منصات المشاع الإبداعي:
دراسة تقييمية

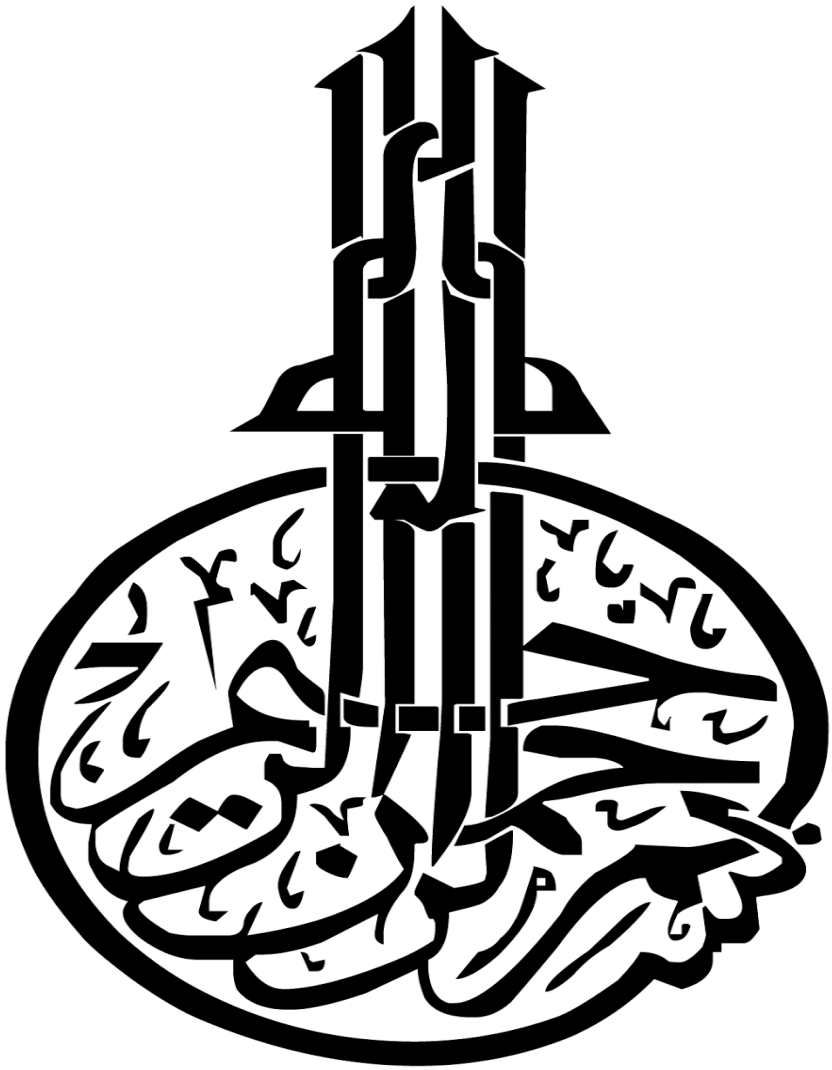
إعـداد

دكتورة/ ابتسام عبدالسلام علي شتا

مدرس المكتبات والمعلومات بقسم الوثائق والمكتبات والمعلومات

كلية الدراسات الإنسانية للبنات بالقاهرة- جامعة الأزهر

١٤٤٦ هـ- ٢٠٢٤م



منصات المشاع الإبداعي: دراسة تقييمية

Creative Commons Platforms: An Evaluation Study

د. ابتسام عبدالسلام علي شتا
قسم الوثائق والمكتبات والمعلومات- كلية الدراسات الإنسانية للبنات بالقاهرة- جامعة الأزهر
البريد الإليكتروني:
ebtesamsheta5@gmail.com

المستخلص

تمثل ثقافة المشاع الإبداعي الركيزة الأساسية للتقدم الإبداعي والابتكار في ظل التطور التقني، حيث تتيح إمكانيات جديدة للتعلم والتعاون ودعم حقوق الملكية للمؤلفين والمبدعين، تقوم الدراسة بتقييم ست منصات متاحة خلال موقع منظمة Creative Commons وهي (Flickr و Jamendo و SoundCloud و Thingiverse و Vimeo و Wikimedia Commons) باستخدام المنهج الوصفي وقائمة مراجعة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلىٰ عدد من النتائج من بينها: اعتماد المنصات محل الدراسة بنسبة ٨٣,٣٪ في إنشائها علىٰ جهود شخصية، في حين أن ١٦,٧٪ اعتمدت في إنشائها علىٰ مؤسسة، كما تقدم المنصات خطط اشتراك مجانية وأخرىٰ مدفوعة، وتتوافر الخطط المجانية والمدفوعة في أربع منصات بنسبة ٦٦,٧٪، بينما توفر منصتان الخطط المجانية فقط بنسبة ٣٣,٣٪، كما تتفاوت المنصات محل الدراسة في توفير الآليات التي تساعد صانعي المحتوىٰ في تقييم أداء أعمالهم الإبداعية؛ حيث تحتل SoundCloud و Vimeo المركز الأول، وتأتي Flickr في المركز الثاني، تليها Jamendo في المركز الثالث، ثمThingiverse وWikimedia Commons في المركزين الرابع والخامس علىٰ التوالي، وتوصي الدراسة بضرورة اهتمام الجامعات المصرية بإنشاء منصات عربية تدعم تراخيص المشاع الإبداعي علىٰ نحو مماثل للمنصات الأجنبية، وكذلك ضرورة قيام الجهات المسؤولة عن المنصات التي لا تدعم تحقيق الدخل مثل

Flickr و Thingiverse، Wikimedia Commons بإنشاء متجر رقمي علىٰ مواقعها؛ مما يساعد صانعي المحتوىٰ في تحقيق دخل مباشر وثابت من أعمالهم دون الحاجة للخروج من المنصة، مما يزيد من جاذبية المنصة لصانعي المحتوىٰ من المؤلفين والمبدعين.

الكلمات المفتاحية: المشاع الإبداعي، تراخيص المشاع الإبداعي، الملكية الفكرية ، حقوق النشر والتأليف، التراخيص الإبداعية.

Creative Commons Platforms: An Evaluative Study

Dr. Ebtesam Abdulsalam Ali Sheta
lecturer of Library and Information – Al- Azhar University
E_mail: ebtesamsheta5@gmail.com

Abstract

Creative Commons culture is the cornerstone of creative progress and innovation in light of technological development, as it provides new possibilities for learning, collaboration, and supporting property rights for authors and creators. The study evaluates six platforms available on the Creative Commons website (Flickr, Jamendo, SoundCloud, Thingiverse, Vimeo, and Wikimedia Commons) using a descriptive approach and a checklist as a data collection tool. The study results showed that 83.3% of the platforms studied were created on personal efforts, while 16.7% were created by an institution. The platforms also offer free and paid subscription plans. Free and paid plans are available on four platforms at a rate of 66.7%, while two platforms provide free plans only at a rate of 33.3%. The platforms studied also vary in providing mechanisms that help content creators evaluate the performance of their creative work; SoundCloud and Vimeo ranked first, Flickr came in second, followed by Jamendo in third, and Thingiverse and Wikimedia Commons in fourth and fifth place respectively. The study recommends that Egyptian universities should focus on creating Arab platforms that support Creative Commons licenses in a similar manner to foreign platforms, as well as the need for the authorities responsible for platforms that do not support monetization, such as Flickr, Thingiverse, and Wikimedia Commons, to create a digital store on their sites; This helps content creators achieve direct and fixed income from their work without having to leave the platform, which increases the platform's attractiveness to content creators, authors, and creators.

Keywords: Creative Commons, Creative Commons Licenses, Intellectual Property,Creative Licenses

تمهيد

منصات المشاع الإبداعي هي منصات علىٰ شبكة الإنترنت تسمح باستخدام المحتوىٰ الرقمي من قبل الآخرين وفقًا لشروط محددة؛ فهي تتيح لكلٍّ من المبدعين والمستخدمين الوصول إلىٰ محتوىٰ متنوع من المعرفة مثل الصور والفيديوهات والنصوص والنماذج ثلاثية الأبعاد وغيرها، وذلك ضمن تراخيص تحفظ حقوق الملكية الفكرية وحرية الاستخدام، مما يساعد في تكوين مجتمع متميز يتسم بالإبداع والابتكار والتعاون بين أفراده، حيث يتمكن المستخدمون من خلال منصات المشاع الإبداعي الوصول إلىٰ أعمال الآخرين ومشاركتها أوالتعديل عليها وفقًا للشروط التي يحددها صانعي المحتوىٰ، مما يُسهم في إثراء المحتوىٰ الرقمي.

١. الإطار المنهجي

١/١ ظاهرة الدراسة

لاحظت الباحثة في الآونة الأخيرة انتشار الكثير من المنصات الرقمية التي تَنْشر محتواها وفقًا لأحد أنواع التراخيص المفتوحة تعرف بتراخيص المشاع الإبداعي والتي تهدف إلىٰ تشجيع المؤلفين والمبدعين علىٰ الإبداع والمشاركة مع حماية حقوقهم، وكذلك سهولة الوصول إلىٰ المحتوىٰ؛ مما أدىٰ إلىٰ ارتفاع معدلات نمو الأعمال المرخصة بموجب المشاع الإبداعي علىٰ شبكة الإنترنت خلال الفترة من ٢٠٠٦ وحتىٰ ٢٠٢٣ وهذا ما أكدته التقارير السنوية لـ Creative Commons والتي تشير إلىٰ وصول تلك الأعمال إلىٰ ما يزيد عن ٢,٥ مليار عمل بحلول نهاية عام ٢٠٢٣[١].

٢/١ أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من دور منصات المشاع الإبداعي الواضح في تعزيز قدرتها علىٰ استخدام المحتوىٰ الرقمي بشكل قانوني ومرن، حيث تلعب دوراً هامًا في تسهيل الوصول إلىٰ مصادر معرفية متنوعة يمكن استخدامها في الأبحاث العلمية والأعمال الإبداعية هذا من جهة، ومن جهةٍ أخرىٰ يستطيع المبدعون من خلالها

التحكم في كيفية استخدام أعمالهم من قبل الآخرين؛ مما يساعد في تحقيق التوازن بين حقوق المبدعين وحرية الاستخدام؛ بالإضافة إلىٰ أنها تفيد مجموعة مختلفة من الفئات مثل المبدعين، وجمهور المستخدمين، والهيئات التعليمية؛ فهي تفيد المبدعين في تقديم أعمالهم ومشاركتها مع جمهور واسع، مما يشجعهم علىٰ الإبداع والابتكار ويوفر لهم فرص أكبر لتحقيق الدخل والكسب المادي، كما يستفيد منها جمهور المستخدمين في الحصول علىٰ محتوىٰ متنوع وبجودة عالية بشكل مجاني أو بتكاليف بسيطة، كذلك تستفيد الجهات التعليمية من استخدام هذه المنصات كمصادر دراسية تساعد علىٰ التعلم الذاتي.

٣/١ أهداف الدراسة

تسعىٰ الدراسة إلىٰ تقييم منصات المشاع الإبداعي لفهم أوجه التشابه والاختلاف بين الخدمات التي تقدمها تلك المنصات؛ حتىٰ يتمكن كل من صانعي المحتوىٰ والمستخدمين من اختيار المنصة الأنسب لاحتياجاتهم الشخصية أو المهنية واستخدامها بشكل فعَّال، وذلك من خلال دراسة مجموعة من العناصر الأساسية، والتي يمكن تلخيصها في الأهداف التالية:

١. التعريف بمنصات المشاع الإبداعي ونظم الاشتراك.

٢. تحليل أدوات صناعة وإدارة المحتوىٰ وآليات قياس أدائه علىٰ منصات المشاع الإبداعي.

٣. تحديد المتطلبات الفنية والدعم الفني المقدم لصانعي المحتوىٰ علىٰ منصات المشاع الإبداعي

٤. رصد وسائل التسويق والترويج للمحتوىٰ علىٰ منصات المشاع الإبداعي.

٥. تقييم الآليات المتبعة لتقاسم الأرباح علىٰ منصات المشاع الإبداعي.

٤/١ تساؤلات الدراسة

تحاول الدراسة تحقيق أهدافها المحددة من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

١. ما أبرز منصات المشاع الإبداعي؛ وما نظم الاشتراك بها؟

٢. كيف يتم إدارة المحتوىٰ وقياس أدائه علىٰ منصات المشاع الإبداعي؟

٣. ما المتطلبات الفنية والدعم الفني المقدم لصانعي المحتوىٰ علىٰ منصات المشاع الإبداعي؟

٤. كيف يتم التسويق والترويج للمحتوىٰ علىٰ منصات المشاع الإبداعي؟

٥. ما الآليات المتبعة لتقاسم الأرباح علىٰ منصات المشاع الإبداعي؟

٥/١ حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة تحليل وتقييم ست منصات من منصات المشاع الإبداعي المتاحة من خلال موقع منظمة .Creative Commons

الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة التطبيقية علىٰ المنصات الست محل الدراسة خلال الفترة من ١٢ سبتمبر ٢٠٢٤ إلىٰ ٢٩ أكتوبر ٢٠٢٤.

الحدود اللغوية: اللغة الإنجليزية هي اللغة الأساسية التي تدعمها واجهة المستخدم لمنصات المشاع الإبداعي محل الدراسة؛ بالإضافة إلىٰ أنها تدعم مجموعة أخرىٰ من اللغات تختلف من منصة لأخرىٰ؛ منها الصينية والألمانية والأسبانية والإيطالية والبرتغالية.

الحدود النوعية: المنصات الرقمية للمشاع الإبداعي علىٰ شبكة الإنترنت والمتاحة من خلال موقع منظمة Creative Commons.

٦/١ منهج الدراسة وأدواتها.

اعتمدت الدراسة علىٰ المنهج الوصفي لكونه المنهج الملائم للدراسة، حيث يعتمد علىٰ جمع البيانات وتحليلها والخروج بتفسيرات ومؤشرات تساعد في تحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، وبالتالي الوصول إلىٰ نتائج وتوصيات[٢]، تساعد في تحسين مستوىٰ الخدمات التي تقدمها المنصات، وذلك باستخدام قائمة مراجعة تتضمن مجموعة من المعايير التي تساعد في تقييم المنصات، وقد تم استنباط محاورها من خلال الاطلاع علىٰ الدراسات التي تناولت تقييم المنصات والخدمات الرقمية، والملاحظة والتعامل المباشر مع المنصات والاطلاع علىٰ قسم الأسئلة الشائعة.

٧/١ مجتمع وعينة الدراسة

١/٧/١ مجتمع الدراسة

اعتمدت الدراسة علىٰ موقع منظمة المشاع الإبداعي Creative Commons[٣] في حصر مجتمع الدراسة؛ حيث يضم الموقع ١٦ منصة تعمل جميعها علىٰ مشاركة واستخدام المحتوىٰ الرقمي بتراخيص المشاع الإبداعي وذلك بعد اختيار صاحب المحتوىٰ الترخيص المناسب لعمله، كما هو مبين بالجدول(١).

جدول(١) منصات المشاع الإبداعي مجتمع الدراسة

م	اسم المنصة	الرابط
١	ccMixter (Music)	http://ccmixter.org
٢	Europeana (Media)	https://www.europeana.eu/en
٣	Flickr (Media)	https://www.flickr.com
٤	Google (Web)	https://www.google.com
٥	Google Images (Image)	https://www.google.com/photos
٦	Jamendo (Music)	https://www.jamendo.com
٧	Nappy (Image)	https://nappy.co
٨	Open Clip Art (Image)	https://openclipart.org

م	اسم المنصة	الرابط
٩	OpenGameArt (Media)	https://opengameart.org
١٠	Openverse (Media)	https://openverse.org
١١	Sketchfab (3D Model)	https://sketchfab.com
١٢	SoundCloud (Music)	https://soundcloud.com
١٣	Thingiverse (3D Model)	https://www.thingiverse.com
١٤	Vimeo (Video)	https://vimeo.com
١٥	Wikimedia Commons (Media)	https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page
١٦	YouTube (Video)	https://www.youtube.com

٢/٧/١ عينة الدراسة

تم اختيار عينة مقصودة من المنصات المتاحة عبر موقع منظمة المشاع الإبداعي Creative Commons، وقد اقتصرت عينة الدراسة علىٰ ست منصات فقط وهي (Flickr و Jamendo و SoundCloud و Thingiverseو Vimeo و WikimediaCommons) بنسبة ٣٨٪ تقريبًا، حيث تلتزم المنصات الست بدعم تراخيص المشاع الإبداعي؛ فهي توفر لصانعي المحتوىٰ اختيار ترخيص Creative Commons المناسب لعمله، وبالتالي تمتلك محتوىٰ خاصًا بها متاحًا وفقًا لتلك التراخيص، كما تعتبر تلك المنصات هي الأقدم من حيث النشأة، فضلاً عن كونها الأوسع من حيث الانتشار الجغرافي، وبناءاً علىٰ ذلك تم استبعاد المنصات التاليه:

١- تعد Google، google image وyoutube محركات بحث لا تمتلك محتوىٰ خاص بها مرخص بموجب تراخيص المشاع الإبداعي، ولكنها تُستخدم للبحث في المنصات الرقمية المتاحة علىٰ شبكة الإنترنت عن المحتوىٰ المرخص بمثل هذه التراخيص، كما تعد كلاً من Google Image وYoutube محركات بحث من الخدمات التي تقدمها Google أحدهما خاص بالصور وهو Google Image، والآخر خاص بالفيديوهات وهوYoutube .

٢- تعد SketshFab، Nappy، Openverse، OpenGameArt من المنصات الحديثة.

٣- محدودية الانتشار الجغرافي لكلٍّ من Open clip Art، Ccmixter، Europeana ، وقد يرجع ذلك إلىٰ أن جهود التسويق لكلٍّ من Ccmixter و Open clip Artقد تكون محدودة، وعدم وجود وعي كافٍ بين المستخدمين بوجودهما؛ مما يقلل من عدد الزوار، كما تقدم Europeana محتوىٰ من مؤسسات الثقافية الأوربية فقط، وهي متخصصة في التراث الثقافي الأوربي، كما تخدم جمهوراً محدوداً يشمل الباحثين والطلاب المهتمين بالثقافة الأوربية.

