



مرئيات واقتراحات الجمهورية اللبنانية حول الإطار التنظيمي والإستراتيجي للإعلام الإلكتروني العربي

يوليو/تموز 2021

استناداً إلى القرار رقم (497) لمجلس وزراء الاعلام العرب في دورته العادية (51) بتاريخ 2021/6/16 والمتعلق بتشكيل لجنة عربية برئاسة المملكة الأردنية الهاشمية وعضوية المملكة العربية السعودية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، وجمهورية العراق، والجمهورية اللبنانية، والجمهورية الإسلامية الموريتانية، لإعداد خطة كافية لوضع الإطار التنظيمي والاستراتيجي للإعلام الإلكتروني، تشي وزارة الإعلام اللبنانية وتعبّر عن فائق التقدير لمرئيات واقتراحات الدول العربية الشقيقة حول عمل لجنة الإعلام الإلكتروني العربي وتُورد في ما يلي مرئيات واقتراحات وزارة الإعلام في الجمهورية اللبنانية لخطة الإطار التنظيمي والإستراتيجي على النحو المبين فيما يلي.

د. منال عبد الصمد نجد

وزيرة الإعلام في الجمهورية اللبنانية



مقدمة

للإعلام دور أساس في تشكيل الوعي المجتمعي، وبخاصة في الإعلام الإلكتروني بوصفه الإعلام الأكثر انتشاراً وتأثيراً في ترسيخ المفاهيم والقيم الجديدة. لذلك، فرض الإعلام الإلكتروني واقعاً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.

توالى أنواع الوسائط الإعلامية عبر التاريخ لاسيما الحديث منه، من صحافة ورقية ووكالات أنباء ومراكز بحوث فوسائل إذاعية وتلفزيونية وسينمائية وصولاً إلى الإلكتروني منها، فالرقمي والذكي... وما يُعرف بوسائل التواصل الاجتماعي التي بدلت المفاهيم الإعلامية بين المرسل والمتلقي فأضحى كل شخص وسيلة إعلامية أو صحافي أو ما يُعرف بـ citizen journalism، يُعبر ويُشارك فيها ويُعلم الآخرين بما لديه، ومختلف أجهزة الإتصال الإلكترونية هي وسائط بث وتلقي.

يأخذ الإعلام العربي في عصر العولمة الحديثة مكانة المتلقي لا المتحري أو المخبر فهو لا يقوم بأغلبه على وظيفة إعلامية إخبارية ذات هوية واضحة، بل هو يعاني من خلل واضح.

إن تقنية المعلومات التي تُعنى بمعالجة المعلومات وسُبل تخزينها تكاملت مع تقنية الإتصالات التي تتولى نقلها على الوسائط المختلفة، فمختلف الخدمات أصبحت متاحة على كل من هذه الشبكات وبتقنيات مختلفة. فمع تطور التكنولوجيا الرقمية أصبحت الخدمات الإعلامية تفاعلية ولم يعد المشاهد فقط المتلقي بل تحول إلى شريك مؤثر في الصناعة الإعلامية من خلال تفاعله المباشر في المحتوى.



أولاً: الهدف

للإعلام الإلكتروني بكل أشكاله وتشعباته، تأثيره الواضح على الواقع السياسي والاجتماعي والإقتصادي والأمني والفكري والثقافي والتربوي، لذلك لا بد من وضعه بالعناية التي يستحقها من أجل أفراد ومجتمعات ودول عربية واعية، صانعة لما تقرأ، حافظة لتراثها وحضارتها وثقافتها.

ولتحقيق الهدف لا بد من معرفة الوظائف التي يحققها الإعلام الإلكتروني ومنها الوظائف الإخبارية، صناعة الرأي العام وتكوين المواقف، التثقيف، الحصول على المعلومات، التعليم، الترفيه، الإعلان، الرقابة، والتنمية.

