترونية ثمناً عن الكتب المطبوعة، فإن روايات المؤلفين الأكثر مبيعاً يمكن أن تتبع استراتيجيات تسعير مختلفة. ويتأثر السعر أيضاً بالسياسات الحكومية، مثل أنظمة أسعار الكتب الثابتة ولوائح الاستيراد الموازية وضريبة القيمة المضافة (VAT)/معدلات ضريبة المبيعات العامة (GST)<sup>9</sup>.
- جهود واضحة لمكافحة القرصنة يبذلها جميع أصحاب المصالح وصانعي السياسات: وتشمل القوانين الواضحة، والمحاكم الملزمة، ووكالات الإنفاذ المدربة، وأصحاب الحقوق الذين يدافعون بنشاط عن حقوقهم. تخلق الإذانات الصادرة عن المحاكم، حتى وإن كانت قليلة ومتباعدة، إحساساً بعدم أخلاقية القرصنة وشعوراً بالخطر بين مرتكبي أعمال القرصنة.
- التوعية العامة: يجب تثقيف الجمهور بشأن سبب حصول أصحاب الحقوق على مكافأة وكيف يمكن مراعاة قوانين حق المؤلف.
- الرصد والتقييم: يجب أن تخضع أي استراتيجية مكافحة قرصنة، ومن بينها تدابير الإنفاذ، للرصد وإعادة التقييم عن كثب؛ نظراً للتغير السريع الذي يطرأ على سلوك المستهلك ونماذج أعمال صاحب الحقوق بمرور الوقت.

وتتمثل إحدى الاستراتيجيات القوية لمكافحة القرصنة في تقديم خبرة وخدمة إلكترونية أفضل بكثير من تلك التي تقدمها المواقع الإلكترونية المقرصنة. ولا تقدم المنصات المشروعة المحتوى فحسب؛ بل توفر تجربة آمنة ومريحة وممتعة عبر الإنترنت. وقد يشمل ذلك: ضمان جودة الكتب الإلكترونية المعروضة، و ضمان موثوقية الموقع الإلكتروني، والحفاظ على الموقع خالياً من الفيروسات أو الإعلانات غير المرغوب فيها أو الإعلان عن خدمات غير مشروعة أو غير أخلاقية، والحفاظ على سرعات تنزيل عالية، وتقديم توصيات بناءً على عمليات الشراء السابقة، وتوفير مراجعات للمحتوى ومجموعات افتراضية وفرصة التواصل مع المؤلفين، وتقديم محتوى ذي صلة أو منتجات أخرى، وتوافر خدمة العملاء وخطوط المساعدة والتطبيقات المفيدة.

وأخيراً، يريد القراء مواقع إلكترونية جديرة بالثقة تتيح التصفح الآمن، والاكتشاف الملائم والخدمة الرائعة، ويريد المؤلفون والناشرون معرفة أن مصنفاتهم يسهل اكتشافها ومحمية بما يكفي ومرخصة بشفافية.

