

دراسة

الحوافز لشركات الإعلام الناشئة في لبنان وسط الاضطرابات: التحديات والفرص

د. ماريا بو زيد

20
24

INCENTIVES
STRATEGY

تأتي هذه الدراسة في إطار مشروع "إصلاح الإعلام وتعزيز حرية التعبير في لبنان"، الذي تنفذه مؤسسة مهارات، المفكرة القانونية، ومركز أبحاث الإعلام والصحافة الأوروبي (MJRC) بدعم من بعثة الاتحاد الأوروبي في لبنان. يهدف المشروع إلى تعزيز حرية التعبير في لبنان من خلال تعزيز إصلاح قانون الإعلام كأحد أولويات الأجندة الوطنية، وتحسين بيئة تغطية وسائل الإعلام للعملية الانتخابية بما يتعلق بالشفافية والمساءلة.

يدعم المشروع نشر أوراق بحثية التي أنتجتها مؤسسة مهارات حول السياق اللبناني المحلي والتي أعدتها MJRC حول المعايير الأوروبية وأفضل التوصيات التي تتناسب مع السياق اللبناني. تتناول هذه الأوراق ستة مواضيع رئيسية: حماية الصحفيين ومصادرهم، حرية التجمع الصحفي، إلغاء التجريم، الحوافز، الابتكار، التنظيم والفرص للتنظيم المشترك والتنظيم الذاتي في وسائل الإعلام.



Funded by the European Union

بتمويل من الاتحاد الأوروبي

مؤل الاتحاد الأوروبي هذا المنشور. وتقع المسؤولية عن محتواه حصراً على عاتق مهارات وهو لا يعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي.

بيروت ٢٠٢٤

اعد هذه الدراسة ضمن مشروع إصلاح الإعلام وتعزيز حرية التعبير في لبنان:

د. ماريا أبو زيد

الدكتورة ماريا بو زيد، أستاذة مشاركة في الإعلام وعميدة كلية العلوم الإنسانية في جامعة سيدة اللويزة (NDU). تشغل حالياً منصب المديرية التنفيذية لمركز الدراسات العربية (ARAB STUDIES INSTITUTE - ASI) - مكتب الشرق الأوسط. حائزة على دكتوراه في علوم التواصل والإعلام من جامعة باريس 2 في فرنسا وماستر في الصحافة من الجامعة اللبنانية بالتعاون مع جامعة باريس 2 و مركز تأهيل و تدريب الصحفيين (باريس). تملك بو زيد خبرة طويلة في مجال الإنتاج التلفزيوني. تركز أبحاثها حالياً على آثار الإعلام من الناحيتين الأخلاقية والاجتماعية إلى جانب اهتمام خاص في مواضيع التربية في العالم العربي ولا سيّما الشق المتعلق بالتربية الإعلامية.

مركز أبحاث الإعلام والصحافة الأوروبي MJRC:

هو [مركز أبحاث](#) مستقل في مجال وسائل الإعلام، يسعى إلى تحسين جودة وسائل الإعلام والسياسات الإعلامية، من خلال تبادل المعرفة وتقديم الدعم المادي.

يرتكز المركز على أبحاث حول التنظيم والسياسات الإعلامية، ملكية وسائل الإعلام وتمويلها، والروابط بين شركات التكنولوجيا والسياسة والصحافة.

مؤسسة مهارات:

مؤسسة [مهارات](#) هي منظمة رائدة في مجال حرية التعبير في بيروت، مكرسة للحملات المستندة على البحث وتعزيز الروابط بين الصحفيين والأكاديميين وصانعي السياسات.

تعمل مهارات على تعزيز وتمكين حرية التعبير، التشجيع على الحوار الإعلامي ذي الجودة، الدفاع عن نزاهة المعلومات عبر الانترنت وخارجها. تروج مهارات للابتكار وإشراك مجتمع الصحافة ووكلاء التغيير في لبنان ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لتعزيز السرد والنقاش الشامل والتصدي للمعلومات الخاطئة والمضللة والمحتوى الضار.

قائمة المحتويات

- ١- الملخص التنفيذي..... ١
- ٢- المقدمة وهدف الورقة البحثية..... ٢
- ٣- المنهجية..... ٣
- ٤- التوجهات في سلوكيات استهلاك وسائل الإعلام..... ٤
- ٥- نظرة عامة على مشهديات شركات الإعلام الناشئة..... ٥
- ٦- التحديات..... ٦
- ١٠- الإطار القانوني لشركات الإعلام الناشئة..... ١٠
- ١٣- المنصّات الإلكترونية في ظلّ غياب القوانين الرقمية..... ١٣
- ١٤- المحتوى على الإنترنت..... ١٤
- ١٥- الخلاصات ١٥
- ١٦- التوصيات..... ١٦
- ١٨- حوافز لشركات الإعلام الناشئة..... ١٨
- ١٩- المراجع..... ١٩

1. الملخص التنفيذي

تتناول هذه الورقة التحديات القانونية والهيكلية والمالية التي تواجه شركات الإعلام الناشئة في لبنان، مع التركيز بشكل خاص على العوامل الرئيسية التي تؤثر على نشوء قطاع ناشط لشركات الإعلام الناشئة في البلاد. تقدّم هذه الدراسة تحليلاً للعواقب المترتبة عن هذه التحديات على وسائل الإعلام المستقلة وتقدّم إجراءات محتملة لتعزيز منظومة ابتكارية أكثر دينامية. من خلال إلغاء القيود وتوفير حوافز، يمكن للبنان خلق بيئة تسهم في ازدهار الشركات الناشئة ومساهمتها في تحقيق بيئة إعلامية متنوعة وحيوية. والجدير بالذكر أنه حتى وقت نشر هذه الدراسة، هناك فجوة كبيرة في الأطر القانونية للشركات الإعلامية في لبنان التي اعتمدت تقنيات التواصل الرقمي عبر الإنترنت للتفاعل مع جمهورها.

تشدد الخلاصة الرئيسية الناتجة عن هذه الدراسة على ضرورة اعتماد قانون إعلامي عصري وتقديم حوافز بناءة تعزز استدامة شركات الإعلام. وهذا يتضمن إجراءات مثل إعفاءات ضريبية، وتبسيط المعاملات الإدارية، وتقليل التعطيلات الناجمة عن الاضطرابات في الإدارات العامة. بالإضافة إلى ذلك، هناك دعوة لتعزيز فعالية الحاضنات ومسرعات الأعمال وصناديق الاستثمار، مع تأكيد خاص على تعزيز برامج موجهة نحو وسائل الإعلام داخل هذه الكيانات.

