

هيئة الإعلام في الأردن

دراسة مقارنة مع مثيلاتها في الوطن العربي

إعداد
أمل رضوان
ر. ق. التطوير المؤسسي

المحتويات

الرقم	الموضوعات	الصفحة
1.	المقدمة	3
2.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	4
3.	المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة	5
4.	وزارة الإعلام/ مملكة البحرين	6
5.	الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال/ الجمهورية التونسية	7
6.	وزارة الاتصال/ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية	7
7.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	8
8.	وزارة الإعلام/ جمهورية السودان	9
9.	وزارة الإعلام/ الجمهورية العربية السورية	11
10.	هيئة الإعلام والاتصالات/ دولة العراق	12
11.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	13
12.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	13
13.	وزارة الإعلام/ سلطنة عمان	15
14.	وزارة الإعلام/ الجمهورية اللبنانية	17
15.	وزارة الدولة للإعلام/ جمهورية مصر العربية	18
16.	المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية	19
17.	السلطة العليا للصحافة والسمعيات البصرية/ الجمهورية الإسلامية الموريتانية	20
18.	وزارة الإعلام اليمنية/ الجمهورية اليمنية	20
19.	مقارنات بين هيئة الإعلام في الأردن والمؤسسات الإعلامية	23
20.	توصيات	35

مقدمة

تعتبر المقارنات المعيارية من أهم أدوات الجودة الشاملة المستخدمة لقياس ومقارنة وتحسين الأداء مع الجهات المتميزة، وتستهدف بشكل أساسي التعرف على جوانب الريادة بالنسبة للعمليات أو الخدمات (الممارسات) والنتائج المتحققة للوصول إلى المستقبل المنشود، لذا قامت هيئة الإعلام من خلال قسم التطوير المؤسسي برصد واستعراض وتحليل ما يتعلق بعدد من المؤسسات الإعلامية في الدول العربية، وذلك لمقارنة رؤية ورسالة وأهداف الهيئة بمثيلاتها من المؤسسات الإعلامية، وهي المؤسسات التي تتشابه في خصائص وأهداف الهيئة مثل تشابه هدف التأسيس ونظام العمل والثقافة المؤسسية أو السياق الاستراتيجي.

وقد تم اختيار المؤسسات المشابهة لعملها لعمل الهيئة في الدول العربية الشقيقة، وهي:

1. هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية
2. المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة
3. وزارة الإعلام/ مملكة البحرين
4. الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال / الجمهورية التونسية
5. وزارة الاتصال/ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
6. الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية
7. وزارة الإعلام / جمهورية السودان
8. وزارة الإعلام/ الجمهورية العربية السورية
9. هيئة الإعلام والاتصالات/ دولة العراق
10. وزارة الإعلام الفلسطينية / دولة فلسطين
11. وزارة الإعلام/ دولة الكويت
12. وزارة الإعلام/ سلطنة عمان
13. وزارة الإعلام/ الجمهورية اللبنانية
14. وزارة الإعلام/ جمهورية مصر العربية
15. المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية
16. السلطة العليا للصحافة والسمعيات البصرية/ الجمهورية الإسلامية الموريتانية
17. وزارة الإعلام اليمنية/ الجمهورية اليمنية

1. هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية

عن الهيئة:

تعمل هيئة الإعلام على تنظيم وتطوير الإعلام من خلال تنفيذ سياسات الدولة الأردنية تجاه الإعلام وثوابته القائمة على الحرية والمسؤولية، وتساهم أيضاً بإعداد خطط التوجيه الوطني، وصياغة أفضل الأسس والمعايير لمنح التراخيص التي تضمن وجود إعلام دولة حديث، ليواكب التطورات التقنية والتكنولوجية في مجال الإعلام، وتهدف الهيئة للارتقاء بالمضمون والخطاب الإعلامي المهني، عبر الالتزام بأحكام التشريعات ومواثيق الشرف والأخلاق الإعلامية، وتنظيم أنشطة إعلامية متنوعة لرفع سوية مهنة الإعلام وتأهيل وتدريب الإعلاميين.

الرؤية:

إعلام أردني معاصر، يعبر عن ثوابت الدولة ومصالح مواطنيها.

الرسالة:

رسم وتنفيذ استراتيجية وطنية إعلامية، وتنمية قطاع الإعلام، والعمل على خلق بيئة استثمارية، من خلال تطوير الأداء الإعلامي والالتزام بتقديم خدمات إعلامية ذات كفاءة وفعالية عالية.

القيم الجوهرية:

التشاركية، العمل بروح الفريق، الشفافية، الريادة والتميز، المساءلة.

الأهداف الاستراتيجية:

1. تنظيم قطاع الإعلام الأردني.
2. تنمية قطاع الإعلام والعمل على خلق بيئة استثمارية جاذبة.
3. تعزيز القدرات المؤسسية ورفع كفاءتها.
4. مواكبة التطور التقني والفني لقطاع الإعلام.
5. نشر الوعي الإعلامي في المجتمع من خلال التدريب.

المهام:

- ☒ تنمية قطاع الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع في المملكة وتنظيمه والعمل على خلق بيئة استثمارية فيه.
- ☒ استقبال طلبات ترخيص: الصحف والمجلات، والمواقع الالكترونية الإخبارية والمتخصصة، ومحطات الإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى مراكز الدراسات والأبحاث، وقياس الرأي العام، ودور النشر والتوزيع والترجمة والدعاية والإعلان والمطابع .
- ☒ وضع معايير أسس منح الرخص.
- ☒ متابعة التزام الجهات المرخص لها بالقانون.
- ☒ إجازة المصنفات ومنح الرخص اللازمة لإنتاجها ولمحلات تداولها وأماكن عرضها وفق أحكام القانون.
- ☒ اعتماد مكاتب مراسلي محطات الإذاعة والتلفزيون.
- ☒ ترخيص الأجهزة والوسائل التقنية المستخدمة لأعمال البث الإذاعي والتلفزيوني بالتنسيق مع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات .
- ☒ تنفيذ السياسة الإعلامية العامة والمقرة من قبل الحكومة.
- ☒ إعداد خطط التوجيه الوطني وتعميمها على المرخص لهم.

- ✗ تنظيم أنشطة إعلامية لرفع سوية مهنة الإعلام وتأهيل الإعلاميين وتدريبهم وإجراء الدراسات والبحوث وعقد المؤتمرات والندوات وإقامة المهرجانات.
- ✗ تشكيل لجنة من ذوي الاختصاص للنظر في الشكاوي المقدمة من الجمهور أو أي جهة أخرى متعلقة بالمحتوى الإعلامي أو المواد الميثوثة أو المسجلة لغايات العرض أو تداول الجمهور أو مرخص له على مرخص له آخر.



2. المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة

عن المجلس:

هو هيئة اتحادية مستقلة تأسس بموجب القانون الاتحادي رقم 1 لسنة 2006 ليكون عوضاً عن وزارة الإعلام، تماشياً مع ما هو معمول به في الدول الغربية، بهدف تطوير الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، ودعم كافة المبادرات الإعلامية، بالإضافة إلى الوصول إلى مستوى عالمي في مجال تنظيم قطاع الإعلام في البلد، من خلال رسم السياسات والتشريعات الإعلامية اللازمة ومتابعتها بالتعاون مع الجهات ذات الصلة، وتتمثل صلاحياته في الاضطلاع بكافة شؤون الإعلام في الدولة وصلاحياته المنصوص عليها في القانون رقم 15 لسنة 1980 بشأن المطبوعات والنشر، بالإضافة إلى الالتزام بتغطية شاملة لجميع الأحداث الخاصة بالدولة ونقلها إلى أكبر عدد من المؤسسات الإعلامية محلياً وعالمياً، فضلاً عن العمل على إبراز الوجه الحضاري والثقافي للجمهور المحلي والعالمي.

مهام المجلس:

- يضطلع المجلس الوطني للإعلام بعدة مهام أساسية للمتعاملين من الأفراد والشركات والوزارات والدوائر الحكومية والمؤسسات العامة والهيئات العامة، من بينها:
- منح التراخيص للمشاريع الإعلامية في الدولة سواء على المستوى المحلي أو على مستوى المناطق الإعلامية الحرة، مثل إصدار تراخيص جديدة وتجديدها وإلغاؤها وتغيير في الشركاء.
- منح اعتمادات للصحفيين الذين يمثلون وسائل الإعلام العربية والعالمية في «الصحافة والإنترنت والإعلام المرئي والمسموع»، ومراسليهم في الدولة، وإصدار البطاقات الصحفية اللازمة لهم لممارسة العمل الصحفي على أرض الإمارات خلال فترات زمنية محددة قابلة للتجديد، وتسهيل مهامهم، من خلال تزويدهم بأهم الأخبار المتصلة بالدولة وتوجيه الدعوات لهم لتغطية المناسبات المهمة والمؤتمرات الصحفية والتواصل المستمر معهم.
- إصدار تصاريح التصوير التلفزيونية والفوتوغرافية للفرق الإعلامية الزائرة من خارج الدولة بهدف إنتاج مادة إعلامية عن الإمارات العربية المتحدة.
- متابعة المحتوى الإعلامي في الدولة، والتنسيق مع مختلف المؤسسات والجهات الحكومية، ومع القطاع الخاص في المجال الإعلامي.
- خدمات إخبارية، وهي تشمل أساساً الأخبار التي تبثها وكالة أنباء الإمارات (وام) لوسائل الإعلام والنشرات اليومية والرسائل القصيرة، وغيرها.

قيم المجلس:

الحس الوطني: من خلال الاهتمام بالحس الوطني في أداء عمل المجلس، لإبرازه كمؤسسة وطنية.

الدقة: حرصاً على دقة المحتوى الإعلامي المقدم، واحترامه للمعايير المهنية.

الشفافية: الحرص على الشفافية في البيئة الداخلية وعلى الصعيد الخارجي.

الموضوعية: الالتزام بالموضوعية فيما يصدر عن المجلس من معطيات وأخبار.



3. وزارة الإعلام/ مملكة البحرين

عن الوزارة:

تكفل مملكة البحرين حرية الرأي والتعبير وحرية الصحافة والمشاركة في وسائل التواصل الاجتماعي، وتوفر التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصالات، وأتاحت الإنترنت بسرعات فائقة للجميع، مما عزز من مركزها المتقدم بين دول المنطقة والعالم.

كما يوجد في البحرين 12 صحيفة يومية وأسبوعية وعشرات المجلات ومئات المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام المرئية والمسموعة المتقدمة جداً، وهناك 6 قنوات تلفزيونية و 9 محطات إذاعية.

رؤية الوزارة:

الوصول إلى مشهد إعلامي بحريني متطور يستند إلى قيم ومبادئ احترام الدستور والقانون، ودعم حرية الرأي والتعبير، وممارسة الحرية المسؤولة، وتعزيز مفاهيم الديمقراطية والانفتاح والشفافية.

مهام الوزارة:

رسم السياسات ووضع التشريعات وتنظيم قطاع الإعلام والاتصال وتنفيذ البرامج والمبادرات الإعلامية بهدف بناء إعلام يتسم بالمهنية والمصداقية، ويساهم في إنشاء رأي عام واعٍ ومستنير، وتأسيس مجتمع ديمقراطي متطور ومتطلع لمستقبل مشرق.

