# الحوافز للمشاريع الإعلامية الناشئة بما يعزز استدامتها

## ورقة معايير

تصدر هذه الورقة ضمن سلسلة أوراق معايير أعدتها مؤسسة مهارات لرفع النقاش العام حول إصلاح قوانين الإعلام في لبنان بما يتلاءم مع حرية التعبير. وذلك في إطار مشروع "إصلاح الإعلام وتعزيز حرية التعبير في لبنان" بالتعاون مع المفكرة القانونية ومركز أبحاث الإعلام والصحافة، بدعم من الاتحاد الأوروبي.

## ١ الرسائل الرئيسية

١- **تمثل المشاريع الاعلامية الناشئة نموذجا اقتصاديا وبنيويا موازيا للمؤسسات الاعلامية التقليدية**. هي وليدة التقنيات الرقمية ودورها على ازدياد على الصعيد الاعلامي والاقتصادي العام مع تغير عادات استهلاك المعلومات للجمهور. تتفاعل الشركات الاعلامية الناشئة بشكل مباشر مع جمهورها بحيث تستجيب لحاجاته وتعتمد على موارد تمويلية جديدة ومتنوعة.

٢- **تواجه الشركات الإعلامية الناشئة في لبنان مجموعة متنوعة من العقبات** التي تعيق تقدمها: منها الأزمة الاقتصادية الاجتماعية منذ 2019، انهيار القطاع المصرفي والعملة اللبنانية، الحجم المحدود للأسواق اللبنانية ونقص التمويل لضمان الاستدامة، غياب القوانين المنظمة وغياب الحوافز وغيرها.

٣- ان هذه المشاريع الاعلامية الناشئة على ازدياد في العالم وهي **ملتزمة بتقديم محتوى يخدم المصلحة العامة وتشكل رقيبا على السلطات العامة** وهي **تسعى للابتكار والتنوع** في الشكل والمحتوى ونماذج الاعمال، لذا تسعى الدول الديمقراطية الى تقديم الحوافز لها لاستدامتها بغية تشجيع التعددية في المشهد الاعلامي.

٤- على الحكومات والهيئات المنظمة لقطاع الاعلام والمؤسسات العامة والمانحين **الاستجابة لتحديات استدامة المشاريع الاعلامية الناشئة** التي تخدم المصلحة العامة لتحفيزها لما في ذلك من فائدة لتطوير الاسواق الاعلامية.

## ٢ ملخص عن التوصيات الأساسية

**الى السلطات:**

- تحسين البيئة التجارية السياسية والقانونية للمبادرات الاعلامية الناشئة والغاء معوقات دخولها الى السوق، وتحسين الآليات الإدارية للتسجيل كي تكون متاحة وغير مكلفة.
- اقرار آليات دعم وحوافز لدعم تعددية المشهد الاعلامي واستدامة المشاريع الاعلامية الناشئة.
- تنفيذ تشريعات تعطي الأولوية لشفافية الملكية لزيادة الثقة في وسائل الإعلام المرتبطة بالمصلحة العامة وتعزيز قواعد المنافسة.

**الى القطاع الإعلامي:**

- تدريس ريادة الاعمال في كليات الاعلام.
- تطوير قدرات الطلاب والصحافيين للابتكار في المحتوى كما في نماذج العمل والوصول الى الجماهير بما يتماشى مع التغيير الرقمي المستمر

**إلى المجتمع الدولي:**

- إطلاق آليات تمويل ودعم محددة ومتنوعة ومنح مصممة خصيصًا لدعم المشاريع الإعلامية الناشئة ومنظمات تطوير الاعلام المستقلة.