٢. مقدمة وهدف الورقة البحثية

في سياق الثورة الصناعية الرابعة، يُمكن اعتبار مناقشة مصطلح "رقمي" ذاته أنه عفا عليه الزمن. تمثل هذه الحقبة تحولًا هائلًا في المشهد التكنولوجي، حيث تشهد تطورات بوتيرة لم يسبق لها مثيل وبطريقة مترابطة بشكل عميق. ونحن نقف على حافة هذا العصر الجديد، حيث يكون الابتكار وريادة الأعمال أمرًا حاسمًا لتعزيز النمو والدينامية في لبنان. ومع ذلك، تواجه الشركات الناشئة في لبنان بشكل عام، وتحديداً تلك التي في مجال الإعلام على وجه الخصوص، مجموعة متنوعة من العقبات التي تعيق تقدمها. تبحث هذه الورقة بدقة تداعيات هذه التحديات على تطوير منظومة قوية للشركات الإعلامية الناشئة (رقمية وما بعد الرقمية)، مقترحة في الوقت نفسه استراتيجيات لتعزيز بيئة أكثر دينامية تشجع على الإبداع والابتكار داخل البلاد.

٣. المنهجية

لمعالجة الموضوع بأجزائه كافة، اعتمدت هذه الدراسة منهجية متعددة الجوانب لجمع البيانات. تضمنت المرحلة الأولى مراجعة شاملة لمجموعة متنوعة من الأوراق والمقالات والتقارير المتعلقة بموضوع البحث.

تلا ذلك المقابلات:

تمّ اختيار هذه المنهجية الوصفية للحصول على رؤى عميقة من خبراء في المجال. وتمّ اختيار الخبراء بناءً على مساهماتهم في مجالي القانون والابتكار، باستخدام أسئلة مفتوحة. ركزت المقابلات على مناقشة العقبات القانونية وتلك المتعلقة بالبنية التحتية التي تعوق عجلة الابتكار. جرت هذه المقابلات على حدّ سواء وجهاً لوجه وعبر الإنترنت، مما سهل إجراء مناقشات مفصلة وتقديم أمثلة حيّة من الواقع. بعد ذلك تمّ تفريغ المقابلات حرفياً، مما ساعد على إجراء تحليل موضوعي للكشف عن التحديات التي تؤخر عجلة الابتكار في لبنان.

وأجريت المقابلات مع المحامين طوني مخايل، دكتور داني سماحة، وفيكتوريا شرفان، الذين قدموا رؤى حول المسائل القانونية المعقدة المتعلقة بعمل الشركات الناشئة في لبنان، ومع خبراء في مجال وسائل الإعلام لاستكشاف الأبعاد العملية، من بينهم عليا إبراهيم (المؤسسة المشاركة والرئيسة التنفيذية لدرج ميديا)، كريستال خليل (مديرة البرامج في حاضنة بيريتيك)، وائل عقيقي (مدير البرامج في مؤسسة سمير قصير)، وحسن يونس (خبير في الاستدامة).

سعت المقابلات الى معالجة الأسئلة البحثية التالية:

أين يقف لبنان من الثورة الصناعية الرابعة وتداعياتها على وسائل الإعلام الرقمي؟

ما هي الحوافز التي يمكن تقديمها للشركات الناشئة في قطاع وسائل الإعلام لضمان الاستدامة والنمو؟

كيف تؤثر هذه المسألة على ما يُعرف حالياً بقطاع وسائل الإعلام البديل أو المستقل؟

٤. التوجّهات في سلوكيات استهلاك المواد الإعلامية

يسعى المستخدمون اليوم لتلبية احتياجاتهم الإدراكية والترفيهية، إذ يلجؤون بشكل متزايد إلى البث الرقمي عبر الإنترنت وأشكال متنوعة من الترفيه، وسط تصاعد دور المحتوى المرئي (Berytechbeat,2020). تشترك الأجيال الأصغر سنًا، بما في ذلك "جيل زد" (Gen Z) وجيل الألفية (Millennials)، في ألعاب الفيديو كما تستهلك محتوى ينتجه المستخدمون ((UGC ليس فقط للترفيه، ولكن أيضًا لإقامة روابط اجتماعية وكذلك للغوص والمشاركة المتعمقة التي يمكن أن تنقل المستخدم حتى إلى العالم الرقمي. وبالمقابل، يبقى "جيل الإكس" والأجيال الأكبر سنًا أكثر توجهاً نحو التلفزيون (Deloitte Insights,2023).

فيما يتعلق باستهلاك الأخبار، تفتح وسائل التواصل الاجتماعي آفاقًا جديدة للتوجّهات الجديدة والسرد المعاكس، مما يقود إلى تأسيس وسائل الإعلام المستقلة بشكل جاد كبديل عن الوسائل التقليدية.

بشأن لبنان، من المهم تسليط الضوء على بعض البيانات الديموغرافية التي يمكن أن توضح نقاطًا مهمة تدور حول عادات الاستهلاك، حيث ستؤثر هذه البيانات على التوصيات المقدمة كنتيجة رئيسية لهذا البحث. في بداية عام 2023، كان هناك في لبنان 4.70 مليون مستخدم للإنترنت، مما يعكس معدل استخدام بنسبة 86.6 بالمئة. في كانون الثاني 2023، بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في لبنان 4.91 مليون شخص، ما يمثل 90.5 بالمائة من عدد السكان الإجمالي. خلال الأشهر الأولى من عام 2023، بلغ إجمالي التواصل المحمول الناشط في لبنان 4.69 مليون، ما يمثل 86.4 بالمائة من عدد السكان الإجمالي (Kemp,2023). تؤكد هذه الأرقام على الإمكانيات الكبيرة التي يمكن أن يحملها هذا القطاع بالنسبة للبلاد من حيث الأعمال والابتكار.

٥. نظرة عامة على مشهديات شركات الإعلام الناشئة

ظهرت في المجتمعات المعلوماتية الحديثة، نماذج أعمال جديدة مما فتح الباب أمام اتجاه جديد في ريادة الأعمال في مجال وسائل الإعلام وإنشاء شركات إعلامية تعتمد على نهج مبتكر وإبداعي في تقديم المحتوى. في لبنان، ساهمت الثورة الرقمية بشكل رئيسي في توفير محتوى يُعتبر مستقلاً (مهارات، 2020)، متحدىً بذلك هيمنة وسائل الإعلام الرئيسية التي تسيطر عليها وتمتلكها غالبية الأحزاب السياسية.

ومع ذلك، شهدنا انهيار المشهد الريادي في مجال وسائل الإعلام إلى حدّ توقفه بسبب الأزمات المتعددة التي ألمّت بالبلاد اعتباراً من عام 2019، بدءاً من جائحة كوفيد-19 وصولاً إلى انفجار مرفأ بيروت والأزمات المالية. وفاقمت الأزمة المالية الأخيرة الأمور سوءاً إذ خلقت نوعاً جديداً من الصعوبات غير تلك التي كانت موجودة أصلاً، مثل الوصول المحدود إلى المواهب التقنية، وعدم الاستقرار السياسي، والحجم المحدود للأسواق اللبنانية (مهارات، 2020).