أهداف الوزارة:

- ☒ التأهيل الشامل لقطاع الإعلام والاتصال وتطويره بما يعزز الوحدة الوطنية والمدّ الإصلاحي، ويرسخ الأمان والاستقرار، ويشيع روح التآلف والتسامح، ويساهم في نشر الوعي والمعرفة في المجتمع.
- ☒ التعريف بالمشروع الإصلاحي وإنجازات الحكومة وأدائها الفعال، وبعملية التحديث والتنمية المستدامة، لدى الرأي العام المحلي والدولي، وذلك من خلال تطوير قنوات الاتصال بين مختلف أجهزة الدولة ووسائل الإعلام والاتصال في الداخل والخارج.

☒ جعل قطاع الإعلام والاتصال مجالا استثمارياً قادراً على تحقيق قيمة مضافة، وعنصراً من عناصر تنويع الدخل الوطني، ومكوّناً من مكوّنات القاعدة المتنوّعة للأنشطة الاقتصادية الوطنية، ومصدر إشعاع إقليمي وعربي.



4. الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال/ الجمهورية التونسية:

هي هيئة مستقلة تأسست في 2 مارس 2011 مهمتها إدخال إصلاحات للمشهد الإعلامي في تونس بعد الثورة التونسية، أنشئت بموجب المرسوم رقم 10 لسنة 2011 تاريخ 2 مارس 2011 الذي قضى بحل المجلس الأعلى للاتصال، وأنهت الهيئة مهامها بعد تنصيب الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري في 3 مايو 2013 التي أصبحت بعد ذلك هيئة دستورية في الدستور التونسي 2014.



5. وزارة الاتصال/ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية:

عن الوزارة:

تعتبر وزارة الاتصال هي الفرع الوزاري في الحكومة الجزائرية المكلف بالاتصالات (التلفزيون والإذاعة والصحف)، وقد استفاد قطاع الاتصال خلال السنوات الأخيرة من برنامج تجهيزي هام، خُصص لخلق ديناميكية جديدة في القطاع، وقد أسفر هذا المجهود عن قفزة نوعية سواء على مستوى المخطط التنظيمي أو على مستوى التطور الكمي والنوعي، ويسعى قطاع الاتصال من خلال هذا البرنامج إلى تجسيد المحاور الأساسية التالية:

فيما يخص البث الإذاعي:

- تعزيز وسائل إنتاج البرامج الإذاعية بتوجيه الاستثمار نحو التكنولوجيا الرقمية.
- تعزيز الهياكل القاعدية.
- ضبط خارطة توزيع المحطات الإذاعية الجهوية.
- تطوير و تنويع البرامج الإذاعية.
- خلق قنوات إذاعية موضوعاتية.

فيما يخص التلفزيون:

- تعزيز وسائل إنتاج البرامج التلفزيونية بتوجيه الاستثمار نحو التكنولوجيا الرقمية.
- إنشاء وتجهيز دار التلفزيون.
- خلق قنوات تلفزيونية موضوعاتية.
- تطوير و تنويع البرامج التلفزيونية.

فيما يخص البث التلفزيوني:

- توسيع وتحسين تغطية التراب الوطني بالبرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- تطوير شبكة الإرسال وكذا البرامج الإذاعية و التلفزيونية الموجهة للخارج.
- إنشاء شبكة تلفزيونية رقمية أرضية (TNT) .
- تطوير وتعزيز وسائل السلامة من أجل حماية التراث.

فيما يخص الصحافة المكتوبة:

- تجسيد حق المواطن في المعلومة.
- عصرنه وسائل وأنشطة الوكالة الوطنية للصحافة.

الهيئة العامة
لتنظيم الإعلام
GENERAL AUTHORITY
OF MEDIA REGULATION



6. الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية

عن الهيئة:

انطلاقاً من إعدادها لبنية تحتية رائدة لقطاع الإعلام، تُنظم الهيئة العامة لتنظيم الإعلام هذا القطاع وتشرف عليه في إطار يضمن منهجية واضحة لجميع أصحاب المصلحة من مستفيدين ومنشآت وعاملين في المجال، وفقاً للسياسة الإعلامية للمملكة.

وتمضي الهيئة قدماً بخطى حثيثة لتطوير جميع أنواع الأنشطة المتعلقة بقطاع الإعلام، ومراقبة المحتوى الإعلامي، بما يضمن تقديم خدمات ذات جودة عالية، ومحتوى إعلامي يتسم بالتنوع، إضافة إلى رفع مستوى الخيارات الترفيهية للمستهلك، وذلك حرصاً منها على شفافية السوق، وتعزيز القيم الثابتة في المملكة.

وتتطلع إلى المستقبل من خلال تنمية المواهب الإعلامية، وتعزيز المحتوى المنتج محلياً، وزيادة نسبة مساهمة قطاع الإعلام في استحداث فرص العمل، إلى جانب اعتماد أحدث التوجهات وأفضل الممارسات المعتمدة على المستويين الإقليمي والعالمي.

وإسهاماً منها في تحقيق رؤية 2030، تعمل على تهيئة البيئة الاستثمارية لتمكين الشركات الإعلامية الوطنية واستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتحفيز النشاط الاقتصادي في مجالات الإعلام.

وقد تأسست الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 236 وتاريخ 21 رجب 1433 هـ كهيئة ذات شخصية اعتبارية مستقلة تتمتع بالاستقلال المالي والإداري، وفي شوال 1433 هـ اعتمد تنظيم الهيئة والذي يشمل بأن يكون لها مجلس إدارة يرأسه معالي وزير الإعلام.

الأهداف الاستراتيجية:

حولت الهيئة رؤيتها ورسالتها إلى مواضيع رئيسية تركز عليها، من أجل تطوير قطاع الإعلام وتنظيمه وتقديم أفضل الخدمات للمستفيدين من منشآت وأفراد عاملين في المجال، ليصبح قادراً على المنافسة العالمية.

- التطوير: تنمية قطاع الإعلام/ توطين قطاع الإعلام/ تطوير البنية التحتية.

التنظيم: حماية الهوية الوطنية/ زيادة مستوى الشفافية/ حماية الحقوق.

الخدمة: تحقيق التميز التشغيلي/ بناء قدرات على أعلى مستوى/ الاكتفاء الذاتي.

رؤية الهيئة:

أن يكون القطاع الإعلامي قطاعاً متطوراً يوصل المحتوى التقدمي المحلي، مسترشداً برؤية 2030، ومتوافقاً مع القيم والثقافة الاجتماعية في المملكة.

رسالة الهيئة:

تنظيم القطاع الإعلامي والإشراف عليه، ومراقبة محتواه، بما يخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويعزز القيم الثابتة في المملكة.

مهام الهيئة:

وضعت الهيئة مهاماً أساسية تعمل على تحقيقها على ضوء الأهداف الاستراتيجية، مرتكزة على منظومة عمل تُحدث نقلة نوعية في قطاع الإعلام بما يتوافق مع رؤية 2030 وهي:

- ✗ إدارة عملية التراخيص لجميع أنشطة البث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء وإصدارها.
- ✗ اقتراح رسوم التراخيص للبث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، واقتراح تعديلها، ورفعها للجهات المختصة لاعتمادها.
- ✗ الاتفاق مع هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات فيما يتعلق بالطيف الترددي الخاص بالبث الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، وذلك وفقاً لنظام الاتصالات.
- ✗ الاتفاق مع هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات فيما يتعلق بالمواصفات الفنية لأجهزة البث الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء وإصدار الموافقات لاستيرادها وفسحها.
- ✗ مراقبة جميع مقدمي خدمات البث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، للتأكد من تقديمهم بالأنظمة وتنفيذ شروط وأحكام التراخيص الصادرة لهم.
- ✗ تلقي الشكاوى المتعلقة بالبث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء والتحقيق فيها.
- ✗ دعم البحوث والدراسات وإجرائها، وتنظيم المؤتمرات والندوات المتعلقة بنشاط البث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، سواءً كانت منفردة أم بالاشتراك مع المؤسسات الأخرى المماثلة.
- ✗ وضع آلية لتسوية المنازعات بين الهيئة ومقدمي خدمات البث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء وذلك وفقاً لما يقتضي به النظام.



7. وزارة الإعلام/ جمهورية السودان:

تتبع الوزارة بعض الهيئات مثل:

• وكالة السودان للأنباء

عاصرت وكالة السودان للأنباء منذ نشأتها عقوداً مختلفة من التاريخ السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي للسودان، حيث قامت "سونا" بتسجيل وتوثيق هذا الإرث الكبير بكل إيجابياته وسلبياته، وعملت كغيرها من مؤسسات الدولة العامة في تقديم خدماتها للجمهور مباشرة أو عبر وسائط إعلامية أخرى بهدف توصيل المعلومات الاجتماعية والتي تهدف إلى تطوير وتنمية المجتمع، وظلت "سونا" عبر مسيرتها الطويلة تواكب مختلف تقنيات وسائل الاتصال وتعمل على تحديث أجهزتها من فترة لأخرى لتقديم خدمة ذات جودة عالية.

مجلس الصحافة والمطبوعات

تمت إجازة قانون الصحافة والمطبوعات لسنة 1973م في العاشر من مايو 1973م ومنح هذا القانون وزير الثقافة والإعلام سلطة الإشراف وتنفيذ القانون، كما نص على تكوين مجلس الصحافة والمطبوعات يعينه رئيس الجمهورية وحدد مهامه واختصاصاته، وقد تم تشكيل أول مجلس في 10/ يوليو/ 1973م، وتنفيذاً لتوصيات مؤتمر الحوار حول قضايا الإعلام صدر قانون الصحافة والمطبوعات لسنة 1993م، حيث جعل من المجلس هيئة مستقلة ذات شخصية اعتبارية تحت رعاية رئيس الجمهورية وتمت تسميته بالمجلس القومي للصحافة ويتكون من واحد وعشرين عضواً من بينهم رئيس المجلس والأمين العام، أعقب ذلك صدور قانون الصحافة والمطبوعات سنة 1996م .

الأهداف:

- ✗ رسم السياسات العامة في مجال الصحافة على هدى من قيم المجتمع ووفقاً للموجهات العامة للدستور واستراتيجيات الدولة.
- ✗ العمل على ترقية مهنة الصحافة والارتقاء بالمستوى المهني للعاملين بها سعياً لتقديم خدمة صحفية ترضي القارئ.
- ✗ الإشراف على الأداء العام للمؤسسات والشركات الصحفية ودور النشر الصحفي والمطابع الصحفية ومراكز الخدمات الصحفية ووكالات الأنباء ومراجعة أدائها المهني.
- ✗ الإشراف على تدريب الصحفيين بالتنسيق مع المؤسسات الصحفية.
- ✗ المساعدة على توفير مستلزمات صناعة الصحافة والطباعة الصحفية وتذليل العقبات التي تواجهها.
- ✗ ضمان الحد الأدنى المناسب لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية.
- ✗ التعاون وتبادل الخبرات مع المجالس والأجهزة المشابهة بالدول الأخرى.
- ✗ تحريك الإجراءات في مواجهة الصحف ودور النشر الصحفي.