## ٣ المعايير والممارسات الفضلى بشأن المواضيع/المجالات المرتبطة بإلغاء التجريم في قضايا التعبير

ظهرت نماذج أعمال جديدة في المجتمعات المعلوماتية الحديثة، ما فتح الباب أمام اتجاه جديد في ريادة الأعمال في مجال وسائل الإعلام وإنشاء شركات إعلامية تعتمد على نهج مبتكر وإبداعي في تقديم المحتوى.
وقد نجحت المشاريع الاعلامية الناشئة في ايجاد موقع لها على الساحة الاعلامية الموازية للاعلام التقليدي وباتت تؤدّي أدوارا خاصة بها على صعيد التواصل وبناء الرأي العام وخدمة المصلحة العامة فضلا عن دورها الاقتصادي والخدماتي كأحد محركات اقتصاد السوق واقتصاد المعرفة ومولّد فرص عمل جديدة. كما أصبحت تتلقى تشجيعًا كبيرًا في الكثير من الدول بهدف تفعيل مساهمتها في عملية النهوض الاقتصادي مع ما تحمله من فرص للشباب في تحقيق طموحاتهم ومن تطوير خدمات إعلامية جديدة.
وفي لبنان ساهمت الثورة الرقمية بشكل رئيسي في توفير محتوى يُعتبر مستقلاً متحديةً بذلك هيمنة وسائل الإعلام التقليدية التي تسيطر عليها وتمتلكها غالبية الأحزاب السياسية. غير أن التحديات القانونية والمالية والهيكلية خلّفت آثارًا عميقة على مشاريع الإعلام المستقلة وأعاقت تطوير الشركات الناشئة في مجال الإعلام.
وتغيب أيضا التوعية القانونية داخل مجتمع ريادة الأعمال، الذي غالباً ما يميل إلى إعطاء الأولوية للتسويق والشؤون التجارية متجاهلاً البنية القانونية الأساسية المهمة لرياديي الأعمال والمبتكرين.

فضلا عن القيود التي ترتبها متطلبات الترخيص والتسجيل الصارمة الأمر الذي يثني عن دخول شركات وسائل الإعلام الناشئة المستقلة إلى هذا الميدان ويقود إلى نقص في التعددية والى ضمور سوق المؤسسات الاعلامية.

هذه التحديات ليست وحدها عائق للاستدامة بل ان تغير استهلاك المعلومات وتأثير منصات التواصل الاجتماعي وشركات التكنولوجيا الكبرى خلقت فرصا وتحديات في نفس الوقت وجعلت المعلومات متاحة ومفتوحة ما أدى إلى نقص الثقة بالإعلام وعدم رغبة الجمهور بالدفع مقابل المعلومات وتغير المشهد الإعلاني. هذا ما دفع الدول الاوروبية مثلا الى اقرار سياسات عامة لحماية التنوع والتعددية في الاعلام وسعي العديد من الهيئات التي تنظم الاعلام الى تخصيص موازنات لدعم المشاريع الاعلامية الناشئة وايجاد آليات استجابة لتعزيز الشفافية في وسائل الاعلام وتمويل القطاع وايجاد حوافز مثل اعفاءات ضريبية وتخصيص حصة من الاعلانات العامة او المنح للاعلام.
ويمكن ايضا في لبنان، من خلال تطوير القوانين وإلغاء القيود وتوفير حوافز، تعزيز بيئة أكثر دينامية للمشاريع الإعلامية الناشئة، مما يضمن نشوء مشهد إعلامي متنوع ونابض بالحياة يعكس تعددية البلاد ويعزز الابتكار في مجال الإعلام.

### قائمة المعايير

**١-** تحسين البيئة الحاضنة للمبادرات الاعلامية الناشئة التي تخدم المصلحة العامة على مختلف المستويات القانونية، الادارية، المالية، ما يتيح لها ان تنطلق وتتطور وتزدهر.

**٢-** تطوير آليات الدعم التي تقدم للمشاريع الاعلامية الناشئة كونها تخدم المصلحة العامة وتشكل منفعة عامة اساسية يجب الا تخضع لمنطق السوق.

**٣-** تعزيز شفافية ملكية وسائل الاعلام والتخفيف من تركز الاعلام عبر دعم انشاء المشاريع الإعلامية الناشئة.

**٤-** الغاء القيود وتخفيف حواجز تأسيس المشاريع الاعلامية الناشئة وتسهيل حصولها على شكل قانوني لا يبغي الربح ويخفف بذلك موجباتها الضريبية ويسهل قبولها المنح ويشجع الجمهور على دفع اشتراكات تساهم في ديمومتها.

**٥-** تطوير نماذج اقتصادية جديدة تؤمن الاستمرارية لهذه المشاريع الناشئة مثل صناديق تعزز التعاون بين المانحين وتشجع الاستثمار لدعم الاعلام.