٨/١ المراجعة العلمية للإنتاج الفكري، والتحليل اللاحق لها

١/٨/١ المراجعة العلمية للإنتاج الفكري

تم رصد الإنتاج الفكري المتعلق بالمشاع الإبداعي والمتاح خلال قواعد البيانات الأكاديمية مثل: Jstor[٤] وgoogle scholar وAcademia[٥] وResearchGate[٦]، وكذلك البحث في قواعد البيانات العالمية والمحلية المتاحة علىٰ بنك المعرفة المصري[٧]، وفهرس المكتبات الجامعية المصرية المتاح من خلال موقع اتحاد مكتبات الجامعات المصرية[٨]، وذلك لفهم التوجهات البحثية في هذا المجال وتحديد موضوعاتها، قد تبين وجود عدداً من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت المشاع الإبداعي من عدة جوانب موضوعية، وتم تقسيمها إلىٰ ثلاثة محاور كما يلي:

المحور الأول: دراسات تناولت مدى الوعي بتراخيص المشاع الإبداعي (العموميات الخلاقة)

هدفت دراسة رحاب عبد الهادي (٢٠١٤)[٩] إلىٰ التعرف علىٰ مدىٰ وعي أعضاء هيئة التدريس بجامعة الفيوم بتراخيص المشاع الإبداعي ودورها في الموازنة بين حق المؤلف وحق المجتمع وتوصلت الدراسة إلىٰ عدم توافر الوعي الكافي لأعضاء هيئة التدريس بالاتجاهات الحديثة حول حقوق الملكية الفكرية والقوانين الخاصة بها، ولم تكن لديهم أي فكرة مسبقة عن المشاع الإبداعي، ومن ثم توصي الدراسة بالعمل علىٰ زيادة وعي أعضاء هيئة التدريس بالجامعات بالاتجاهات الحديثة الخاصة بحقوق الملكية الفكرية وتراخيص المشاع الإبداعي، كما بحثت دراسة **Olalekan Abiola (2020)** [١٠] في الوعي والإدراك لتراخيص المشاع الإبداعي من قبل المحاضرين في كلية التربية بجامعة إبادان، نيجيريا، حيث شمل المجتمع ١٥٠ محاضرًا من ١١ قسمًا في كلية التربية بالجامعة، وكشفت النتائج أن المحاضرين في كلية التربية كانوا علىٰ دراية متوسطة برخص المشاع الإبداعي، فيجب علىٰ إدارة الجامعة تبني التدريب وبرامج التوعية التي تعزز استخدام رخص المشاع الإبداعي لتشجيع المحاضرين علىٰ استخدامها، في حين تناولت دراسة **هارون العتلي، ووهيبة غرارمي** (٢٠٢١)[١١] استخدام العموميات الخلاقة كاتجاه جديد لحماية حقوق التأليف في البيئة الرقمية، ومدىٰ تلبيتها لاحتياجات الباحثين، وعليه اعتمد الباحث علىٰ المنهج الوصفي، من خلال الدراسة الميدانية واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة إلىٰ ضرورة تشجيع الباحثين علىٰ الاعتماد علىٰ العموميات الخلاقة قصد تأمين بحوثهم، والتعريف بها في الأوساط العلمية، **كما هدفت دراسة أمل صلاح** (٢٠٢٣)[١٢] إلىٰ معرفة مدىٰ وعي الباحثين من الهيئة المعاونة بأقسام المكتبات والمعلومات بالجامعات المصرية برخص المشاع الإبداعي وإفادتهم منها فضلاً عن موقفهم من مبدأ إتاحة المصنفات برخص المشاع الإبداعي، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المسحي الميداني، وتوصلت الدراسة إلىٰ ضعف مستوىٰ وعي وإفادة الباحثين من رخص المشاع

الإبداعي بشكل عام، وتوصي بضرورة اهتمام أقسام المكتبات والمعلومات بالجامعات المصرية بنشر الوعي برخص المشاع الإبداعي من خلال عقد الدورات التدريبية والندوات أو المحاضرات عن رخص المشاع الإبداعي، أما عن دراسة **نبيلة كوادش (٢٠٢٣)**[١٣] فقد هدفت من خلال الدراسة النظرية إلىٰ توضيح المفاهيم المتعلقة بالإتاحة الحرة للمعلومات وآليات حماية الملكية الفكرية مع التركيز علىٰ العموميات الخلاقة ورخص الملكية الفكرية خاصة تلك الصادرة عن منظمة المشاع الإبداعي ومدىٰ وعي الباحثين بها، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن الكثير من الباحثين في الدول العربية لا يعلمون بالمشاع الإبداعي أو العموميات الخلاقة، ومن ثم توصي الدراسة بضرورة إقامة ندوات ودورات لإدخال الباحث العربي في هذا المجال، وقد قامت دراسة **Ratan Kumar (2023)** [١٤] بإجراء تحليل لمعرفة وعي المجتمع الأكاديمي للموارد التعليمية والتقدمية المفتوحة في مجال المشاع الإبداعي بالمؤسسات التعليمية العليا الهندية، باستخدام استبيان موجه للطلاب وأعضاء هيئة التدريس ومحترفي المكتبات، بالجامعات محل الدراسة، وكشفت الدراسة أن مستوىٰ الوعي بين محترفي المكتبات كان في ذروته، يليه أعضاء هيئة التدريس والطلاب.

المحور الثاني: دراسات تناولت دور قطاع المكتبات ومرافق المعلومات في دعم ونشر تراخيص المشاع الإبداعي (العموميات الخلاقة)

تناولت دراسة **سعاد بوعناقة(٢٠١٥)**[١٥] استخدامات العموميات الخلاقة في قطاع المكتبات والمعلومات وآليات تطبيقها في المجال مع الإشارة إلىٰ نماذج من مكتبات اعتمدت هذا النوع من التراخيص لبث ونشر محتوياتها، وتوصلت الدراسة إلىٰ وجود العديد من المعوقات التي تُحِد من انتشار استخدام العموميات الخلاقة في الوطن العربي بصفة عامة والمكتبات بصفة خاصة، بينما تهدف دراسة إيمان رمضان (٢٠١٦)[١٦] إلىٰ التعرف علىٰ دور المكتبات الجامعية بالقاهرة الكبرىٰ في التفاوض مع الناشرين حول تراخيص استخدام مصادر المعلومات وإلقاء الضوء علىٰ

التطورات الحديثة في مجال التراخيص القانونية للمحتوىٰ المفتوح ومدىٰ صلاحيتها في تحقيق التوازن بين حماية حقوق المؤلفين والمستخدمين في العصر الرقمي وأوصت الدراسة بضرورة وجود تشريعات جديدة متوافقة مع متطلبات التعامل مع المكتبة الرقمية والإنترنت وحماية حقوق الملكية الفكرية، في حين حاولت دراسة **سعاد بوعناقة، وروميسة سدوس** (٢٠١٨)[١٧] التعرف علىٰ واقع العموميات الإبداعية في الوطن العربي والدور الذي تلعبه في دعم حرية الوصول إلىٰ المعرفة الأكاديمية من خلال استطلاع نماذج من المواقع الإلكترونية لمؤسسات المعلومات العربية المتوفرة علىٰ الإنترنت وتوصلت الدراسة إلىٰ أن العموميات الخلاقة لم تصل إلىٰ مرحلة النضج في العالم العربي، وعدم توافر الوعي الكافي بالعموميات الخلاقة ودورها في تشاطر المعرفة بين المكتبات العربية، كما سعت دراسة **نادية عولمي**(٢٠١٨)[١٨] إلىٰ التعريف بتراخيص العموميات الخلاقة والدور الذي تلعبه كأداة لحماية الإبداعات والمعارف وتبادلها وتشاركها في الوسط الرقمي وإبراز أهميتها كتراخيص قانونية للمحتوىٰ المفتوح وتوضيح دورها في دعم رسالة المكتبات ومرافق المعلومات، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن تراخيص العموميات الخلاقة تؤدي دوراً هامًا في تنشيط وتشجيع الإبداع الفكري علىٰ الإنترنت مع إيجاد نوع من التوازن بين الحماية والإتاحة إلا أنها غير واضحة بصورة كافية، وقامت دراسة **Yi Ding (2019)** [١٩] من خلال تحليل دراسات الحالة والدعاوىٰ القضائية حول حقوق الملكية الفكرية في العصر الرقمي؛ بالدفاع عن منظور نقدي لتعليم حقوق النشر وتزويد أمناء المكتبات الأكاديمية بتوصيات محددة حول استخدام تراخيص المشاع الإبداعي، وتوصي الدراسة بأنه يجب علىٰ أمناء المكتبات الأكاديمية أن يتجاوزوا مجرد المصادقة علىٰ تراخيص المشاع الإبداعي وأن يقدموا منظورًا أكثر تطورًا عند تثقيف المجتمع العلمي حول تراخيص المشاع الإبداعي، وأن يقدموا للباحثين الرقميين إرشادات حول كيفية إنشاء بيانات الملكية الفكرية علىٰ موقعهم علىٰ

الويب، وتبحث دراسة **Mallalieu (2019)** [٢٠] بعض التحديات والتوترات الكامنة في ملكية وإعادة استخدام الأعمال العلمية، مع التركيز علىٰ تحقيق أهداف الوصول المفتوح من خلال تراخيص المشاع الإبداعي من خلال استكشاف سياسة المملكة المتحدة للأبحاث العلمية وتراخيص الطبع والنشر، حيث يسود ارتباك داخل مجتمعات التمويل والنشر الأكاديمية حول الاستخدامات الصحيحة والعواقب طويلة الأجل لاستخدام مثل هذه التراخيص، في حين كشفت دراسة **Heather, Rachel, and Christina (2019)** [٢١] إن أمناء المكتبات في جامعة كارولينا الشرقية وجامعة ولاية كانساس من بين العديد من المكتبات الجامعية التي تقدم أحيانا خدمات للمساعدة في التنقل بين الأطر القانونية لتراخيص المشاع الإبداعي، حيث تتخذ مكتبات جامعة كارولينا الشرقية مبادرات لتعريف أعضاء هيئة التدريس والباحثين والطلاب بالموارد التعليمية المفتوحة وتراخيص المشاع الإبداعي، وفي جامعة ولاية كانساس حدد أمناء المكتبات في المنح الدراسية الرقمية والموارد الإلكترونية التداخل بين موضوعاتهم من خلال مراسلاتهم بشأن أسئلة حقوق النشر والترخيص للمستخدمين، وتسعىٰ دراسة **عطية محمود البحباح (٢٠٢٠)**[٢٢] إلىٰ إتاحة المحتوىٰ العلمي للموارد الخارجية المفتوحة والانتاج الفكري الصادر عن الجامعة الأسمرية، وذلك من خلال تصميم وتطوير مستودع رقمي خاص بالجامعة متاح علىٰ الموقع الالكتروني للجامعة حيث يحتوي علىٰ الموارد التعليمية الخاصة بالجامعة وكذلك المصادر العلمية الخارجية سواء كانت مفتوحة أو مغلقة محليا وإقليميا وعالميا وبمختلف اللغات المطلوبة ولجميع التخصصات.

المحور الثالث: دراسات تناولت مدى التفاعل بين تراخيص المشاع الإبداعي وحقوق الملكية الفكرية والآثار المترتبة عليه.

تستكشف دراسة **Scharf(2017)**[٢٣] العلاقة بين المشاع الإبداعي وحقوق الطبع والنشر؛ لإثبات أنه علىٰ الرغم من اعتماد المشاع الإبداعي علىٰ نظام حقوق الطبع والنشر كمصدر للحقوق القانونية التي يمكن التنازل عنها من خلال خيارات الترخيص، وبناء عليه يصبح التباعد واضحًا بين أسواق المحتوىٰ المرخص بموجب المشاع الإبداعي وسوق المحتوىٰ المحمي بموجب حقوق الطبع والنشر، في حين أن البدائل التي يقدمها المشاع الإبداعي تكون جذابة بشكل أساسي للمبدعين، كما أوضحت دراسة **كارولين Caroline (2018)** [٢٤] الإدارة السليمة لتراخيص المشاع الإبداعي خاصة أدوات إدارة تراخيص المشاع الإبداعي عبر الإنترنت، بما في ذلك إدارة الحقوق الرقمية (DRM) وتدابير الحماية التكنولوجية (TPMs)؛ وكذلك التأثيرات المستقبلية للمشاع الإبداعي علىٰ المجموعات الرقمية، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن تراخيص المشاع الإبداعي توفر للمكتبات الفرصة لتوسيع نطاق رعايتها واستكشاف استخدامات أوسع لمجموعاتها، بينما تهدف دراسة **Dewi, and Gianefi (2019)** [٢٥] إلىٰ معرفة حماية الحق الاقتصادي للمرخص له فيما يتعلق بإبداعه، والذي يخضع لرخصة المشاع الإبداعي لأغراض تجارية في إندونيسيا، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن استخدام العمل لأغراض تجارية لا يعد انتهاكًا للقانون، طالما أن المستخدم يلتزم بمحتوىٰ اتفاقية ترخيص المشاع الإبداعي؛ وتوصي بضرورة النظر إلىٰ مفهوم الاستخدام التجاري باعتباره استخدامًا معقولاً ولا يُعتبر انتهاكًا، وتقدم دراسة **Florens and Harsa (2019)** [٢٦] تراخيص Creative Commons الستة؛ التي تساعد منشئي المحتوىٰ الذين يريدون جعل أعمالهم سهلة

الوصول وإعادة الاستخدام دون التخلي عن حقوق الملكية الفكرية، وتشرح حالات الاستخدام المحتملة لها داخل الصناعات الإبداعية والعلوم والتعليم، وتتناول دراسة **ناصر أبو زيد الكشكي (٢٠٢١)**[٢٧] إلىٰ جانبها النظريّ لمفاهيم رخص المشاع الإبداعي، العلاقة بين حقوق الملكية الفكرية ورخص المشاع الإبداعي و تأثيرها علىٰ حقوق الملكية الفكرية، ومدىٰ توافق هذه الرخص بين حق المؤلف والإتاحة للمجتمع، وتوصلت الدراسة إلىٰ التأثير الإيجابي للمشاع الإبداعي علىٰ حقوق الملكية الفكرية في حفظها وتوافقها مع الويب، وأنها امتداد لحقوق الملكية الفكرية ومبنية عليها، وتوصي الدراسة بضرورة اهتمام التشريعات المصرية والعربية بإدراج رخص المشاع الإبداعي ضمن قوانينها، وتسعىٰ دراسة **إيمان معموش (٢٠٢٢)**[٢٨] إلىٰ التعرف علىٰ مدىٰ فاعلية رخص المشاع الإبداعي في حماية الحق الفكري الإلكتروني بالجزائر، والتي توصلت إلىٰ عدم وجود تشريع أو قانون جزائري خاص بحماية المصنفات الرقمية وعليه لن يستطيع القضاء حماية مصالح صاحب المصنف الرقمي، ومن ثم توصي الدراسة بضرورة وضع دليل دولي موحد لشرح وفهم شروط وإجراءات منح رخص المشاع الإبداعي تعتمد عليه كل الدول، مع ضرورة تطبيق هذه الرخص في اطار البحث العلمي، بينما تقدم دراسة **Melody (2022)** [٢٩] الطرق التي يحدد بها علماء القانون التقاضي المسيء لحقوق الطبع والنشر والتدابير المقترحة للحد منها، ومدىٰ تأثيرها علىٰ تراخيص المشاع الإبداعي، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن الإصلاح التشريعي الذي يحد من الأضرار القانونية أو يلغيها قد يكون له تأثير غير مرغوب فيه علىٰ قابلية تنفيذ تراخيص المشاع الإبداع، وتوصي باحتياج أنصار المشاع الإبداعي إلىٰ فهم أساسي لدعاوىٰ انتهاك حقوق الطبع والنشر من أجل اتخاذ تدابير تمكن المبدعين من فرض حقوقهم، كما يتعين علىٰ محترفي المكتبات

والمعلومات أن يواصلوا جهودهم لتثقيف المحامين والمبدعين في القضايا التي تنطوي علىٰ تراخيص المشاع الإبداعي، كما تتناول دراسة **هيثم السيد (٢٠٢٣)**[٣٠] تحديد الاطار القانوني لتراخيص المشاع الإبداعي بهدف مساعدة المبتكر في طرح بعض حقوقه علىٰ مصنفه للمشاركة من جانب الغير مع المحافظة علىٰ حقوقه الاستئثارية وعدم إهدارها؛ من خلال توضيح الالتزامات الناشئة عن تراخيص المشاع الإبداعي لكلٍّ من المرخص والمرخص له وانتهاء تلك التراخيص، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن تراخيص المشاع الإبداعي تتيح الإنتفاع بالعمل وفقًا لشروط مرنة كما تعد حلاً لإزالة التعارض بين ما توفره شبكة الإنترنت من الابتكارات المختلفة، كما تتميز بالنموذجية والمرونة والاستمرارية، وتوصي الدراسة بأن علىٰ المُشَرِّع الاعتراف الصريح بتراخيص المشاع الإبداعي في قانون حماية الملكية الفكرية، وتتناول دراسة **Iqbal Muhammad (2023)**[٣١] الملكية الفكرية الجماعية في العصر الرقمي وتناقش علىٰ وجه التحديد أهمية وتنظيم وتأثير تراخيص المشاع الإبداعي، ونماذج الترخيص المفتوح، وعلاقتها ببعضها البعض وقوانين حقوق النشر، مع التركيز علىٰ القوانين الإندونيسية، وتُختَتَم الدراسة بضرورة الحاجة إلىٰ إطار قانوني متطور لاستيعاب نماذج تلك التراخيص، كما تشرح الدراسة النظرية **Verena Roder (2023)** [٣٢] مخاطر وعيوب حقوق الطبع والنشر وتراخيص المشاع الإبداعي، فضلاً عن الآثار الأخرىٰ لقانون حقوق الطبع والنشر علىٰ المنشورات والعروض التقديمية والانتهاكات المحتملة لحقوق الاستغلال والاستخدامات المسموح بها، في حين تهدف دراسة **Mohammed Amin (2023)** [٣٣] إلىٰ تناول الجوانب القانونية لالتزامات المرخص له بموجب رخص المشاع الإبداعي وعلاقتها بحقوق التأليف والنشر، باستخدام المنهج التحليلي

والوصفي، وتوصلت الدراسة إلىٰ أن رخص المشاع الإبداعي لا تستهدف انتهاك حقوق الطبع والنشر؛ بل علىٰ العكس فهي تسعىٰ إلىٰ الحفاظ عليها من خلال السماح لأي مؤلف بفرصة مشاركة عمله مع الآخرين بشكل قانوني، وتوصي بإدخال رخص المشاع الإبداعي علىٰ نطاق واسع في قوانين الملكية الفكرية، وعلىٰ المنصات الإلكترونية والناشرين توفير الفرصة للمؤلفين لنشر كتبهم بطريقة سهلة من خلال رخص المشاع الإبداعي، في حين تشير دراسة **محمد إبراهيم حسانين(٢٠٢٤)**[٣٤] إلىٰ أن المشاع الإبداعىٰ فىٰ القانون الأمريكىٰ، الفرنسي، والقوانين العربية عرّف العالم منذ القرن التاسع عشر فكرة الملكية الفكرية وقد أقرت هذه الفكرة فىٰ المواثيق الوطنية لتشجيع الابتكار ودفع الصناعة الوطنية نحو التقدم والازدهار، وبمرور بعض الوقت أدرك الفكر القانونىٰ والتطبيق العملىٰ قيود حق الملكية المطلق المقرر للمؤلف ومن ثم حدثت ثورة من الجانب الأمريكىٰ ضد تقييد حق المعرفة والمعلومات والإطلاع، لتعلن ميلاد فكرة المشاع الابتكاري لضمان حق الجمهور في النشر والاطلاع وإعادة استخدام المصنَّف، بدون تعديل أو غرض تجاري.

٢/٨/١ التحليل اللاحق للمراجعة العلمية

أظهر العرض السابق للدراسات التحليلية أهمية موضوع المشاع الإبداعي، وقد تبين أن تلك الدراسات تم توزيعها علىٰ ثلاثة محاور رئيسية؛ يضم كل محور عدداً من الدراسات التي تعالج موضوعات فرعية كما بالجدول (٢).