طبيعة العمل:

- ✗ منح الترخيص للشركات والمؤسسات الصحفية والصحف والمطابع الصحفية ودور النشر والتوزيع الصحفي ومراكز الخدمات الصحفية.
- ✗ فتح سجل للصحفيين وعقد الامتحانات المهنية ومنح الشهادات اللازمة للممارسة العمل الصحفي.
- ✗ إيقاف الصحيفة في حالة مخالفتها لأي من شروط منح الترخيص.
- ✗ الاشتراك مع اتحاد الصحفيين في محاسبة الصحفيين وفق أحكام قانون الصحافة للعام 2004م والنظام الأساسي للاتحاد.
- ✗ التأكد من التزام المؤسسات والشركات الصحفية بالضوابط المنصوص عليه في قانون الصحافة للعام 2004م.
- ✗ تقديم العون الممكن واللازم لتسيير العمل والنشاط والمؤسسات الصحفية.
- ✗ تشكيل لجان متخصصة وتنظيم أعمالها.
- ✗ اعتماد مكاتب ومراسلي الصحف والفضائيات والإذاعات والوكالات الصحفية الأجنبية وفتح سجل لمراسليها وذلك دون الإخلال باختصاصات الوزارة.
- ✗ النظر في الشكاوى المقدمة من المتضررين من نشر المواد الصحفية وإيقاف الصحيفة لحين الانتهاء من النظر في الشكاوى.
- ✗ الإسهام في تسوية النزاعات داخل المجتمع الصحفي وذلك دون المساس بالسلطات الواردة في النظام الأساسي للاتحاد العام للصحفيين.

• الهيئة العامة السودانية للبث الإذاعي والتلفزيوني:

تم تأسيسها في يوليو 2009 .

أهداف الهيئة:

- توفير الوسائل والوسائط الحديثة والشبكة الدولية للمعلومات لتحقيق رسالة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني.
- تنظيم البث وإعادة البث والترخيص للمحطات الإذاعية والتلفزيونية.
- توثيق العلاقات الهندسية والفنية مع الهيئات والمؤسسات والمنظمات النظرية الإقليمية والدولية.
- تنمية القدرات الفنية لدى العاملين.
- التعاون الفني مع الأجهزة العاملة في نفس المجال.
- توفير وسائل الاتصال لأغراض البث وإعادة البث الإذاعي والتلفزيوني للجهات المرخص لها في نفس المجال.
- تقديم الخدمات والاستثمارات في المجال نفسه.

سلطات الهيئة:

- ☒ إقامة وإدارة محطات الإرسال والاتصال لأغراض البث الإذاعي والتلفزيوني.
- ☒ استيراد الأجهزة التقنية اللازمة للبث الإذاعي والتلفزيوني .
- ☒ الحصول على حاجات الهيئة من الآلات والمعدات وقطع الغيار ووسائل النقل والخدمات والمستلزمات الأخرى في المجال.
- ☒ استثمار أموالها.
- ☒ إبرام العقود.
- ☒ امتلاك الأراضي والعقارات وشراؤها وبيعها واستئجارها وتشيد المباني عليها في حدود أغراضها.
- ☒ قبول الهبات واقتراض الأموال وفق القانون.
- ☒ أي سلطات أخرى تكون لازمة لتحقيق أغراضها.



8. وزارة الإعلام/ الجمهورية العربية السورية:

تستند ممارسة العمل الإعلامي إلى القواعد الأساسية الآتية من قانون الإعلام والنظام الداخلي لوزارة الإعلام السورية:

المادة (3):

- 1- حرية التعبير والحريات الأساسية المكفولة في دستور الجمهورية العربية السورية والإعلان العالمي لحقوق الإنسان والاتفاقيات الدولية ذات الصلة التي صدقتها حكومة الجمهورية العربية السورية.
- 2- حق المواطن في الحصول على المعلومات المتعلقة بالشأن العام.
- 3- القيم الوطنية والقومية للمجتمع السوري والمسؤولية في نشر المعرفة والتعبير عن مصالح الشعب وحماية الهوية الوطنية.

المادة (4):

- يقوم العمل الإعلامي على استخدام الوسائل الإعلامية لوضع المحتويات الإعلامية التي ليست لها صفة المراسلات الشخصية في متناول عامة الجمهور أو فئة منه مع مراعاة المبادئ الأساسية الآتية:
- 1- احترام حرية التعبير على أن تمارس هذه الحرية بوعي ومسؤولية.
 - 2- حق الإعلامي في الحصول على المعلومات واستخدامها مع مراعاة الأحكام الواردة في هذا القانون.
 - 3- الالتزام بالصدق والأمانة والنزاهة والدقة والموضوعية في نقل المعلومات.
 - 4- احترام خصوصية الأفراد وكرامتهم وحقوقهم والامتناع عن انتهاكها بأي شكل من الأشكال.
 - 5- احترام ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن اتحاد الصحفيين.
 - 6- منع احتكار الوسائل الإعلامية على اختلاف أنواعها.

الجهات التابعة لوزارة الإعلام:

1. الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون
2. الوكالة العربية السورية للأنباء سانا
3. المؤسسة العربية للإعلان
4. مؤسسة الوحدة للطباعة والنشر
5. المؤسسة العامة للإنتاج التلفزيوني والإذاعي
6. شركة توزيع المطبوعات
7. المعهد التقني للطباعة والنشر
8. معهد الإعداد الإعلامي



9. هيئة الإعلام والاتصالات/ دولة العراق:

عن الهيئة:

هيئة الإعلام والاتصالات هي المؤسسة المعنية بتنظيم الإعلام والاتصالات في العراق، تأسست عام 2004، وتعد الأولى من نوعها في الشرق الأوسط، فيما يخص إرساء معايير التنظيم المتداخل لقطاعي الإعلام والاتصالات وإصلاحهما، كون الفصل بين القطاعين صار يمثل عائقاً يحول دون نموها وتطورهما، وتراعي الهيئة الشروط المنصوص عليها في دستور العراق:

المادة 38 : تكفل الدولة وبما لا يخل بالنظام العام والآداب :

أولاً: حرية التعبير عن الرأي بجميع الوسائل.

ثانياً: حرية الصحافة والطباعة والإعلان والإعلام والنشر.

المادة 103: تُعدّ هيئة الإعلام والاتصالات هيئة مستقلة مالياً وإدارياً وينظم القانون عملها.

مهام الهيئة:

- ☒ إدارة عمليات ترخيص خدمات الاتصالات والإعلام في العراق.
- ☒ وضع منهاج تنظيمي للاتصالات السلكية واللاسلكية ولخدمات البث والإرسال والمعلومات من خلال:
 - صياغة وإصدار القواعد واللوائح التنظيمية اللازمة
 - تشجيع الصحافة على ممارسة حرية التعبير والسلوك المهني السليم
 - استحداث مدونات للممارسات المهنية تكون فعالة وإلزامية وتنظم عمليات المؤسسات المرخص لها، من بينها على سبيل المثال: حماية حقوق النشر والتأليف، ممارسات في العمل تنطوي على التزوير والتضليل، الإعلان والدعاية والنشاط الإعلامي أثناء فترات الحملات الانتخابية.



10. وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين:

تأسست وزارة الإعلام الفلسطينية تحت اسم "وزارة الإعلام والثقافة" وذلك عام 1994 بعد تأسيس السلطة الوطنية الفلسطينية، وهي الوزارة المسؤولة عن متابعة إجازة مزاولة العمل لمؤسسات الإنتاج والبيت الإعلامي الوطنية والأجنبية، ومنح البطاقات الصحفية للإعلاميين الفلسطينيين والأجانب العاملين في نطاق الأراضي الفلسطينية، وتسهيل عمل أعضاء الوفود الصحفية، من مقيمين وزائرين من خلال ترتيب الجولات الميدانية إلى المناطق الساخنة من فلسطين، وتنسيق لقاءاتهم بالمسؤولين وصناع القرار الفلسطينيين، فضلاً عن إصدار النشرات الدورية وغير الدورية التعريفية بجوانب القضية الفلسطينية، وإنتاج الأفلام الوثائقية والتعبوية والملصقات في المناسبات الوطنية.

المهام والصلاحيات:

- ☒ تنظيم قطاع الإعلام من خلال تشريعات وأنظمة وإجراءات تكفل الحرية والعدالة والتطور.
- ☒ قيادة قطاع الإعلام وتحديث الخطة الاستراتيجية القطاعية وفق أجندة السياسات الوطنية.
- ☒ إنتاج مواد إعلامية بحقول الإعلام المختلفة تعنى بالشأن الفلسطيني الداخلي والخارجي.
- ☒ بلورة وترويج السياسة الإعلامية للدولة استناداً للبيان الحكومي وقرارات وتوجيهات الحكومة.
- ☒ إقامة علاقات وثيقة مع أجهزة الإعلام المحلية والعربية والأجنبية والحرص على تزويدها بالمعلومات وتسهيل عملها من كافة الجوانب المتاحة.
- ☒ إنتاج وإصدار مواد إعلامية وكتب متنوعة المضامين واللغات، لأغراض إعلامية مختلفة تماشياً مع رسالة الوزارة وأهدافها.
- ☒ تنظيم وعقد الحملات الإعلامية والورش والندوات المتخصصة والمتعلقة بالإعلام وجوانب عمل الوزارة وأية قضايا ذات أهمية خاصة.

وتعنى الإدارة العامة للمطبوعات وشؤون وسائل الإعلام/ وزارة الإعلام بضبط حركة المطبوعات والمواد الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية من خلال تطبيق قانون المطبوعات والنشر لسنة 1995م، وما يمكن أن يدمج معه من أنظمة عمل ولوائح ضرورية لتطبيقه، وما سيرافقه من قوانين تشريعية جديدة تتعلق بالإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري المختلفة، كما تقوم هذه الإدارة بمنح التراخيص للوسائل الإعلامية التي يتقدم مالكوها بطلب إلى الوزارة للحصول على التراخيص وفقاً لأحكام نصوص القوانين ذات العلاقة والأنظمة المرعية الإجراء من قبل الوزارة على هذا الصعيد.



11. وزارة الإعلام/ دولة الكويت:

أنشئت بتاريخ 7 يناير 1979، وتتكون من القطاعات التالية:

- قطاع الشؤون القانونية: المحافظة على الحقوق القانونية لوزارة الإعلام وموظفيها من خلال التوعية والتنمية البشرية المستمرة والدعم الشامل.
- قطاع الهندسة: تقديم الدعم التقني والفني لجميع قطاعات الوزارة، والعمل على التطوير المستمر للمنتج الإعلامي بما يليق بمكانة دولة الكويت.

قطاع التلفزيون: المصدر الأول للتنقيف والأخبار والترفيه المرئي لدولة الكويت مع الحفاظ على الهوية الكويتية بأعلى المستويات الحرفية والمهنية.

قطاع الصحافة: تنظيم العمل المرئي والمسموع والمقروء والنشر الإلكتروني، وتوفير المطبوعات والإصدارات الإعلامية والإعلانية للجهات الحكومية، وخدمات إصدار التراخيص لمزاولة الأنشطة الفنية والثقافية والصحفية للقطاع الخاص حماية للمجتمع وارتفاع بمستوى العمل الإعلامي.

قطاع السياحة: العمل على خلق هوية سياحية جاذبة لدولة الكويت في الداخل والخارج وتنمية السياحة المستدامة لتكون رافدا حيويا للاقتصاد الوطني.