**٦-** مواكبة التقدم التكنولوجي وتعزيز البنية التحتية الضرورية لإطلاق المبادرات الاعلامية.

**٧-** تدريس ريادة الاعمال واطلاق المبادرات في الجامعات لاسيما معاهد الصحافة ما يعزز قدرة الطلاب على التعرف على الفرص وتحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع قابلة للتنفيذ.

## ٤ الإطار العام ومواضيع النقاش

تأتي هذه الورقة في إطار مشروع **"إصلاح الإعلام وتعزيز حرية التعبير في لبنان"** بالتعاون مع المفكرة القانونية ومركز أبحاث الإعلام والصحافة، بدعم من الاتحاد الأوروبي. وتستند الى أوراق بحثية حول الموضوع أعدّها كل من د. ماريا ابو زيد عن "الحوافز لشركات الإعلام الناشئة في لبنان وسط الاضطرابات: التحديات والفرص"، والخبير الاوروبي أتيلا مونغ عن "الشركات الناشئة في مجال الصحافة ذات المصلحة العامة في أوروبا".

تناولت **الورقة الاولى** العوامل الرئيسية التي تؤثر على ظهور قطاع إعلامي ناشئ في لبنان فعرضت التحديات القانونية التي تواجهها المبادرات الاعلامية فضلا عن التحديات المالية والمصرفية منذ عام 2019.

وقد تراجع المشهد الريادي في مجال وسائل الإعلام إلى حدّ توقفه بسبب الأزمات المتعددة التي ألمت بالبلاد اعتبارًا من عام 2019، بدءًا من جائحة كوفيد-19 وصولًا إلى انفجار مرفأ بيروت والأزمات المالية. وقد أضافت الأزمة المالية الأخيرة طبقة إضافية من الصعوبات إلى تلك التي كانت موجودة، مثل الوصول المحدود إلى المواهب التقنية، وعدم الاستقرار السياسي، والحجم المحدود للأسواق اللبنانية.

تناولت **الورقة الثانية** التجربة الاوروبية في ميدان المؤسسات الاعلامية الناشئة وكيف تطورت بيئة الاعلام في السنوات الاخيرة. فعرضت الصعوبات التي تواجهها هذه المبادرات بسبب الاوضاع الاقتصادية الصعبة على رغم أن التطور التكنولوجي الذي يساهم إيجابا في هذه المبادرات من خلال تغيير عادات استهلاك الجمهور للمواد الإعلامية. كما أن صحافة المصلحة العامة على تراجع بسبب أزمات تمويلها واتجاه الجمهور الى الاعلام المجاني وتراجع الحريات الاعلامية بشكل عام.

## ٤ الإطار العام ومواضيع النقاش

وقد أدى التطور التكنولوجي في السنوات الاخيرة الى تراجع النموذج الاقتصادي التقليدي لوسائل الاعلام الذي كان يرتكز على الاعلانات والاشتراكات. وتسعى وسائل الاعلام الاوروبية في غالبيتها الى البحث عن مصادر تمويل أخرى لضمان استمراريتها، لاسيما عبر الانترنت. في هذه البيئة ظهرت مبادرات اعلامية ناشئة ملتزمة حيال جمهورها وتتبنى خدمة المصلحة العامة. ويتجسد طموحها في استعادة ما خسره الإعلام التقليدي من مساحات وجمهور وانواع مهنية. وهي تتميز بارادة اختبار مقاربات جديدة في التنمية المستدامة والنماذج التجارية.

وتناول النقاش غياب الحوكمة في موضوع القوانين الملحة الضرورية لمواكبة التطور الاعلامي كمثل موضوع استراتيجية التحول الرقمي، وقانون جديد للاعلام، وانشاء هيئة ناظمة للقطاع، وكلها مشاريع تقبع في جوارير مجلس النواب، فيما تبدو الحاجة ماسة الى ضمان حرية انشاء المشاريع الاعلامية في القوانين وتفعيل التواقيع الإلكترونية وتنظيم وتشريع الاشتراكات وحملات التبرعات للمنصّات والمحطات الإعلامية.