جدول (٢) التوزيع العددي والزمني واللغوي للدراسات التحليلية

الموضوع	سنوات النشر	التكرار		الإجمالي	النسبة ٪
		عربي	أجنبي		
مدىٰ الوعي بتراخيص المشاع الإبداعي (العموميات الخلاقة)	٢٠١٤	١	–	٦	٢٣
	٢٠٢٠	–	١		
	٢٠٢١	١	–		
	٢٠٢٣	٢	١		
دور قطاع المكتبات ومرافق المعلومات في دعم ونشر تراخيص المشاع الإبداعي (العموميات الخلاقة)	٢٠١٥	١	–	٨	٣١
	٢٠١٦	١	–		
	٢٠١٨	٢	–		
	٢٠١٩	–	٣		
	٢٠٢٠	١	–		
مدىٰ التفاعل بين تراخيص المشاع الإبداعي وحقوق الملكية الفكرية، والآثار المترتبة علىٰ استخدام تراخيص المشاع الإبداعي	٢٠١٧	–	١	١٢	٤٦
	٢٠١٨	–	١		
	٢٠١٩	–	٢		
	٢٠٢١	١	–		
	٢٠٢٢	١	١		
	٢٠٢٣	١	٣		
	٢٠٢٤	١	–		
الإجمالي	١١ سنوات	١٣	١٣	٢٦	١٠٠

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

● تشمل المراجعة العلمية للإنتاج الفكري موضوع الدراسة علىٰ (٢٦) دراسة عربية وأجنبية موزعة علي (١١) عام، بدايةً من عام ٢٠١٤ وحتىٰ العام الحالىٰ للدراسة (٢٠٢٤)، جميعها متاح لها النص الكامل باستثناء دراستين فقط إحداهما

باللغة العربية وهي دراسة هارون العتلي ووهيبة غرارمي(٢٠٢١) والأخرىٰ باللغة الإنجليزية وهي دراسةMaen Mohammed **(2024).**

- تعد معظم هذه الدراسات حديثة نسبيًا، حيث يُمثِّل الخمس سنوات الأخيرة خلال الفترة (٢٠٢٠-٢٠٢٤)١٤ دراسة، وهو ما يزيد عن نصف الدراسات التحليلية بنسبة٥٤٪ تقريبًا.
- يضم المحور الأول للمراجعة العلمية وموضوعه مدىٰ الوعي بتراخيص المشاع الإبداعي (العموميات الخلاقة) ست دراسات موزعة علىٰ أربع سنوات بواقع أربع دراسات باللغة العربية، ودراستان باللغة الإنجليزية بنسبة٢٣٪ من إجمالي الدراسات التحليلية، بينما يتمثل المحور الثاني وموضوعه دور قطاع المكتبات ومرافق المعلومات في دعم ونشر تراخيص المشاع الإبداعي(العموميات الخلاقة) في ثمان دراسات بنسبة٣١٪ بواقع خمس دراسات باللغة العربية وثلاث باللغة الإنجليزية، أما المحور الثالث وموضوعه مدىٰ التفاعل بين تراخيص المشاع الإبداعي وحقوق الملكية الفكرية، والآثار المترتبة عليه؛ فيشتمل علىٰ اثنتي عشر دراسة بنسبة٤٦٪ بواقع أربع دراسات باللغة العربية وثمان باللغة الإنجليزية.
- يتساوي عدد الدراسات العربية مع عدد الدراسات الأجنبية بواقع ثلاث عشرة دراسة، بنسبة٥٠٪ لكل منهما، إلا أن الدراسات العربية موزعة علىٰ تسع سنوات، في حين أن الدراسات الأجنبيه موزعة علىٰ ست سنوات.
- اختلاف مجتمع الدراسة ليضم فئات مختلفة من المجتمع الأكاديمي مثل أعضاء هيئة التدريس و الهيئة المعاونة والمحاضرين والباحثين والطلاب وأمناء المكتبات، وكذلك قطاعات مختلفة من المكتبات ومؤسسات المعلومات منها المكتبات الجامعية، والمكتبات الرقمية، وأقسام المكتبات، والمواقع الإلكترونيه لمؤسسات المعلومات وغيرها، فضلاً عن الاختلاف في الحدود المكانية للدراسات لتضم دولا متعددة منها (مصر، الجزائر، الهند، نيجيريا،إندونسيا غيرها).

- معظم الدراسات التحليلية اعتمدت علىٰ المنهج الوصفي (المسحي والميداني والتحليلي) واستخدام الاستبانة كأداه لجمع البيانات.
- تناولت دراسات المحور الأول الوقوف علىٰ مدىٰ وعي المجتمع الأكاديمىٰ من أعضاء هيئة التدريس والمحاضرين والباحثين وأمناء المكتبات بتراخيص المشاع الإبداعي في مصر والوطن العربي وغيرهما.
- تتنوع موضوعات المحور الثاني بين دراسات نظرية مثل دراسة **Florens،Harsa (2019)**، وأخرىٰ تطبيقية إما بهدف التعرف علىٰ إستخدام تراخيص المشاع الإبداعي في قطاع المكتبات ومرافق المعلومات مثل دراسة **سعاد بوعناقة(٢٠١٥)**، أو الكشف عن دور تراخيص المشاع الإبداعي في دعم الوصول الحر للمعلومات مثل دراسة **إيمان رمضان (٢٠١٦)**، ودراسة **سعاد بوعناقة ورومسية سدوسي(٢٠١٨)**، دراسة **نادية عولمي (٢٠١٨)**،**MallaLieu (2019)**، ودراسة **عطية محمود البحباح (٢٠٢٠)**.
- تنوعت كذلك موضوعات المحور الثالث، لتشتمل علىٰ دراسات تناولت العلاقة بين تراخيص المشاع الإبداعي وحقوق الملكية الفكرية مثل دراسة **Scharh (2017)**، ودراسة **Harsac** و**Florens (2019)**، ودراسة **إيمان معموشي(٢٠٢٢)**، ودراسة **Maen Mohammed (2023)**، ، وأخرىٰ تناولت الآثار المترتبة علىٰ استخدام تراخيص المشاع الإبداعي مثل دراسة **caroline (2018)**، ودراسة **Dewi** و **Gianefi(2019)**، ودراسة**melody (2022)**، ودراسة **Iqpal (2023)**، ودراسة **verena (2023)**.

وتتفق الدراسة الحالية مع الدراسات التحليلية السابقة من حيث الموضوع حيث تتناول موضوعاً حيوياً وهو المشاع الإبداعي للأعمال الرقمية، بينما تختلف عنها في كون الدراسة الحالية تقوم برصد وتقييم عدداً من المنصات الرقمية التي تدعم تراخيص المشاع الإبداعي والمتاحة علىٰ موقع منظمة Creative Commons، حيث تسمح بإتاحة محتواها من الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتية والوسائط

المتعددة وغيرها وفقًا لتراخيص المشاع الإبداعي التي تكفل حماية حقوق المبدعين وحرية الاستخدام، حتىٰ يتمكن صانعي المحتوىٰ الرقمي من اختيار المنصة التي تتناسب مع محتوياتهم واحتياجاتهم.

٢. الاطار النظري

تعمل منظمة المشاع الإبداعي علىٰ تشجيع المشاركة الحرة للمحتوىٰ الرقمي بين المبدعين من خلال توفير تراخيص مرنة، مما يسهل تبادل الأفكار ويعزز التعاون بين المبدعين.

١/٢ التعريف بمنظمة المشاع الإبداعي(Creative Commons)

هي منظمة عالمية لا تهدف إلىٰ الربح، تم إطلاقها علنًا كمنظمة عُرِفت بـ"المشاع الإبداعي" في ديسمبر عام ٢٠٠٢ حيث تم إنشاء أول ترخيص للمشاع الإبداعي، ولكن نشأتها ترجع لعام ٢٠٠١، حيث قام كلٌّ من Lawrence Lessig و Hal Abelson وEric Eldred بإنشائها في ستانفورد بولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة، لدعم توزيع المواد المفتوحة وتعديلها وخاصة الأعمال الثقافية من خلال إصدار تراخيص[٣٥]، قابلة للتطبيق علىٰ نطاق واسع، تسمح بالمشاركة وإعادة الاستخدام بشروط محددة تمكن المبدعون من تحديد كيفية استخدام الآخرين لأعمالهم ويتم توصيلها للجمهور بشكل واضح، وكذلك الاستفادة من المواقع الرقمية في جعل الأعمال المُرّخَّصة سهلة للاكتشاف والاستخدام مما يساعد في خفض تكاليف البحث والتعليم[٣٦].

٢/٢ تراخيص المشاع الإبداعي(Creative Commons Licenses)

التراخيص التي تمنحها منظمة المشاع الإبداعي هي اتفاقيات موحدة بين صاحب الحقوق والمستخدمين المحتملين بموجبها يكتسب المستخدم الحق في الوصول إلىٰ العمل دون أن يتم تحصيل رسوم حقوق الملكية واستخدامه للعمل وفقًا لشروط الترخيص[٣٧]، فهي وسيلة قانونية وآمنة للسماح للأعمال بالتداول ليتمكن المستخدمون من الإبداع والابتكار والمشاركة وإعادة الاستخدام، ويعبر عنها

بعلامات توضح الحقوق التي يحتفظ بها المؤلف لعمله والحقوق التي يتنازل عنها للآخرين، بشرط ذكر اسم المؤلف الأصلي دائمًا، مما ينتج عنه جعل "بعض الحقوق محفوظة" بدلاً من "جميع الحقوق محفوظة"(٣٨).

٣/٢ شروط تراخيص المشاع الإبداعي

تقدم منظمة المشاع الإبداعي مجموعة من التراخيص التي تمكن المؤلفين والمبدعين من نشر ومشاركة أعمالهم ضمن شروط محددة توضح كيفية استخدام الآخرين لأعمالهم، حيث تتوافر أربعة شروط مختلفة يستطيع المؤلف أو المبدع بمقتضاها مشاركة عمله وإتاحته للإستخدام من قبل الآخرين بالشكل الذي يناسب احتياجاتهم في قيود الاستخدام، وتتمثل هذه الشروط فيما يلي(٣٩):

١- نسب العمل لصاحبه (Attribution – BY): يجب علىٰ المستخدم الإشارة إلىٰ اسم المؤلف الأصلي عند استخدام العمل.

٢- الاستخدام غير التجاري (NonCommercial– NC): يُسمح فقط بالاستخدامات غير التجارية للعمل.

٣- منع الاشتقاق (NoDerivatives - ND): لا يُسمح بتعديل العمل أو إنشاء أعمال مشتقة منه.

٤- المشاركة بالمثل (ShareAlike - SA): يجب ترخيص العمل المشتق بنفس شروط ترخيص العمل الأصلي.

٤/٢ أنواع تراخيص المشاع الإبداعي

توجد ستة أنواع رئيسية من تراخيص المشاع الإبداعي ناتجة من دمج الشروط الأربعة السابقة، يتيح كل نوع منها للمؤلفين التحكم في كيفية استخدام أعمالهم، ويرمز لكل ترخيص برمز خاص به يستخدم للإشارة إلىٰ شروط الاستخدام الخاصة بالأعمال المحمية بموجب المشاع الإبداعي(٤٠)، وذلك علىٰ النحو التالي:

الترخيص الأول: نَسْب المُصَنَّف (CC BY)

يتيح هذا الترخيص للآخرين إعادة توزيع الأعمال وإعادة مزجها والبناء عليها بأي وسيلة أو تنسيق؛ مع السماح بالاستخدام التجاري بشرط نسبها لمؤلفها الأصلي.

ويعد هذا الترخيص الأكثر تسامحًا مما يتيح حرية أكبر في استخدام وتعديل العمل، ويعد الترخيص الأنسب لضمان أكبر انتشار واستخدام للأعمال المُرَخَّصة، إلا أنه أقل حماية للأعمال المراد مشاركتها.

الترخيص الثاني: نَسْب المُصَنَّف – الترخيص بالمثل (CC BY-SA)

يتيح هذا الترخيص للآخرين إعادة توزيع الأعمال وإعادة مزجها والبناء عليها بأي وسيلة أو تنسيق؛ مع السماح بالاستخدام التجاري بشرطين نسبها لمؤلفها الأصلي ومشاركة التعديلات وفقًا لشروط الترخيص الأصلي.

الترخيص الثالث: نَسْب المُصَنَّف – منع الاشتقاق (CC BY-ND)

يتيح هذا الترخيص للآخرين نسخ وتوزيع الأعمال مع السماح بالاستخدام التجاري، بشرطين نسبها لمؤلفها الأصلي، وعدم التعديل أو الاشتقاق.

الترخيص الرابع: نَسْب المُصَنَّف – غير تُجاري (CC BY-NC)

يتيح هذا الترخيص للآخرين نسخ وتوزيع الأعمال وإعادة مزجها والبناء عليها بأي وسيلة أو تنسيق بشرطين نسبها لمؤلفها الأصلي، والاستخدامات غير تجارية للعمل.

الترخيص الخامس: نَسْب المُصَنَّف – غير تُجاري – الترخيص بالمثل (CC BY-NC-SA)

يتيح هذا الترخيص للآخرين توزيع المواد وإعادة مزجها والبناء عليها بأي وسيلة أو تنسيق بعدة شروط نسبها لمؤلفها الأصلي، والاستخدامات غير تجارية للعمل، ومشاركة التعديلات وفقًا لشروط الترخيص الأصلي.

الترخيص السادس: نَسْب المُصَنَّف – غير تُجاري – منع الاشتقاق (CC BY-NC-ND)

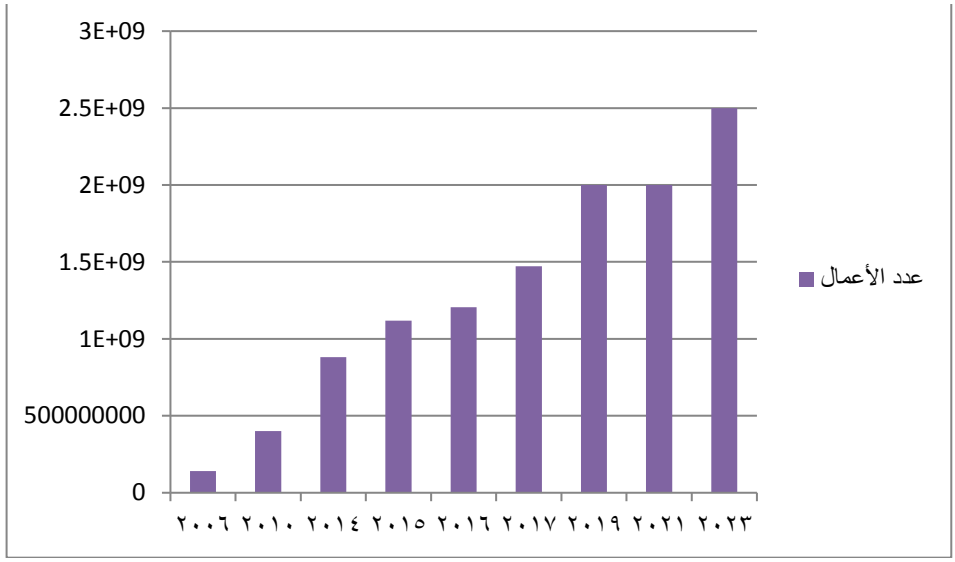
يتيح هذا الترخيص للآخرين فقط نسخ الأعمال وتوزيعها في شكل غير معدل، ولأغراض غير تجارية، مع نسب العمل إلىٰ مؤلفه الأصلي.

ويقدم هذا الترخيص أعلىٰ مستوىٰ من الحماية؛ حيث يسمح بحدود ضيقة جداً لاستخدام العمل، وغالبًا ما يكون هذا الترخيص مناسبًا للمبدعين الذين يرغبون في حماية أعمالهم بشكل كامل.

٥/٢ الأعمال المرخصة بموجب المشاع الإبداعي على الإنترنت

تشير التقارير الصادرة عن منظمة المشاع الإبداعي إلىٰ ارتفاع ملحوظ في معدلات نمو الأعمال المرخصة بموجب المشاع الإبداعي علىٰ شبكة الإنترنت منذ إنشاء أول ترخيص للمشاع الإبداعي عام ٢٠٠٢ حتىٰ نهاية عام ٢٠٢٣[٤١]، مما يعكس تحولاً كبيراً نحو ثقافة المشاع الإبداعي في البيئة الرقمية وفي مختلف مجالات المعرفة مثل التعليم والبحث العلمي والفن وغيرها، حيث يمثل عام ٢٠٠٦ أقل معدل للأعمال المرخصة بموجب تراخيص المشاع الإبداعي علىٰ شبكة الإنترنت بمقدار ١٤٠ ألف، ثم تزايدت تلك الأعمال حتىٰ وصلت إلىٰ ٢ مليار في عام ٢٠١٩، وظلت ثابتة إلىٰ حدٍ ما منذ عام ٢٠١٩حتىٰ نهاية عام ٢٠٢١، وقد يرجع ذلك الثبات إلىٰ الصعوبات المالية التي واجهت الأفراد وأدت كذلك إلىٰ ضعف الدعم المادي من جانب المؤسسات الثقافية خلال جائحة كورونا COVID-19، مما دفعهم إلىٰ نشر أعمالهم خلال المنصات التي توفر عائداً ماليًا مباشراً بدلاً من نشر أعمالهم بتراخيص المشاع الإبداعي مجانًا أو بترخيص لا يحقق لهم دخلا ماديًا ثابتًا، ثم

أخذت تلك الأعمال في التزايد مرة أخرىٰ لتصل في عام ٢٠٢٣ إلىٰ أكثر من ٢,٥ مليار، كما هو مبين بالشكل(١).



شكل (١) معدل نمو الأعمال المرخصة

بموجب المشاع الإبداعي علىٰ الإنترنت خلال الفترة من ٢٠٠٦ وحتىٰ ٢٠٢٣

٦/٢ التعريف بمنصات المشاع الإبداعي

١. **منصة** Flickr: منصة عالمية تتيح للمستخدمين تحميل وتنظيم ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو، تُستخدم في جميع أنحاء العالم من قبل المصورين الهواة والمحترفين، تأسست بمدينة سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة بواسطة Caterina Fake رائدة أعمال أمريكية، شاركت في تأسيس العديد من المشاريع التكنولوجية، وبمشاركة Stewart Butterfield رائد أعمال كندي، وأصبحت جزءًا من شركة Yahoo عام ٢٠٠٥(الشركة المالكة لـ Flickr حاليًا SmugMug بعد استحواذها علىٰ المنصة في عام ٢٠١٨)[٤٢].

٢. **منصة** Jamendo: أول منصة تسمح بمشاركة الموسيقىٰ بشكل قانوني تهدف إلىٰ ربط الموسيقيين من جميع أنحاء العالم، تأسست بمدينة لوكسمبورج،

علىٰ يد Sylvain Zimmer رائد أعمال فرنسي، و Laurent Kratz شريك Sylvain Zimmer في تأسيس Jamendo وكان مديرًا تنفيذيًا في العديد من الشركات التكنولوجية، وتعتبر منصة عالمية لمشاركة الموسيقىٰ والاستماع لها مجانًا وتحميلها وفقًا لترخيص معين، مما يتيح للمستخدمين الاستفادة منها بشكل قانوني ضمن شروط محددة، ويستخدمها صناع الفيديو للحصول علىٰ موسيقىٰ مرخصة لمشاريعهم، مما يساعدهم في الترويج لأعمالهم، وتقدّم مقاطع موسيقية تحمل رخص المشاع الإبداعي بخطتين مجانية ومدفوعة، وتتيح الاستمتاع بكتالوج يضم أكثر من ٥٠٠ ألف مقطع موسيقي يشاركها ٤٠ ألف فنان للخطة المجانية وأكثر من ٢٢٠ ألف مقطع صوتي للخطة المدفوعة من أكثر من ١٥٠ دولة(٤٣).

٣. **منصة** SoundCloud**:** منصة عالمية للملفات الصوتية ذات شهرة كبيرة في أمريكا الشمالية وأوروبا، تتيح للمستخدمين تسجيل وتحميل ومشاركة مقاطع الصوت، تُستخدم بشكل واسع من قبل الموسيقيين المستقلين، المنتديات الصوتية، ومنشئي المحتوىٰ الصوتي، تأسست بمدينة برلين، ألمانيا، بواسطة Alexander Ljung وهو سويدي الأصل، والرئيس التنفيذي السابق لـ SoundCloud بمشاركة Eric Wahlforss وهو موسيقي ومبرمج سويدي، والمسؤول عن الجانب التقني للمنصة، تدعم واجهة المستخدم للمنصة إلىٰ جانب اللغة الإنجليزية العديد من اللغات منها (الفرنسية، الألمانية، الأسبانية ، ايطالية، الهولندية، البولندية، البرتغالية، السويدية) تضم أكثر من ٤٠٠ مليون صوتي لأكثر من٤٠ مليون مبدع(٤٤).

٤. **منصة** :Thingiverse هو منصة عالمية لمشاركة التصميمات ثلاثية الأبعاد حيث تضم مجتمع من المبدعين والهواة والمعلمين والمحترفين ممن لديهم شغف بتحويل التصميمات الرقمية إلىٰ أشياء حقيقية من خلال الطباعة ثلاثية الأبعاد،

وتُستخدم بشكل كبير من قبل المصممين والهواة الذين يملكون طابعات ثلاثية الأبعاد، ويمكن للمستخدمين تحميل نماذج وتصاميم جاهزة للطباعة ومشاركتها بشروط معينة، تأسست بمدينة نيويورك بالولايات المتحدة من قبل Zach Smith أحد الرواد في مجال الطباعة ثلاثية الأبعاد، ومؤسس شركة MakerBot، تدعم واجهة المستخدم للمنصة اللغة الإنجليزية فقط، وتحتوي علىٰ أكثر من ٢,٥ مليون تصميم ثلاثي الأبعاد لمئات الآلاف من المصممين ثلاثيي الأبعاد(٤٥).