قطاع التخطيط الإعلامي والتنمية المعرفية: يعمل قطاع التخطيط الإعلامي والتنمية المعرفية وفق منظومة متكاملة وبتعاون مع جميع قطاعات وزارة الإعلام من خلال الرقابة والتوجيه ووضع المحاور الرئيسية للخطاب الإعلامي الرسمي بما يتوافق مع السياسة العامة للدولة وكذلك العمل على صياغة رؤية إعلامية إرشادية لمنظومة الإعلام الكويتي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية المستقبلية، ويعمل على إعداد الدراسات والبحوث الإعلامية التي تهدف إلى الارتقاء بالعمل الإعلامي الكويتي، كما يقوم القطاع كذلك بتفعيل دور استراتيجية وزارة الإعلام من خلال العنصر الأساسي والمحرك لشئى أوجه الحراك الإعلامي وهو المعلومة التي تشكل أرضية لصناعة القرار من خلال توفير المعلومات من مصادرها المختلفة، ويعمل أيضاً على توحيد الخطاب الإعلامي الرسمي للوزارة خاصة في حالات الأزمات الطارئة من خلال إعداد ومتابعة وتنفيذ الخطط الخاصة بالأزمات الإعلامية وإعداد الدراسات والتقارير والبحوث حولها وطرق المعالجة وبالتالي التواصل مع كافة قطاعات الوزارة وإدارات الأزمات في الجهات الحكومية الأخرى، ويتواصل مع المختصين والجمهور من خلال المؤتمرات والندوات العلمية التوعوية الإعلامية بتقديم الدعم اللوجستي والخدمات الإعلامية للجهات المعنية بالوزارة وخارج الوزارة وربط المؤتمرات والندوات بالخطط الإعلامية وتجهيز الفعاليات وتقديم وتحديث جميع الخدمات الإعلامية المتطورة، والتواصل مع المؤسسات الإعلامية العربية والأجنبية لتعزيز وتأهيل العاملين في الوزارة وتفعيل الاتفاقيات التي تبرمها الوزارة معها، وتنمية العناصر البشرية من خلال البروتوكولات التي توقعها الوزارة مع المؤسسات الحكومية الأخرى بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني .

قطاع الخدمات الإعلامية والإعلام الجديد: تدرج إدارة الخدمات الإعلامية تحت قطاع الخدمات الإعلامية والإعلام الجديد، حيث تقدم الدعم الإعلامي للأنشطة الحكومية والقطاع الخاص عبر قنوات إذاعة وتلفزيون دولة الكويت وحسابات الوزارة في مواقع التواصل الاجتماعي، كما تضم الإدارة ستة أقسام: الدعم الإداري، الأنشطة الحكومية، القطاع الخاص، الأنشطة الخارجية، التصميم، التنفيذ وتقدم من خلالها خدماتها الإعلامية للأنشطة الداخلية والخارجية لدولة الكويت كما أنها تتلقى طلبات المشاركة لوضع البرامج والخطط الزمنية للمؤتمرات، الندوات، المعارض، الملتقيات، المناسبات، والاحتفالات الداخلية والخارجية مع التأكد من مساهمة هذه المشاركات في تحقيق أهداف الوزارة، وأيضاً تقوم بتنظيم وتجهيز آليات النقل التلفزيوني للمؤتمرات المحلية بالتنسيق مع الإدارة المتخصصة، بالإضافة إلى إعداد تقرير تفصيلي لكل نشاط.

قطاع الأخبار: أن يصبح قطاع الأخبار بكل أدواته الاختيار الأول والرابط المتين بين مؤسسات الدولة على كل مستوياتها وبين المجتمع مع التزامه بالمصداقية والاحترافية في الطرح والاحتواء الإعلامي المحايد للقضايا التي تهم المواطن بالدرجة الأولى.

قطاع الإدارية والمالية: يعتمد على الفكر الحديث ويساهم في توفير كوادر وطنية مؤهلة تتمتع بقدرات إدارية وفنية وتكنولوجية عالية في إطار الالتزام بالأنظمة والقوانين.

قطاع الإعلام الخارجي: التسويق الفعال والتواصل مع أهم وسائل الإعلام الخارجية لإبراز صورة الكويت الإيجابية خارجياً على الأصعدة وتأهيل كوادر شبابيه قادرة على تمثيل الكويت بشكل مشرف، كما يختص القطاع بتسهيل مهام الإعلاميين و الصحفيين الزائرين لدولة للتغطية الإعلامية والمشاركة في المؤتمرات التي تعقدها الدولة، بالإضافة إلى إبراز كافة قضايا دولة الكويت في المحافل الدولية إعلامياً.

قطاع الإذاعة: المصدر الأول للتنقيف والأخبار والترفيه المرئي لدولة الكويت مع الحفاظ على الهوية الكويتية بأعلى المستويات الحرفية والمهنية.



12. وزارة الإعلام/ سلطنة عمان:

بدأت مسيرة وزارة الإعلام مع الخطوات الأولى لمسيرة النهضة وذلك تقديراً من سلطان عمان لدور الإعلام في مسيرة البناء والتنمية حيث تم إنشاء أول وزارة للإعلام عام 1970، ومنذ ذلك التاريخ وحتى اليوم عملت الوزارة على تأسيس وتطوير المنظومة الإعلامية في السلطنة.

الأهداف الاستراتيجية:

- ☒ تطوير الرسالة الإعلامية بما يتفق وحاجات الجمهور وأولوياته مع الأخذ في الاعتبار تنوعها وجودتها وجاذبيتها وتعزيزها لعملية التنمية.
- ☒ تطوير التشريعات الإعلامية والمواثيق المهنية النازمة للعمل الإعلامي في السلطنة بما يحقق تطوير الأداء الإعلامي الحر والمسؤول.
- ☒ تطوير رؤية وطنية حول عملية الاستثمار في المجالات الإعلامية المتنوعة.
- ☒ تطوير أداء الإعلام الخارجي وتحسين مخرجاته وتنويع وسائله بما يتفق والتطورات التي يشهدها مجال الاتصال.
- ☒ رسم تصور متكامل للنهوض بالتدريب الإعلامي والتعليم المستمر بشكل منظم ومستدام لتعزيز المهنية والمصادقية.
- ☒ تطوير البحث الإعلامي للنهوض بمجال الدراسات واستطلاعات قياس الرأي العام من أجل توفير بيئة اتصالية مناسبة بين صانعي السياسات ووسائل الإعلام والجمهور.
- ☒ تطوير أداء الإعلام الإلكتروني ووضع خطة متكاملة لتطوير بوابة الخدمات الإعلامية.

الرؤية:

أداء تنافسي للإعلام العُماني وخدمات إعلامية ذكية.

الرسالة:

تطوير الأداء الإعلامي العُماني بما يعزز من مكانة سلطنة عُمان داخلياً وخارجياً من خلال تنظيم العمل الإعلامي والارتقاء بأداء الإعلاميين والالتزام بتقديم خدمات إعلامية ذات فعالية وكفاءة عالية.

اختصاصات الوزارة:

- ☒ اقتراح السياسة العامة للإعلام بما يتفق والسياسة العامة للدولة وعرضها على مجلس الوزراء لدراستها ورفع توصيته بشأنها إلى المقام السامي للاعتماد ووضع الخطط الإعلامية والبرامج الكفيلة بتنفيذها ومتابعتها.
- ☒ اقتراح مشروعات القوانين وإصدار اللوائح المتعلقة بمجالات عمل الوزارة والعمل على حسن تنفيذها.
- ☒ إصدار المطبوعات وإعداد الدراسات والبحوث ذات الصلة بالمجالات الإعلامية بما يخدم أهداف السياسة العامة للإعلام والخطط الإعلامية.

- ✗ العمل على تزويد المواطنين بالمعلومات الكافية عن التطورات والأحداث الداخلية والخارجية والتنمية التي تشهدها السلطنة وذلك من خلال وسائل ووسائط الإعلام في إطار من الصدق والموضوعية.
- ✗ العمل على تنوير الرأي العام العالمي بالأسس التي تقوم عليها سياسات السلطنة والمبادئ التي تستند إليها ومعالم التقدم والتطور التي تشهدها ومواقفها تجاه القضايا والأحداث المحلية والإقليمية والعالمية.
- ✗ العمل على بث الوعي والمعرفة وتوظيف الرسالة الإعلامية لتحقيق الوعي والانفتاح الثقافي من خلال وسائل الإعلام مع ضمان حرية الرأي والتعبير وفقاً للقانون.
- ✗ العمل على استمرارية الحضور العماني في الوسائط الإعلامية.
- ✗ رعاية الصحافة الوطنية وتقديم ما يمكن من تسهيلات في سبيل أداء مهامها.
- ✗ دعم المواهب المبدعة، والعمل على صقلها في المجالات الإعلامية.
- ✗ إجازة المصنفات الفنية للعرض والتداول في سلطنة عمان، التي ينظمها قانون الرقابة على المصنفات الفنية.
- ✗ إصدار ونشر الصحف والمجلات والدوريات والكتب.
- ✗ جمع الأنباء الداخلية والخارجية من مختلف المصادر وإعادة نشرها وتوزيعها عبر المطبوعات الصادرة عنها وعبر شبكتها السلوكية واللاسلكية لتوزيع الأنباء والصور.
- ✗ تحليل الأنباء والمعلومات وإعداد التعليقات والدراسات اللازمة بما يهم الرأي العام المحلي والدولي وإصدارها وتوزيعها.
- ✗ تبادل وتسويق خدمات الأنباء والصور مع وسائل الإعلام العمانية، والخارجية.
- ✗ أعمال الطباعة والإعلان والتوزيع والعلاقات العامة والتسويق داخل سلطنة عمان وخارجها.
- ✗ عقد اتفاقيات تعاون وإنتاج وبث برامجي وإخباري مع الجهات والمؤسسات المتخصصة داخل سلطنة عمان وخارجها.
- ✗ التعاقد مع الشركات المتخصصة لإنتاج برامج ذات أهداف وأغراض محددة.
- ✗ التعاقد مع الوكالات الإخبارية التي تزود الإذاعة والتلفزيون بالأخبار المصورة وغير المصورة.
- ✗ القيام ببحوث واستطلاعات لآراء المستمعين والمشاهدين، لمعرفة الرأي العام تجاه البرامج الإذاعية والتلفزيونية.
- ✗ تطوير كفاءة أداء الصحفيين والإعلاميين في مختلف وحدات الجهاز الإداري للدولة، وغيرها من الأشخاص الاعتبارية العامة، والعاملين في كافة وسائل الإعلام المقروءة، والمسموعة والمرئية والإلكترونية.
- ✗ الإشراف على الإعلام الإلكتروني، ووضع الآلية المناسبة للرقابة عليه.
- ✗ رصد المطالبات التي يتقدم بها المواطنون إلى الجهات الحكومية حول الخدمات الحكومية.
- ✗ إعداد الخطط اللازمة لتحسين الاتصال الحكومي، وتعزيز الوعي المجتمعي بالمشاريع والقرارات والسياسات الحكومية.
- ✗ تقديم الدعم الإعلامي الذي تتطلبه أنشطة الجهات الحكومية.

✕ تحليل ورصد ما ينشر في وسائل الإعلام والتواصل.

✕ اقتراح مشروعات القوانين والمراسيم السلطانية، وإصدار اللوائح والقرارات ذات الصلة باختصاصات الوزارة.