ثانياً: إشكاليات وفرضيات

إن التطور الهائل بوسائل الإتصال وعدم أو ضعف التنظيمات الخاصة بالإعلام الإلكتروني في الدول العربية، لجهة المواقع التي تنشأ، أو لجهة التعامل القانوني مع مضمون ما تحمله كوسيلة نشر، فرض علينا كمجتمع عربي مجموعة إشكاليات وفرضيات تحتم علينا معالجتها ومنها:

- 1- وضع سياسة إعلامية تترجم معطياتها الحضارية العربية وهويتها الفكرية، تحدد التعامل مع العالم الذي أصبح يؤثر فيها بدلاً من أن تؤثر فيه.
- 2- الإعلام الإلكتروني بين الواقع والهوية والتشريع.
- 3- الإعلام الرقمي وتكامل الوسيلة والمحتوى بين الإتصالات والإعلام.
- 4- المواقع الإلكترونية الوظيفة الإعلامية والملكية الفكرية.
- 5- الأبعاد الاقتصادية للإعلام الإلكتروني.
- 6- مخاطر الضخ الإعلامي الإلكتروني على السلم الأهلي للدول.
- 7- التحديات والمسؤولية الوطنية والاجتماعية والأخلاقية والتربوية والأمنية (الإرهاب) والتطرف الديني والعقائدي.
- 8- الإعلام الإلكتروني والتحديات اللغوية.
- 9- دور الإعلام الإلكتروني في التنمية، وذلك من خلال: التوعية ورفع مستوى التطلّعات.



ثالثاً: إشكاليات صناعة المحتوى

- ✓ اللغة العربية و كتابة الحروف العربية و التشكيل واتجاه الكتابة.
- ✓ محرّكات البحث واللغة العربية.
- ✓ عدم وجود أنطولوجيا عربية.
- ✓ ندرة الموسوعات الرقمية العربية وإن وجدت فهي بحاجة إلى متابعة ودعم مستمرين.
- ✓ غياب الرؤية الشاملة وغياب مفهوم هندسة الإحتياجات في عدد كبير من المواقع.
- ✓ غياب النظرة المنظومية للتطبيقات وضعف عنصر التفاعل بالإضافة إلى فقر المحتوى.

رابعاً: أشكال الإعلام الإلكتروني

صنّف الباحثون أشكال الإعلام الإلكتروني وفق الآتي:

1. المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
2. الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و "حزم النشر الصحفي".
3. الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
4. خدمات الأرشفة الإلكتروني.
5. الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
6. خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة : تواصلية ومعرفية وترفيهية.
7. المدوّنات (Blogs).
8. خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:
 - البث الحي على الهاتف الجوال.
 - بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS، وغيرهما.
 - بث خدمات الأخبار العاجلة.



الانتقال إلى النشر الإلكتروني والبث الإذاعي والتلفزيوني الرقمي

يرتبط الإعلام ارتباطاً وثيقاً بالوسائط، فالتطور الهائل في وسائل الإتصال حثّم ويحثّم علينا الإنتقال إلى النشر الإلكتروني والبث الرقمي، لذلك فإن الأمور التي يجب طرحها كثيرة ومتشعبة، أبرزها:

- ❖ ما يتعلق بمواكبة التطور التكنولوجي الذي أحدثته الثورة الرقمية وتحسين نوعية الخدمات وتطويرها لتتلاءم مع متطلبات العصر وحاجات المجتمع.
- ❖ ما يتعلق بتطوير وتحديث القوانين والتشريعات لتتوافق مع المتطلبات الجديدة لهذا القطاع.
- ❖ ما يتعلق بمواجهة الإستحقاقات العالمية لاسيما التخطيط والتحضير لإنجاز الإنتقال إلى البث التلفزيوني الرقمي.
- ❖ ما يتعلق بتحديد أصول الترخيص لخدمات إذاعية وتلفزيونية لم تلحظها القوانين والتشريعات الحالية.
- ❖ التسجيل والترخيص للمنصات الإلكترونية، وحقوق الملكية القانونية للموقع والملكية الفكرية للمحتوى الرقمي...
- ❖ الرقابة، وأي نوع منها هو المطلوب؟ وهل يمكن وضع ضوابط محددة لعدم تحويل هذه الرقابة إلى سيف مسلط على رقبة الإعلام والرأي العام الحر؟