٥. **منصة** Vimeo: منصة لعرض ومشاركة الفيديوهات وهي من أوائل المواقع التي دعمت مقاطع الفيديوهات عالية الدقة، نالت شهرة خاصة في الولايات المتحدة وأوروبا، تُستخدم بشكل رئيسي وواسع من قبل المبدعين والمخرجين والمصورين لعرض أعمالهم الفنية والفيديوهات الاحترافية، تأسست بمدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية بواسطة Jake Lodwick مهندس برمجيات أمريكي، وبمشاركة Zach Klein رائد أعمال أمريكي ومصمم مواقع، تدعم واجهة المستخدم للمنصة اللغة الإنجليزية وست لغات أخرىٰ هي(الإسبانية، والفرنسية، والألمانية، والإيطالية، والبرتغالية، والهولندية)، تضم أكثر من ٢٠٠ مليون مقطع فيديو تم رفعها منذ تأسيس المنصة لملايين من المبدعين صانعي المحتوىٰ(٤٦).

٦. **منصة** Wikimedia Commons: منصة عالمية للوسائط المتعددة، تُستخدم لتخزين الصور والفيديوهات والملفات الصوتية التي يمكن استخدامها بِحُريَّة وفقًا لتراخيص مفتوحة، تُستخدم من قبل منشئي المحتوىٰ والأكاديميين والباحثين للحصول علىٰ صور ووسائط مرخصة للاستخدام في مقالات وأبحاث ومشاريع تعليمية وتثقيفية، تأسست بمدينة سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة كمشروع تابع لمؤسسة Wikimediaالتي أسسها Jimmy Wales وهو رجل أعمال أمريكي،

وأحد مؤسسي مشروع Wikipedia ومؤسسة Wikimedia، و Larry Sanger أحد المؤسسين المشاركين في Wikipedia مع Jimmy Wales، وساهم في إنشاء الإطار المفاهيمي الذي تقوم عليه المشاريع التعاونية المفتوحة مثل Wikimedia Commons.، وتدعم واجهة المستخدم للمنصة ٣٣٣ لغة غلىٰ جانب اللغة الإنجلزية منها (الألمانية، والفرنسية، والإسبانية.. وغيرها)، وتضم أكثر من ١١٠ مليون ملف وسائط متعددة، لأكثر من ٥ مليون مساهم مسجلين، مع حوالي ٤٠٠,٠٠٠ مساهم نشط يقومون بتحميل وتحرير الملفات بانتظام[٤٧].

٣. الاطار التطبيقي

تم رصد وتقييم منصات المشاع الإبداعي محل الدراسة من خلال قائمة مراجعة تضم عدداً من المحاور الرئيسية؛ وذلك علىٰ النحو التالي:

١/٣ البيانات الأساسية للمنصات

تتوافر مجموعة من البيانات الأساسية حول منصات المشاع الإبداعي والتي ينبغي علىٰ صانع المحتوىٰ أن يكون ملمًا بها قبل مشاركة عمله؛ حتىٰ يتمكن من اختيار المنصة التي تناسبه، كما هو مبين بالجدول(٣).

جدول (٣) البيانات الأساسية لمنصات المشاع الإبداعي

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
المؤسس (أفراد/ مؤسسات)	(أفراد) Caterina Fake، Stewart Butterfield	(أفراد) Sylvain Zimmer، Laurent Kratz	(أفراد) Alexander Ljung, Eric Wahlforss	(أفراد) Zach Smith	(أفراد) Jake Lodwick ، Zach Klein	(مؤسسة) Wikimedia Foundation
تاريخ التأسيس	٢٠٠٤	٢٠٠٥	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠٠٤	٢٠٠٤
تاريخ الانضمام لـ Creative Commons	٢٠٠٤	٢٠٠٥	٢٠٠٨	٢٠٠٨	٢٠٠٧	٢٠٠٧
المقر	سان فرانسيسكو، الولايات المتحدة الأمريكية	لوكسمبورج	برلين، ألمانيا	نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية	نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية	سان فرانسيسكو، الولايات المتحدة الأمريكية
اللغة الرئيسية	الإنجليزية	الإنجليزية	الإنجليزية	الإنجليزية	الإنجليزية	الإنجليزية
لغات أخرى	٨	٧	٨	لا يوجد	٦	٣٣٣
الانتشار الجغرافي	أكثر من ١٥٠ دولة	أكثر من ١٦٠ دولة	أكثر من ١٥٠ دولة	أكثر من ١٥٠ دولة	أكثر من ١٩٠ دولة	أكثر من ٢٠٠ دولة

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
نوع المحتوى	صور وفيديوهات	مقاطع موسيقية	مقاطع موسيقية	نماذج ثلاثية الأبعاد	فيديوهات	وسائط متعددة
عدد المواد	أكثر من ٢ مليار صورة	أكثر من ٥٠٠ ألف مسار موسيقي	أكثر من ٣٠٠ مليون مسار موسيقي	أكثر من ٥ مليون تصميم	أكثر من ١٠٠ مليون مقطع فيديو	أكثر من ١١٠ مليون ملف وسائط
عدد المبدعين	ملايين	٢٠٠,٠٠٠ تقريبًا	٤ مليون تقريبًا	مئات الآلاف	أكثر من ١,٧ مليون	٤٠٠,٠٠٠ تقريبًا

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق مايلي:

- يتمثل عدد المنصات محل الدراسة في ست منصات، منها خمس منصات تم تأسيسها من قبل أفراد بنسبة٨٣,٣٪ من المنصات محل الدراسة، بينما توجد منصة واحدة فقط بنسبة١٦,٧٪ تم تأسيسها من جانب مؤسسي وهي منصة Wikimedia Commons حيث أسستها منظمة Wikimedia الضخمة وهي منظمة غير ربحية، مما يشير إلىٰ أن معظم المنصات أعتمدت في تأسيسها علىٰ جهود شخصية أو فردية.
- تأسست المنصات الست خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين وفي فترة زمنية متقاربة تتراوح بين عامي ٢٠٠٤- ٢٠٠٨، حيث أُطلقت Flickr و Vimeo و Wikimedia Commons في عام ٢٠٠٤، وJamendo في عام ٢٠٠٥، و SoundCloud وThingiverse في عام ٢٠٠٧ و٢٠٠٨ علىٰ التوالي، مما يدل علىٰ أن هذه الفترة كانت بداية الوعي والإدراك بأهمية المشاع الإبداعي.
- انضمت ثلاث منصات بنسبة٥٠٪ من المنصات محل الدراسة إلىٰ موقعCreative Commons في نفس عام تأسيسها، بينما انضمت باقي المنصات

في وقت قريب من تأسيسها، حيث كانت Flickr أول من انضت في عام ٢٠٠٤، تليها منصة Jamendo عام ٢٠٠٥ ، ثم Vimeo عام ٢٠٠٧، و SoundCloudو Thingiverse عام ٢٠٠٨، أما منصة Wikimedia Commons فقد استخدمت تراخيص المشاع الإبداعي منذ تأسيسها عام ٢٠٠٤، ولكنها انضمت لموقع Creative Commons عام ٢٠٠٧ ، مما يدل علىٰ إدراكها المبكر لأهمية المشاع الإبداعي ودوره في تحقيق التوازن بين حقوق المبدعين وحرية استخدام أعمالهم المنشورة.

- غالبية المنصات بنسبة ٦٦,٧٪ تقع في الولايات المتحدة الأمريكية، بينما تقع منصة Jamendo في لوكسمبورغ، وSoundCloud في برلين، مما يدل علىٰ الانتشار العالمي للأفكار التي تتبناها تلك المنصات.
- اللغة الإنجليزية هي اللغة الرئيسة لواجهة المستخدم في جميع المنصات محل الدراسة، وقد يرجع السبب في ذلك إلىٰ أن معظم المنصات تم تأسيسها في الولايات المتحدة، حيث تعتبر هي اللغة السائدة، كما أن ذلك يشير أيضًا إلىٰ أن تلك المنصات تستهدف جمهوراً عالميًا، ولكن عدد اللغات المدعومة يختلف بشكل كبير من منصة لأخرىٰ، حيث تدعم Wikimedia Commons ٣٣٣ لغة إلىٰ جانب اللغة الإنجليزية، مما يعكس توجهها العالمي ومدىٰ شموليتها، في حين أن باقي المنصات محل الدراسة تدعم من ٦ إلىٰ ٨ لغات، باستثناء منصة Thingiverse فهي تدعم اللغة الإنجليزية فقط.
- تنتشر جميع منصات الدراسة في أكثر من ١٥٠ دولة، مما يدل علىٰ مدىٰ تأثيرها العالمي.
- تتفوق Wikimedia Commons علىٰ باقي المنصات بانتشارها الواسع لغويًا وجغرافيًا، حيث تدعم ٣٣٤ لغة لأكثر من ٢٠٠ دولة، مما يجعلها الأكثر انتشاراً علىٰ المستوىٰ العالمي.

- تتخصص كل منصة من المنصات الست بتقديم نوع معين من المحتوىٰ، حيث إنFlickr وVimeo تركزان علىٰ الصور والفيديو، بينما Jamendo و SoundCloud تركزان علىٰ المقاطع الصوتية والموسيقية، في حين تقتصر Thingiverse علىٰ النماذج ثلاثية الأبعاد، بينما تقدم Wikimedia Commons مجموعة متنوعة من الوسائط المتعددة، مما يجعلها أكثر تنوعًا مقارنة بباقي المنصات.
- تتفوق Flickr علىٰ باقي المنصات التي تم دراستها من حيث عدد المواد حيث تحتل المركز الأول؛ فهي تضم أكثر من ٢ مليار صورة، تليها في المركز الثاني منصة SoundCloud والتي تضم أكثر من ٣٠٠ مليون مسار موسيقي ، ثم Vimeo و Wikimedia Commons وتتساويان تقريبًا في عدد المواد حيث تحتوي كل منهما علىٰ أكثر من ١٠٠ مليون ملف، بينما تحتل Thingiverse المركز الرابع فهي تشتمل علىٰ أكثر من ٥ مليون تصميم، وأخيراً Jamendo وتضم أكثر من ٥٠٠ ألف مسار.

٢/٣ التسجيل والاشتراك وتكاليف الاستخدام.

يتم التسجيل في المنصات للاستفادة منها بشكل كامل وذلك وفقًا لخطوات ميعنة تتبعها كل منصة، وتختلف تكاليف الاشتراك من منصة لأخرىٰ وفقًا لنوع وطبيعة الخدمات التي تقدمها كل منصة، حيث توفر خدمات اشتراك مجانية تتيح صلاحيات استخدام محددة، وأخرىٰ مدفوعة تتيح صلاحيات استخدام موسعة.

١/٢/٣ التسجيل والاشتراك في المنصات

تتخذ جميع المنصات طريقة واحدة في إعداد الحساب والاشتراك فيها، باتباع الخطوات التالية:

١. الدخول إلىٰ موقع المنصة علىٰ الإنترنت، ثم النقر علىٰ .Sign Up

٢. يمكن التسجيل باستخدام البريد الإلكتروني أو عبر حسابات التواصل الاجتماعي مثل Facebook.

٣. يتم ملء البيانات وفي حال التسجيل بالبريد الإلكتروني، يتم إدخال اسم المستخدم، وكلمة المرور، وعنوان البريد الإلكتروني، ثم النقر علىٰ Create Account أو Join.

٤. يتم تأكيد الحساب عبر رابط يتم إرساله إلىٰ صندوق الوارد الخاص بالمستخدم أو المشترك.

٥. بعد تسجيل الدخول يتم إعداد الملف الشخصي بإضافة صورة شخصية ووصف.

٦. يمكن الاشتراك في خدمات المنصة من خلال الانتقال إلىٰ قسم Plans في إعدادات الحساب.

٧. بعد إعداد الحساب والاشتراك في المنصة، يمكن البدء في تحميل المحتوىٰ وفقًا لطبيعة ونوع المحتوىٰ بكل منصة ثم مشاركته مع الجمهور.

٢/٢/٣ مستويات الاشتراك في خدمات المنصات

تتفاوت المنصات الست في مستويات وتكاليف الاشتراك، فبعضها تتبنىٰ خططًا مجانية فقط والبعض الآخر يتبنىٰ خططًا مجانية وأخرىٰ مدفوعة، كما هو مبين بالجدول(٤).

جدول(٤) خطط الاشتراك في المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
خطط مجانية	✓	✓	✓	✓	✓	✓
خطط مدفوعة	✓	✓	✓	X	✓	X

يتبين من الجدول السابق ما يلي:

- تقدم المنصات الست خطة اشتراك مجانية، حيث تسمح منصة Flickr في خطتها المجانية بتحميل عدد محدود من الصور يصل إلىٰ ١,٠٠٠ صورة فقط، كما توفر

إمكانية الوصول إلىٰ ميزات أساسية مثل المشاركة والتعليق، أما الخطة المجانية في Jamendo فتعرف بـ ((Jamendo music فهي تتيح الاستماع إلىٰ الموسيقىٰ وتحميلها للاستخدام الشخصي فقط، كما تقدم منصة SoundCloud خطة مجانية توفر إمكانية الاستماع إلىٰ المقاطع ومشاركتها، بينما تمثل الخطة المجانية في Vimeo المستوىٰ الأول من الاشتراك ويسمىٰ (Free) ويوفر ميزات أساسية مثل الإنشاء والتحرير وتسجيل الشاشة والمشاركة والتعليقات.

- تقدم أربع منصات بنسبة ٦٦,٧٪ تقريبًا من المنصات محل الدراسة وهي Flickr وJamendo وSoundCloud وVimeo مستويات متعددة ومختلفة من الخُطط المدفوعة، بينما ٣٣,٣٪ من المنصات محل الدراسة مجانية فقط؛ حيث تعتبر كلاً من منصة Thingiverse ومنصة Wikimedia Commons منصة مجانية حيث يمكن استخدامها دون أي تكلفة، ولا يوجد بأي منهما خطط مدفوعة، حيث تسمح منصة Thingiverse للجميع بمشاركة وتصميم النماذج ثلاثية الأبعاد، ويمكن لأي مستخدم إنشاء حساب مجاني للوصول إلىٰ المحتوىٰ وتحميل النماذج، كما يمكن تنزيل وتعديل النماذج المتاحة دون أي تكلفة، ومشاركة النماذج الخاصة مع المجتمع، كما تسمح منصة Wikimedia Commons بتحميل ومشاركة ملفات الوسائط المتعددة، ويمكن لأي مستخدم تحميل الصور والنصوص والفيديوهات وغيرها.
- تختلف مستويات الخطط المدفوعة للمنصات الأربع Flickr وJamendo وVimeo وSoundCloud من منصة لأخرىٰ، علىٰ النحو التالي:

– تقدم المنصات Flickr وSoundCloud مستوىٰ واحد من الخطة المدفوعة، فتقدم منصة Flickr الخطة المدفوعة (Flickr Pro) وهي الإصدار الاحترافي حيث

تتيح مشاركة عدد غير محدود من الصور والفيديوهات، وتوفر ميزات إضافية منها الإحصائيات المتقدمة، ومشاركة صور كاملة الدقة بشكل غير محدود، والنسخ الاحتياطي علىٰ جميع الأجهزة الخاصة بالمشترك، علاوةً علىٰ ذلك تصفح بدون إعلانات للمشترك ولزواره، كما تتيح الوصول إلىٰ أدوات تحرير متقدمة، وعند التسجيل لأول مرة في خدمات Flickr Pro تقدم Flickr تجربة مجانية بدون رسوم لفترة محدودة تصل مدتها إلىٰ عدة أيام تحتسب من وقت التسجيل في الاصدار التجريبي المجاني.

_ توفرSoundCloud خطة الاشتراك المدفوعة (Next Pro) وتتيح امتيازات متعددة حيث تسمح بتحميلات غير محدودة، وترويج وتوزيع وربح غير محدود، بالإضافة إلىٰ تحليلات متقدمة حول أداء المحتوىٰ، وثلاث وحدات دراسية معتمدة شهريـًا.

_ تقدم الخطة المدفوعة (Jamendo Licensing) في منصةJamendo الوصول إلىٰ محتوىٰ موسيقي غير محدود وتنزيلات عالية الجودة، وتشتمل علىٰ أربع مستويات من الاشتراك يرفر كل مستوىٰ امتيازات محددة، المستوىٰ الأول personal للاستخدام الشخصي فقط ويسمح بحساب اجتماعي واحد، والمستوىٰ الثاني professional للاستخدام الشخصي ويسمح بعدد من الحسابات الاجتماعية يصل إلىٰ (١٠)، والمستوىٰ الثالث Agency ويسمح للاستخدام الشخصي والعملاء وعدد من الحسابات الاجتماعية يصل إلىٰ (١٠)، والمستوىٰ الرابع والأخير Enterprise ويسمح للاستخدام الشخصي والعملاء وعدد من الحسابات الاجتماعية يزيد عن (١٠).

_ تشتمل منصة Vimeoعلىٰ أربع مستويات مختلفة من الخطة المدفوعة وهي: مبتديء (Starter) ويمثل المستوىٰ الثاني من الاشتراك، ويسمح بتحميل ٦٠ فيديو بسعة تخزين تصل إلىٰ ١٠٠ جيجا بايت، ويوفر بالإضافة إلىٰ الميزات الأساسية ميزات أخرىٰ منها ضوابط الخصوصية ومشغل فيديو مخصص وعناوين URL مخصصة وأدوات المراجعة، أما المستوىٰ الثالث: معياري (Standard) ويسمح بتحميل ١٢٠ فيديو بسعة تخزين واحد تيرابايت، ويوفر بالإضافة إلىٰ امتيازات Starter طقم العلامة التجارية، وجهاز التلقين وتحرير الفيديو بناءً علىٰ النص، ومولد نص الذكاء الاصطناعي، والمشاركة والتحليلات الاجتماعية، و المستوىٰ الرابع متقدم (Advanced) ويتميز بسعة تخزين ٥ تيرابايت، ويوفر كل امتيازات Standard بالإضافة إلىٰ الفصول والملخصات النصية التي تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي وتمكين المبدعين من طرح الأسئلة حول مقاطع الفيديو واستضافة البث المباشر والندوات عبر الإنترنت والبث إلىٰ قنوات متعددة ورسائل البريد الإلكتروني للدعوة والتذكير ذات العلامة التجارية والدردشة المباشرة واستطلاعات الرأي والأسئلة والأجوبة، أما المستوىٰ الخامس من الاشتراك هو مشروع (Enterprise) الذي يوفر امتيازات غير محدودة؛ حيث يوفر بالإضافة إلىٰ امتيازات Advancedالمزيد من التخزين والنطاق الترددي والأذونات المخصصة وقدرات الذكاء الاصطناعي المتقدمة والتحليلات المتقدمة والتكاملات التسويقية والأحداث التي تتضمن غرفًا منفصلة وجلسات أسئلة وأجوبة مباشرة وغيرها.

٣/٢/٣ تكاليف الاشتراك وتفاصيل الدفع

تتوافر خُطط الاشتراك المدفوعة في أربع منصات فقط هي Flickr و Jamendoو SoundCloud وVimeo كما ورد سابقًا؛ تختلف هذه الخُطط من منصة لأخرىٰ من

حيث طريقة الدفع ونوع العملة ونظام وقيمة الاشتراك، وذلك كما هو موضح بالجدول(٥).

جدول (٥) تفاصيل دفع الاشتراك في المنصات

المنصة		Flickr	Jamendo	SoundCloud	Vimeo
طريقة الدفع	بطاقات الائتمان البنكية	✓	✓	✓	✓
	بوابات دفع الكتروني	X	✓	✓	✓
نوع العملة		الدولار الأمريكي	اليورو	الجنيه المصري	الدولار الأمريكي
نظام الاشتراك		شهريًا، سنويًا، كل سنتين	شهريًا ، سنويًا	شهريًا وسنويًا	سنويًا

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

- تتفق المنصات الأربع Flickrو Jamendo و SoundCloudو Vimeo في دعم بطاقات الائتمان البنكية، حيث تدعم (Visa، MasterCard، American Express (Amex)، بالإضافة إلىٰ أن Flickr وVimeo تدعمان أنواعًا أخرىٰ من البطاقات الإئتمانية مثل (Japan Credit Bureau) JCB وهي بطاقة ائتمان تستخدم في اليابان ومعترف بها عالميًا، كما تدعم المنصات Jamendo و SoundCloudو Vimeo بوابات الدفع الإلكترونية (PayPal).
- تتعاملFlickr و Vimeo بالدولار الأمريكي، مما يجعلهما أكثر ملاءمة للمستخدمين في الولايات المتحدة أو مَن يفضلون التعامل بالدولار الأمريكي، بينما تتيح Jamendo التعامل باليورو، أما SoundCloud فيتم الدفع بحسب عملة كل دولة.