✕ تعزيز وتطوير التعاون في الاختصاصات المتعلقة بالوزارة مع غيرها من الجهات المعنية في الدول والمنظمات والمؤسسات الإقليمية والدولية المتخصصة.

✕ تمثيل سلطنة عمان في المؤتمرات والفعاليات والاجتماعات الإقليمية والدولية المتعلقة باختصاصات الوزارة.



13. وزارة الإعلام / الجمهورية اللبنانية:

رؤية الوزارة

العمل على النهوض بالقطاع الإعلامي، بشقيه العام والخاص، وتمكينه من أجل مجابهة تحديات العصر الحديث وبشكل يخدم الدولة وأهدافها، دون التفريط بالحريات الإعلامية، ويحمي عمل الإعلاميين، وبخاصة في قطاع الإعلام الذي بات يضم أدوات تستخدم التكنولوجيا الحديثة كالمنصات الرقمية لإيصال الخبر إلى أقصى بقاع الأرض بظرف ثوان.

مهام الوزارة

إعطاء قطاع الإعلام جرعة تغيير عبر تطوير السياسة التشريعية التي تحكمه، ومن جملة ذلك العمل على إدخال تعديلات على قانون الإعلام لجعله عصرياً ومتطوراً، ويؤسس للمرحلة الجديدة التي ستسمح للقطاع الإعلامي بشقيه العام والخاص بأن يكون متوائماً مع التطورات العالمية؛ كما وتشمل التعديلات كافة أدوات الإعلام الحديثة كالمواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، ليصبح القانون مصدر الضوابط المهنية، ولكن دون التفريط بالحريات التي يتمتع بها القطاع الإعلامي والإعلاميين.

كما تعمل الوزارة دوماً على دعم الحريات الإعلامية وفي طليعتها حرية التعبير وحرية الوصول للمعلومة، وحماية الإعلاميين من الضغوط والتدخلات التي قد تؤثر في حسن سير عملهم.

وتخطط الوزارة لتحديث منظومة العمل والخدمات التي توفرها والهيئات الرسمية المنضوية تحتها وفقاً لأرقى المعايير الحديثة التي تتلاءم مع العصر الرقمي، وإعادة رسم دورها لتصبح صلة الوصل ووسيلة للتواصل بين الشعب والحكومة.

وتتضمن مهمة الوزارة للمرحلة القادمة خلق هيئة ناظمة لإدارة القطاع الإعلامي، وبصلاحيات يحددها قانون إنشائها، تضم كيانات الإنتاج الإعلامي الحالية في الوزارة (تلفزيون لبنان، الدراسات والمنشورات اللبنانية، الوكالة الوطنية والإذاعة)، وستعمل الهيئة الناظمة، وفقاً لرؤية الوزارة، على النهوض بالقطاع الإعلامي العام لناحية التدريب والمساعدة والمواكبة، بالإضافة للإشراف على وضع شرعة معايير مهنية وأخلاقية يركز عليها العمل الإعلامي ككل في الدولة، وفي نفس الوقت آلت وزارة الإعلام على نفسها إعادة ترتيب بيتها من الداخل بحيث يُعاد النظر في دور بعض الهيئات وتركيباتها نحو تحقيق الاستفادة القصوى من الخبرات المتركمة، وبشكل يقلص الأعباء التي يرتبها التقسيم الحالي.

وتقوم خطة الوزارة على تطوير الوحدات التابعة للإعلام الحكومي، وتوفير أقصى استفادة من القوانين والمراسيم لدعم رؤية الوزارة لناحية إعادة هيكليتها وتحديث قطاع “الإعلام العام” بكافة أقسامه وإعادة صياغة دوره ومهامه

ليواكب خطة الحكومة الوطنية في تقديم خدمات عامة رائدة تواكب العصر الرقمي، ودعم قطاع الإعلام الخاص، وتقوم الوزارة بترخيص المؤسسات الإعلامية التالية:

- مطبوعة غير سياسية.
- دار نشر.
- مطبعة.
- مكتبة.



14. وزارة الدولة للإعلام/ جمهورية مصر العربية:

المهام:

- ✗ تتولى وزارة الإعلام في إطار السياسة العامة للدولة اقتراح السياسة والخطة العامة للدولة في كافة مجالات الإعلام الداخلية والخارجية.
- ✗ اقتراح السياسات التي تحقق الوجود الإعلامي بكافة أشكاله داخلياً وخارجياً بما يخدم أهداف المجتمع وتحقيق أهداف التنمية ويعمق الديمقراطية، وذلك في إطار السياسة العامة للدولة.
- ✗ العمل على إيجاد وتنمية الروابط الإعلامية بين مصر وسائر دول العالم ومتابعة تنفيذ أجهزة الإعلام للاتفاقات والبروتوكولات المتخصصة لهذا الغرض.
- ✗ التنسيق بين الخطط الإعلامية لوسائل الاتصال بما يحقق تكامل الرسالة الإعلامية في كافة المجالات.
- ✗ توجيه أجهزة الإعلام لتبصير الشعب بمكاسبه والدفاع عنها في مواجهة التحديات، وتنمية المبادرات الفردية والحافز على العمل وإبراز القيم الروحية النابعة من الأديان.
- ✗ تزويد الرأي العام العالمي بالبيانات والمعلومات عن مصر ومواجهة الدعايات المضادة وتقديم المعاونة للصحفيين والكتاب والمراسلين، وتقديم الحقائق واتجاهات الدولة عن الوحدات والقضايا الداخلية والخارجية.
- ✗ الإشراف على إعداد وتحرير النشرات والتقارير الإعلامية المتخصصة عن الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم أجهزة الدولة العليا.
- ✗ وضع الخطة الإعلامية التي تكفل إبراز المناسبات القومية والوطنية واللقاء المتصل بين الشعب وقياداته في مختلف المجالات.
- ✗ تنظيم المؤتمرات الصحفية الدولية والمحلية بهدف الإعلام عن السياسة الخارجية والقضايا الداخلية، وكذلك الاتصال بجميع وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمرئية.
- ✗ تنفيذ القوانين واللوائح المتعلقة بالمطبوعات الصادرة في الداخل أو الواردة من الخارج الخاصة بعدم مخالفة المطبوعات للنظام العام أو الآداب العامة ولمبدأ عدم تعرضها للأديان تعرضاً من شأنه تكدير السلم العام.
- ✗ متابعة تنفيذ الإذاعة والتلفزيون للأنشطة الخاصة بها ومدى تحقيقها للأهداف المنصوص عليها في القانون رقم 13 لسنة 1979 في شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري.

❑ وضع وتنفيذ برامج تدريب العاملين في مجالات الإعلام المختلفة بهدف توفير العمالة الفنية ذات الكفاءة.

❑ تحديد أولويات المشروعات الواردة بالخطة الاستثمارية في إطار الخطة الإعلامية للدولة بما يحقق تطوير وتحديث أجهزة الاتصال الإعلامية بحيث تواكب تقدم وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات.

الجهات التابعة للوزارة:

- المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام.
- الهيئة الوطنية للصحافة.
- الهيئة الوطنية للإعلام.
- الهيئة المصرية العامة للاستعلامات.



15. المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية:

المهام والصلاحيات:

يعتبر المجلس الوطني طبقا لمقتضيات الدستور ومواد القانون المحدث له، مؤسسة وطنية مستقلة تتولى في إطار القانون ما يلي:

- ❑ التنظيم الذاتي لقطاع الصحافة والنشر.
- ❑ وضع النظام الداخلي الذي يصادق عليه بنص تنظيمي.
- ❑ وضع ميثاق أخلاقيات المهنة والذي يدخل حيز التطبيق بعد مصادقة المجلس عليه ونشره بالجريدة الرسمية والسهر على تنفيذه.
- ❑ وضع الأنظمة الضرورية التي تضمن ممارسة مهنة الصحافة في احترام لقواعدها وأخلاقياتها والسهر على ضمان احترام المهنيين لها.
- ❑ منح بطاقة الصحافة المهنية.
- ❑ ممارسة دور الوساطة في النزاعات القائمة بين المهنيين أو غيرهم.
- ❑ ممارسة دور التحكيم في النزاعات القائمة بين المهنيين.
- ❑ تتبع احترام حرية الصحافة.
- ❑ النظر في القضايا التأديبية التي تهم المؤسسات الصحفية والصحفيين المهنيين الذين أخلوا بواجباتهم المهنية وميثاق أخلاقيات المهنة والنظام الداخلي للمجلس والأنظمة الأخرى التي يضعها.
- ❑ إبداء الرأي بشأن مشاريع القوانين والمراسيم المتعلقة بالمهنة أو بممارستها، وكذلك في جميع القضايا المعروضة عليه من لدن الإدارة.
- ❑ اقتراح الإجراءات التي من شأنها تطوير قطاع الصحافة والنشر وتأهيله وتحديثه.
- ❑ إعداد الدراسات المرتبطة بقطاع الصحافة والنشر وبمخططات تأهيل القطاع.
- ❑ المساهمة في تنظيم التكوين المستمر لفائدة الصحفيين وغيرهم من المستخدمين العاملين في قطاع الصحافة والنشر.
- ❑ إقامة علاقات تعاون وشراكة مع الهيئات الوطنية أو الدولية التي لها نفس الأهداف بقصد تبادل الخبرات والتجارب في ميدان الصحافة والنشر.
- ❑ المصادقة على التقارير المالية والأدبية للمجلس بما فيها التقارير الواردة في المادة 3 من القانون.



16. السلطة العليا للصحافة والسمعيات البصرية/ الجمهورية الإسلامية الموريتانية

عن السلطة:

تم تأسيسها بتاريخ 20 أكتوبر 2006، وقد نص القانون رقم 26/2008 في مادته الثانية على إنشاء سلطة إدارية مستقلة لتنظيم قطاع الصحافة والسمعيات البصرية، لدى رئيس الجمهورية، يكون مقرها في نواكشوط وتتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلالية المالية، وحددت المادة 4 من القانون، صلاحيات السلطة العليا للصحافة والسمعيات البصرية والتي من أهمها:

- ☒ السهر على تطبيق التشريعات والنظم المتعلقة بالصحافة والاتصال السمعي البصري.
- ☒ دراسة طلبات استغلال محطات وشركات البث السمعي البصري، وتقديم الرأي بالموافقة على منح أو رفض أو تجديد أو سحب الرخص والأذون لاستغلال هذه المحطات والشركات.
- ☒ ضمان استقلالية وحرية الإعلام والاتصال وفقاً للقانون.
- ☒ السهر على احترام النفاذ العادل للأحزاب السياسية والنقابات ومنظمات المجتمع المدني المعترف بها إلى وسائل الإعلام العمومية حسب الشروط التي يحددها القانون.
- ☒ تحديد قواعد إنتاج وبرمجة وبث البرامج المتعلقة بالحملات الانتخابية.
- ☒ تشجيع وترقية التنافس السليم بين وسائل الإعلام العمومية والخصوصية المكتوبة والسمعية البصرية.