نتيجة لما تقدم، لا بد من عمل عربي مشترك، يضع رؤية مشتركة لحفظ الثقافة والتراث واللغة، ويجعل من العرب قوة فاعلة منتجة ومؤثرة وليس فقط متلقية، عبر عمل عربي جماعي يعمل على تطوير مجتمع المعلومات وصناعة الوسائط العربية المشتركة والفاعلة.

خامساً: اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني

تأكيداً على أهمية دور الإعلام العربي للتعريف بمجتمع المعلومات وأهدافه التنموية، ومنها نشر الوعي المجتمعي للاستفادة الإيجابية من الإعلام الإلكتروني والتحول الرقمي للوسائط الإعلامية التقليدية والجديدة وكما يكون إعلاماً معرفياً مبدعاً، كان قرار اجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب المنعقد في



الأمانة العامة لجامعة الدول العربية في القاهرة بتاريخ 16 حزيران 2021، بتشكيل لجنة عربية برئاسة المملكة الأردنية الهاشمية وعضوية المملكة العربية السعودية، والجمهورية اللبنانية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، وجمهورية العراق، والجمهورية الإسلامية الموريتانية، لإعداد خطة كافية لوضع الإطار التنظيمي والإستراتيجي للإعلام الإلكتروني.

سادساً: إقتراحات وزارة الإعلام اللبنانية

بناءً على ما تقدم وفي إطار الرؤية الإعلامية الطموحة للعمل الإعلامي العربي المشترك ودعمه في التحول نحو أنظمة الإعلام الإلكتروني الذكي ودعم أنظمة التوثيق والأرشفة الإلكترونية الذكية وتطوير استراتيجيات وتحديات إرساء بنية تحتية معلوماتية متطورة من شأنها اعتماد نظام معرفي حديث لتطوير وسائلنا الإعلامية من نظم إدارة المعلومات والبيانات في المؤسسات بما يتواءم مع أهداف التنافسية والرؤية المشتركة، وتنفيذاً لقرار مجلس وزراء الإعلام العرب تاريخ 16 حزيران 2021، نقترح الآتي:

سابعاً: عناوين عامة

هناك بعض العناوين العامة التي لا بد من الوصول إلى تعريفات وضمانات وتشريعات تلحظها كالتالي:

- 1- الحق في حرية الإعلام وحرية التعبير والمسؤولية القانونية.
- 2- دعم وتشجيع الإعلام الإلكتروني والإرتقاء به ومنحه الحماية والرعاية.
- 3- النشر الإلكتروني والبث الإلكتروني والصحافة الإلكترونية والرقمية وتكنولوجيا المعلومات.
- 4- التوصل الى تعريف عربي مشترك تكنو-قانوني للنشر والبث الإلكتروني والرقمي.
- 5- إدراج مادة التربية الإعلامية في المناهج الدراسية لكل المراحل.
- 6- مشروعية البث والنشر الذكي والإلكتروني والرقمي.
- 7- الحق في الخصوصية.
- 8- آداب البث ونشر الأخبار والمستندات المطبوعة والصوت والصورة والرسوم، من دون إذن الجهة المالكة أو ذكر المصدر.



- 9- تطوير التشريعات التي تلحظ مشروعية وقانونية المؤسسات والصحف والمواقع الافتراضية، وتتيح للمواطن العربي الحصول على المعلومة والرأي والرأي الآخر دون قيود، وتعالج مسائل القبح والذم والتشهير عبر الوسائط الإلكترونية.
- 10- الحماية القانونية في قضايا النشر الإلكتروني.
- 11- توسيع دائرة العلاقات الإعلامية العربية.
- 12- إفادة الجمهور العربي من الخدمات الإلكترونية المشتركة.
- 13- وضع تعريف مشترك.
- 14- وضع أهداف مشتركة:

أ. هدف معرفي / ثقافي / إعلامي...