## ملاحظات

1. انظر رابطة الناشرين الدولية  
*IPA Global Report on Copyright & Publishing*  
www.internationalpublishers.org/state-of-publishing-reports/ipa-global-report-on-copyright-publishing
2. انظر، على سبيل المثال، القطاعات السمعية البصرية، سميث دي. وآخرين. (2019). *want you back: The interplay between legal availability and movie piracy*. المجلة الدولية لاقتصاديات الأعمال،  
<https://doi.org/10.1080/1.26.199-2163571516.2019.1553293>
3. روي إيه. (2019). *U.S. publishers are still losing \$300 million annually to ebook piracy*. مجلة فوربس، 28 يوليو. [www.forbes.com/sites/adamrowe/2019/07/28/us-publishers-are-still-losing-300-million-annually-to-ebook-piracy](http://www.forbes.com/sites/adamrowe/2019/07/28/us-publishers-are-still-losing-300-million-annually-to-ebook-piracy)
4. بورت جيه. وآخرون. (2018). *Global online piracy study*. كلية القانون جامعة أمستردام، ورقة بحثية رقم 2018-21، الشكل 24.5
5. انظر ستوبس دي. (2014). *كيفية كسب العيش من الموسيقى (How to Make a Living from Music)* (الطبعة الثانية). جنيف: المنظمة العالمية للملكية الفكرية، ص. 126. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/939/wipo\\_pub\\_939.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/939/wipo_pub_939.pdf)
6. غوبتا إيه. (2016). *Indian films gross \$2 billion, but piracy makes 35% more*. منصة *The News Minute*. 21 أغسطس. [www.thenewsminute.com/article/indian-films-gross-2-billion-piracy-makes-35-more-48603](http://www.thenewsminute.com/article/indian-films-gross-2-billion-piracy-makes-35-more-48603)
7. فلوود إيه. (2012). *Paulo Coelho calls on readers to pirate books*. 1 فبراير. [www.theguardian.com/books/2012/feb/01/paulo-coelho-readers-pirate-books](http://www.theguardian.com/books/2012/feb/01/paulo-coelho-readers-pirate-books)
8. انظر، على سبيل المثال، Ofcom's Online copyright infringement tracker study series in the UK. [www.gov.uk/government/publications/online-copyright-infringement-tracker-survey-10th-wave](http://www.gov.uk/government/publications/online-copyright-infringement-tracker-survey-10th-wave)
9. للاستعلام عن تفاصيل المناقشات بشأن ضريبة القيمة المضافة على الكتب الإلكترونية في الاتحاد الأوروبي، انظر تيفر بي. (2016). *EU's new VAT rules likely to make ebooks cheaper*. *EUobserver*. 1 ديسمبر. <https://uobserver.com/digital/136111>

اجتاحت الثورة الرقمية قطاع النشر بالكامل. وتعمل التكنولوجيا على تغيير جميع عناصر النشر، رغم أن الكتاب المطبوع باعتباره منتجاً لا يزال يتمتع بشعبية وصامداً. ولا تعتبر الهجرة الكاملة لجميع قطاعات صناعة النشر إلى المنصات الرقمية نتيجة مسلماً بها، على المدى المتوسط على أقل تقدير. وفيما يخص القراء، يتم تمكين الهجرة إلى المنتجات الرقمية من خلال توفر التكنولوجيا الرقمية، ورغم ذلك تظل القراءة على الشاشة أو على قطعة من الورق اختياراً لهم.

وتبدو الكتب المطبوعة مختلفة عن الوسائط الأخرى؛ لأن القراء يرون ما هو أكثر من قيمة الحنين إلى الماضي في الورق باعتباره وسيطاً. فالورق متين ومُحکم ويسهل التعامل معه ورخيص وبسيط ولا يتطلب كهرباء. ويمكن تضمين حواشٍ به، وتمزيقه، وتجديده، ولمسه، وطيه، وعرضه، والاستمتاع به بعيداً عن أي جهاز حاسوب. وتحظى هذه الصفات بالتقدير في أغلب الأحيان، ولكن ليس على الدوام؛ وتستمر الكتب المطبوعة في الأسواق متى رأى القراء أنها ذات قيمة، ولكن عندما توفر الأنساق الرقمية فائدة إضافية مهمة أو تحل مشكلات ملحة، ستكون الغلبة لها.

وكان قطاع التواصل العلمي هو القطاع الأول الذي تم فيه التخلي عن الورق والتحول للأنساق الرقمية، حيث احتاج الباحثون إلى التكنولوجيا الرقمية لجعل مجموعة المعارف العلمية التي لا تتوقف عن النمو قابلة للبحث فيها وجعل المعلومات التي يطلبونها قابلة للكشف. ومع ذلك، تسجل الأوراق حضورها بقوة في نشر كتب الأطفال؛ لأن الآباء يفضلون الكتب كحل بديل للوقت الأطول أمام الشاشة. وأخذ التعلم عن بُعد الطابع الرقمي، حيث تسد التكنولوجيا والإنترنت الفجوة المادية على نحو أكثر فاعلية من أي كتاب مطبوع. وحتى اللحظة، في الفصول الدراسية الإعدادية والثانوية، يمكن أن تعزز الأدوات الرقمية جانب التعلم الأكثر أهمية فحسب: العلاقة بين الطالب والمدرس.<sup>1</sup> وتحرز الحلول الرقمية نجاحاً فقط في المجالات التي تضطلع فيها بحل مشكلات تعذر حلها على الكتب الورقية.