17. وزارة الإعلام اليمنية/ الجمهورية اليمنية:

مهام الوزارة:

- ☒ منح بطاقة التسهيلات الصحفية لمراسلي الإعلام الخارجي.
- ☒ تحديد مدة بطاقة التسهيلات الصحفية.
- ☒ طلب تسجيل صحيفة / مجلة / نشرة / خاصة بالوزارات والمؤسسات الحكومية والأحزاب والمنظمات الجماهيرية والنقابية والإبداعية.
- ☒ منح تراخيص إصدار الصحف والمجلات وتصاريح توزيع المطبوعات الخارجية وتصاريح مزاولة مهنة تداول الصحف والمجلات المحلية والخارجية عبر الإدارة العامة للصحافة .
- ☒ استقبال واستضافة الوفود الإعلامية والصحفية (تلفزيونية - إذاعية - صحفية) الزائرة للبلاد عبر الإدارة العامة للعلاقات.
- ☒ اعتماد المراسلين الإعلاميين المحليين والعرب والأجانب ومنحهم بطاقة التسهيلات الصحفية عبر الإدارة العامة للإعلام.

المؤسسات الإعلامية اليمنية:

• الإعلام المقروء

صدر القانون رقم (25) لعام 1990م الذي نظم العمل الصحفي وأتاح الفرصة أمام الجميع (أشخاص، هيئات، أحزاب) لإصدار المطبوعات والصحف والذي ساهم في ازدهار الصحافة وتنوع العمل الصحفي وتجدد وارتبط أكثر بالواقع، وفي 25 أبريل 1993م صدر القرار الجمهوري رقم (49) لسنة 1993م بشأن اللائحة التنفيذية لقانون الصحافة والمطبوعات في مجال الصحافة.

• الإعلام المسموع

منذ تاريخ 26 سبتمبر 1962 م شهدت الإذاعة تطوراً فنياً وبرامجياً واسعاً من حيث تنوع البرامج (ثقافية، سياسية، فنية، إخبارية)، كما توسعت فنياً من حيث إنشاء محطات عديدة لتقوية الإرسال والبث، كذلك شهد تطور إدارتها وهيكلتها وتأسيس عدد من الإدارات المتخصصة بالإضافة إلى ازدياد عدد العاملين فيها من صحفيين ومذيعين وفنيين ذكوراً وإناثاً.

• الإعلام المرئي

في عام 1990م سميت محطة صنعاء القناة الأولى فيما سميت محطة عدن القناة الثانية، وبدأ البث الفضائي لبرامج تلفزيون الجمهورية اليمنية في 20 ديسمبر 1995م.

• معهد التدريب والتأهيل الإعلامي

أنشئ هذا المعهد بالقرار الجمهوري رقم 222 لسنة 1999 م بهدف تدريب وإعادة تدريب وتأهيل العاملين في المؤسسات الإعلامية بمختلف تخصصاتها ووظائفها المحددة لها بحسب قرار إنشائها، وهو مؤسسة علمية متخصصة تعنى بالتدريب المهني وإعادة التأهيل للإعلاميين، وتأهيل المؤسسات الإعلامية في البلاد، حكومية وغير حكومية، بالاستفادة من الدراسات العلمية والبحوث الميدانية التي سيقوم بها المعهد في إطار مناهج علوم الاتصال، وقد جاء إنشاء المعهد استجابة لمتطلبات آنية وتحديات مستقبلية تواجه الإعلام اليمني، بالخصوص، والمجتمع اليمني بشكل عام، وتتركز دوافع الإنشاء ومبرراته فيما يلي:

- ☒ المتغيرات المحلية المتمثلة في النهج الديمقراطي واللامركزية في الحكم المحلي.
- ☒ التحديات الدولية وأهمها التطور الهائل في تقنيات وسائل الإعلام وتعدد الوسائط واشتداد المنافسة بينها وبالتالي استحالة وضع حدود أو حواجز للرسائل الإعلامية من جميع الاتجاهات، كمّاً ونوعاً.
- ☒ إدراك أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في برامج التنمية المختلفة وإحداث نهضة وطنية شاملة.

- ✕ إيمان الوزارة بضرورة إشراك مختلف الأطراف السياسية والمهنية ومؤسسات المجتمع المدني في تدعيم وتطوير قطاع الإعلام الوطني في مختلف المجالات.
- ✕ السعي للأخذ دوماً بمفاهيم جديدة وتطبيق أفكار رائدة تقود إلى ترجمة تطلعات القيادة السياسية بالرقى بالعمل الإعلامي، وتحقيق الأهداف التي رسمها برنامج الحكومة.
- ✕ القناعة الراسخة بأن السبيل الأمثل للارتقاء بالعمل الإعلامي الوطني، كماً ونوعاً، يكمن في تبني سياسة تدريب وتأهيل متطورة تقوم على أسس علمية وتقنية حديثة.

مقارنة بين هيئة الإعلام ومثيلاتها من المؤسسات الإعلامية المختلفة في الدول العربية الشقيقة

المحور: التأسيس

الرقم	الدولة	التفاصيل
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	تطبيقاً لأحكام المادة (5) من قانون إعادة هيكلة مؤسسات ودوائر حكومية رقم (17) لسنة 2014، فقد أصدر مجلس الوزراء في جلسته المنعقدة بتاريخ 2014/1/8 قراره رقم (2784) القاضي بإنشاء هيئة الإعلام لتصبح الخلف القانوني لدائرة المطبوعات والنشر وهيئة الإعلام المرئي والمسموع.
2.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	تأسست الهيئة العامة للإعلام المرئي والمسموع بموجب قرار مجلس الوزراء رقم 236 وتاريخ 21 رجب 1433 هـ/ 2012/6/11 كهيئة ذات شخصية اعتبارية مستقلة تتمتع بالاستقلال المالي والإداري.
3.	المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة	هو هيئة اتحادية مستقلة تأسس بموجب القانون الاتحادي رقم 1 لسنة 2006 ليكون عوضاً عن وزارة الإعلام، تماثياً مع ما هو معمول به في الدول الغربية.
4.	هيئة الإعلام والاتصالات/ دولة العراق	هيئة الإعلام والاتصالات هي المؤسسة المعنية بتنظيم الإعلام والاتصالات في العراق، تأسست عام 2004.
5.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	تأسست وزارة الإعلام الفلسطينية تحت اسم "وزارة الإعلام والثقافة" وذلك عام 1994 بعد تأسيس السلطة الوطنية الفلسطينية.
6.	الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال/ الجمهورية التونسية	هي هيئة مستقلة تأسست في 2 مارس 2011 مهمتها إدخال إصلاحات للمشهد الإعلامي في تونس بعد الثورة التونسية.
7.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	أنشئت وزارة الإعلام بتاريخ 7 يناير 1979 .
نلاحظ مما سبق بأن وزارة الإعلام في دولة الكويت تأسست عام 1979، علماً بأن دائرة المطبوعات والنشر في الأردن تأسست عام 1927 وهي أحد أقدم المؤسسات الإعلامية في الأردن، وكان لها حضور مميز في مجال النشر الإعلامي والوثائقي، وعملت على تنظيم عمل المؤسسات الإعلامية مثل الصحف ودور النشر والتوزيع والمطابع وكل ما يتعلق بالصحافة والنشر بشكل عام قبل أن يتم إلغاؤها ودمجها مع هيئة الإعلام المرئي والمسموع لتتألف هيئة الإعلام عام 2014، والتي تعمل على تنظيم وتطوير الإعلام من خلال تنفيذ سياسات الدولة الأردنية تجاه الإعلام وثوابته القائمة على الحرية والمسؤولية، تليها الوزارات والهيئات الخاصة بالإعلام في الدول التالية: فلسطين/العراق/ الإمارات/ تونس/ السعودية على التوالي، ويرتبط إنشاء كل هيئة أو وزارة في الدول السابقة بالظروف التي مرت عليها سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو تتعلق بالحرريات الإعلامية والتطور الحاصل في دول العالم.		

المحور: الرؤية

الرقم	الدولة	التفاصيل
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	إعلام أردني معاصر يعبر عن ثوابت الدولة ومصالح مواطنيها.
2.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	أن يكون القطاع الإعلامي قطاعاً متطوراً يوصل المحتوى التقدمي المحلي، مسترشداً برؤية 2030، ومتوافقاً مع القيم والثقافة الاجتماعية في المملكة.
3.	وزارة الإعلام/ مملكة البحرين	الوصول إلى مشهد إعلامي بحريني متطور يستند إلى قيم ومبادئ احترام الدستور والقانون، ودعم حرية الرأي والتعبير، وممارسة الحرية المسؤولة، وتعزيز مفاهيم الديمقراطية والانفتاح والشراكة.
4.	وزارة الإعلام/ الجمهورية اللبنانية	العمل على النهوض بالقطاع الإعلامي، بشقيه العام والخاص، وتمكينه من أجل مجابهة تحديات العصر الحديث وبشكل يخدم الدولة وأهدافها، دون التفريط بالحرريات الإعلامية، ويحمي عمل الإعلاميين، وبخاصة في قطاع الإعلام الذي بات يضم أدوات تستخدم التكنولوجيا الحديثة كالمنصات الرقمية لإيصال الخبر إلى أقصى بقاع الأرض بظرف ثوان.
5.	وزارة الإعلام/ سلطنة عُمان	أداء تنافسي للإعلام العُماني وخدمات إعلامية ذكية.
نلاحظ من النظر إلى رؤية الوزارات والهيئات الخاصة بالإعلام في الدول أعلاه أنها تتشابه في الاستناد إلى مبادئ الدستور مثل دعم الحريات الإعلامية وحماية الإعلاميين والالتزام بالديمقراطية، بالإضافة إلى ضرورة النهوض بالقطاع الإعلامي، ومواكبة التطورات الإلكترونية التي يشهدها الإعلام والسعي للمنافسة الإعلامية.		

المحور: الرسالة

الرقم	الدولة	التفاصيل
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	رسم وتنفيذ استراتيجية وطنية إعلامية، وتنمية قطاع الإعلام، والعمل على خلق بيئة استثمارية، من خلال تطوير الأداء الإعلامي والالتزام بتقديم خدمات إعلامية ذات كفاءة وفعالية عالية.
2.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	تنظيم القطاع الإعلامي والإشراف عليه، ومراقبة محتواه، بما يخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويعزز القيم الثابتة في المملكة.
3.	وزارة الإعلام/ سلطنة عُمان	تطوير الأداء الإعلامي العُماني بما يعزز من مكانة سلطنة عُمان داخلياً وخارجياً من خلال تنظيم العمل الإعلامي والارتقاء بأداء الإعلاميين والالتزام بتقديم خدمات إعلامية ذات فعالية وكفاءة عالية.
اتفقت رسالات الهيئات والوزارات أعلاه على تنظيم العمل الإعلامي والالتزام بتقديم خدمات إعلامية ذات فعالية وكفاءة عالية، والعمل على تشجيع الاستثمار بما يخدم أهداف التنمية الاقتصادية، وتعزيز مكانة الدول عالمياً.		

المحور: القيم

الرقم	الدولة	التفاصيل
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	التشاركية، العمل بروح الفريق، الشفافية، الريادة والتميز، المساواة.
2.	المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة	الحسّ الوطني، الدقة، الشفافية، الموضوعية.
3.	وزارة الإعلام/ الجمهورية العربية السورية	الصدق، الأمانة، النزاهة، الدقة، الموضوعية.
تمكّن القيم التي تعتمدها الاستراتيجيات الإعلامية من تحقيق الرؤية والرسالة، لذلك تشترك المؤسسات الإعلامية في بعض القيم مثل الموضوعية والشفافية والدقة.		