٦. التحديات

"إنَّ التحدي الاساسي حالياً داخل نظام ريادة الأعمال في مجال وسائل الإعلام، يكمن في العقلية وفي توقعات خريجي وسائل الإعلام أنفسهم إذ يواصل العديد منهم البحث عن وظائف تقليدية بدلاً من استكشاف الفرص الريادية. يمكن إرجاع هذا الاتجاه إلى المتطلبات التاريخية المرتفعة لرأس المال والحوافز المتزايدة التي كانت سائدة في صناعة وسائل الإعلام في الماضي. يضاف إلى ذلك، نقص الخبرة والمعرفة التجارية اللازمة لبدء الخريجين مشاريعهم الخاصة ما عزز هذا التوجه" (حسن يونس، اتصال شخصي، 28 آب 2023).

بالإضافة إلى ذلك، تواجه شركات الإعلام الناشئة تحديات مشابهة لتلك التي تواجهها الشركات الناشئة بشكل عام، إذ يقتصر العديد من رواد الأعمال إلى التوجه التقني في تخطيط الأعمال وبناء العلاقات الشبكية، مما يكشف عن فجوات في البيئة المحيطة للابتكار.

• صعوبات التسويق

تكمن التحديات الرئيسية على مستوى التسويق من أجل ضمان الاستقرار المالي للشركات الناشئة، وتوسيع الوجود في الأسواق الخارجية مع الاحتفاظ بالأسواق المحلية، وإعطاء الأولوية للتسويق ونمو الأعمال على حساب تأسيس قواعد قانونية وإدارية قوية، ومواجهة التقلبات المستمرة في المشهد السياسي والاقتصادي (فيكتوريا شرفان، اتصال شخصي، 3 أغسطس 2023).

في مجال شركات الإعلام الناشئة في لبنان، هناك عقبة أساسية تتمحور حول محدودية فرص الربح داخل السوق اللبنانية (مهارات، 2020). تتقارب هذه الفكرة مع حالة درج والتي هي منصة أنشأها صحافيون ذوو خبرة لتقديم أنواع مختلفة من الصحافة المستقلة للجمهور الناطق بالعربية (درج، 2023). أظهرت دراسة الجدوى التي قام فريق درج بإعدادها نتيجة حاسمة مفادها أنه لا ينبغي حصر النشاط بلبنان فقط، بل يجب التوجه إلى المغتربين كاستراتيجية رئيسية لضمان الاستدامة. إضافة إلى ذلك، فإن النقص الكبير في المضمون باللغة العربية على وسائل الإعلام الجديد يعزز نجاح فرضية استهداف الجمهور الناطق باللغة العربية خارج الحدود اللبنانية (عليا إبراهيم، اتصال شخصي، 7 آب 2023).

٦. التحديات

• صعوبات في البنية التحتية

تشكل البنية التحتية الضعيفة لشبكة الإنترنت عقبة كبيرة، تعيق العمليات الفعّالة والتقدم التكنولوجي. تقيد هذه المسألة القدرة على الاستفادة من المنصات والأدوات الرقمية بشكل فعّال (مهارات، 2020).

علاوة على ذلك، فإن الإجراءات الإدارية في البلاد تزداد تعقيدًا بسبب الإضرابات المتكررة في الإدارات العامة. ومثل هذه الاضطرابات تعطل المعاملات الأساسية، مما يتسبب في تأخير الأوراق الرسمية للتسجيل والموافقات اللازمة للأعمال التجارية بشكل عام.

إن العقبات على مستوى البنية التحتية تتطلب التكيف المستمر مع التغييرات المستمرة. فإدارة اللوجستيات، التي تشمل الإيجار والكهرباء للمولدات، تتطلب تخصيص مستمر للموارد البشرية والمالية لوضع خطط أولية بالإضافة إلى تدابير الطوارئ. على سبيل المثال، في أعقاب تزعزع مؤسسة الضمان الاجتماعي اللبناني، تم توجيه جهود كبيرة نحو صياغة خطط طوارئ بالتعاون مع شركات التأمين الخاصة من أجل حماية العاملين في القطاع (في درج تحديدًا) (إبراهيم، 2023).

• العوائق المالية

في 22 آب 2013، تم إصدار المرسوم 331 من قبل مصرف لبنان، حيث تمّ ضخ 400 مليون دولار في قطاع الأعمال في لبنان. في السنوات اللاحقة، تم رفع الحد الأقصى إلى 650 مليون دولار في عام 2016، بهدف تعزيز الابتكار وتحفيز البنوك على زيادة استثماراتها. كان يهدف هذا المرسوم إلى ضمان تأمين 75 في المئة من استثمارات البنوك في مجال الاقتصاد المعرفي، سواء من خلال استثمارات رأسمالية مباشرة في الشركات الناشئة أو من خلال دعم من الكيانات المساندة للشركات الناشئة (فرايفر، 2018).

اعتري تطبيق هذا المرسوم الكثير من الشوائب الفادحة. في هذا السياق، وثق تقرير للبنك الدولي عام 2016 عن النظام البيئي للشركات الناشئة في قطاع التكنولوجيا، أن الكثير من رواد الأعمال الذين شملتهم عيّنة الدراسة، اعتبروا أن ال 331 قد يكون أفاد مؤسسات مالية أكثر من الشركات الناشئة (الأمين، 2021).

٦. التحديات

ومن أبرز ما جاء في التقرير، أن المعضلة الكبرى التي تواجه الشركات اللبنانية الناشئة هي تأمين التمويل دون المشاركة في برامج مسرعات الأعمال التي وبحسب التقرير عينه لا تؤثر بشكل كبير على جودة الشركات الناشئة المستفيدة من دعم المسرعات مقارنة بنظيراتها التي لم تستفد من برامج تلك المسرعات. فبات من الواضح أن مسرعات الاعمال بشكل عام لا تقدم تدريبات ذات جودة لرواد الاعمال لمساعدتهم على تأمين الاستدامة (البنك الدولي، 2017).

لكن بغض النظر عن الجدول المستمر الذي أحاط بتنفيذ هذا المرسوم، إلا أنّ البعض اعتبر أنّه أثر إيجابياً على مشهد الشركات الناشئة آنذاك حتى بدء الأزمة الماليّة سنة 2019 (عجان، 2022).

فبدءًا من عام 2019، أدى انهيار القطاع المصرفي وانخفاض قيمة العملة اللبنانية إلى تعليق فعلي لتنفيذ المرسوم. ستبحث هذه الورقة كيف كان لهذا المأزق آثاراً ضارة على الساحة اللبنانية بغية تقديم توصيات لتعزيز الابتكار في ظل الوضع الحالي الصعب.