وتتشبث الطباعة بمكانتها في مجالات مثل الفن والطهي وكتب السفر، وتحفظ بشعبيتها لدى فئة جماهير معينة من الصغار والكبار الذين يفضلون ببساطة القراءة الورقية أو التعلم من الكتب المدرسية المطبوعة (إلا إذا كانوا مسافرين، أو يقرؤون بلغة غير اللغة الأم، أو يحتاجون إلى تعديل حجم وتباعد النص وما إلى ذلك).

ويعصف هذا السلوك المتغير الموقف الجديد الذي يجد الناشرون أنفسهم أمامه: ستؤدي الطباعة دوراً مهماً في معظم قطاعات النشر، ولكن نظراً لإمكانية قراءة المنشورات والنفاز إليها في العديد من السياقات المختلفة، ينبغي أن يتعلم الناشرون كيفية توفير النفاز إلى المحتوى الخاص بهم في مجموعة من الأنساق الرقمية أيضاً.

وفيما يخص قطاع النشر نفسه، فإن "التحول الرقمي" ليس عملاً واحداً أو مسألة بسيطة تتعلق ببيع منتج في صورة ملف رقمي. فالتحول الرقمي هو تغيير للعقلية. فهو يعني التعرف على القراء، وفهم سبب شرائهم للكتب، ومتى يقرؤونها، وما الذي يبحثون عنه؛ ومن ثم التأكد من أن المنشورات متاحة لهم أينما ومتى يريدونها وبالتنسيق الذي يريدون استخدامه لتلبية احتياجاتهم الفردية. ويُعد التحول نحو تفضيلات المستخدم بمثابة الثورة الحقيقية؛ لأنها تضع كامل السلطة في أيدي القارئ. والناشرون الناجحون هم أولئك الذين لا يبدون مقاومة ولكن يكتفون خدماتهم مع هذه الاحتياجات وبينون نماذج أعمالهم حولها. وحتى وإن قرر الناشرون النشر في نسق ورقي، فسيتعين عليهم تبني عقلية رقمية بغية تحقيق النجاح: مراقبة قرائهم ومعرفة احتياجاتهم وإيجاد طرق لخدمتهم من خلال كتبهم.

ومن شأن هذا التركيز الموجه إلى القارئ أن يعقد استراتيجيات الأعمال للمؤلفين والناشرين. حيث إن هناك قنوات توزيع وتدفقات إيرادات محتملة ونماذج أعمال كثيرة للغاية يجب مراعاتها. وينبغي للمؤلفين و/أو ناشرهم في الوقت الراهن إدارة تقديم المحتوى في مجموعة أنساق متزايدة باطراد وعبر مجموعة من المنصات. ويتطلب ذلك مجموعة مهارات جديدة للتعامل مع التعقيد الذي يميز خيارات وأنظمة ترخيص عديدة للغاية.

يظل حق المؤلف أمراً ضرورياً لمستقبل النشر، كما صاغها جaron لانبيير "تعد [الملكية الفكرية] خطأً جوهرياً في رسم مستقبل ينعم فيه الجميع بحياة كريمة. [...] وتوفر الملكية الفكرية مساراً للمستقبل الذي سياتي بالحياة الكريمة وسبل العيش لعدد كبير من الأشخاص. هذه الفرصة الأفضل بالنسبة لنا".<sup>2</sup>

ورغم كل التغييرات التي طرأت على وسائل الإعلام والتكنولوجيا وسلوك القارئ، فإن الشغف الذي يحرك قطاع النشر لم يتغير مطلقاً؛ لتسخير إبداع الكتاب ومهارات الناشرين لرواية القصص ومشاركة الأفكار ونقل المعرفة.

1. سافيدرا جيه. (2020). On World Teacher's Day: A recognition of hard work during challenging times. World Bank blogs. 5 أكتوبر. <https://blogs.worldbank.org/education/world-teachers-day-recognition-hard-work-during-challenging-times>
2. جيويل سي. (2016). رائد في مجال التكنولوجيا الرقمية، جaron لانبير، يتحدث عن أخطار ثقافة الإنترنت "المجانية". مجلة الويبيو، أبريل. [www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2016/02/article\\_0001.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2016/02/article_0001.html)

## قائمة التحقق من السياسات العامة التي تمكن الهجرة الرقمية

يمكن لأي بلد يعيش فيه سكان مثقفون ومتعلمون دعم ثقافة كتاب محلية واقتصاد نشر، لكن جميع قطاعات النشر تعتمد على السياسات الحكومية إلى حد بعيد.