● اختلاف نظام وقيمة الاشتراك في المنصات الأربعFlickr وJamendo وSoundCloud وVimeo مما يمنح المستخدمين مرونة في الاستخدام واختيار نظام الاشتراك المناسب لهم، علىٰ النحو التالي:

- توفر Flickrنظم اشتراكات متنوعة (شهريـًا، وسنويـًا، وكل سنتين) وتبلغ قيمة الاشتراك الشهري ٩,٤٩ دولاراً أمريكيـًا، وتبلغ قيمة الاشتراك السنوي ٦,٧٥ دولاراً أمريكيـًا لكل شهر ويتم الدفع سنويـًا بإجمالي مبلغ قدره ٨٠,٩٩ دولاراً أمريكيـًا، في حين تبلغ قيمة الاشتراك لكل سنتين ٥,٩٩ دولاراً أمريكيـًا لكل شهر، ويتم الدفع كل سنتين بإجمالي مبلغ قدره ١٤٣,٧٦ دولاراً أمريكيـًا؛ وتعد أفضل قيمة اشتراك، ويتم تجديد الاشتراك تلقائيـًا في نهاية كل مدة لفترات اشتراك متتالية بنفس مدة الاشتراك السابقة مالم يتم انهاء الاشتراك أو إلغاؤه من قبل المستخدم أو من قبل منصة Flickr قبل نهاية مدة الاشتراك، ويمكن إلغاء الاشتراك في أي وقت قبل نهاية مدة الاشتراك لإيقاف رسوم التجديد.

- تقدم Jamendo اشتراكات شهرية وسنوية للاستخدام Personal أو Professional أو Agency، وتبلغ قيمة الاشتراك الشهري للاستخدام Personal 7,99 يورو لكل شهر، وتصل إلىٰ١٤,٩٩ يورو لكل شهر للاستخدام Professional ، أما Agency فتبلغ قيمة الاشتراك ٢٩,٩٩ يورو لكل شهر، ويتم دفع الفاتورة شهريـًا، أما الاشتراك السنوي للاستخدام Personal فقيمته ٦,٥٩ يورو لكل شهر، و 12,39 Professional يورو لكل شهر، و 20,69 Agency يورو لكل شهر، ويتم دفع الفاتورة سنويـًا، بدون ضريبة القيمة المضافة ويختلف احتسابها لكل دولة، ويمكن إلغاء الاشتراك في أي وقت، وللاستخدام Enterprise يتم الاتصال بفريق المبيعات بالمنصة لمعرفة تفاصيل الاشتراك.

- تبلغ قيمة الاشتراك في SoundCloud 74,92 جنيهًا مصريًا لكل شهر ويتم دفع الفاتورة سنويا بإجمالي مبلغ قدره ٨٩٩ جنيهًا مصريًا، أو يتم دفع مبلغ ١٥٠ جنيهًا مصريًا في الاشتراك الشهري ويتم التجديد تلقائيًا كل شهر بنفس القيمة (١٥٠ جنيهًا) وذلك بدءاً من ٢٨ نوفمبر ٢٠٢٤، مالم يتم إلغاء الاشتراك قبل يوم موعد التجديد.

- تدعم Vimeo الاشتراك السنوي فقط بقيمة اشتراك تبلغ ١٢ دولاراً لكل شهر في المستوىٰ Starter و٢٥ دولاراً لكل شهر في المستوىٰ Standared و٦٥ دولاراً لكل شهر في المستوىٰ Advanced ويتم دفع الفاتورة سنويًا، مما قد يحد من الخيارات المتاحة للمستخدمين الذين يفضلون الدفع بشكل شهري.

٣/٣ صناعة وإدارة المحتوى

توفر المنصات الست محل الدراسة لصانعي المحتوىٰ مجموعة متنوعة ومتميزة من الأدوات التي تساعد في إنشاء وصناعة وتنظيم المحتوىٰ بسهولة ويسهر، كما هو مبين بالجدول(٦).

جدول (٦) أدوات صناعة وإدارة المحتوى على المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
قوالب جاهزة	X	X	X	X	✓	X
تحسين جودة الصور	X	X	X	X	✓	X
إضافة الوصف	✓	✓	✓	✓	✓	✓

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
والتوسيم						
اختيار الترخيص	✓	✓	✓	✓	✓	✓
الخصوصية	✓	✓	✓	X	✓	X
مرشحات المحتوى	✓	X	X	X	X	X

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق وجود تفاوت بين المنصات محل الدراسة من حيث صناعة وإدارة المحتوى وذلك من عدة جوانب على النحو التالي:

من حيث أدوات إنشاء وصناعة المحتوى:

- تنفرد منصةVimeo بتوفر قوالب جاهزة لتصميم وإنشاء المحتوى، حيث تقدم بعض القوالب الجاهزة لصانعي المحتوى من خلال أداة Vimeo Create التي تتيح للمستخدمين إنشاء مقاطع فيديو احترافية بسهولة باستخدام قوالب مصممة مسبقًا، كما يتوافر بها أدوات تحرير أساسية للفيديو مثل قص وتعديل الفيديو وإضافة رسوم متحركة وإضافة الصور والموسيقى، وللتحرير بجودة أعلى يجب استخدام برامج خارجية قبل رفع الفيديو.
- باقي المنصات محل الدراسة بنسبة٣ ,٨٣٪ فهي لا توفر قوالب جاهزة لتصميم وإنشاء المحتوى، وقد يرجع ذلك إلى أن تلك المنصات تركز بشكل أساسي على مشاركة المحتوى، ولكن يمكن لصانعي المحتوى الاعتماد على أدوات خارجية لإنشاء وتنسيق محتواهم قبل رفعه، ففي Flickr يعتمد التصميم والترتيب والتنسيق

علىٰ صانع المحتوىٰ، حيث يُفضل استخدام برامج خارجية لتحرير الصور قبل رفعها علىٰ المنصة، أما Jamendoفهي تركز علىٰ رفع المحتوىٰ الموسيقي فقط، مما قد يكون سببًا في أنها لا توفر قوالب مصممة مسبقًا، كما لا توجد أدوات تحرير صوت مباشرة، ولكن يتم تحسين جودة الصوت باستخدام أدوات تحرير خارجية مثل برامج تحرير الصوت وذلك قبل رفع الموسيقىٰ، كما تركز منصة SoundCloudعلىٰ استضافة المحتوىٰ الصوتي من خلال رفع المقاطع الموسيقية أو الصوتية، وبالتالي فهي لا توفر قوالب جاهزة ولكن تصميم المحتوىٰ يعتمد كليًا علىٰ صانعي المحتوىٰ باستخدام أدوات خارجية قبل رفع المحتوىٰ علىٰ المنصة مثل برامج تحرير الصوت أو التصميم، وكذلك لا توفر Thingiverseقوالب جاهزة لتصميمات ثلاثية الأبعاد، ولكن يمكن تحميل تصميمات جاهزة أو استخدامها لتعديلها بما يتناسب مع احتياجات صانعي المحتوىٰ، ولا تقدم كذلك أدوات تحرير مباشرة لتصميمات ثلاثية الأبعاد، ولكن يمكن استخدام برامج تصميم ثلاثي الأبعاد خارجية لتعديل النماذج قبل رفعها، كما لا توفر Wikimedia Commons قوالب جاهزة لتعديل الصور أو إنشاء محتوىٰ، ولكن يمكن استخدام قوالب نصية بشكل موحد لوصف المعلومات الخاصة بحقوق النشر والتراخيص، كما أنها لا توفر أدوات لتحرير أو تحسين جودة المحتوىٰ داخل المنصة، بل يمكن تحسين الصور باستخدام برامج تحرير خارجية قبل رفعها علىٰ المنصة.

من حيث تنظيم المحتوى:

تتيح المنصات الست محل الدراسة إضافة وصف وتوسيم يوضح المحتوىٰ المراد رفعه، مما يُساعد في اكتشاف المحتوىٰ والوصول إليه من قبل الآخرين بسهولة ويسر علىٰ النحو التالي:

- بعد اختيار الملف في Flickr يمكن إضافة عنوان ووصف لكل صورة أو فيديو لتوضيح المحتوىٰ ويظهر أسفل الصورة، وكذلك إضافة علامات(كلمات مفتاحية) تعكس محتوىٰ الصورة، بعدد كلمات يصل إلىٰ ٧٥ كلمة وتظهر فوق أو بجانب الصورة أو الفيديو، مما يساعد في تصنيف الصور وتجعلها أكثر قابلية للاكتشاف من جانب المستخدمين الآخرين، ويمكن لصانعي المحتوىٰ تنظيم محتواهم في مجموعات وألبومات موجودة أو إنشاء ألبوم جديد لتجميع الصور والفيديوهات ذات الصلة معًا، مما يسهل عرض المحتوىٰ بشكل مرتب.
- يمكن في Jamendo إضافة عنوان ووصف تفصيلي للألبومات أو المقاطع الموسيقية؛ مما يساعد في تقديم خلفية حول الأغنية أو الألبوم، وكذلك إضافة علامات تعبر عن المحتوىٰ الموسيقىٰ، مما يساعد علىٰ تحسين إمكانية اكتشاف المحتوىٰ، ويمكن لصانعي المحتوىٰ تنظيم مساراتهم الموسيقية في ألبومات وقوائم تشغيل ومجموعات موسيقية.
- تتيح SoundCloud لصانعي المحتوىٰ إضافة وصف عند رفع أو تعديل المقطع الصوتي، حيث توجد خانة للوصف يمكن تعبئتها بنص يصل إلىٰ عدة آلاف من الحروف، ووضع عنوان ورابط دائم وتحديد نوع الملف والعلامات الإضافية والتسمية التوضيحية، مما يسمح بتقديم معلومات أساسية وموسعة وتوسيمات تُسَهل إمكانية اكتشاف الموسيقىٰ، وتتيح المنصة تنظيم المحتوىٰ في ألبومات أو قوائم تشغيل.
- عند رفع تصميم ثلاثي الأبعاد علىٰ Thingivers يُطلب من صانعي المحتوىٰ إضافة وصف يوضح التفاصيل الرئيسية للتصميم مثل الهدف من التصميم وكيفية

استخدامه، كما يمكن إضافة توسيم يوضح النوع والاستخدام لتسهيل العثور علىٰ التصميم من قبل الآخرين، وتتيح تنظيم المحتوىٰ من خلال التصنيف والوصف.

- عند رفع أي فيديو علىٰ Vimeo يمكن إضافة وصف تفصيلي يوضح الفكرة أو الغرض من الفيديو، واستخدامه لإضافة روابط إضافية أو شروحات، كما يمكن إضافة توسيمات لمساعدة الجمهور في اكتشاف الفيديو بسهولة من خلال البحث، وتوفر أيضًا أدوات قوية لتنظيم الفيديوهات؛ حيث يمكن تنظيم الفيديوهات في ألبومات أومجموعات أوقوائم تشغيل أو في قنوات، مما يساعد علىٰ عرضها بشكل مرتب وسهل الوصول.
- يتعين علىٰ صانع المحتوىٰ عند رفع ملفه علىٰ Wikimedia Commons إضافة وصف تفصيلي للملف يشتمل معلومات مثلإضافة تسمية توضيحية من سطر واحد وبأكثر من لغة وإضافة تعليق فضلاً عن تقديم معلومات مفصلة عن العمل وتاريخ إنشاء العمل وتاريخ نشره لأول مرة لجعل العمل أكثر قابلية، ويمكن للمستخدمين تنظيم المحتوىٰ باستخدام الفئات، كما يمكن للمستخدمين الآخرين تعديل وتحسين البيانات الوصفية أو المساهمة في تنظيم المحتوىٰ.

من حيث اختيار التراخيص:

- تسمح جميع المنصات محل الدراسة لصانع المحتوىٰ باختيار ترخيص Creative Commons المناسب لرفع عمله، إلا أن Wikimedia Commons تفرض علىٰ صانع المحتوىٰ رفع عمله بموجب ترخيص مجاني فقط مثل تخصيص المجال العام CC0أوالإسناد الإبداعي CC BY أو النسب بالمثل CC BY-SA.

● تمنح كل من Vimeo و Wikimedia Commonsصانع المحتوىٰ حرية تخصيص عمله مباشرة في المجال العام CC0 ، بينما تمنح Flickr وThingiverse صانع المحتوىٰ الحق في جعل محتواه في تخصيص المجال العام CC0 أو المجال العام (PD) ليصبح العمل متاح للجميع بحرية وبدون قيود، وفي المقابل لا توفر كل من Jamendoو SoundCloud لرفع المحتوىٰ تخصيص المجال العام أو المجال العام.

● توفر كل من Flickr وSoundCloud وThingiverse بنسبة ٥٠٪ من منصات الدراسة لصانع المحتوىٰ الحق في الاحتفاظ بجميع حقوق الملكية الفكرية الخاصة به، وبالتالي لا يحق لأي شخص استخدام المحتوىٰ أو نسخه أو تعديله أو توزيعه دون موافقة صاحب الحق.

● تحتل كل من Flickr وThingiverse الصدارة في توفير أنواع متعددة من التراخيص التي تساعد صانع المحتوىٰ في اختيار الترخيص المناسب لعمله، بالإضافة إلىٰ أن Thingiverse تزيد عن Flickr في توفير تراخيص أخرىٰ مثل GNU-GPL، GNU-LGPL، DSD License.

من حيث الخصوصية:

• تتيح المنصات الأربع Flickr، Jamendo، SoundCloud،Vimeo تحديد الخصوصية التي يفضلها صانع المحتوىٰ لنشر عمله، حيث تتيح Flickrلصانعي المحتوىٰ تحديد واختيار الأشخاص الذين يمكنهم عرض ملفات الصور الأصلية وتنزيلها، وذلك بجعل المحتوىٰ(خاص) ليكون مرئي للمالك فقط، أو مرئي للأصدقاء أو العائلة، أو جعل المحتوىٰ (عام) ليكون مرئي لأي شخص، ومن حيث قابلية البحث عن الملف فلصانع المحتوىٰ الحق في جعل ملفه مخفي من عمليات

البحث أو مرئي، وينطبق هذا الإعداد علىٰ كل المحتوىٰ الموجود في الحساب، باستثناء العناصر المرخصة بموجب تراخيص Creative Commons لأن ذلك يعني الموافقة علىٰ قيام الآخرين بتنزيلها، كما تتيح منصة Jamendo مشاركة الموسيقىٰ مع الجمهور أو مع مجموعة مختارة فقط، ويمكن تحديد مستوىٰ الوصول للمحتوىٰ سواء كان عامًا أو خاصًا أو حتىٰ مشتركًا فقط مع مستخدمين معينين، وعند رفع المسار علىٰ SoundCloud يمكن لصانع المحتوىٰ اختيار أن تكون عامة يمكن لأي شخص علىٰ SoundCloud سماعها سواء كان متصلاً بالإنترنت أو غير متصل أو تشغيل المسار خارج SoundCloud وتطبيقاته، أو خاصة بحيث يتمكن فقط المستخدمون الذين يتم معهم مشاركة الرابط من سماع المقطع، كما تمنح Vimeo خيارات خصوصية قوية لجعل الفيديوهات عامة يمكن لأي شخص مشاهدتها، أو خاصة يمكن مشاهدتها فقط من قِبل الأشخاص الذين يتوفر لديهم الرابط وإدخال كلمة مرور لمشاهدة الفيديو.

- لا تمنح (Thingiverse، Wikimedia Commons) خيارات خصوصية، فلا يوجد علىٰ Thingiverse خيارات خصوصية لتحديد من يمكنه الوصول إلىٰ التصميمات، مما يعني أن كل تصميم يكون عامًا بمجرد نشره، فلا تسمح باستضافة الوسائط الشخصية أو الخاصة، وعند الحاجة إلىٰ مشاركة تصميمات خاصة مع عدد محدود من الأشخاص فعلىٰ صانع المحتوىٰ مشاركة التصميم عبر منصات أخرىٰ أو بشكل خاص خارج المنصة، كما أن جميع الملفات المرفوعة علىٰ Wikimedia Commons تكون متاحة للجمهور بشكل تلقائي، ولا توجد خيارات خصوصية للملفات المرفوعة، ويجب أن تكون الملفات متاحة للاستخدام العام مع الالتزام بشروط الترخيص.

من حيث مرشحات حماية المحتوى

● **تعد منصة Flickr المنصة الوحيدة التي تقدم لصانعي المحتوىٰ مرشحات لحماية المحتوىٰ الذي يعتمد عليه تدفق الصور، فهي توفر نوعين من مرشحات المحتوىٰ الأول: مستوىٰ الأمان وفيه تتيح المنصة لصانعي المحتوىٰ ثلاثة أنواع من مستويات الأمان هي البحث الآمن وذلك لرؤية صور ومقاطع فيديو آمنة لجمهور عام، وهو المستوىٰ الوحيد المتاح في النسخة المجانية، وفي حال الترقية إلىٰ Flickr pro يمكن التحميل للمحتوىٰ بالمستوىٰ المعتدل لمحتوىٰ قد يشتمل علىٰ صور موجهة للكبار، أو المستوىٰ المقيد لمحتوىٰ قد يكون غير مناسب للجميع، والثاني: نوع المحتوىٰ ويعطي هذا الإعداد لصانعي المحتوىٰ تحديد نوع المحتوىٰ المراد تحميله (صورة، لقطة شاشة، رسوم توضيحية، تصوير افتراضي)، ويمكن ضبط هذه الإعدادات علىٰ أساس كل عملية تحميل، أو بعد اكتمال عملية التحميل.**

● **باقي المنصات محل الدراسة لا توفر مرشحات للمحتوىٰ، فلا توفر منصة Jamendo مرشحات خاصة لحماية المحتوىٰ أو مرشحات محددة للمحتوىٰ غير المناسب، كما لا توفر SoundCloud مرشحات مباشرة للمحتوىٰ غير المناسب، وبدلاً من ذلك فهي تعتمد علىٰ المستخدمين للإبلاغ عن المحتوىٰ غير الملائم، كما أن منصة Thingiverse لا تحتوي علىٰ مرشحات محتوىٰ مباشرة، إلا أنها تعتمد علىٰ المستخدمين في تصنيف محتوياتهم بشكل صحيح وإضافة علامات مناسبة للمواد الغير ملائمة، كما يمكن للمجتمع الإبلاغ عن المحتويات التي تنتهك السياسات أو تتضمن مواد غير ملائمة، وكذلك لا توفر Vimeo مرشحات مباشرة لتصفية المحتوىٰ بناءً علىٰ العمر أو المحتوىٰ الغير ملائم، ولكن يمكن وضع علامة علىٰ الفيديو كغير مناسب للأطفال أو إضافة تحذيرات بشأن المحتوىٰ إذا كان**

يتضمن مشاهد غير ملائمة، وبالمثل لا تحتوي Wikimedia Commons علىٰ مرشحات، ولكن يمكن الإبلاغ عن المحتويات التي تنتهك السياسات أو تحتوي علىٰ مواد غير ملائمة

٤/٣ آليات تقييم أداء المحتوى

تتميز المنصات الست Flickrو Jamendoو SoundCloud وThingiverse وVimeo وWikimedia Commons بتوفير مجموعة من الآليات التي تساعد صانعي المحتوىٰ في تقييم أداء أعمالهم الإبداعية، وبالتالي فهم اهتمامات واحتياجات المتابعين، والعمل علىٰ إنتاج محتوىٰ يتناسب مع احتياجاتهم، كا هو مبين بالجدول(٧).