• التحديات القانونية

تنطوي عملية تأسيس شركة في لبنان على عدة خطوات إجرائية كانت بسيطة قبل الأزمة التي أطاحت بالبلاد في عام 2019. أولاً، يجب تسجيل الشركة في السجل التجاري للمنطقة الجغرافية المحددة. وبحسب طبيعة الشركة، يتم التسجيل إما في السجل التجاري العام أو السجل التجاري المتخصص. يعتبر هذا الرقم التسجيلي أساساً لهوية الشركة ويجب أن يكون مدرجاً إلزامياً على جميع الوثائق الرسمية والمذكرات المتعلقة بالشركة (داني سماحة، اتصال شخصي، 2 آب 2023).

إضافة الى ذلك، يتعيّن على كل شركة أن تمتلك قوائم داخلية موقّعة حسب الأصول، إما أمام كاتب العدل أو أمام رئيس السجل التجاري داخل المنطقة الجغرافية ذات الصلة. والجدير بالذكر، كما تحدث سماحة، أن التحدي الأكبر في لبنان لا يكمن في إنشاء شركة، بل في حلها عندما تدعو الحاجة.

٦. التحديات

من خلال الخوض في التفاصيل القانونية وبما يتوافق مع القوانين اللبنانية، تشمل الأشكال القانونية الأكثر شيوعاً للشركات في البلاد ما يلي:

- الملكية الفردية
- الشركة المحدودة المسؤولة (LLC أو SARL بالفرنسية) (ش.م.ل.)
- الشركة المساهمة (JSC أو SAL بالفرنسية) (ش.م.م.)
- الشركات القابضة
- الشركات الخارجية

كما هو الحال عموماً، تكون التكاليف المرتبطة بإنشاء وتشغيل الشركة المساهمة (ش.م.م.) عادةً أعلى من تلك المرتبطة بشركة محدودة المسؤولة (ش.م.ل.). ومع ذلك، تقدم الشركة المساهمة العديد من المزايا مثل حرية نقل الأسهم، وحداً أدنى لزيادة رأس المال وجذب المستثمرين الجدد، بالإضافة إلى إعفاء من الضرائب والرسوم المتعلقة بنقل الأسهم (موقع بيريتيك، 2019). التعديل الجيد الذي تم إدخاله في عام 2019 هو ش.م.ل مع شريك واحد. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدوائر التوجيهية لمصرف لبنان تتطلب من الشركات أن تكون شركات مساهمة عامة للاستفادة من الدعم المالي.

وبحسب شرفان (2023) يتوجب على كل شركة إنشاء حساب مصرفي، وهذه عملية أصبحت أكثر تعقيداً بسبب التحديات المصرفية والمالية السائدة في البلاد. وأضافت أنه في كثير من الأحيان، يفتقر رواد الأعمال الشباب إلى الوضوح بشأن هيكل الشركة الأمثل لمشاريعهم، مع التمييز بين الأسهم والأجزاء والتي تحمل تبعات المسؤولية الشخصية. وفي حالة الشركة ذات المسؤولية المحدودة، ينطبق مفهوم «الأجزاء»، بينما تنطوي الشركة المساهمة على «أسهم».

في الوقت الحالي، فإنّ العديد من السجلات التجارية إما مغلقة أو تعمل بسعة محدودة، مما يجعل المهام الإدارية البسيطة تقريباً مستحيلة. والعقبة الرئيسية حالياً هي بدء حساب جديد، حيث تقبل المصارف حصراً طلبات فتح حسابات دولار أمريكي جديدة.

٦. التحديات

في المراحل الأولى من الأزمة، بدت إمكانية فتح حساب مصرفي كجزء من عملية تأسيس الشركة غير ممكنة إطلاقاً. ومع ذلك، حدث تطور كبير مع إدخال ما يُشار إليه الآن بـ "الحسابات الجديدة". نجح العديد من القانونيين الذين يعملون عن كثب مع الشركات الناشئة في التفاوض بنجاح على اتفاق مع المصارف. يتضمن هذا الاتفاق فتح حساب باليرة اللبنانية، والذي يُغلق في وقت لاحق على الفور بعد الانتهاء من إجراءات تأسيس الشركة. وفي الوقت نفسه يتم فتح حساب جديد بالدولار بموازاة ذلك. ومن اللافت للنظر أن هذه الخطوة الفردية تتطلب حالياً شهرين تقريباً لإنجازها. ولا ننسى تأثير الإضراب على المؤسسات العامة ومن بينها السجل التجاري وانعكاساته على طول العملية برمتها (شرفان، 2023).

أما في الجانب الإيجابي، فقد أدى انخفاض قيمة العملة المحلية إلى انخفاض كبير في قيمة رأس المال الأولي اللازم لبدء عمل تجاري. على سبيل المثال، كان المبلغ المطلوب سابقاً للشركة المساهمة 30 مليون ليرة لبنانية، أي ما يعادل 20000 دولار أمريكي، وخمسة ملايين لشركة ذات المسؤولية المحدودة. هذه النقطة الأخيرة، وفقاً لشرفان، تقدم جانباً إيجابياً وسط الصورة القاتمة، لأنها تخفف العبء المالي على الأفراد الذين يمتلكون أفكاراً خلاقة يطمحون إلى تنفيذها. كما شددت شرفان على الدور البناء للإغلاق الناجم عن الوباء، والذي أتاح للعديد من الأفراد الفرصة لإعادة تقييم قراراتهم الحياتية وتحويل مساهم المهني نحو ريادة الأعمال.

بالتمعق في الإطار القانوني، حدث تحوّل قانوني كبير مع صدور قانون المعاملات الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية رقم 81 في 10 تشرين الأول/أكتوبر 2018، والذي ستتم مناقشته بشكل أكبر في الفقرات الآتية.

٧. الإطار القانوني لشركات الإعلام الناشئة

بالانتقال إلى الشركات الناشئة في قطاع الإعلام، فإن الإجراءات المتبعة لتأسيس شركة هي مشابهة لتلك التي تم شرحها سابقاً. غير أن النشاط التجاري يختلف. على سبيل المثال، تم تسجيل درج كشركة إنتاج محتوى، وبالتالي يتمحور نشاطها التجاري الأساسي حول إنتاج المحتوى (إبراهيم، 2023).

ويؤدي غياب إطار تنظيمي شامل لوسائل الإعلام الرقمية إلى تسجيل العديد من المبادرات على اعتبارها منظمات مجتمع مدني بدلاً من تسجيلها كشركات وذلك تحقيقاً للأرباح. وفي هذه الفئة، هناك مسار إضافي هو الشركات المدنية التي تكون في جوهرها لا تبتغي الربح (عقيقي، 2023) والتي تعفى من الضرائب لأنها لا تحقق أرباحاً.