ب. هدف وظيفي / الصحة / التعليم...

ثامناً: الشركات الكبرى والإعلانات

تبنّي وضع استراتيجية موحّدة للتعامل مع جميع شركات التكنولوجيا العالمية (مثل: غوغل، فيس بوك، أمازون، آبل، مايكروسفت، نتفلكس...)، وتأطير العلاقة القانونية معها.

فمع عولمة الإعلام ووسائل التواصل، نقترح التعاون العربي المشترك والبناء مع الشركات التكنولوجية والإنترنت الكبرى العابرة للدول والقارات والعالم، الممسكة بكل تفاصيل عمل الوسائط الإعلامية بمختلف أنواعها، وصولاً إلى استراتيجية موحدة للتعامل مع جميع هذه شركات وفق ما تم طرحه في اجتماع مجلس وزراء الإعلام العربي.

باتت شركات الإعلام والتواصل والتكنولوجيا الكبرى ضرورة في زمن كورونا، والشركات الكبرى والصُغرى تتهاافت لحجز مكانها على شبكة الإنترنت، فلا بد من وضع قوانين تُنظّم عملها وتحفظ حقوق الخزينة وحقوق وسائل الإعلام التقليدية وتضمن حقوق المستهلك.



إن هذه الشركات، التي تزداد قيمتها المالية من خلال القيمة المضافة التي يخلقها المشترك عبر حساب جديد أو عبر المشاركة (إعجاب، تعليق، إعادة النشر، إضافة صديق...)، من الضروري فرض ضريبة للدولة على إيراداتها وأيضاً تخصيص جزء من هذه الضريبة لوسائل الإعلام التقليدية كتعويض عن الربح الفائت من إعلاناتها التي انخفضت بما لا يقل عن 80% وذلك انطلاقاً من ضرورة تحمّل الشركات المتعددة الجنسيات وشركات التكنولوجيا الكبرى لمسؤولياتها المالية والاجتماعية والبحث عن سبل لإلزامها بها. "إن الأمر متروك لكل دولة أن تأخذ على عاتقها القيام بدمج المبادئ في تشريعاتها المحلية، ثم تضع خطط عمل وطنية ذات بعدين، أحدهما التحفيز، والآخر الإلزام القانوني"، على حد قول الفقيه الفرنسي جان كاربونييه.

وكمثال على ذلك، ما قامت به فرنسا التي أدرجت في تشريعاتها، في العام 2017، وجوب مراقبة الشركات، ومنها الفرنسية بجميع أنشطتها المرتبطة بأطراف أخرى ضمن سلسلة الإنتاج، مما يتيح المجال أمام الإجراءات القانونية في حال وقوع انتهاكات. كما فرضت ضريبة GAFA بمعدل 3% على إيرادات شركات التكنولوجيا الأربع الكبرى: Google، Amazon، Facebook، و Apple.

وحصل تطور هام يمكن الإستفادة منه في هذا الإطار، تمثل بقرارات اجتماع وزراء مالية الدول السبع في لندن مطلع حزيران 2021 الفائت، حيث قال وزير المالية البريطاني ريشي سوناك إن دول مجموعة السبع توصلت إلى اتفاق تاريخي لإصلاح النظام الضريبي العالمي، وتوزيع العائدات الضريبية بشكل أفضل على الشركات المتعددة الجنسيات، خصوصاً المجموعات الرقمية العملاقة.

واتفق وزراء مالية مجموعة السبع - في اجتماعهم الذي استمر يومين - على الإلتزام بمبدأ حد أدنى عالمي للضرائب قدره 15%، على الشركات المتعددة الجنسيات، ومن ضمنها الشركات التكنولوجية العملاقة مثل أمازون (AMAZON) وغوغل (GOOGLE).