جدول(٧) آليات تقييم أداء المحتوى على المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
المشاهدات أو الاستماع	✓	✓	✓	✓	✓	✓
عدد التنزيلات	✓	✓	✓	✓	✓	X
مدة مشاهدة المحتوىٰ	X	X	✓	X	✓	X
الإعجابات	✓	✓	✓	✓	✓	X
التعليقات	✓	X	✓	✓	✓	X
عدد المشاركات علىٰ الشبكات الاجتماعية	✓	X	✓	X	✓	✓
التفاعل مع المشاركات	✓	X	✓	X	✓	X

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
الاجتماعية						
نمو عدد المتابعين أو المشتركين	✓	X	✓	X	✓	X
المحتوىٰ الأعلىٰ أداء	✓	X	✓	X	✓	X
الإيرادات من التراخيص	✓	✓	✓	X	✓	X
الإضافة إلىٰ المفضلة	X	✓	X	X	X	X
الإدراج في قائمة التشغيل	X	✓	X	X	X	X
عدد المشتركين	X	✓	X	X	X	X
عدد التحسينات Remixes	X	X	X	✓	X	X

يتبين من تحليل الجدول السابق ما يلي:

- تقدم جميع المنصات بنسبة ١٠٠٪ خاصية تتبع المشاهدات أو الاستماع أو التشغيل، مما يشير إلىٰ مدىٰ وصول المحتوىٰ إلىٰ الجمهور، سواء كان صورًا، أو مقاطع فيديو أو ملفات وسائط متعددة.
- توفر معظم المنصات بنسبة ٨٣,٣٪ من إجمالي المنصات وهي(Flickr وJamendo وSoundCloud وThingiverse وVimeo) بيانات حول عدد

التنزيلات، مما يساعد صانعي المحتوىٰ علىٰ معرفة مدىٰ رغبة الجمهور في الاحتفاظ بالمحتوىٰ.

- تتوافر ميزة تتبع مدة مشاهدة المحتوىٰ في SoundCloud وVimeo فقط بنسبة ٣٣٪ من إجمالي المنصات، وهي مفيدة في مراقبة الوقت الذي يقضيه الجمهور في مشاهدة المحتوىٰ، مما يعطي صانع المحتوىٰ فكرة عن مدىٰ جاذبية المحتوىٰ.
- تتيح معظم المنصات بنسبة ٦٧,٧٪ خاصية تتبع الإعجابات والتعليقات وهي (Flickr و وSoundCloud وThingiverse وVimeo)، بينما توفر Jamendoتتبع الإعجابات فقط، مما يعكس مستوىٰ تفاعل االجمهور بشكل مباشر مع المحتوىٰ ودوره في تحسين المشاركة.
- توافر تتبع عدد مشاركات المحتوىٰ علىٰ الشبكات الاجتماعية في ٦٧٪ من المنصات وهي (Flickr وSoundCloud وVimeo وWikimedia Commons) مما يعزز من انتشار المحتوىٰ خارج المنصة.
- تتوافر خاصية تتبع نمو عدد المتابعين في٥٠٪ من المنصات هيFlickr و SoundCloud وVimeo مما يساعد صانعي المحتوىٰ علىٰ مراقبة تطور أعداد متابعيهم بمرور الوقت.
- يمكن دعم الإيرادات من التراخيص في معظم المنصات بنسبة ٦٧٪ وهي Flickr وJamendo وSoundCloud و Vimeo مما يسمح لصانعي المحتوىٰ تحقيق الربح من خلال التراخيص، إلا أن Thingiverse ، Wikimedia Commons لا تدعم هذه الخاصية، مما يشير إلىٰ تركيزهما بشكل أساسي علىٰ الاستخدام المجاني بدلاً من تحقيق الربح.

● تنفرد Jamendo بتتبع عدد المشتركين والإضافة إلىٰ المفضلة أو قائمة التشغيل، والتي تسهل علىٰ الجمهور الاحتفاظ بالمحتوىٰ الذي يفضلونه والعودة إليه فيما بعد، كما تنفرد Thingiverse بتقديم احصائيات التحسينات(Remixes) والتي توضح عدد الأشخاص الذين استخدموا التصميم كأساس لتعديل أو تطوير نسختهم الخاصة.

● تعدVimeo و SoundCloud أكثر المنصات تطورًا في تقديم تحليلات إحصائية حول أداء المحتوىٰ وتفاعلاته مع الجمهور، وتأتي Flickr في الترتيب الثاني، ثم Jamendoفي الترتيب الثالث، بينما تفتقر Thingiverse و Wikimedia Commons إلىٰ تقديم تحليلات احصائية كافية لصانعي المحتوىٰ حول أداء محتواه.

٥/٣ المتطلبات الفنية لرفع المحتوى على المنصات

تتطلب عملية رفع المحتوىٰ علىٰ المنصات الست محل الدراسة مجموعة من المتطلبات الفنية يمكن توضيحها كما بالجدول(٨).

جدول (٨) المتطلبات الفنية اللازمة لرفع المحتوى على المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
حقوق الملكية	الملكية الخاصة أو ترخيصcc	العمل الأصلي	حقوق الملكية	أَصليًا ومبدعًا	حقوق الملكية	الملكية الخاصة
نوع المحتوىٰ	صور وفيديوهات	مقاطع موسيقية	موسيقىٰ وصوتيات	نماذج ثلاثية الأبعاد	فيديوها ت	وسائط متعددة
حجم الملف	الصورة: حتىٰ ٢٠٠ ميجابايت الفيديو:	الحد الأقصىٰ لحجم	المجانية: ٤ جيجابايت	١٠٠ ميجابايت لكل نموذج	المجانية : ٥ جيجابا	١٠٠ميجابايت لكل ملف

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
	١ جيجابايت	الملف الواحد ٤٨٠ ميجابايت	لكل ملف		يت لكل ملف	
الحد الأقصىٰ للرفع	المجانية ١,٠٠٠ صورة المدفوعة: غير محدود	غير محدود	المجانية٣ ساعات من المحتوىٰ والمدفوعة لا يزيد عن ٢٤ ساعة	الخطة المجانية: غير محدود	الخطة المجانية : ٥ جيجابايت في الأسبوع	١٠٠ ميجابايت لكل ملف
التنسيقات المدعومة	JPEG، PNG، TIFF، GIF MP4 BMP، OGG،	FLAC ، AIFF، WAV	MP3، WAV، FLAC، AIFF، AAC، OGG، WMA، AMR	STL، OBJ، AMF X3D	MP4، AVI، MOV، WMV FLV ،	JPEG، Ogg، GIF، PNG، SVG ،MP3 PDF ،DjVu،

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق ما يلي:

- **جميع المنصات محل الدراسة تشترط أن يتوافر لدىٰ المشترك حقوق الملكية للمحتوىٰ الذي يرفعه أو استخدام محتوىٰ مرخص تحت أحد تراخيص Creative Commons في كلٍّ من الخُطط المجانية والمدفوعة، حتىٰ يمكن مشاركة الملف مع حفظ حقوق الآخرين عند الاستخدام، وبالتالي يسهل مشاركة محتوىٰ أصلي، ومنح المشتركين حرية في التعامل مع الملفات.**

● تتفاوت المنصات إلىٰ حدٍ ما في طبيعة الملكية فمثلاً تتطلب Jamendo أن يكون المحتوىٰ المرفوع أصليًا فلا تسمح برفع أغلفة أو عينات أو ريمكسات مقطوعات موسيقية محمية بحقوق الطبع والنشرمن قبل ناشرين آخرين، كما تفرض Wikimedia Commons الملكية الخاصة للمحتوىٰ المرفوع سواء صورة للطبيعة أو أحداث عامة وغير ذلك، كما تسمح برفع عمل شخص آخر سبق نشره بموجب ترخيص مجاني أو انتهت صلاحية حقوق الطبع والنشر الخاصة به.

● تقدم كل منصة من المنصات الست نوع معين من المحتوىٰ، ومن ثم يجب أن يتوافق نوع المحتوىٰ المرفوع مع نوع المحتوىٰ الذي تقدمه المنصة، مما يؤثر علىٰ تنوع واختلاف الجمهور المستهدف لكل منصة، حيث تقدم Flickr صورًا وفيديوهات مما يجعلها منصة مناسبة للمصورين، وتركز Jamendo، SoundCloud علىٰ تقديم مجموعة متنوعة من المقاطع الصوتية، مما يُسَهِّل رفع واكتشاف المحتوىٰ الموسيقىٰ، أما Thingiverse فهي منصة متخصصة في النماذج ثلاثية الأبعاد، ويمكن كذلك مشاركة التصميمات والأفكار مما يسهم في دعم المصممين، وتعمل Vimeo علىٰ مشاركة الفيديوهات مما يسعد في جذب المهتمين بالمحتوىٰ البصري، بينما تتيح منصة Wikimedia Commons رفع مجموعة متنوعة من المحتوىٰ مثل الصور والفيديوهات والنماذج ثلاثية الأبعاد، مما يجعلها تستهدف جمهوراً متنوعـًا.

● يساعد الحجم المناسب للملف المراد رفعه علىٰ جودة المحتوىٰ، وبناءاً علىٰ ذلك ينبغي مراعاة حجم الملف والحد الأقصىٰ للرفع بما يتناسب مع كل منصة، حيث تسمح Flickr للخطط المجانية برفع الصور بحد أقصىٰ يبلغ ٢٠٠ ميجابايت لكل صورة، ويُمكن رفع حتىٰ ١٠٠٠ صورة، بينما توفر الخطة المدفوعة تخزينًا غير

محدود للصور، أما بالنسبة للفيديوهات فيمكن رفعها بحجم يصل إلىٰ ١ جيجابايت لكل فيديو علىٰ أن لا تتجاوز مدة الفيديو ١٠ دقائق، ولا توجد قيود محددة علىٰ عدد الفيديوهات التي يمكن رفعها، ولكن توجد قيودًا علىٰ مساحة التخزين تعتمد علىٰ نوع الخُطة، حتىٰ ٢٠٠ ميجابايت لكل صورة و١ جيجابايت لكل فيديو، وفيJamendo يكون الحد الأقصىٰ لحجم الملف الواحد ٤٨٠ ميجابايت ولكنها تسمح برفع عدد غير محدود من الملفات في الخطط المجانية والمدفوعة، مما يمنح صانعي المحتوىٰ حرية كاملة في مشاركة أعمالهم، وتتيحSoundCloud عدد محدود من المقاطع الصوتية حتىٰ ٣ ساعات من المحتوىٰ في الخطة المجانية، أما بالنسبة لحجم الملف فإن الحد الأقصىٰ هو ٤ جيجابايت لكل مقطع، بينما توفر الخطة المدفوعة إمكانية رفع محتوىٰ غير محدود بشرط ألا يزيد الحد الأقصىٰ لرفع الملف عن ٢٤ ساعة حتىٰ يمكن تحميل المسار بنجاح، أما Thingiverse فتتيح حجم ١٠٠ ميجابايت لكل نموذج أو تصميم، مما يشجع علىٰ رفع نماذج محسَّنة ومصممة بعناية، وتسمح Vimeo بتحميل ٣ مقاطع فيديو بسعة تخزين ٥ جيجابايت لكل ملف في الأسبوع للخطة المجانية، أما في الخُطة المدفوعة تسمح بتحميل ٦٠ فيديو بسعة تخزين تصل إلىٰ ١٠٠ جيجا بايت في المستوىٰ starter، وحتىٰ سعة تخزين تصل إلىٰ ٥ تيرا بايت في المستوىٰ advanced وتصل إلىٰ امتيازات غير محدودة في المستوىٰ Enterprise مما يوفر خيارات متنوعة للمستخدمين، أما Wikimedia Commons تتيح ١٠٠ ميجابايت لكل ملف.

- تدعم جميع المنصات تنسيقات متنوعة، مما يوفر مرونة للمستخدمين في رفع محتواهم، حيث تقبل Flickr تنسيقات الصور JPEG وPNG و GIF و (TIFF و BMP) ويتم تحويل الملف وحفظه بصيغة JPEG ، وتدعم تنسيقات الفيديو MP4

وAVI و WMV و MOV و MPEG1 و MPEG2وMPEG4و M2TS و OGGو OGV، وتدعم Jamendo ملفات بتنسيقات صوتية FLAC وWAV و AIFF ولا يمكن تحميل أي تنسيق آخر بشكل صحيح، كما تدعم SoundCloud مجموعة من تنسيقات الملفات الصوتية مثل MP3 وWAV وFLAC وAAC و AIFF و ALAC و OGG مما يمنح صانعي المحتوىٰ مرونة في رفع أعمالهم، وتدعم Thingiverse تنسيقات ملفات شائعة مثلSTL، OBJ، AMF، X3D ، كما تدعم Vimeo تنسيقات ملفات فيديو متنوعة مثل MP4 و MOV و AVI و FLV و WMV مما يوفر مرونة في رفع المحتوىٰ ومع ذلك لا تقبل المنصة ملفات صوت أو صور بتنسيق MP3 و JPG وPNG، وتدعم Wikimedia Commons عدة تنسيقات للصور JPEG وPNG وGIF و SVG، وللصوت MP3 و وOgg وwebM وFLAC وMIDI ولمقاطع الفيديو و وwebM وOGG وللنصوص PDF و DjVu مما يوفر مرونة أكبر في رفع المحتوىٰ.

٦/٣ الدعم الفني المقدم لصانعي المحتوى

توفر المنصات الستFlickr وJamendo وSoundCloud وThingiverse وVimeo وWikimedia Commons مجموعة متنوعة من وسائل الدعم الفني للمشتركين، كما هو مبين بالجدول(٩).

جدول (٩) وسائل الدعم الفني المقدم لصانعي المحتوى على المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
مركز الدعم أو المساعدة	✓	✓	✓	✓	✓	✓
شريط بحث عن أسئلة شائعة أو مقالات	✓	✓	✓	✓	✓	✓

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
الدعم						
أيقونات الدردشة	X	X	✓	X	✓	X
قسم الأسئلة الشائعة (FAQ)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اشعارات حول التحديثات	✓	✓	✓	✓	✓	✓
رابط لتقديم الملاحظات	✓	✓	✓	✓	✓	✓
مدونات ومنتديات أو مجتمعات النقاش	✓	✓	✓	✓	✓	✓
أيقونات وسائل التواصل الاجتماعي	✓	✓	✓	✓	✓	✓
نموذج اتصال	✓	✓	✓	✓	✓	✓

يتبين من خلال التحليل العام للجدول السابق ما يلي:

- توفر جميع المنصات محل الدراسة مركز دعم أو مساعدة فعال، مما يُسَهل علىٰ المشتركين التعامل مع أي مشكلة قد تحدث أثناءاستخدام المنصة مثل انتهاك حقوق الطبع والنشر أو الملكية الفكرية أو الإبلاغ عن محتوىٰ غير مناسب من خلال إرسال طلب بذلك.
- توفر جميع المنصات شريط بحث يتيح للمستخدمين البحث عن الأسئلة الشائعة أو المقالات الداعمة، لتسهيل الوصول إلىٰ المعلومات.

- جميع المنصات تتساوىٰ في معظم وسائل الدعم الفني ولكن توجد فجوة في توافر أيقونات الدردشة، حيث تتوافر هذه الخدمة فقط في٣,٣٣٪ من المنصات محل الدراسة هيSoundCloud وVimeo وذلك علىٰ مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع للإجابة في الحال علىٰ أي تساؤل أو استفسار، بينما تفتقر إليها باقي المنصات الأخرىٰ محل الدراسة، كما أن جميع المنصات تقدم قسمًا خاصًا بالأسئلة الشائعة، مما يساعد المشتركين في الحصول علىٰ إجابات سريعة علىٰ استفساراتهم.
- توفر جميع المنصات إشعارات حول التحديثات، مما يساعد المشتركين علىٰ الاطلاع بأحدث التغييرات، كما تتوافر روابط لتقديم الملاحظات في جميع المنصات محل الدراسة، مما يدل علىٰ اهتمامها بآراء المشتركين وتلبية احتياجاتهم.
- جميع المنصات تدعم وجود مدونات أو منتديات، مما يوفر مساحة واسعة للنقاش وتبادل الخبرات والآراء، تقدم علىٰ واجهة المستخدم أيقونات متعددة لوسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook وInstagram وTwitter وغيرها، مما يسهل علىٰ المستخدمين مشاركة المحتوىٰ والتفاعل مع المنصات عبر هذه الوسائل، كما أن جميع المنصات توفر نموذج اتصال، يمكن الوصول إليه عند تسجيل الدخول إلىٰ الحساب الشخصي، مما يسهل علىٰ المشتركين التواصل مباشرة مع فريق الدعم عند الحاجة.

٧/٣ التسويق والترويج

تقوم الجهات المسؤولة عن المنصات الست بإدارة جوانب معينة من التسويق والترويج لمحتواها، كما أن صانع المحتوىٰ يتحمل جزءاً كبيراً من هذه المسئولية.

١/٧/٣ التسويق والترويج من قبل المنصات

جدول(١٠) وسائل التسويق والترويج للمحتوى من قبل المنصات

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
تحسين واجهة المستخدم	واجهة جذابة،الصور عالية الجودة	واجهة بسيطة	واجهة تفاعلية	واجهة سهلة الاستخدام	واجهة جذابة، مع ميزات بحث قوية	واجهة بسيطة
مسابقات وفعاليات	نادرًا ما تنظم فعاليات	مسابقات دورية	فعاليات تحدي	فعاليات دورية	فعاليات ومهرجانات	تنظيم فعاليات وورش عمل
استخدام تراخيص cc	تدعم تراخيص CC	تدعم تراخيص CC	تدعم تراخيص CC	تدعم تراخيص CC	تدعم تراخيص CC	تدعم تراخيص CC
تقديم عروض ترويجية	خاصة بالمشتركين المميزين	للموسيقيين الجدد	ترويج للموسيقيين عبر قوائم التشغيل	عروض تصميم مميزة للشتركين	للأفلام القصيرة والمشاريع الجديدة	لمشاريع المشتركين
تقديم محتوىٰ تعليمي	دروس وموارد للمصورين	محتوىٰ تعليمي للمبدعين	محتوىٰ تعليمي لصناع المحتوىٰ	دروس ونماذج تعليمية	محتوىٰ تعليمي لصناعة الأفلام والمونتاج	محتوىٰ تعليمي للمشتركين
تحسين محركات البحث	تحسين مستمر في البحث عن الصور والفيديوهات	تحسين البحث عن الأغاني والفنانين	تحسين خوارزميات البحث عن المقاطع الصوتية	تحسينات مستمرة في البحث عن النماذج	تحسينات في محركات البحث عن الفيديوهات	تحسين البحث عن المحتوىٰ المعرفي

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق وبالبحث داخل مواقع المنصات الست وجود تفاوت في استراتيجيات التسويق والترويج عبر المنصات الست بشكل واضح، وقد يرجع ذلك لطبيعة كل منصة وجمهورها المستهدف وذلك علىٰ النحو التالي:

- تتميز المنصتان Flickr وVimeo بنسبة٣٣,٣٪ من المنصات محل الدراسة بواجهات جذابة وسهلة الاستخدام، أما SoundCloud وتمثل ١٦,٧٪ من المنصات الست فتتميز بتقديم واجهة تفاعلية مع خيارات جيدة، في حين تتميز Thingiverse وتمثل ١٦,٧٪ من المنصات الست بواجهة سهلة الاستخدام تركز علىٰ المحتوىٰ المحدد، بينما تعاني Jamendo وWikimedia Commons وتمثلان ٣٣,٣٪ من المنصات محل الدراسة؛ من وجود تصميم بسيط يحتاج إلىٰ تحديثات.
- تعتبر Jamendo أكثر المنصات نشاطًا في تنظيم مسابقات دورية للموسيقيين، مما يعزز التفاعل المجتمعي، تليها SoundCloud وThingiverse حيث تنظمان فعاليات تشجع الإبداع، بينما تنظمFlickr فعاليات نادرة، مما يقلل من تفاعل المستخدمين، وفي المقابل تركزWikimedia Commons علىٰ تنظيم فعاليات تعاونية مما يعزز المشاركة.
- تستخدم جميع المنصات تراخيص المشاع الإبداعي كعنصرًا أساسيًا في تعزيز الإبداع والمشاركة المجتمعية؛ حيث تدعم Flickr تراخيص المشاع الإبداعي مما يزيد من انتشار الصور ويعزز من إمكانية العثور عليها، وتقدم Jamendo تراخيص موسيقية مجانية تعزز من إمكانية الوصول إلىٰ الموسيقىٰ، ويساعد الجمهور علىٰ اكتشاف الألبومات الجديدة، وتتيح SoundCloud خيارات تراخيص مما يوفر

للمبدعين المزيد من الحرية في مشاركة أعمالهم، كذلك Thingiverse تدعم تراخيص المشاع الإبداعي مما يعزز من الابتكار والمشاركة بين المصممين، ويساعد استخدام تراخيص المشاع الإبداعي علىٰ Vimeo في نشر المحتوىٰ بحرية، وأخيرًا يعمل استخدام التراخيص علىٰ Wikimedia Commons من الثقافة الحرة للمشاركة، مما يشجع علىٰ التعاون وتبادل المعرفة.