٧. الإطار القانوني لشركات الإعلام الناشئة

تعمل منظمات المجتمع المدني في ظلّ القانون 1901، مما يستلزم الحصول على علم وخبر من وزارة الداخلية - وهي عملية يمكن أن تستغرق أحياناً سنة أشهر. وبالتالي، من حيث التأسيس، ثبت أن تأسيس الشركة هو طريق أسهل. ولكن من الناحية العملية، في حين أن عملية تشكيل الشركات قد تكون أكثر وضوحاً مقارنة بعملية تأسيس منظمات المجتمع المدني، إلا أن الالتزامات المقابلة تجاه الدولة ككل وخاصة وزارة المالية تكون أسهل بشكل ملحوظ بالنسبة للمنظمات. ومن المهم الإشارة إلى أن بعض المنصّات تعمل فقط عبر الإنترنت، وبشكل أساسي على منصّات التواصل الاجتماعي، دون تسجيل رسمي. إن غياب الاعتراف القانوني يعيق هذه المبادرات من الوصول إلى فرص التمويل. غير أن هذا الوضع يقع خارج نطاق هذه الورقة البحثية.

في معرض معالجة التباين بين المسارات الربحية وغير الربحية وآثارها على ثقافة الابتكار في لبنان، شرحت إبراهيم (2023) الأسس المنطقية التي تم على أساسها اختيار درج المسار الربحي بدلاً عن غير الربحي. وأكدت إبراهيم أنه بينما يتم إعادة استثمار أي أرباح متراكمة في الشركة، فإن مفهوم تحقيق الأرباح له دور كبير في ضمان استقلالية وسائل الإعلام. على الرغم من مواجهة تحديات في الحصول على الدعم من المانحين بسبب هذا المسار، أشارت إبراهيم أن تحولاً محورياً تم تحفيزه من خلال حوارات شفافة مع المانحين الذين لم يخصصوا قبل ذلك منح للشركات الربحية.

كانت عملية تأسيس الشركة بسيطة وفقاً لإبراهيم. وتمثّلت المرحلة الأكثر تعقيداً واستهلاكاً للوقت في التفكير لإيجاد تصوّر لضمان الإطار الهيكلي الأمثل وصياغة وثيقة استراتيجية قوية مقترنة بتحليل الأسواق اللبنانية ودراسة جدوى شاملة.

وأكدت إبراهيم أن درج تعتمد في الغالب على المنح، التي تمثل حوالي 70٪ من إيراداتها المالية المناسبة الـ 30٪ المتبقية فتأتي من تدفقات المداخل المنتجة داخلياً. وتشمل هذه الإيرادات مبادرات التدريب وخدمات الإنتاج التجاري المقدمة للكيانات الخارجية، فضلاً عن تعاونات الإنتاج الداخلي مع أطراف متشابهة في القطاع. وهنا تظهر أهمية تنويع "البورتفوليو" كمحرك أساسي وراء نجاح نموذج درج، وهو جانب يستحق دراسة أعمق في القسم الخاص بالتوصيات. وتلعب نسبة الأرباح المحققة من النشاطات الإنتاجية دوراً حاسماً في دعم لشركة، نظراً لباقي القيود.

٨. المنصات الإلكترونية في ظل غياب القوانين الرقمي

كما ورد سابقاً، فإن عدم وجود قانون حديث للإعلام في لبنان يخلق حالة من الفراغ المحيط بالإطار القانوني المناسب للمنصات الإلكترونية. ففي حين أن المسائل المتعلقة بالمحتوى تخضع حالياً "لأحكام قانون المنشورات لعام 1962، يمكن القول عمومًا أن الجانب المهني يخضع لقانون التجارة على أساس أن هذه المنصات تبتغي الربح المنتظم (ط مخايل، اتصال شخصي، 31 يوليو 2023). فتخضع المواقع الإخبارية أو الصفحات على التواصل الاجتماعي التي تباع خدمات إعلانية إلى أحكام قانون التجارة (سماحة، 2023). وستتم مناقشة مسألة المحتوى عبر الإنترنت بمزيد من التفصيل في الفقرات المقبلة.

يعتمد قانون التجارة في تحديد أنشطة منصات وسائل الإعلام الرقمية وتصنيفها كأنشطة تجارية على معايير محددة. في المقام الأول، لا يُعتبر العمل الإعلامي نفسه عملاً تجاريًا، ما لم يتصف بصفات أخرى. على عكس الشركات التجارية التي تقوم على أساس شراء أو بيع أو تأجير سلع ملموسة لتحقيق الأرباح، يتسم العمل الإعلامي بميزات أخرى (مخايل، 2023).

فأنشطة الإعلام لا تتناسب مع النموذج التجاري التقليدي، إلا أن قانون التجارة يستند إلى أن بعض المشاريع التي تُجرى ضمن مشروعات تجارية تعتبر أنشطة تجارية. يتضمن ذلك النشر والتزامات الطباعة أو مبادرات العرض العام. يمكن أن تكون هذه المشروعات التجارية إما مشاريع فردية أو جهود جماعية تشكلها مجموعة من الأفراد، وذلك من خلال هياكل قانونية مثل الشركات.

وتوضح المادة 31 من قانون المطبوعات بشكل أوسع معايير النشر السياسي. وهي تنص على أن تُمنح تراخيص المطبوعات الصحفية السياسية للصحفيين أو للشركات الصحفية فقط.

تشمل مشاريع النشر والتزام الطباعة المؤسسات التي تملأ الفجوة بين الكتاب والجمهور. وهذا يتطلب فهم موسع لمثل هذه المشاريع من وجهة نظر شاملة، فهي تتضمن وسائل متنوعة مثل الكتب، والمجلات، والأفلام، والأقراص المدمجة، والإنترنت، ووسائل نشر أخرى. أمّا إذا تولى الكاتب نشر عمله بنفسه فعندها تسقط السمة التجارية عن العمل على اعتبار أنه يجب أن يتم النشر من خلال مشروع ليكون العمل تجاريًا" (مخايل، 2023).

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى الجهود التنظيمية التي حاول المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع اتخاذها استجابة لنداءات أصحاب المواقع الإخبارية. فقد فتح المجلس سجلًا "خاصًا" لتسجيل المواقع الإلكترونية من باب العلم والخبر. وقد أتى ذلك استنادًا إلى قانون الإعلام المرئي والمسموع 382/94. ومع ذلك، يمكن وصف هذا الإجراء بالشكلي نظرًا لدور المجلس الاستشاري ولافتقاره إلى السلطة التنفيذية كما هو محدد في القوانين اللبنانية (مهارات، 2020).