جاء هذا الإتفاق بعد سعي الدول الغنية جاهدة منذ سنوات لتحصيل المزيد من الضرائب من الشركات الضخمة المتعددة الجنسيات، مثل غوغل وأمازون وفايسبوك (FACEBOOK) -أكبر المتأثرين من



هذه الضريبة- والتي عادة ما تقيّد أرباحها في دول منخفضة الضرائب أو حتى تمنح إعفاءات. وحالياً، تقوم الشركات الكبرى العابرة للحدود بتحويل أرباحها إلى الدول والمناطق ذات النظام الضريبي المنخفض (الملاذات الضريبية)، كجزر العذراء البريطانية وليبيريا، لتكون مكان إقامتها الضريبية التي تدفع فيها الضرائب الواجبة على دخلها وأرباحها.

ونقلت وكالة رويترز البريطانية أن مجموعة تضم أغنى دول العالم توصّلت إلى اتفاق تاريخي لسد الثغرات الضريبية عبر الحدود، والتي تستغلها بعض كبرى الشركات. يهدف الاتفاق - الذي يمكن أن يُشكّل الأساس لاتفاق عالمي قريب إلى إنهاء "سباق نحو القاع" مستمر منذ عقود، تتنافس فيه البلدان على جذب الشركات العملاقة بفرض ضرائب منخفضة للغاية ومنح إعفاءات. وكلف هذا بدوره الخزائن العامة لتلك الدول مئات المليارات من الدولارات، مما يجعلها الآن بحاجة إلى تعويض ذلك النقص بشكل عاجل لسداد التكلفة الهائلة لدعم اقتصاداتها التي تضررت بشدة من أزمة فيروس كورونا. ووفقاً لنسخة من الاتفاق النهائي نشرته وكالة رويترز، قال وزراء دول مجموعة السبع إنهم سيلتزمون "بحد عالمي ضريبي أدنى لا يقل عن 15%، بناء على ما تحدده كل دولة على حدة". وأضاف "نتعهد بالتوصل إلى حل منصف بشأن تخصيص حقوق فرض الضريبة، حيث ستحصل الدول على حقوق فرض ضريبة على ما لا يقل عن 20% من الأرباح التي تتجاوز هامش 10% لكبرى الشركات المتعددة الجنسيات والأكثر تحقيقاً للربح". وينص الاتفاق على ضمان أن تدفع شركات التكنولوجيا الكبرى ضرائب في دول يوجد فيها زبائن ومستخدمون، وليس فقط حيث يوجد مقرها الرئيسي. كما اتفق الوزراء على التحرك نحو إلزام الشركات الكبرى بالإعلان عن تأثيرها على البيئة بطريقة أكثر نموذجية، حتى يمكن للمستثمرين البت بسهولة في قرار تمويلها، وهو ما يمثل هدفاً رئيسياً لبريطانيا.

وقد باشرت فرنسا فوراً بفرض هذه الضرائب، فعلى سبيل المثال وضعت الهيئة الفرنسية المسؤولة عن ضبط المنافسة غرامة قدرها 500 مليون يورو على مجموعة غوغل لعدم تفاوضها "بحسن نية" مع ناشري الصحافة حول تطبيق "الحقوق المجاورة" القاضية بتسديد بدل مالي للناشرين لقاء استخدام محتوياتهم، بحسب ما أفادت وكالة الصحافة الفرنسية AFP بتاريخ 2021/7/13.



كذلك أمرت الهيئة المجموعة بـ"تقديم عرض إلى الناشرين ووكالات الأنباء لتسديد بدلات للإستخدامات الحالية لمحتوياتهم المحميّة، تحت طائلة فرض تدابير عليها يمكن أن تصل إلى 900 ألف يورو لكل يوم تأخير".

بناء على ما تقدّم لا بد للدول العربية مجتمعة أن تحذو حذو دول مجموعة السبع وأن تحفظ حقوق خزينتها وشركاتها ومؤسساتها الإعلامية والإعلانية في هذا الإطار والإستفادة مما تقدم وما اتّخذ من قرارات عالمية في هذا الشأن.