المحور: الأهداف الاستراتيجية

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	1. تنظيم قطاع الإعلام الأردني. 2. تنمية قطاع الإعلام والعمل على خلق بيئة استثمارية جاذبة. 3. تعزيز القدرات المؤسسية ورفع كفاءتها. 4. مواكبة التطور التقني والفني لقطاع الإعلام. 5. نشر الوعي الإعلامي في المجتمع من خلال التدريب.
2.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	1. التطوير: تنمية قطاع الإعلام/ توطين قطاع الإعلام/ تطوير البنية التحتية. 2. التنظيم: حماية الهوية الوطنية/ زيادة مستوى الشفافية/ حماية الحقوق. 3. الخدمة: تحقيق التميز التشغيلي/ بناء قدرات على أعلى مستوى/ الاكتفاء الذاتي.
3.	وزارة الإعلام/ جمهورية السودان	1. رسم السياسات العامة في مجال الصحافة على هدى من قيم المجتمع ووفقاً للموجهات العامة للدستور واستراتيجيات الدولة. 2. العمل على ترقية مهنة الصحافة والارتقاء بالمستوى المهني للعاملين بها سعياً لتقديم خدمة صحفية ترضي القارئ. 3. الإشراف على الأداء العام للمؤسسات والشركات الصحفية ودور النشر الصحفي والمطابع الصحفية ومراكز الخدمات الصحفية ووكالات الأنباء ومراجعة أدائها المهني. 4. الإشراف على تدريب الصحفيين بالتنسيق مع المؤسسات الصحفية. 5. ضمان الحد الأدنى المناسب لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية. 6. التعاون وتبادل الخبرات مع المجالس والأجهزة المشابهة بالدول الأخرى. 7. تحريك الإجراءات في مواجهة الصحف ودور النشر الصحفي.

1. تطوير الرسالة الإعلامية بما يتفق وحاجات الجمهور وأولوياته مع الأخذ في الاعتبار تنوعها وجودتها وجاذبيتها وتعزيزها لعملية التنمية. 2. تطوير التشريعات الإعلامية والمواثيق المهنية النازمة للعمل الإعلامي في السلطنة بما يحقق تطوير الأداء الإعلامي الحر والمسؤول. 3. تطوير رؤية وطنية حول عملية الاستثمار في المجالات الإعلامية المتنوعة. 4. تطوير أداء الإعلام الخارجي وتحسين مخرجاته وتنويع وسائله بما يتفق والتطورات التي يشهدها مجال الاتصال. 5. رسم تصور متكامل للنهوض بالتدريب الإعلامي والتعليم المستمر بشكل منظم ومستدام لتعزيز المهنية والمصداقية. 6. تطوير البحث الإعلامي للنهوض بمجال الدراسات واستطلاعات قياس الرأي العام من أجل توفير بيئة اتصالية مناسبة بين صانعي السياسات ووسائل الإعلام والجمهور. 7. تطوير أداء الإعلام الإلكتروني ووضع خطة متكاملة لتطوير بوابة الخدمات الإعلامية.	4. وزارة الإعلام/ سلطنة عُمان	
التخطيط بمفهومه العام هو عبارة عن تحديد لمجموعة من الأهداف المتناسقة التي يراد تحقيقها وفق أولويات معينة خلال فترة زمنية محددة مع اختيار مجموعة من الوسائل والإجراءات اللازمة لتحويل هذه الأهداف إلى واقع، لذا نجد أن الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات الإعلامية قابلة للتحقيق والتنفيذ، ونلاحظ أن الأهداف أعلاه منسجمة مع أهداف مؤسساتها ودقيقة وقابلة للقياس كما أنها واقعية ومرنة وموضوعية.		

المحور: المهام/ التنظيم

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	تنظيم وتطوير الإعلام من خلال تنفيذ سياسات الدولة الأردنية تجاه الإعلام وثوابته القائمة على الحرية والمسؤولية
2.	المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية	التنظيم الذاتي لقطاع الصحافة والنشر
3.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	تنظيم قطاع الإعلام من خلال تشريعات وأنظمة وإجراءات تكفل الحرية والعدالة والتطور
4.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	تنظيم العمل المرئي والمسموع والمقروء والنشر الإلكتروني
5.	المجلس الوطني للإعلام/ دولة الإمارات العربية المتحدة	الوصول إلى مستوى عالمي في مجال تنظيم قطاع الإعلام في البلد، من خلال رسم السياسات والتشريعات الإعلامية اللازمة ومتابعتها بالتعاون مع الجهات ذات الصلة
6.	وزارة الإعلام/ مملكة البحرين	رسم السياسات ووضع التشريعات وتنظيم قطاع الإعلام والاتصال
7.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	تطوير قطاع الإعلام وتنظيمه وتقديم أفضل الخدمات للمستخدمين من منشآت وأفراد عاملين في المجال، ليصبح قادراً على المنافسة العالمية
نلاحظ أن تنظيم الإعلام هو مهمة مشتركة بين معظم المؤسسات الإعلامية، حيث أن هناك حاجة لضبط الأداء الإعلامي، وضمان التزام ممارسيه بالمعايير المهنية والأخلاقية دون المساس بالحقوق الدستورية والتشريعية المكفولة لكل من المواطن والإعلامي، وبما يكفل حرية التعبير عن الرأي ومصالح الدولة.		

المحور: المهام/ السياسة الإعلامية

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	تنفيذ السياسة الإعلامية العامة والمقرة من قبل الحكومة.
2.	وزارة الدولة للإعلام/ جمهورية مصر العربية	تتولى وزارة الإعلام في إطار السياسة العامة للدولة اقتراح السياسة والخطة العامة للدولة في كافة مجالات الإعلام الداخلية والخارجية، واقتراح السياسات التي تحقق الوجود الإعلامي بكافة أشكاله داخلياً وخارجياً بما يخدم أهداف المجتمع وتحقيق أهداف التنمية ويعمق الديمقراطية، وذلك في إطار السياسة العامة للدولة.
3.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	بلورة وترويج السياسة الإعلامية للدولة استناداً للبيان الحكومي وقرارات وتوجهات الحكومة.
4.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	وضع المحاور الرئيسية للخطاب الإعلامي الرسمي بما يتوافق مع السياسة العامة للدولة وكذلك العمل على صياغة رؤية إعلامية إرشادية لمنظومة الإعلام الكويتي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية المستقبلية.
اعتمدت اليونسكو تعريفاً شاملاً للسياسات الإعلامية أو الاتصالية، حيث اعتبرت أن السياسات الاتصالية هي مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري، والأجهزة الرئيسية للمعلومات، من أجل تحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة، وتقوم السياسة الإعلامية الحديثة على أساس الصدق في المعلومة، والتواصل المستمر والمنتظم مع الناس، والحوار الذي يسمح بالاختلاف، والسماح للأراء المخالفة بالتعبير عن نفسها بحرية، وعدم التقصير في تقديم المعلومة المفصلة لشرح وجهة نظر الحكومة في ظل عصر التكنولوجيا الذي يتيح للناس الوصول إلى ما يحتاجون إليه من معلومات، وتحدد السياسة الإعلامية للمؤسسة أهدافها وطريقة الوصول لها، وفلسفتها، وعملية التغيير اللازمة في الوقت المناسب، فضلاً عن كونها الوسيط الفعال بين المؤسسة والجمهور، لخلق حالة من التوافق بينهما، وتبادل التأثير لصالح الطرفين .		

المحور: المهام/ الأنشطة الإعلامية

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	تنظيم أنشطة إعلامية لرفع سوية مهنة الإعلام وتأهيل الإعلاميين وتدريبهم وإجراء الدراسات والبحوث وعقد المؤتمرات والندوات وإقامة المهرجانات.
2.	المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية	إعداد الدراسات المرتبطة بقطاع الصحافة والنشر وبمخططات تأهيل القطاع.
3.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	إنتاج وإصدار مواد إعلامية وكتب متنوعة المضامين واللغات، لأغراض إعلامية مختلفة تماشياً مع رسالة الوزارة وأهدافها. تنظيم وعقد الحملات الإعلامية والورش والندوات المتخصصة والمتعلقة بالإعلام وجوانب عمل الوزارة وأية قضايا ذات أهمية خاصة.
4.	وزارة الدولة للإعلام/ جمهورية مصر العربية	تنظيم المؤتمرات الصحفية الدولية والمحلية بهدف الإعلام عن السياسة الخارجية والقضايا الداخلية، وكذلك الاتصال بجميع وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمرئية.
5.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	قطاع التخطيط الإعلامي والتنمية المعرفية يعمل على إعداد الدراسات والبحوث الإعلامية التي تهدف إلى الارتقاء بالعمل الإعلامي الكويتي، ويتواصل مع المختصين والجمهور من خلال المؤتمرات والندوات العلمية التوعوية الإعلامية بتقديم الدعم اللوجستي والخدمات الإعلامية للجهات المعنية بالوزارة وخارج الوزارة وربط المؤتمرات والندوات بالخطط الإعلامية وتجهيز الفعاليات وتقديم وتحديث جميع الخدمات الإعلامية المتطورة
6.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	دعم البحوث والدراسات وإجرائها، وتنظيم المؤتمرات والندوات المتعلقة بنشاط البث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، سواء كانت منفردة أم بالاشتراك مع المؤسسات الأخرى المماثلة.
نلاحظ أن معظم المؤسسات الإعلامية تعمل على تنظيم المؤتمرات والندوات والمهرجانات والورشات والحملات الإعلامية، وذلك لغايات تنشيط الاقتصاد على المدى البعيد، بالإضافة لتبادل المعلومات وتبادل الثقافات وإبراز الحضارات وإحياء التراث، كما تعد بيئة خصبة لمساهمة المجتمع فيها، من خلال عمل الشباب المتطوعين في تنظيمها، كما حدث عند تنظيم هيئة الإعلام في الأردن على تنظيم مهرجان الأردن للإعلام العربي للأعوام 2010/ 2015/ 2016/ 2021 ، وتعمل أيضاً المؤسسات الإعلامية على إعداد الدراسات والبحوث الإعلامية وذلك للارتقاء بالعمل الإعلامي ونشر الوعي لدى الجمهور في مختلف المواضيع، بالإضافة لتنظيم الأنشطة الإعلامية لرفع سوية مهنة الإعلام وتأهيل الإعلاميين وتدريبهم، كما فعلت الهيئة في الأردن بعقد دورات الإعلام الشاملة والتي اشترك فيها (234) مشاركاً من الإعلاميين وطلبة الجامعات وموظفي الحكومة والمهتمين بالشأن الإعلامي.		