٨. المنصات الإلكترونية في ظل غياب القوانين الرقمي

باختصار، يمكن القول إن تطور الاجتهاد القضائي قد ساهم الى حد كبير في اتساع تطبيق قانون النشر اللبناني الصادر عام 1962. على الرغم من عدم وجود نشر الكتروني ومواقع الكترونية آنذاك إلا أن التعاريف الأساسية في هذا القانون قد شكّلت نقطة مرجعية لتطبيقها على المنصات الرقمية المعاصرة (مخايل، 2023). يتجلى هذا التطور القانوني في أن النشر الإلكتروني، الذي يهدف إلى الوصول للعامة بشكل منتظم ويختلف عن التعبير الخاص، يخضع الآن للمعايير التنظيمية التي نص عليها قانون النشر. ولكن، تم تطبيق القيود القانونية جزئياً على المحتوى وليس على القسم المتعلق بإنشاء الصحف وممارسة الصحافة. وهذا يعود إذاً إلى فقه محكمة المطبوعات التي قامت بتوسيع مفهوم الصحف ليشمل النشر الإلكتروني. (مخايل، 2023).

يضاف إلى هذا التوسع ما حمّله قانون المعاملات الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية رقم 81 الصادر في 10 أكتوبر 2018. قدم هذا القانون تعريفاً دقيقاً لمصطلح "نقل المعلومات إلى الجمهور عبر وسائل رقمية"، والذي يؤثر مباشرة على أنشطة وسائل الإعلام الرقمي. وهو يشمل نقل محتوى رقمي متنوع - نصي مرئي ومسموع ورسائل - مصمم للاستهلاك العام أو الجماعي، باستثناء المراسلات الخاصة. كما وفرض هذا القانون واجبات على أي شخص ينشر إلكترونياً بشكل احترافي أبرزها تلك المتعلقة بتحديد هوية الشخص وطبيعة نشاطه وعنوانه (مخايل، 2023).

هذه الإجراءات المؤقتة تبقى مؤقتة، في انتظار اقرار قانون اعلام حديث مصمم لبيئة سريعة التطور. ينبغي أن يساهم مثل هذا القانون في خلق بيئة آمنة للصحافيين، كما وتعزيز الإبداع بين صانعي المحتوى وجميع القطاعات داخل المجالات الإبداعية والفنية. وعلاوة على ذلك، من الضروري التأكيد على أن هذا التشريع يجب ألا يتعامل حصراً مع المجال الرقمي، بل يجب أن يشمل ديناميات الثورة الصناعية الرابعة، والتي تتعلق بتقنيات مثل الحوسبة السحابية (Cloud Computing) والواقع المعزز (Augmented realities) وإنترنت الأشياء (Internet of Things) وتحليل البيانات المتقدمة، بالإضافة إلى عناصر تحويلية أخرى (يونس، 2023).

٩. المحتوى على الإنترنت

في حين كان ينبغي أن يكون المحتوى على الإنترنت وأي محتوى آخر حرًا ضمن الحدود التي يضعها القانون، إلا أن جرائم الخطاب في لبنان لا تزال تنظم بموجب قانون العقوبات، والذي يتضمن جرائم تتعلق بالخطاب، الأمر الذي ينتهك معايير حرية التعبير العالمية. مثلاً، المادة 384 يمكن أن تؤدي إلى حكم بالسجن لمدة عامين على من يقوم بـ "شتم" رئيس الجمهورية (Atlas of Internet Legislation, 2015). يحتوي قانون العقوبات اللبناني على العديد من المواد التي تفتقر إلى الوضوح وغالباً ما يتم استخدامها في القضايا المتعلقة بحرية التعبير. ومنها المادة 317، التي تحظر الأفعال التي يمكن أن تشعل التوترات أو الصراعات بين المجموعات الدينية أو العرقية، مما يمكن أن يؤدي إلى حكم بالسجن لمدة ثلاث سنوات (شهيب، 2020). ينبغي أن تتوافق جميع هذه القيود مع المعايير الحديثة لضمان حرية التعبير داخل البلاد.

١٠. الخلاصات

الابتكار وريادة الأعمال هما أمران حيويان لنمو واستدامة قطاع الإعلام في لبنان. تترك التحديات القانونية والمالية والهيكلية آثارًا عميقة على وسائل الإعلام المستقلة وتطوير الشركات الناشئة في هذا المضمار. يمكن للبنان من خلال إلغاء القيود وتوفير حوافز، أن يعزز منظومة أكثر دينامية لشركات الإعلام الناشئة، مما يضمن خلق وديمومة مشهد إعلامي متنوع ونابض بالحياة يعكس تعددية البلاد ويعزز الابتكار. إن الجهود التعاونية بين الحكومة والقطاع الخاص وأصحاب وسائل الإعلام أمر ضروري لخلق بيئة تسهم في دعم ريادة الأعمال في مجال الإعلام والصحافة المستقلة. وكما أشار سماحة (2023)، هذه التحديات ليست مجرد عائق للابتكار وإنما هي أيضًا عائق للتطور. النظام القضائي غير فاعل في الوقت الراهن، وبعض المحاكم مغلقة تمامًا، ولا يوجد تقدم في الفقه وسيادة القانون، مما يمكن أن يحول دون جذب المستثمرين الجدد إلى البلاد. كما أكدت شرفان (2023) أيضًا على أهمية التوعية القانونية داخل مجتمع ريادة الأعمال، الذي غالبًا ما يميل إلى إعطاء الأولوية للتسويق والشؤون التجارية متجاهلاً البنية القانونية الأساسية المهمة لرواد الأعمال والمبتكرين. وأشارت إلى أن بعض المشاريع تعمل دون هيكل رسمي، مما يؤدي فيما بعد إلى تبعات سلبية.

لذا يمكن القول أن تأثير هذه التحديات على قطاع الإعلام المستقل كبير فهو يقيد التعددية وتنوع الآراء بسبب مشقة الترخيص والتسجيل. كما أن تعقيد الإجراءات التنظيمية يمكن أن يحول دون دخول الشركات الناشئة إلى هذا الميدان، مما يؤدي في النهاية إلى نقص واضح في وجهات النظر والأصوات البديلة.

في ظل هذا المشهد التنافسي، يبدو من الضروري على الشركات الإعلامية الناشئة في لبنان التكيف بشكل أسرع مع الاتجاهات والتقنيات الحديثة بحيث عليها أن تبقى خلاقية ومستجيبة لاحتياجات الجمهور المتغيرة.