تاسعاً: إقتراحات متفرقة

1. مخاطر الألعاب الإلكترونية

نرى من الضروري وضع الآليات التنفيذية لمقترح الجمهورية اللبنانية المتعلق باحتواء مخاطر الألعاب الإلكترونية على الأطفال خاصة خلال فترة الحجر المنزلي جرّاء انتشار جائحة كورونا (كوفيد 19)، وذلك بالطلب من المؤسسات والهيئات الإعلامية بإدراج فقرات ضمن برامج، أو حملات إعلامية حول توعية الأهل من مخاطر هذه الألعاب.

كما التأكيد على تنفيذ المقررات الصادرة عن الحلقة النقاشية البحثية حول مخاطر الألعاب الإلكترونية التي تدعو للعنف والإرهاب، وتأثيرها على الأمن المجتمعي العربي، والتي عقدت في دولة الإمارات العربية المتحدة، يومي 29 - 30 نيسان - أبريل 2019، وتكليف الأمانة العامة بمتابعة تنفيذ توصياتها.

2. نشر التوعية:

لا بد من عمل مشترك لصناعة محتوى رقمي ينشر الوعي العلمي والثقافي والحياتي والأمني والقيمي والإقتصادي، وكذلك كشف الغطاء عن السلبات التي ينتجها الضخ الإعلامي الإلكتروني وبخاصة على السلم الأهلي وعلى اللغة العربيّة والانتماء، يحاكي الفئات العمرية الفتية التي تتأثر بما تقرأ وتشاهد.



3. التحرش الإلكتروني:

وهو ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة، وأخطرها التحرش الجنسي بالفتيات والأطفال وخدش الحياء العام Sexual Blackmail، إضافة الى الجرائم المالية والإبتزاز وغيرها، مما يحتم قيام تشريعات وقرارات وتعاون عربي في مكافحة هذه الأفعال والجرائم.

4. برامج تدريب:

لا بد من إقرار برامج تدريب عربية مشتركة يتفق عليها وفق الأولويات والحاجات لتطوير المهارات المعرفية لدى العاملين في الإعلام الإلكتروني في المؤسسات العربية.

5. جائزة الإعلام الإلكتروني:

إطلاق جائزة الإعلام الإلكتروني العربي، تلحظ: شكل الوسائط والمحتوى وخدمة التنمية العربية المشتركة، من أجل إبراز الكفاءات والمواهب الإعلامية العربية في مختلف المجالات، دعماً وتشجيعاً للطاقات الإبداعية والقدرات الخلاقة عبر التقنيات الحديثة.

6. ميثاق شرف:

العمل للوصول إلى ميثاق شرف إعلامي عربي مشترك يحفظ الحريات والكرامات والعلاقات الحميدة بين الدول العربية والشعوب.

7. راديو وتلفزيون إلكتروني عربي:

العمل على تنفيذ مشروع "إطلاق منصة إذاعة وتلفزيون إلكتروني لجامعة الدول العربية على شبكة الإنترنت"، الصادر بقرار رقم 407 عن مجلس وزراء الإعلام العرب في دورته العادية (46).

8. الإعلام الخارجي:

توحيد الجهود الإعلامية العربية المشتركة في الدول الأجنبية عبر التنسيق فيما بينها بعمل إعلامي إلكتروني متكامل يخدم القضايا العربية المشتركة ويُسوّق للإستثمار في مختلف المجالات لا سيما منها الإنتاج الإعلامي والتلفزيوني.



9. مركز أبحاث مشترك:

العمل على مركز بحثي مشترك (يمكن أن يكون افتراضياً) نُواته مراكز الدراسات والبحوث الرسمية العربية، يرسم سياسات إعلامية وتنموية مشتركة شاملة، وصولاً إلى:

- إنشاء قاعدة بيانات عربية واسعة.
- إنشاء محرّك بحث عربي:
- لتوفير النصوص الإعلامية العربية إلكترونياً ورقمياً على الإنترنت.
- العمل على إيجاد محرّك بحث ذو ثقافة عربية يحفظ الحضارة والتاريخ العربي.
- إبراز القضايا العربية المحورية.