## ٥ التوصيات

### على صعيد الحوكمة

- تحسين البيئة التجارية السياسية والقانونية للمبادرات الاعلامية الناشئة والغاء معوقات دخولها الى السوق، وتحسين الآليات الإدارية للتسجيل كي تكون متاحة وغير مكلفة.
- إدخال طرق تمويل غير مباشرة من خلال تقديم حوافز ودعم مالي: اعفاءات ضريبة وتخفيض القيمة المضافة لمنتجات الإعلام مع تخفيضات في التأمين الاجتماعي
- إقامة شراكات فعالة بين القطاعين العام والخاص ما يوفر فرصًا تساهم بشكل إيجابي في مختلف المبادرات.
- تحديث وسن التشريعات بما في ذلك قانون الإعلام ما يؤدي الى خلق بيئة آمنة للصحافيين.
- مواجهة هجرة الأدمغة وتعزيز ثقافة الابتكار.
- إنشاء صناديق عامة مخصصة لدعم الصحافة المرتبطة بالمصلحة العامة مع مجالس مستقلة للإشراف على توزيع الأموال، مع ضمان الشفافية.
- إزالة الحواجز القائمة لدخول السوق: تعزيز تأسيس الشركات الجديدة وتفكيك العقبات القائمة التي تعيق دخول وسائل الإعلام المرتبطة بالمصلحة العامة ويشمل ذلك ليس فقط تبسيط الإجراءات البيروقراطية للتسجيل، وضمان أن هذه الإجراءات سهلة الوصول إليها وتكلفتها منخفضة وفعالة.
- تنفيذ تشريعات تعطي الأولوية لشفافية الملكية لزيادة الثقة في وسائل الإعلام المرتبطة بالمصلحة العامة وتعزيز قواعد المنافسة.

### على صعيد المؤسسات الإعلامية

- اتخاذ خطوات نحو تقديم دورات ريادة الأعمال، خصوصا في كليات الصحافة ووسائل الإعلام اللبنانية.
- تزويد الطلاب بالمعرفة العملية والتفكير الذي يلزمهم للانخراط في صناعة الإعلام الدينامية، ويعزز قدرتهم على التعرف على الفرص وتحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع قابلة للتنفيذ.
- تطوير مجموعة متنوعة من الأنشطة والمسابقات لطلاب الجامعات ما يساعد على اكتشاف وتنمية المواهب المخفية، وتعزيز ثقافة الإبداع.

### على صعيد المانحين ومنظمات تطوير الإعلام

- إطلاق آليات تمويل ودعم محددة ومتنوعة ومنح مصممة خصيصًا لدعم المشاريع الإعلامية الناشئة بغية التحفيز على رعاية الأفكار المبتكرة.
- دعم منظمات تطوير الاعلام المستقلة لمساعدة المبادرات الجديدة في العثور على البرامج والمنح المناسبة ما يساهم في تحسين استراتيجيات إدارتهم وتمويلهم ووصولهم إلى الجمهور.
- تركيز المشاريع الناشئة على إنتاج محتوى رقمي مبتكر وتفاعلي مع الطلب المتزايد من جانب الجمهور ومع زيادة استخدام الهواتف الذكية والوصول إلى الإنترنت عالي السرعة.
- إعطاء الأولوية لتطوير مهارات العاملين في وسائل الإعلام ما سيزيد من خبرتهم في هذا المجال المتغير باستمرار، وهذا يضمن تنافسية وتكيّف القوى العاملة مع المبادرات الريادية.

### على الصعيد العالمي

- التواصل مع الدياسبورا اللبنانية في العالم كامتداد للسوق المحلي الضيّق.
- بناء شراكات خارجية لتبادل الخبرات والخدمات.
- ربط مع المنصات الدولية وشركات الإعلانات العالمية.

Funded by the European Union
بتمويل من الاتحاد الأوروبي

© ٢٠٢٤
مشروع "إصلاح الإعلام وتعزيز حرية التعبير في لبنان"
تقع المسؤولية عن محتوى هذه الورقة حصرًا على عاتق "مؤسسة مهارات" وهو لا يعكس بالضرورة آراء الاتحاد الأوروبي.