١١. التوصيات

تأثر تطور قطاع الإعلام في لبنان إيجاباً بالتقدم التكنولوجي ولكنه تعرّض أيضاً لمجموعة من التحديات التي أتيينا على ذكرها في هذه الورقة البحثية. بناءً على التحليل الذي تمّ طرحه، سيقدم هذا الجزء مجموعة من التوصيات الموجهة إلى مختلف المعنيين:

المانحين ومنظمات تطوير الإعلام: المانحون مدعوون إلى الامتناع عن فرض منح ذات صلة بمواضيع محددة مرتبطة باتجاهات معينة دون سواها. من شأن هذا أن يمنح وسائل الإعلام المستقلة المرونة الأساسية للتعامل مع المواضيع التي تحاكي الواقع المحلي. وبالتالي، يجب التركيز على التمويل الأساسي بدلاً من التمويل القائم على المشاريع. من الضروري أيضاً دعم دور منظمات تطوير الإعلام أو الجهات التي تعمل كوسيط بين المانحين ووسائل الإعلام المستقلة لمساعدة المبادرات الجديدة في العثور على البرامج والمنح المناسبة. في هذا السياق، يمكن لهذه المنظمات أن تلعب دوراً فعالاً في تيسير التعاون بين وسائل الإعلام البديلة نفسها. بالإضافة إلى مساعدتها في إنشاء وتحسين استراتيجيات الإدارة والتمويل كما الوصول للجمهور (مهارات، 2021).

الحكومة: لمواجهة هجرة الأدمغة وتعزيز ثقافة الابتكار في البلاد، حان الوقت لتحسين سير العمل والكفاءة داخل المؤسسات العامة. وفي هذا السياق، يظل تعزيز دور السلطة القضائية أيضاً عاملاً رئيسياً في ضمان المساءلة وتعزيز الشفافية.

يمكن للحكومة في حد أدنى إقامة شراكات فعالة بين القطاعين العام والخاص (بين الجهات الحكومية والمؤسسات الخاصة). يمكن أن يوفر هذا التعاون الاستراتيجي فرصاً تمويلية كبيرة تساهم بشكل إيجابي في مختلف المبادرات (يونس، 2023).

بالإضافة إلى ذلك، هناك حاجة ملحة لتحديث وسن التشريعات التي طال انتظارها، بما في ذلك قانون الإعلام كما أشير إليه سابقاً. فالقيمة المضافة الرئيسية لقانون الإعلام الحديث إلى جانب كل ما تم ذكره سابقاً تكمن أيضاً في خلق بيئة آمنة للصحافيين (عقيقي، 2023).

المؤسسات التعليمية: في السنوات الأخيرة، تمّ اتخاذ خطوات نحو تقديم مقررات في ريادة الأعمال، ولكن يبدو أن مثل تقديم هذه المقررات لا يزال محدوداً إلى حد ما في كليات الصحافة ووسائل الإعلام في لبنان (مهارات، 2020). لذا، يجب إدخال مواد ريادة الأعمال في المناهج الجامعية من أجل تزويد الطلاب بالمعرفة العملية والمهارات التي تعزز قدرتهم على التعرف على الفرص وتحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع قابلة للتنفيذ.

II. التوصيات

الشركات الناشئة بشكل عام: إنّ إنتشار استهلاك المحتوى الرقمي بسبب زيادة استخدام الهواتف الذكية والوصول إلى الإنترنت عالية السرعة يقدم فرصة للشركات الناشئة لإنشاء محتوى مخصص للمنصات الرقمية. للاستفادة من هذا الاتجاه، يمكن أن تركز الشركات الناشئة أكثر فأكثر على إنتاج محتوى رقمي مبتكر وتفاعلي لتلبية الطلب المتزايد.

علاوةً على ذلك، فإنّ استكشاف إمكانيات تطبيقات الواقع الافتراضي والواقع المعزز والذكاء الاصطناعي في الوقت الحالي قد يمكّن الشركات الناشئة من تقديم تجارب سردية عبر مختلف القطاعات، مما يعزز التفاعل والابتكار.

في مقال بعنوان "خارطة طريق صحافة البيانات": نهج مفاهيمي لتبني البيانات في صيغ السرد ضمن نماذج الأعمال الصحافية" (2022)، وُصِف نمط الصحافة بالبيانات على أنه عنصر تميّز استراتيجي. بالتالي، يمكن، من خلال إدماج صحافة البيانات، أن يتمّ رفع جودة المحتوى الإعلامي وزيادة قدرتها على اكتشاف قصص واتجاهات فريدة (ليما-سانتوس، 2022).

بالإضافة إلى ذلك، ظهرت صحافة الموبايل كواحدة من أسرع المجالات نموًا في صناعة الصحافة الحديثة" (بيرو وكيلي، 2019). يمكن لشركات وسائل الإعلام الناشئة الاعتماد على هذا الاتجاه لالتقاط تغطية إخبارية محلية، وبالتالي تعزيز نظام إعلامي أكثر تنوعًا. أخيرًا، نظرًا للإمكانيات التي تم فتحها بواسطة التقدم التكنولوجي، يجب على الشركات الناشئة اعتماد موقف أكثر استباقية لاحتضان اتجاهات ناشئة مثل "إنترنت الأشياء" وتحليل البيانات الكبيرة (يونس، 2023).

وسائل الإعلام البديلة بشكل خاص: في عصر يهيمن فيه الذكاء الاصطناعي، يعدّ إعطاء الأولوية للقيمة البشرية أمرًا رئيسيًا (إبراهيم، 2023). تحمل وسائل الإعلام البديلة القدرة على توفير فرص عمل مليئة بالتحديات وكذلك مزيدًا من الاستقلالية الإبداعية للأفراد في هذه القطاع.

للبقاء على قيد الحياة والازدهار، حان الوقت أيضًا لوسائل الإعلام البديلة أن تختار بعناية بنية قانونية تناسبها وأن تنوع مصادر إيراداتها من أجل الاستدامة على المدى الطويل. لا يمكن لهذه المشاريع أن تعتمد بشكل حصري على المنح التي قد تقدم دعمًا كبيرًا في المراحل الأولية، ولكنها لا تخلق نماذج أعمال ناجحة على المدى البعيد. علاوةً على ذلك، من الأمور الحاسمة أن يجري تخصيص مزيد من الاهتمام لتحديد الرسالة وصياغتها. وهذا يتضمن ليس فقط كتابة هذه البيانات، بل أيضًا التأكد من أنها متناسبة مع أهداف المنظمة والموارد المتاحة (مهارات، 2021).

وإحدى التوصيات الأخيرة تكمن في أهمية تحسين الإبداع على مستوى التحرير. فيجب أن تكون وسائل الإعلام البديلة رائدة، وليست تابعة.