- تقدم جميع المنصات محل الدراسة عروض ترويجية لجذب الجمهور وتحسين التفاعل عبر مختلف المنصات، مما يساعد في توسع نطاق الوصول إلىٰ المحتوىٰ، وتختلف هذه العروض من منصة لأخرىٰ، حيث تقدم Flickr عرض مسابقات تصوير أو تخفيضات علىٰ الطباعة مما يساعد في جذب المزيد من المشتركين، وفي Jamendo تساهم عروض التخفيضات علىٰ الألبومات في جذب الجمهور وارتفاع معدل المبيعات، بينما تقدم SoundCloud عروضًا علىٰ الاشتراكات، مما يُحَسِّن من المبيعات ويشجع صانعي المحتوىٰ علىٰ تقديم أعمال جديدة، أما علىٰ Thingiverse فإن تقديم تصميمات مجانية يعمل علىٰ تحسين التفاعل ويشجع المشتركين علىٰ اكتشاف المزيد من المحتوىٰ، وفي Vimeo يشجع المحتوىٰ الحصري المشاهدين علىٰ الاشتراك، مما يساهم في زيادة الجمهور، وتحقيق الإيرادات إذا كان المحتوىٰ مدفوعًا، كما أن توفير محتوىٰ مجاني أو تراخيص خاصة علىٰ Wikimedia Commons يجذب المزيد من المتابعين ويدفعهم إلىٰ المشاركة الفعالة.
- تقدم جميع منصات الدراسة محتوىٰ تعليمي متنوع من دروس وتعليمات ومقالات ويختلف من منصة لأخرىٰ، مما يسهم في تطوير المهارات وبناء مجتمع مبدع، حيث يساعد نشر الدروس حول التصوير علىٰ Flickr في إكساب المبدعين

المزيد من المعرفة اللازمة لتحسين أعمالهم، وفي Jamendo تساعد الدروس في تطوير الأعمال الفنية، كذلك تُعد دروس SoundCloud في إنشاء الموسيقىٰ ضرورية لتطوير المحتوىٰ الصوتي، وعلىٰ Thingiverse يتم نشر تعليمات للتحميل والطباعة مما يجذب المهتمين بالتصميمات ثلاثية الأبعاد، ومن خلال منصة Vimeo تعمل دروس الفيديو علىٰ فهم المهارات المطلوبة للمبدعين، كما تساعد المقالات التعليمية علىٰ Wikimedia Commons علىٰ الثقافة المجتمعية، حيث تُشجع علىٰ تبادل المعرفة والمعلومات.

- تسعىٰ جميع المنصات محل الدراسة إلىٰ تحسين محركات البحث، ولكن تختلف درجات التحسين من منصة لأخرىٰ، حيث تركز Flickr و Wikimedia Commons بشكل كبير علىٰ تحسين البحث، في حين تعمل SoundCloud وVimeo علىٰ تحسين خوارزميات البحث بشكل مستمر، مما يسهل علىٰ المشتركين العثور علىٰ المحتوىٰ.

٢/٧/٣ التسويق والترويج من قبل صانعي المحتوى

جدول(١١) وسائل التسويق والترويج للمحتوى من قبل صانعي المحتوى

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	مشاركة الصور علىٰ إنستغرام وفيسبوك مع روابط مباشرة لمحتوىٰ Flickr	مشاركة الموسيقىٰ علىٰ إنستغرام وفيسبوك	نشر مقاطع صوتية علىٰ منصات مثل تويتر وإنستغرام	مشاركة التصاميم علىٰ Pinterest ووسائل التواصل الأخرىٰ	مشاركة مقاطع الفيديو علىٰ إنستغرام وفيسبوك

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
التسويق عبر البريد الإلكتروني	التسويق عبر البريد الإلكتروني	إرسال تحديثات دورية عن أعمال جديدة وميزات جديدة	نشر إعلانات عن الإصدارات الجديدة	إرسال قوائم التشغيل وتحديثات المحتوى	مشاركة روابط التصميم مع المشتركين	إرسال نشرات إخبارية حول الفيديوهات الجديدة
التسويق عبر الفيديو	التسويق عبر الفيديو	إنشاء مقاطع فيديو توضيحية للصور أو المعارض	استخدام مقاطع الفيديو للترويج للموسيقى	نشر مقاطع فيديو توضيحية للموسيقى	إنشاء فيديوهات عرض للتصاميم	إنشاء مقاطع فيديو ترويجية لأعمالك
التفاعل مع المجتمع	التفاعل مع المجتمع	الرد على التعليقات والمشاركة في مجموعات	التفاعل مع المستمعين والتعليقات	الرد على التعليقات وتقديم الدعم للمستخدمين	الانضمام إلى منتديات التصميم وتبادل الأفكار	التفاعل مع المشاهدين والرد على التعليقات
إنشاء رابط مخصص للمحتوى	إنشاء رابط مخصص للمحتوى	استخدام روابط مختصرة لمشاركة الصور	استخدام روابط مباشرة للألبومات	إنشاء روابط لمقاطع الصوت المخصصة	إنشاء روابط مخصصة لتصاميم معينة	استخدام روابط مخصصة لمقاطع الفيديو

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق مايلي:

- **تعد وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة لتسويق المحتوى عبر مختلف المنصات، حيث يسهم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستجرام وفيسبوك على منصة Flickr في جذب الانتباه إلى الصور ومحتوى Flickr، كما تعزز**

الروابط المباشرة لمحتوىٰ Flickrالتفاعل مع المتابعين، في حين توفر Jamendo لصانعي المحتوىٰ إمكانية مشاركة الموسيقىٰ علىٰ الشبكات الاجتماعية مثل instagram وFacebook، مما يزيد من الوعي بالألبومات الجديدة ويشجع علىٰ الاستماع، كما أن نشر المقاطع الصوتية عبرSoundCloud علىٰ منصات مثل Twitter وinstagram يساعد صانعي المحتوىٰ في توسيع جمهورهم، ومن جهة أخرىٰ تساهم المشاركة علىٰ Pinterest والتي تعتبر شبكة اجتماعية تركز علىٰ اكتشاف ومشاركة المحتوىٰ المرئي، بالإضافة إلىٰ وسائل التواصل الاجتماعي الأخرىٰ في جذب المهتمين بالتصاميم ثلاثية الأبعاد علىٰ منصة Thingiverse ، وكذلك تشارك Vimeo مقاطع الفيديوهات عبر الشبكات الاجتماعية؛ فهي توفر Vimeo للمستخدمين إمكانية نشر مقاطع الفيديو الخاصة بهم مباشرةً علىٰ منصات الوسائط الاجتماعية المختلفة، مثل Facebook وYouTube وTwitter وصفحات LinkedIn مما يسهل الوصول إلىٰ جمهور أكبر ، ومع ذلك لا تذكر المنصة استخدام أيقونات الوسائط الاجتماعية بشكل محدد، كما تستخدم Wikimedia Commons وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الصور والوسائط، مما يشجع علىٰ المشاركة والتفاعل.

- يمثل التسويق عبر البريد الإلكتروني أداة قوية للتواصل مع الجمهور وتعزيز التفاعل مع المحتوىٰ لمختلف المنصات، حيث تقوم Flickr بإرسال التحديثات الدورية عن أعمال جديدة وبذلك يعد البريد الإلكتروني، وسيلة فعالة لإبقاء المتابعين علىٰ اطلاع علىٰ الأعمال الجديدة، مما يعزز الارتباط بينهم وبين المحتوىٰ، بالإضافة إلىٰ ذلك تساهم رسائل البريد الإلكتروني المتعلقة بنشر إعلانات عن الإصدارات الجديدة علىٰ Jamendo في بناء قاعدة جماهيرية محكمة، حيث يشعر

المتابعون بالتفاعل المستمر، علاوةً علىٰ ذلك تعد قائمة التشغيل وتحديثات المحتوىٰ أدوات قوية لتذكير المتابعين بالمحتوىٰ الجديد علىٰ SoundCloud، مما يسهم في زيادة عدد الاستماعات، كما أن مشاركة روابط التصميم مع المشتركين علىٰ Thingiverse تعزز التفاعل وتزيد من حركة المرور علىٰ الموقع، مما يساهم في تعزيز قاعدة جماهرية، ومن جهة أخرىٰ يمكن أن يكون إرسال النشرات الإخبارية حول الفيديوهات الجديدة علىٰ Vimeo عبر البريد الإلكتروني وسيلة فعالة لجذب الانتباه وزيادة المشاهدات، ويساعد إرسال التحديثات حول المحتوىٰ والفعاليات علىٰ Wikimedia Commons في تعزيز التفاعل، مما يشجع علىٰ المشاركة المجتمعية وبذلك يعتبر التسويق عبر البريد الإلكتروني وسيلة فعالة لتعزيز التفاعل وبناء علاقات مع الجمهور.

- يعتبر التسويق عبر الفيديو أداة فعالة لعرض المحتوىٰ بطرق مبتكرة وجذابة، حيث تتيح Flickr لصانعي المحتوىٰ إنشاء مقاطع فيديو ترويجية تسهم في عرض الصور بطرق مبتكرة مما يزيد من جاذبيتها، بينما تُستخدم مقاطع الفيديو علىٰ Jamendo لعرض الموسيقىٰ وجذب الجمهور، مما يساعد الفنانين في الوصول إلىٰ جمهور أوسع، ومن ناحية أخرىٰ تعزز الفيديوهات التوضيحية علىٰ SoundCloud الفهم للمنتجات الصوتية، مما يساعد المستمعين علىٰ تقدير المحتوىٰ بشكل أفضل، وفي Thingiverse تساعد فيديوهات العرض في شرح كيفية استخدام التصاميم بشكل فعال؛ مما يسهل علىٰ المستخدمين التفاعل مع المحتوىٰ، كما تعتبر Vimeo إنشاء مقاطع فيديو ترويجية للأعمال ؛ وكذلك تعزز الفيديوهات التعليمية علىٰ Wikimedia Commons من فهم كيفية استخدام المحتوىٰ المتاح، مما يشجع

علىٰ المشاركة المجتمعية، وبذلك يعد التسويق عبر الفيديو وسيلة فعالة لزيادة التفاعل وتعزيز فهم الجمهور للمحتوىٰ.

- تسمح جميع المنصات لصانعي المحتوىٰ بالتفاعل مع المجتمع وذلك لتعزيز العلاقات بين المبدعين وجمهورهم، حيث يساعد التفاعل مع الجمهور علىٰ Flickr من خلال الرد علىٰ التعليقات والمشاركة في مجموعات Flickrفي تكوين مجتمع قوي من المصورين، حيث يتم تبادل الأفكار والخبرات، وفي Jamendo يُعزز الاستماع إلىٰ آراء المتابعين والتعليقات من تطوير المحتوىٰ مما يجعل الفنانين أكثر استجابة لاحتياجات الجمهور، بينما الرد علىٰ التعليقات علىٰSoundCloud يساعد علىٰ تكوين علاقة وثيقة مع الجمهور، أما علىٰ Thingiverse فإن الانضمام إلىٰ منتديات التصميم يُعزز من تبادل الأفكار، وفي Vimeo يُساهم التفاعل مع المشاهدين والرد علىٰ التعليقات في زيادة قيمة المحتوىٰ، ويُعزز من تجربة المشاهدة، كما تعمل المشاركة في النقاشات علىٰ Wikimedia Commons من تعزيز التفاعل المجتمعي، مما يُشجع علىٰ التعاون وتبادل المعرفة.
- تعمل جميع المنصات علىٰ إنشاء واستخدام روابط مخصصة للمحتوىٰ كوسيلة فعالة لتعزيز سهولة الوصول والتصفح عبر مختلف المنصات، حيث تتيح Flickr الروابط المختصرة للمستخدمين للوصول بسهولة إلىٰ المحتوىٰ، مما يُعزز من تجربة التصفح وفي Jamendo، يسهل استخدام الروابط المباشرة للألبومات عملية البحث والتصفح، مما يجعلها أكثر جاذبية للمستمعين، كما تُساعد الروابط لمقاطع الصوت علىٰ SoundCloud في الترويج للفنانين وأعمالهم، وعلىٰ Thingiverse تساهم الروابط المخصصة للتصاميم في تسهيل الوصول إلىٰ محتوىٰ معين، مما يُعزز من تفاعل الجمهور، كما أن استخدام روابط مخصصة لمقاطع

الفيديو على Vimeo يُعزز من التعرف على المحتوى وتسهيل الوصول إليه، وتُوفر Wikimedia Commons روابط مباشرة تُسهل الوصول إلى الوسائط المتنوعة.

٨/٣ التعاملات المالية وتقاسم الأرباح

يختلف تقاسم الأرباح بين المنصات محل الدراسة (Flickrو Jamendo و SoundCloudو Thingiverse و Vimeo) وصانعي المحتوى، عما هو مبين بالجدول(١٢).

جدول (١٢) التعاملات المالية وتقاسم الأرباح بين المنصات محل الدراسة وصانعي المحتوى

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
نموذج عقد مباشر	لا	نعم	نعم	لا	نعم	لا
التراخيص التجارية	نعم، يمكن لصانع المحتوى بيع الصور أو ترخيصها خارج المنصة	نعم، تُرخص الموسيقى للاستخدام التجاري	لا، التراخيص التجارية ليست جزءاً من النظام الإعلاني	لا، التصاميم متاحة مجانًا على المنصة، ولكن يمكن بيع التصاميم خارج المنصة	نعم، يمكن بيع/ تأجير الفيديوهات للاستخدامات التجارية	لا، المحتويات مجانية تحت تراخيص مفتوحة مثل CC
نسبة الربح	لايوجد تقاسم مباشر للأرباح	٦٥ – ٧٥٪ للمبدع، ٢٥ – ٣٥٪ للمنصة	٥٥٪ للمبدع، ٤٥٪ للمنصة	لايوجد تقاسم مباشر للأرباح	٩٠٪ للمبدع، ١٠٪ للمنصة	لايوجد تقاسم مباشر للأرباح
طريقة استلام الربح	منصات خارجية PayPal	PayPal أو تحويل بنكي	PayPal	عبر منصات خارجية	PayPal أو تحويل بنكي	لا يوجد

المنصة	Flickr	Jamendo	SoundCloud	Thingiverse	Vimeo	Wikimedia Commons
	أو تحويل بنكي					
العملات المستخدمة	الدولار الأمريكي أو العملة المحلية حسب الاتفاق	اليورو أو الدولار الأمريكي	الدولار الأمريكي أو اليورو	حسب المنصة الخارجية	الدولار الأمريكي أو اليورو	لا يوجد

يتبين من خلال تحليل بيانات الجدول السابق وجود تنوعًا كبيراً في طريقة تقاسم الأرباح والإيرادات بين صانعي المحتوىٰ والمنصات الست محل الدراسة (Flickr وJamendo وSoundCloud وThingiverse وVimeo) وذلك علىٰ النحو التالي:

- تعتبرJamendo وSoundCloud وVimeo هي المنصات الوحيدة التي توفر عقودًا مباشرة مع صانعي المحتوىٰ، مما يمنحهم بعض الضمانات والحماية لحقوقهم مع تحقيق الربح، ففي Jamendo لا تتيح النسخة المجانية تحقيق أرباح حيث تركز النسخة المجانية علىٰ مشاركة الموسيقىٰ بشكل مجاني وتحت تراخيص مفتوحة، مما يعني أن المستخدمين يمكنهم الاستماع إلىٰ الموسيقىٰ وتحميلها مجانًا، ولكنها لا توفر خيارات لصانعي المحتوىٰ لكسب المال من أعمالهم، ولتحقيق الدخل يجب علىٰ صانعي المحتوىٰ الانضمام إلىٰ الخطة المدفوعة أو الاصدار الاحترافJamendo Pro ، والذي يتيح لهم تحميل الموسيقىٰ وبيع التراخيص التجارية، ويتضمن نموذج العقد بين صانعي المحتوىٰ و Jamendo شروطًا تتعلق بحقوق الاستخدام والتراخيص ونسبة الأرباح، والتي تتراوح بين٦٥٪

- ٧٥٪ لصانع المحتوىٰ، ٢٥- ٣٥٪ للمنصة من إيرادات التراخيص حسب شروط العقد، ويتم دفع الأرباح عادةً باليورو مع إمكانية استخدام الدولار الأمريكي حسب الشروط المحلية، ويتم الاستلام عبر منصة PayPal أو التحويل البنكي، كما تُعتبر النسخة المجانية من SoundCloud مناسبة للمبتدئين أو لمن يرغب في تجربة المنصة، لكنها تفتقر إلىٰ خيارات تحقيق الدخل، وتوفر SoundCloud نظامًا إعلانيًا لمشاركة الأرباح مع صانعي المحتوىٰ، ولا تعتبر التراخيص التجارية جزءاً من النظام الإعلاني، ولتحقيق الأرباح من SoundCloud يجب الانضمام إلىٰ SoundCloud Premier وذلك بعد تلبية مجموعة من المعايير مثل امتلاك ١٠٠٠ متابع أو أكثر وعدد كبير من التشغيلات، ويتعين علىٰ المستخدمين رفع المقاطع الموسيقية وتفعيل الإعلانات عليها لكسب المال بناءً علىٰ عدد التشغيلات، ويتم تحديث الرصيد في نهاية كل شهر كما يتم إيداع المدفوعات تلقائيًا بمجرد أن تصل أرباح صانع المحتوىٰ إلىٰ ٢٥ دولارًا أمريكيًا أو تتجاوزها، وقد تتأخر المدفوعات شهرين حيث تستغرق المنصة عادةً من ٣٠ إلىٰ ٤٥ يومًا لدفع الأرباح عن فترة معينة، وتتوزع نسبة الربح بين صانع المحتوىٰ والمنصة بحيث يحصل صانع المحتوىٰ علىٰ ٥٥٪ من أرباح الإعلانات، بينما تحصل المنصة علىٰ ٤٥٪، ويتم استلام الأرباح عبرPayPal أو من خلال التحويل البنكي، وتختلف العملات المستخدمة، حيث يمكن أن تكون إما الدولار الأمريكي (USD) أو اليورو (EUR)، لا يمكن تحقيق الربح من الخطة المجانية فيVimeo حيث تتيح الخطة المجانية للمستخدمين تحميل مقاطع الفيديو ومشاركتها مع الآخرين، ولكنها لا توفر ميزات متعلقة بتحقيق الدخل مثل بيع أو تأجير الفيديوهات، وللاستفادة من ميزات تحقيق الدخل يحتاج صانعو المحتوىٰ الترقية إلىٰ إحدىٰ الخطط المدفوعة مثل Starter، و Standard، Advanced، Enterprise حيث تتيح الوصول إلىٰ أدوات متقدمة لتحقيق الدخل منها (Vimeo

On Demand) حيث يمكن لصانعي المحتوىٰ بيع أو تأجير الفيديوهات مباشرةً للجمهور، يحصل صانع المحتوىٰ علىٰ ٩٠٪ من الإيرادات بعد خصم الرسوم، بينما تحتفظ Vimeo بنسبة ١٠٪، (الاشتراكات الشهرية) حيث يمكن لصانعي المحتوىٰ تقديم محتواهم عبر نموذج اشتراك شهري، يدفع المتابعون رسومًا شهرية للوصول إلىٰ الفيديوهات الحصرية، (Vimeo OTT (Over-The-Top وتتيح هذه الخدمة لصانعي المحتوىٰ إنشاء منصات اشتراك خاصة بهم، مثل تطبيقات البث المدفوعة أو مواقع الفيديو حسب الطلب، ويمكن للمستخدمين دفع رسوم للوصول إلىٰ المحتوىٰ بشكل مستمر، ويتم استلام الأرباح عبر PayPal أو التحويل البنكي، وتختلف العملة المستخدمة حسب الموقع الجغرافي، وعادةً ما تكون بالدولار الأمريكي أو اليورو

- لا توفرFlickr و Thingiverse وWikimedia Commons عقودًا مباشرة، مما يعني أن صانعي المحتوىٰ يعتمدون علىٰ فرص خارجية لتحقيق الربح، ففيFlickr لا يوجد تقاسم أرباح مباشر عبر المنصة، ولكن Flickr تعتمد علىٰ إمكانية بيع الصور بشكل فردي ويمكن لصانعي المحتوىٰ الاستفادة من عرض أعمالهم خارج المنصة للحصول علىٰ فرص لبيع الصور أو ترخيصها للاستخدام التجاري، وبالمثل Thingiverse لا توفر نموذج تقاسم أرباح علىٰ المنصة نفسها، ولكن صانعي المحتوىٰ يمكنهم بيع تصاميمهم ثلاثية الأبعاد عبر منصات أخرىٰ من منصات التجارة الإلكترونية، ويمكن للمصمم تلقي الدفع عن استخدام المحتوىٰ الخاص به في عملية الشراء ويمكن إعداد المدفوعات كدفعة إلزامية أو إكرامية حيث يُسمح للعميل بترك إكرامية إذا اختار ذلك، وتعتبر الإكراميات من مستخدم إلىٰ مستخدم آخر اختيارية، ويحتاج المصمم إلىٰ ربط حسابه علىٰ Thingiverseبحساب patreon أو Github أو ko-fi أو paypal ومن خلال

الرابط يتم توجيه الشخص الذي يريد إعطاء إكرامية للمستخدم إلىٰ منصة الدفع الذي تم تحديدها ومتابعة العملية عليها، كما أن منصةWikimedia Commons غير ربحية ومحتواها مفتوح المصدر، فيمكن للجميع استخدام الصور والمحتويات بدون أي مقابل مادي.