يقدم الجدول 1 في الملحق قائمة بمجالات السياسات التي تؤثر على النشر الورقي والرقمي.

### الجدول 1 في الملحق. السياسات المتعلقة بحق المؤلف

مساعدة الويبو	أصحاب المصلحة المعنيون	تدابير القوانين والسياسة	مجال السياسة
			قوانين حق المؤلف
متوفرة	الجميع	اتفاقية برن، معاهدة الويبو بشأن حق المؤلف، معاهدة مراكش	تنفيذ واعتماد معاهدات الويبو ذات الصلة
متوفرة	الجميع	التوافق مع معاهدات الويبو	مراجعة استثناءات حق المؤلف
	الجميع	حملات الوعي العام	احترام حق المؤلف
متوفرة	المؤلفون، الناشر، وكالات الإنفاذ، المحاكم	الوعي، التدريب، الإنفاذ	سياسات مكافحة القرصنة
لا يوجد صكوك دولية	المؤلفون، المترجمون، الناشر	حق المؤلف وقانون العقود	الأطر القانونية الملائمة للمؤلفين والمترجمين
	المؤلفون، الناشر، المكتبات	تكوين الكفاءات للمؤلفين، الناشرين وأصحاب المصلحة المعنيين الآخرين	حق المؤلف ومهارات الترخيص

سياسة حق المؤلف	حوار تطلعي بشأن	مشاورات المائدة المستديرة لأصحاب المصلحة المعنيين المتعددين التي تُشجع على الحلول التعاونية	الجميع
الإدارة الجماعية	تكوين الكفاءات ومراجعة فعالية وكفاءة وحسن حوكمة منظمات الإدارة الجماعية (CMOs)	المؤلفون، الناشر، المكتبات، مرخص لهم محتملين آخرين	متوفرة
سياسات النشر الرقمي			
ضريبة القيمة المضافة/ ضريبة المبيعات العامة	معدلات ملائمة ومتسقة لضريبة القيمة المضافة للكتب الإلكترونية والمنشورات الرقمية الأخرى	المؤلفون، الناشر، المكتبات، بائعو التجزئة	
أسعار الكتب	قواعد مناسبة بشأن أسعار الكتب الثابتة	المؤلفون، الناشر، بائعو التجزئة	
قانون المنافسة	المراقبة الجيدة للمنافسة التي تسمح بالبيع والتوزيع التنافسي للكتب على الإنترنت	المؤلفون، الناشر، بائعو التجزئة	
إمكانية النفاذ	ضمان إتاحة الكتب للأشخاص الذين يعانون من إعاقات في قراءة المطبوعات	الناشر، المكتبات، المنظمات التي تمثل الأشخاص الذين يعانون من إعاقات في قراءة المطبوعات	متوفرة
السياسات التعليمية الرقمية			
سياسات التعليم الرقمي	ضمان أن الأهداف التعليمية تقيم على نحو كافٍ الأدوات الرقمية وتأثيرها على التعليم	المؤلفون، الناشر، صنّاع السياسات التعليمية، مقدّمو التكنولوجيا، المدرسون، الباحثون	
تجارب التعليم الرقمي	التجريب والتقييم الدقيق للمبادرات الرقمية الكبيرة	الباحثون، المؤلفون، الناشر، صنّاع السياسات التعليمية، المدرسون	
سياسات الشراء الرقمي	ضمان دعم سياسات الشراء للخبرات التعليمية المحلية، لاسيما بين المؤلفين والناشرين	المؤلفون، الناشر، صنّاع السياسات التعليمية، المعلمون	