١٢. حوافز لشركات وسائل الإعلام الناشئة

لتعزيز بيئة مزدهرة وتشجيع الابتكار، يمكن اعتماد العديد من الاستراتيجيات:

- ١ إطلاق التمويل والمنح المتخصصة: إدخال آليات تمويل محددة ومنح مصممة خصيصًا لدعم الشركات الإعلامية الناشئة. سيؤدي ذلك إلى تحفيز على المخاطرة ورعاية الأفكار المبتكرة.
 - ٢ تعزيز دور مسرعات الأعمال: تعزيز دور مسرعات الأعمال الحالية لتقديم دعم شامل للشركات الناشئة عبر جميع المراحل - من الفكرة إلى دخول السوق. سيزيد هذا الدعم الشامل من فرص النجاح (كريستال خليل، اتصال شخصي، 7 آب 2023).
 - ٣ إنشاء حاضنات ومسرعات متخصصة لقطاع الإعلام (خليل، 2023).
 - ٤ تقديم حوافز ضريبية ودعم مالي: يساهم تقديم إعفاءات ضريبية ودعم مالي لرواد الأعمال في مجال الإعلام في نمو متسارع للقطاع.
 - ٥ تنظيم أنشطة ومسابقات طلابية: تطوير مجموعة متنوعة من الأنشطة والمسابقات التي تستهدف طلاب الجامعات. ستساعد هذه المبادرات على اكتشاف وتنمية المواهب المخفية، وتعزيز ثقافة الإبداع.
 - ٦ توفير مساحات العمل المشتركة بأسعار تنافسية: الهدف هو توفير دعم قوي للشباب الطموحين.
 - ٧ إعطاء الأولوية لتطوير مهارات العاملين في وسائل الإعلام: سيزيد ذلك من خبرتهم في هذا المجال المتغير باستمرار. وهذا يضمن تنافسية وتكيف القوى العاملة مع العوامل المستجدة.
 - ٨ توفير برامج تطوير القدرات الشاملة للراغبين في ريادة الأعمال: يجب أن تغطي هذه البرامج مجالات مثل المهارات الإدارية وكتابة المقترحات كأدوات أساسية للنجاح.
 - ٩ تعزيز ثقافة حرية الصحافة والمساءلة: وهذا يؤكد على الدور الحيوي لوسائل الإعلام البديلة كجهات رقابية يقظة وجزء حاسم من السلطة الرابعة الأساسية.
 - ١٠ تطوير نماذج تمويلية مبتكرة لدعم المبادرات الإعلامية التي تخدم المصلحة العامة: إن تنوع مصادر التمويل وتعزيز دور وسائل الإعلام المستقلة مهم للغاية، خاصة أن نموذج الاكتتاب غير مناسب لوسائل الإعلام البديلة (مهارات، 2021).
- من خلال اعتماد هذه الإجراءات، يمكن للبنان خلق بيئة مناسبة لوسائل الإعلام، وتمكين المحترفين في المجال، وإعادة تنشيط دور الإعلام الحيوي كركيزة للديمقراطية والتقدم الاجتماعي.
- في ظل هذه الصورة القائمة، يبقى الشعب اللبناني تحديداً " من خلال العنصر البشري هو شعلة الامل.

المراجع

- البنك الدولي، (2017). النظام البيئي لشركات التكنولوجيا الناشئة في بيروت: النتائج والتوصيات
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/702081504876957236/pdf/119654-WP-P158155-PUBLIC-7-9-2017-17-36-21-BeirutecosystemmappingSep.pdf>
- أطلس تشريعات الإنترنت، (2015). لبنان: أطلس تشريعات الإنترنت: تقرير البلد.
<https://internetlegislationatlas.org/#/countries/Lebanon/frameworks/content-regulation>
- الأمين، ر. (2021). قصة زواج توترز من السلطة.
[/https://daraj.media/77583](https://daraj.media/77583)
- بيرو، غ. وستانفيلد، ك. (2019). الصحافة المحمولة كصناعة نمط حياة؟ نظرية الحقل في دمج الهواتف المحمولة في غرفة الأخبار وتصور دور الصحفي المحمول. ممارسة الصحافة، 13. 331-348.
- بيريتك، (2019). نصائح قانونية للشركات الناشئة في لبنان.
[/https://berytech.org/legal-tips-for-startups-in-lebanon](https://berytech.org/legal-tips-for-startups-in-lebanon)
- بيريتك، (2020). الشركات الناشئة اللبنانية وسباق المحتوى الابتكاري.
[/https://berytech.org/lebanese-startups-and-the-race-for-innovative-content](https://berytech.org/lebanese-startups-and-the-race-for-innovative-content)
- شهب، د. (2020). السيطرة على السرد: لبنان يضر بحرية التعبير في الأزمة. معهد تحرير الشرق الأوسط.
[/https://timep.org/2020/03/17/controlling-the-narrative-lebanon-compromises-free-speech-in-crisis](https://timep.org/2020/03/17/controlling-the-narrative-lebanon-compromises-free-speech-in-crisis)
- درج ميديا، (2023). درج ميديا: من نحن.
[/https://daraj.media/en/who-we-are](https://daraj.media/en/who-we-are)
- ديلويت، 2023. اتجاهات وسائل الإعلام الرقمية: استطلاع عادات الاستهلاك.
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey.html#read-the-digital-media-trends>
- فريفر، ر. (2018). أربع سنوات بعد البند 331: النظام يحتاج إلى المزيد من صناديق المرحلة البذرية
<https://www.wamda.com/2018/04/years-circular-331-ecosystem-needs-seed-stage-funds>
- عجان، م. (2022). شركات رأس المال الاستثماري اللبنانية تواجه مستقبلاً مجهولاً مع انهيار الاقتصاد في "العرب نيوز".
[Lebanese venture capital firms face uncertain future as economy collapses | Arab News](https://www.arabnews.com/lebanese-venture-capital-firms-face-uncertain-future-as-economy-collapses)
- كيمب، س. (2023). الرقمي 2023: لبنان.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-lebanon>
- ليماسانتوس، م. ف. (2022). رسم خريطة الصحافة البيانية: نهج مفهومي لاعتماد تنسيقات سرد البيانات في نموذج أعمال الصحافة. مجلة القيادة المفتوحة في التكنولوجيا والتعليم.
<http://joltetn.eu/data-journalism-roadmapping-a-conceptual-approach-to-embrace-data-storytelling-formats-in-the-journalism-business-model>
- مهارات، (2020). شركات الإعلام الناشئة في لبنان.
https://maharatfoundation.org/media/1515/final-study-start-up_en.pdf
- مهارات، (2021). دراسة تقييم المشهد الإعلامي والمعلوماتي في لبنان.
<https://maharatfoundation.org/media/1943/internews-final-20-10.pdf>
- وكالة الولايات المتحدة للتنمية الدولية (2022). مؤشر استدامة منظمات المجتمع المدني في لبنان.
<https://maharatfoundation.org/media/2319/lebanon.pdf>



Funded by the European Union
بتمويل من الاتحاد الأوروبي

للمزيد من المعلومات، زوروا موقعنا:

maharatfoundation.org

journalismresearch.org