10. موقع إلكتروني مشترك:

الإنطلاق بموقع إلكتروني عربي موحد مع لحظ التصوّر المبدئي للموقع وفق ما يلي:

- وضع تصميم ملائم يعبر عن وحدة وتضامن الدول العربية في قضاياها.
- أن يكون الموقع الإلكتروني بأكثر من لغة عالمية ومنها -إضافة إلى العربية، الإنكليزية والفرنسية وغيرها من اللغات المتداولة عالمياً وفق الأولويات والإمكانات.
- أن يعرّف الموقع بالقضايا العربية بطرق بسيطة وغير معقدة ويستوعب أكبر قدر ممكن من الدراسات والأخبار حول القضايا التي يتم نشرها والآراء حولها.
- أن يُبرز الموقع الحقوق العربية لاسيما في القضية الفلسطينية والتمسك بعروبة مدينة القدس وتاريخها الإسلامي والمسيحي العربي وعودة الفلسطينيين إلى أرضهم.
- أن يضيء الموقع على القضية الفلسطينية ومعاناة الشعب الفلسطيني بغية استرجاع أرضه وسيادته.
- التعبير عن رفض الإرهاب بكافة أشكاله.



- أن يُعرّف عن المصطلحات العربية في الإعلام بعد وضع رؤية موحّدة لها، وذلك عبر خلق معجم أو "قاموس الأعلام العربي"، وهو عبارة عن لائحة بالمفردات المسموح وغير المسموح تداولها بحسب القوانين الخاصة بكل دولة عربية.
- أن يُعرّف عبر الربط، بجميع المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية العربية.
- أن يُعرّف عن الإنجازات العربية في مجالات العلوم والطب والفن وغير ذلك.
- أن يضع خارطة سياحية (معلومات وصور) تبرز موقع ومكانة الوطن العربي والأماكن السياحية فيه.
- أن يتكلم عن البيئة والتنمية والإقتصاد في الوطن العربي.
- أن يُعرّف عن مجالات الإستثمار في الدول العربية.
- أن يتضمن ندوات فكرية على صفحة الموقع حول القضايا العربية المطروحة ضمن أوقات محددة يعد لها ويتم الدعوة للمشاركة فيها وفق برنامج محدد.

11. موقع إلكتروني لدحض الشائعات والأخبار الزائفة (Fake news)

بموازاة الموقع الإلكتروني المذكور أعلاه، نقترح إنشاء موقع أو صفحة متخصصة لدحض الشائعات والأخبار الزائفة والكاذبة، بهدف التوعية حولها للحد من مخاطرها على المجتمع واستقراره. فمن الضروري التأكد من صحة الخبر ونشر توضيح عن أي معلومة كاذبة أو شائعة قد تضرّ بالفرد أو المجتمع أو الدول.

وإن لوزارة الإعلام اللبنانية تجربة مفيدة في هذا الإطار، حيث أنشأت في منتصف تموز/يوليو 2020 صفحة إلكترونية متخصصة للتحقق من الأخبار الزائفة، هي: Factchecklebanon.nna-leb.gov.lb، وذلك ضمن إطار شراكة مع منظمة الصحة العالمية (WHO) وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) ومنظمة الأمم المتحدة للطفولة (UNICEF).



وفي الختام،

نأمل أن تكون هذه المعطيات والمقترحات مفيدة لبناء تصوّر كامل وشامل للإطار التنظيمي والإستراتيجي للإعلام العربي، ونحن على أتم الاستعداد للتعاون والتنسيق مع رئيس لجنة الإعلام الإلكتروني الكريمة ومع سائر الأعضاء فيها، بغية الإسراع في إنجاز هذا العمل المميّز والمحوري.