- معظم المنصات بنسبة٥٠٪ من المنصات محل الدراسة تتيح لصانعي المحتوىٰ ترخيص أعمالهم لأغراض تجارية، بينماJamendo وVimeo يوفران خيارات واضحة لصانعي المحتوىٰ لكسب المال من خلال الترخيص، أما Wikimedia Commons فهي مجانية.
- تعتبر نسبة الربح لصانعي المحتوىٰ في Vimeo الأعلىٰ حيث تبلغ (٩٠٪) مما يدل علىٰ دعم وتشجيع المنصة للمبدعين، في حين تقدم Jamendoنسبة جيدة من الربح تتراوح بين (٦٥-٧٥٪)، بينماSoundCloud توفر نسبة أقل تصل إلىٰ ٥٥٪، أماFlickr و Thingiverse و Wikimedia Commons لا توفر تقاسم مباشر للأرباح، مما يضع عبء الربح علىٰ صانعي المحتوىٰ للبحث عن فرص خارجية.
- جميع المنصات التي تسمح بتقاسم الأرباح توفر خيارات استلام للربح مثل PayPal أو التحويل البنكي، إلا أن Thingiverse تعتمد علىٰ منصات خارجية.
- محدودية العُمْلات المستخدمة، حيث تتضمن الدولار الأمريكي أو اليورو، مما قد يؤثر علىٰ كيفية تعامل صانعي المحتوىٰ مع رسوم المعاملات وعمليات التحويل.

خاتمة الدراسة

توصلت الدراسة إلىٰ مجموعة من النتائج والتوصيات التي قد تساعد في تعزيز البحث وتطوير الفهم حول منصات المشاع الإبداعي؛ يمكن توضيحها علىٰ النحو التالي:

- **نتائج الدراسة**

• اعتمدت المنصات محل الدراسة بنسبة ٨٣,٣٪ في إنشائها علىٰ جهود شخصية، في حين أن ١٦,٧٪ اعتمدت في إنشائها علىٰ مؤسسة.

• انضمام المنصات محل الدراسة لموقع منظمة المشاع الإبداعي في نفس عام تأسيسها أو في وقت قريب من تأسيسها يدل علىٰ الإدراك المبكر من قبل مؤسسو المنصات بأهمية تراخيص المشاع الإبداعي.

• سهولة التسجيل والانضمام للمنصات محل الدراسة حيث تتبع جميعها طريقة موحدة ومألوفة في إعداد الحساب.

• تقدم المنصات محل الدراسة خطط اشتراك مجانية وأخرىٰ مدفوعة، حيث تتوافر الخطط المجانية والمدفوعة في أربع منصات بنسبة ٦٦,٧٪ من المنصات محل الدراسة، بينما توفر منصتان الخطط المجانية فقط بنسبة ٣٣,٣٪، مما يتيح الفرصة أمام المشتركين من اختيار المنصة وكذلك خطة الاشتراك التي تناسب قدراتهم المادية وتلبي رغباتهم.

• توفر خطط الاشتراك المدفوعة امتيازات وصلاحيات استخدام تفوق بكثير التي تقدمها الخطط المجانية.

• تدعم المنصات التي تقدم خطط اشتراك مدفوعة في طرق دفع الاشتراك، حيث تقتصر علىٰ بطاقات الائتمان البنكية وبعض بوابات الدفع مثل paypal، كما تدعم

نوعـًا محدوداً من العملات وبالتالي تزيد قيمة الاشتراك بسبب رسوم تحويل العملات، مما قد يقلل من عدد المشتركين الذين يفضلون طرقـًا أخرىٰ للدفع مثل التحويل البنكي أو عبر تطبيقات أخرىٰ، وبالتالي يحد من انتشار المنصة وتوسعها العالمي.

- تتفوق Vimeo علىٰ باقي المنصات محل الدراسة في توفيرها مجموعة متنوعة من الأدوات والقوالب الجاهزة التي تساعد في إنشاء وصناعة المحتوىٰ وكذلك إمكانية إضافة الوصف والتوسيم واختيار الترخيص المناسب وخصوصيات الأمان، تليها في المركز الثاني منصة Flickr ، بينما تأتي Jamendoو SoundCloud في المركز الثالث، بينما تأتي Thingiverse و Wikimedia Commons في المركز الرابع، وقد يرجع ذلك إلىٰ تقديمهما خطط مجانية فقط.
- تتفاوت المنصات الست محل الدراسة في توفير مجموعة من الآليات التي تساعد صانعي المحتوىٰ في تقييم أداء أعمالهم الإبداعية، لإنتاج محتوىٰ يتناسب مع اهتمامات واحتياجات المشتركين ؛ حيث تحتل وSoundCloud و Vimeo في المركز الأول، وتأتي Flickr في المركز الثاني، تليها Jamendo في المركز الثالث، ثم Thingiverse وWikimedia Commons في المركزين الرابع والخامس علىٰ التوالي.
- تدعم جميع المنصات محل الدراسة تنسيقات ملفات متنوعة مما يوفر مرونة في رفع محتواهم ، كما تعمل علىٰ حفظ حقوق المبدعين الأصليين عند نشر محتواهم حيث تشترط أصالة المحتوىٰ أو الملكية الخاصة له أو مشاركة محتوىٰ مرخص بموجب أحد تراخيص المشاع الإبداعي.

• تنوع وسائل الدعم الفني المقدمة للمشتركين من قبل المنصات محل الدراسة، مما يساعد في حل المشكلات التي قد تواجههم أثناء الأستخدام وكذلك الوصول السهل والسريع للمصادر التعليمية بأقل جهد، ومن ثَم بناء مجتمع تعاوني ومبدع.

• تقع عملية التسويق والترويج للمحتوىٰ علىٰ كلٍّ من الجهات المسؤولة عن المنصات الست محل الدراسة وصانعي المحتوىٰ، حيث تقوم الجهات المسؤولة بإدارة جوانب معينة من التسويق لمحتواها مثل تحسين واجهة المستخدم وتنظيم فعاليات ومسابقات وتقديم عروض ترويجية للمشتركين وتقديم محتوىٰ تعليمي بالإضافة إلىٰ القيام بتحسينات مستمرة تساعد في البحث عن المحتوىٰ، كما يقوم صانع المحتوىٰ بإدارة جزء من عملية التسويق لمحتواه عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو البريد الإلكتروني أو تقديم فيديوهات توضيحية للمحتوىٰ بالإضافة إلىٰ التفاعل مع المجتمعات من خلال الرد علىٰ التعليقات أو الإعجابات أو الانضمام إلىٰ المنتديات.

• المنصات التي تقدم عقودًا مباشرة وتراخيص تجارية مثل Jamendo و Vimeo تعد خيارات أفضل لصانعي المحتوىٰ الذين يبحثون عن طرق موثوقة لتحقيق الدخل، في حين أن المنصات التي لا تقدم تقاسم أرباح مباشر مثل Flickr و Thingiverse قد تكون أقل جاذبية للمبدعين الذين يسعون لتحقيق دخل ثابت، حيث يجب عليهم البحث عن فرص خارجية.

▪ **توصيات الدراسة**

• ضرورة اهتمام الجامعات المصرية بإنشاء منصات عربية تدعم تراخيص المشاع الإبداعي علىٰ نحو مماثل للمنصات الأجنبية.

- اهتمام الجهات المسئولة عن بعض المنصات مثل Wikimedia Commons بإضافة رابط بجوار أيقونة الترخيص أو من خلال النقر عليها لإحالة المستخدم إلىٰ الصفحة التفصيلية للترخيص علىٰ موقع Creative Commons.
- قيام الجهات المعنية بمنصات المشاع الإبداعي بتحسين آليات تقييم أداء المحتوىٰ، من خلال توفير قسم خاص بتوصيات الجمهور وتحليل اهتماماته، وآخر للتعليقات التي تبين رأي الجمهور بشكل تفصيلي، مما يساعد صانعي المحتوىٰ في تطوير أعمالهم وإبداعاتهم بما يتلائم مع احتياجات واهتمامات الجمهور.
- ضرورة قيام الجهات المسؤولة عن المنصات التي لا تدعم تحقيق الدخل مثل Flickr و Thingiverse، Wikimedia Commons بإنشاء متجر رقمي علىٰ مواقعها؛ مما يساعد صانعي المحتوىٰ في تحقيق دخل مباشر وثابت من أعمالهم دون الحاجة للخروج من المنصة، مما يزيد من جاذبية المنصة لصانعي المحتوىٰ من المؤلفين والمبدعين.

▪ الدراسات المستقبلية

- مدىٰ وعي المستخدمين لمنصات المشاع الإبداعي بتراخيص Creative Commons.
- دراسة الاتجاهات الموضوعية لمحتويات منصات منظمة Creative Commons.

الهوامش والمراجع

(1)Creative Commons. Annual Report . available at: https://creativecommons.org/annual-reports/

(٢) محمد، رباح فوزي. البحث العلمي: دليل عملي للباحثين. – الإسكندرية: دار الثقافة العلمية، ٢٠٢١. ص191

(3) https://creativecommons.org

(4) https://www.jstor.org

(5)https://www.academia.edu

(6)https://www.researchgate.net

(7)https://www.ekb.eg/ar/home

(8)http://srv1.eulc.edu.eg/eulc_v5/libraries/start.aspx?ScopeID=1

(٩) سويفي، رحاب عبد الهادي، and رحاب عبد الهادي. "المشاع الإبداعىٰ ودوره فىٰ حماية حقوق الملكية الفكرية فىٰ البيئة الرقمية: دراسة حالة علىٰ جامعة الفيوم." بحوث في علم المكتبات والمعلومات ١٢.مارس (٢٠١٤): ١٤٧-١٧٨.

(10) Awujoola, Olalekan Abiola, and Kathleen Chinyere Phillips. "AWARENESS AND PERCEPTION OF CREATIVE COMMONS LICENCES BY LECTURERS IN FACULTY OF EDUCATION, UNIVERSITY OF IBADAN, NIGERIA." *Information Technologist (The)* 17.1 (2020): 217-229.

(١١) العتلي، هارون، و وهيبة غرارمي. "الوصول الحر ما بين حقوق التأليف والترخيص: دراسة ميدانية علىٰ الأساتذة الباحثين بكلية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال وكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة قسنطينة ٢." مجلة الحوار المتوسطي مج١٢، ع١ (٢٠٢١): ١٦٨ - ١٩٤.

(١٢) صلاح، أمل. "رخص المشاع الإبداعي: دراسة ميدانية لمدىٰ الوعي بها والإفادة منها من قبل الباحثين في علم المكتبات والمعلومات بالجامعات المصرية." المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات.196-165 :(2023) 5.16

(١٣) كوادش، نبيلة. "الملكية الفكرية وإشكالية الإتاحة الحرة للمعلومات: العموميات الخلاقة نموذجا." مجلة دراسات وأبحاث مج١٥، ع١ (٢٠٢٣): ٣٤٢ - ٣٦١.

(14) Jha, Ratan Kumar, et al. "Open Educational Resources and Creative Commons Progress in Developing Countries: a study of Indian higher educational institutes." *World Digital Libraries-An international journal* 16.1 (2023): 49-62.

(١٥) بوعناقة، سعاد. الإتاحة الحرة للمعلومات نموذج العموميات الخلاقة في قطاع المكتبات والمعلومات." مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية". 2015)

(١٦) حسين، إيمان رمضان محمد. "تراخيص المصادر الإلكترونية ودورها في دعم حرية إتاحة المعلومات بالمكتبات الجامعية: دراسة استطلاعية علىٰ مكتبات جامعات القاهرة الكبرىٰ "*Cybrarians journal*, no. 42, 2016, pp. 1–27, https://doi.org/10.12816/0041211.

(١٧) بوعناقة، سعاد، روميسة سدوس. الوصول الحر من خلال العموميات الخلاقة: دراسة تطبيقية علىٰ مواقع مؤسسات ومرافق المعلومات العربية(٢٠١٨).

(١٨) عولمي، نادية. "تبني العموميات الخلاقة بالمكتبات ومرافق المعلومات بين حقوق الملكية الفكرية والوصول الحر." في المؤتمر الدولي الأول للمكتبات والمعلومات والتوثيق: الوصول الحر للمعلومات عمان: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح وجمعية المكتبات والمعلومات الأردنية والجمعية الجزائرية للمكتبات والمعلومات، (٢٠١٨): ٥٩٣ - ٦١٤.

(19) Ding, Yi. "Is Creative Commons a panacea for managing digital humanities intellectual property rights?." *Information Technology and Libraries* 38.3 (2019): 34-48.

(20) Mallalieu, Ruth. "The elusive gold mine? The finer details of Creative Commons licences–and why they really matter." *Insights* 32.1 (2019).

(21) Seibert, Heather, Rachel Miles, and Christina Geuther. "Navigating 21st-century digital scholarship: Open educational resources (OERs), Creative Commons, copyright, and library vendor licenses." *The Serials Librarian* 76.1-4 (2019): 103-109.

(٢٢) عطية محمود البحاحal et. "المستودعات الرقمية ودورها في توفير الموارد التعليمية المفتوحة بتراخيص المشاع الإبداعي حالة خاصة: المستودع الرقمي بالجامعة الاسمرية الإسلامية.

"*Journal of Basic Sciences* 33.1 (2020): 65-90.

(23) Scharf, Nick. "Creative Commons-ense? An analysis of tensions between copyright law and Creative Commons." *Journal of intellectual property law & practice* 12.5 (2017): 376-383.

(24) Korbel, Caroline. "Managing Copyright in Digital Collections: A Focus on Creative Commons Licences." *Dalhousie Journal of Interdisciplinary Management* 14 (2018).

(25)Sulistianingsih, Dewi, and Gianefi Safitri. "The Licensors' Economic Right for Creative Commons Licensed Works Used for Commercial Purposes in Indonesia." *Halu Oleo Law Review* 3.1: 37-49.

(26)Patricia, Florens Debora, and Harsa Wahyu Ramadhan. "Assigning Creative Commons licenses to accompany the accessibility." *2019 IEEE 7th International Conference on Serious Games and Applications for Health (SeGAH)*. IEEE, 2019.

(٢٧)الكشكىٰ، ناصر أبوزيد، **and** ناصر أبوزيد. **"رُخَص المشَاعُ الإبداعي وتأثيرها علىٰ حقوق الملكية الفكرية: دراسة تحليلية." المجلة العلمية للمكتبات و الوثائق و المعلومات** 3.5 (2021): 9-58.

(٢٨) **معموش ، إيمان. دور رخص المشاع الإبداعي في ضمان الاستعمال القانوني للمصنفات الرقمية (٢٠٢٢)**

(29)Herr, Melody. "Abusive copyright litigation, proposed solutions, and the implications for Creative Commons licenses." *The Journal of Academic Librarianship* 48.1 (2022): 102475.

(٣٠) **عيسىٰ، هيثم السيد أحمد. "الإطار القانوني لتراخيص المشاع الإبداعي." مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية مج٩، ع١ (٢٠٢٣): ٤٧٤ – ٥٧٤.**

(31) Muhammad, Iqbal. "COMMUNAL INTELLECTUAL PROPERTY IN THE DIGITAL AGE: EXPLORING THE RELEVANCE, REGULATION, AND IMPACT OF CREATIVE COMMONS LICENSES." *Indonesian Law Journal* 16.1 (2023): 39-62.

(32)Roder-Hießerich, Verena. "(Free) Creative Commons content on the internet is not so free after all: The pitfalls and details of copyright laws and licenses." *EMBO reports* 24.12 (2023): e58419.

(33)Alqudah, Maen Mohammed Amin Ali. "Legal aspects of the licensee's obligations according to the Creative Commons licenses and their relationship to copyright."

مجلة العلوم التربوية و الدراسات الإنسانية.763-751 :(2023) 32

(٣٤) حسانين، محمد إبراهيم إبراهيم، محمد إبراهيم إبراهيم. "المشاع الإبداعي وحق الملكية الفكرية." المجلة القانونية.170-115 :(2024) 1.19

(35)Bliss, T. J., and M. Smith. "A Brief History of Open Educational Resources." *Open: The Philosophy and Practices That Are Revolutionizing Education and Science*, edited by Rajiv S. Jhangiani and Robert Biswas-Diener, Ubiquity Press, 2017, p11

)36(Abelson, Hal, et al. "CC REL: The Creative Commons Rights Expression Language." *The Digital Public Domain: Foundations for an Open Culture*, edited by Melanie Dulong de Rosnay and Juan Carlos De Martin, 1st ed., vol. 2, Open Book Publishers, 2012, p. 151.

)37(Hoorn, Esther. "Contributing to Conversational Copyright: Creative Commons Licences and Cultural Heritage Institutions." *Open Content Licensing: From Theory to Practice*, edited by Lucie Guibault and Christina Angelopoulos, Amsterdam University Press, 2011, p. 206

)38(Green, Cable. "Open Licensing and Open Education Licensing Policy." *Open: The Philosophy and Practices That Are Revolutionizing Education and Science*, edited by Rajiv S. Jhangiani and Robert Biswas-Diener, Ubiquity Press, 2017, p. 32,33

)39(Abughres, W. S., M. A. Mgheder, و A. M. Albhbah. "A Pilot Study on Open Educational Resources and Experiential Carried Out by Higher Education in Libya"

مجلة الجامعة الأسمرية، م ٢، عدد ١، يونيو، 2021, p.4.

)40(Green, Cable. the same reference, pp. 33–37.

(41)Creative Commons: Annual Reports. available at: https://creativecommons.org/annual-reports

)42(https://www.flickr.com/about

)43(https://www.jamendo.com/about

(44) https://soundcloud.com/pages/contact

(45) https://www.thingiverse.com/about

(46) https://vimeo.com/about

)47(https://commons.wikimedia.org/wiki/Commons:Welcome