سياسات شراء الكتب المدرسية	إعادة النظر فيما إذا كانت سياسات شراء الكتب المدرسية تقدم التحفيز الكافي للمؤلفين والناشرين المحليين على الاستثمار في المهارات اللازمة للكتب المدرسية عالية الجودة، وأنها تتيح المنافسة الملائمة	المؤلفون، الناشر، صنّاع السياسات التعليمية، المعلمون
سياسات النفاذ المفتوح		
سياسات النفاذ المفتوح	الترويج لسياسات النفاذ المفتوح الملائمة التي تمكن الجمهور من النفاذ، وتضمن الاستخدام طويلة الأمد للتواصل العلمي	الناشرون، الجامعات، المكتبات، المؤسسات العلمية
التوعية بشأن أنظمة النفاذ المجانية القائمة	التوعية بشأن أنظمة الترخيص القائمة والآليات الأخرى التي تحسن النفاذ والترويج لها	المبادرات التي تعزز النفاذ إلى المعلومات العلمية
السياسات العامة		
حملات الترويج للكتب العامة	الترويج للكتب والقراءة في الإذاعة العامة من خلال الجوائز الوطنية وما إلى ذلك	المؤلفون، الناشر، المكتبات، الهيئات الإذاعية، المؤسسات الثقافية الأخرى
حملات محو الأمية المبكرة	حملات تشجيع القراءة للأطفال الصغار والقراءة معهم	
	المكتبات، المؤسسات الخيرية، أطباء الأطفال، القابلات، حملات القراءة المبكرة الدولية	

## قائمة التحقق من مهارات حق المؤلف الرقمي للمؤلف/الناشر

يتعين على المؤلفين والناشرين أن يكونوا ملمين بحق المؤلف وشبكة الإنترنت، حيث يتعين فهم حق المؤلف والتأكيد عليه وإدارته مثل غيره من الحقوق، ويستلزم ذلك إجراء التحسين الدائم لمجموعة مهارات المعروفة منها والجديدة.

### الجدول 2 في الملحق. قائمة التحقق من مهارات حق المؤلف للمؤلف/الناشر

مجال حق المؤلف	المهارة المطلوبة
التدريب على حق المؤلف	يتعين على المؤلفين والناشرين فهم قوانين حق المؤلف الوطنية، والتعبير عن الحقوق التي يمنحونها في التراخيص على نحو واضح.
الامتثال لحق المؤلف	يتعين على المؤلفين والناشرين احترام حقوق الآخرين الذين يستفيدون من مصنفاتهم، على غرار الرسامين التوضيحيين أو المترجمين أو الجهات المرخصة الخارجية.
إدارة الحقوق	يطور المؤلفون والناشرون مسارات عمل لإدارة الحقوق التي تدمج إدارة الحقوق في عملية النشر.
العلاقات بين المؤلف والناشر	يجب أن يناقش المؤلفون والناشرون استراتيجية النشر الرقمي للناشر باعتبار ذلك جزءاً من عملية الترخيص.
التعاون	يتعين على المؤلفين إدارة حقوقهم على نحو استباقي، وفهم ما يترتب على حقوقهم من آثار نماذج الأعمال المختلفة، بما في ذلك منصات النشر الذاتي.
منظمات الإدارة الجماعية	ينبغي للمؤلفين والناشرين تعزيز تعاونهم من أجل الدفاع عن مصالحهم المشتركة.
	ينبغي للمؤلفين والناشرين تعزيز منظمات الإدارة الجماعية الوطنية من أجل الدفاع عن مصالحهم المشتركة.

يتطلب دعم تطوير ثقافة وطنية للكتاب والقراءة من خلال الكُتّاب والناشرين المحترفين المحليين فهم طريقة عمل هذا القطاع من الاقتصاد الإبداعي وكيفية تأثيره بالتّورة الرقمية. يهدف هذا المنشور إلى مساعدة صانعي السياسات، وخاصة أولئك الموجودين في البلدان التي تُبدي اهتماماً بتعزيز النشر المحلي، وفهم قطاع النشر فهماً أفضل وفهم مدى تأثير حق المؤلف وغيره من السياسات على الطريقة التي يجري بها إنشاء الكتب ونشرها واستهلاكها.

المنظمة العالمية للملكية الفكرية  
34, chemin des Colombettes  
P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Switzerland

الهاتف: +41 22 338 91 11  
الفاكس: +41 22 733 54 28

للاطلاع على تفاصيل الاتصال بمكاتب الويبو الخارجية،  
يُرجى زيارة الموقع التالي:  
[www.wipo.int/about-wipo/ar/offices](http://www.wipo.int/about-wipo/ar/offices)

منشور الويبو رقم: 1066A  
(نسخة مطبوعة) 3 - ISBN: 978-92-805-3444-0  
(نسخة على الإنترنت) ISBN: 978-92-805-3445-0