المحور: المهام/ الشكاوى

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	تشكيل لجنة من ذوي الاختصاص للنظر في الشكاوي المقدمة من الجمهور أو أي جهة أخرى متعلقة بالمحتوى الإعلامي أو المواد الموثقة أو المسجلة لغايات العرض أو تداول الجمهور أو مرخص له على مرخص له آخر.
2.	المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية	ممارسة دور الوساطة في النزاعات القائمة بين المهنيين أو غيرهم، وممارسة دور التحكيم في النزاعات القائمة بين المهنيين، بالإضافة إلى النظر في القضايا التأديبية التي تهم المؤسسات الصحفية والصحفيين المهنيين الذين أخلوا بواجباتهم المهنية وميثاق أخلاقيات المهنة والنظام الداخلي للمجلس والأنظمة الأخرى التي يضعها.
3.	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام/ المملكة العربية السعودية	تلقي الشكاوى المتعلقة بالبث والمحتوى الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء والتحقيق فيها.
4.	وزارة الإعلام/ جمهورية السودان	النظر في الشكاوى المقدمة من المتضررين من نشر المواد الصحفية وإيقاف الصحيفة لحين الانتهاء من النظر في الشكاوى.
تشارك معظم المؤسسات الإعلامية بالعمل على تلقي الشكاوى الإعلامية والنظر فيها، ويتم ذلك من خلال لجنة شكلت لهذه الغاية في الأردن وهي مستقلة بعملها عن الهيئة لكنها تعمل تبعاً لميثاق الشرف المهني الخاص بالعاملين بقطاع الإعلام المرئي والمسموع، والممارسات الفضلى بهذا المجال، ومبادئ الإنصاف والعدالة.		

المحور: المهام/ الشراكات

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	المجلس الوطني للصحافة/ المملكة المغربية	إقامة علاقات تعاون وشراكة مع الهيئات الوطنية أو الدولية التي لها نفس الأهداف بقصد تبادل الخبرات والتجارب في ميدان الصحافة والنشر.
2.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	إقامة علاقات وثيقة مع أجهزة الإعلام المحلية والعربية والأجنبية والحرص على تزويدها بالمعلومات وتسهيل عملها من كافة الجوانب المتاحة.
3.	وزارة الدولة للإعلام/ جمهورية مصر العربية	العمل على إيجاد وتنمية الروابط الإعلامية بين مصر وسائر دول العالم ومتابعة تنفيذ أجهزة الإعلام للاتفاقات والبروتوكولات المتخصصة لهذا الغرض.
4.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	التسويق الفعال والتواصل مع أهم وسائل الإعلام الخارجية لإبراز صورة الكويت الإيجابية خارجياً على الأصعدة وتأهيل كوادر شبابيه قادرة على تمثيل الكويت بشكل مشرف.
من الضروري عقد شراكات بين المؤسسات الإعلامية على المستوى الداخلي والخارجي، وذلك لغايات تبادل الخبرات وتكامل الجهود، وأيضاً لإبراز صورة البلاد بشكل مشرف أمام دول العالم، ويعتبر بناء العلاقات ضرورياً لفتح قنوات تواصل جديدة.		

المحور: المهام/ الأقسام الخدمية

الرقم	الدولة	تفاصيل المحور
1.	هيئة الإعلام/ المملكة الأردنية الهاشمية	<u>مديرية التراخيص</u>: ترخيص مؤسسات النشر والإعلان، المطبوعات الصحفية والمتخصصة والالكترونية، شركات الإنتاج ودور العرض السينمائي وخدمات التكليف المضافة، محطات البث وإعادة البث التلفزيوني والإذاعي <u>مديرية المتابعة</u>: متابعة المصنفات، والمطبوعات، والمواقع الالكترونية، والمحطات الإذاعية والتلفزيونية والمنافذ الحدودية <u>مديرية العلاقات العامة واعتماد الإعلاميين</u>: أعمال الاعتماد الصحفي وإعداد الدراسات وتم استحداث مديرية الإعلام الرقمي للعمل بها عام 2024
2.	وزارة الإعلام/ الجمهورية العربية السورية	<u>مديرية الإعلام الإلكتروني</u>: دائرة المواقع الالكترونية/ دائرة وسائل التواصل الاجتماعي <u>مديرية الإعلام التنموي</u>: دائرة التوعية/ دائرة البحوث <u>مديرية الرصد والتقييم الإعلامي</u>: دائرة الإعلام المرئي والمسموع والالكتروني/ دائرة وكالات الأنباء ومراكز الدراسات/ دائرة المطبوعات/ دائرة القياس والجودة <u>مديرية التراخيص</u>: دائرة تراخيص وسائل الإعلام/ دائرة تراخيص دور النشر/ دائرة الاعتماد <u>مديرية الإعلام الخارجي</u>: دائرة الوفود الإعلامية/ دائرة المراسلين ووكالات الأنباء <u>مديرية المعلوماتية</u>: دائرة البرمجيات والنظم/ دائرة أمن المعلومات/ دائرة الدعم الفني
3.	وزارة الإعلام الفلسطينية/ دولة فلسطين	<u>دائرة التراخيص</u>: ترخيص المطبوعات المنتظمة والدورية، والكتب، وإنشاء المطابع، والمكتبات ومحلات بيع الصحف وأشرطة الفيديو والكاسيت والأقراص المدمجة ودور السينما، ودور النشر والتوزيع، ومكاتب الدعاية والإعلان، والخدمات الصحفية والترجمة، ومراكز الأبحاث والدراسات واستطلاعات الرأي <u>دائرة التفتيش</u>: التفتيش على كافة المؤسسات الإعلامية للتأكد من حصولها على التراخيص الرسمية، والتحقق من الظروف التي تعمل وفقها ومدى مطابقتها أو مخالفتها للأنظمة المرعية الإجراء <u>دائرة الرقابة العامة والمعلومات</u>: فحص ومراجعة كل ما هو منشور في الصحف والمجلات الدورية وغير الدورية، وكذلك الكتب المطبوعة محلياً والمستوردة والمصنفات الفنية <u>دائرة المرئي والمسموع</u>: ترخيص محطات الإذاعة والتلفزة الخاصة ومراجعة البرامج والأخبار والإعلانات التي تبثها مؤسسات الإعلام المرئي والمسموع، والأفلام المعروضة في دور السينما، وأشرطة الفيديو والأقراص المدمجة التي يجري توزيعها داخل فلسطين

		دائرة البث والإنتاج الإعلامي: ترخيص المكاتب والشركات والمؤسسات التي تقدم خدمات البث الفضائي، والإنتاج الإعلامي الإذاعي والتلفزيوني والإنترنت وتقدم كافة التسهيلات اللازمة لعمل هذه الشركات والمؤسسات وفق ما تجيزه القوانين والأنظمة المرعية دائرة الإعلام غير الحكومي: تعنى بشبكة المنظمات الإعلامية الأهلية والخيرية من حيث مزاولتها لأنشطتها الإعلامية.
4.	وزارة الإعلام/ دولة الكويت	قطاع التلفزيون: المصدر الأول للتثقيف والأخبار والترفيه المرئي لدولة الكويت مع الحفاظ على الهوية الكويتية بأعلى المستويات الحرفية والمهنية. قطاع الصحافة: تنظيم العمل المرئي والمسموع والمقروء والنشر الإلكتروني، وتوفير المطبوعات والإصدارات الإعلامية والإعلانية للجهات الحكومية، وخدمات إصدار التراخيص لمزاولة الأنشطة الفنية والثقافية والصحفية للقطاع الخاص حماية للمجتمع وارتفاع بمستوى العمل الإعلامي. قطاع السياحة: العمل على خلق هوية سياحية جاذبة لدولة الكويت في الداخل والخارج وتنمية السياحة المستدامة لتكون رافدا حيويا للاقتصاد الوطني. قطاع التخطيط الإعلامي والتنمية المعرفية: وضع المحاور الرئيسية للخطاب الإعلامي الرسمي بما يتوافق مع السياسة العامة للدولة وكذلك العمل على صياغة رؤية إعلامية إرشادية لمنظومة الإعلام الكويتي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية المستقبلية، ويعمل على إعداد الدراسات والبحوث الإعلامية، إعداد ومتابعة وتنفيذ الخطط الخاصة بالأزمات الإعلامية وإعداد الدراسات والتقارير والبحوث حولها وطرق المعالجة، ويتواصل مع المختصين والجمهور من خلال المؤتمرات والندوات العلمية التوعوية الإعلامية، وتقديم وتحديث جميع الخدمات الإعلامية المتطورة، والتواصل مع المؤسسات الإعلامية العربية والأجنبية لتعزيز وتأهيل العاملين في الوزارة وتفعيل الاتفاقيات التي تبرمها الوزارة معها، وتنمية العناصر البشرية قطاع الخدمات الإعلامية والإعلام الجديد: تقدم الدعم الإعلامي للأنشطة الحكومية والقطاع الخاص عبر قنوات إذاعة وتلفزيون دولة الكويت وحسابات الوزارة في مواقع التواصل الاجتماعي. قطاع الإعلام الخارجي: التسويق الفعال والتواصل مع أهم وسائل الإعلام الخارجية لإبراز صورة الكويت الإيجابية خارجيا على الأصعدة وتأهيل كوادر شبابيه قادرة على تمثيل الكويت بشكل مشرف، كما يختص القطاع بتسهيل مهام الإعلاميين و الصحفيين الزائرين لدولة للتغطية الإعلامية والمشاركة في المؤتمرات التي تعقدها الدولة، بالإضافة إلى إبراز كافة قضايا دولة الكويت في المحافل الدولية إعلاميا.
نلاحظ من مديريات وأقسام المؤسسات الإعلامية اشتراكها بالعديد من المهام مثل ترخيص المرئي والمسموع والمطبوع، بالإضافة لمديريات لمتابعة ومراقبة التزام المرئي والمسموع والمطبوع بالقوانين الناظمة، كما يوجد بالضرورة مديريات للعلاقات العامة باختلاف مسمياتها وذلك للعمل على التعريف بأنشطة المؤسسة ويمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليعمل من خلال هذه المعلومات على تطوير هذه المؤسسات، وتنظيم وإدارة العلاقات الرسمية بين المؤسسة والأطراف الشريكة.		

التوصيات

- إبراز الوجه الحضاري للأردن من خلال التعريف بالتشريعات النازمة للهيئة.
- التنسيق مع القطاع الخاص في المجال الإعلامي.
- إضافة الحس الوطني إلى القيم الجوهرية للهيئة من خلال الاهتمام بالحس الوطني في أداء عمل الهيئة، لإبرازها كمؤسسة وطنية.
- تطوير قنوات الاتصال بين مختلف أجهزة الدولة ووسائل الإعلام والاتصال في الداخل والخارج.
- التعاون وتبادل الخبرات مع المجالس والوزارات المشابهة في الدول الشقيقة.
- إعداد ومتابعة وتنفيذ الخطط الخاصة بالأزمات الإعلامية وإعداد الدراسات والتقارير والبحوث حولها وطرق المعالجة.
- رسم تصور متكامل للنهوض بالتدريب الإعلامي المستمر بشكل منظم ومستدام بالتعاون مع نقابة الصحفيين ومعهد الإعلام الأردني، وذلك لتأهيل كوادر شبابية قادرة على تمثيل الأردن بشكل مشرف .
- إصدار المواد الإعلامية والمطبوعات وإعداد الدراسات والبحوث ذات الصلة بالمجالات الإعلامية بما يخدم أهداف السياسة العامة للإعلام والخطط الإعلامية.
- تمثيل الأردن في المؤتمرات والفعاليات والاجتماعات الإقليمية والدولية المتعلقة باختصاصات الهيئة.
- وضع خطة إعلامية تكفل إبراز المناسبات الوطنية من خلال إصدار النشرات الدورية وغير الدورية والملصقات في المناسبات الوطنية.
- السعي للأخذ بمفاهيم جديدة وتطبيق أفكار رائدة تقود إلى ترجمة تطلعات جلالة الملك بالرقى في العمل الإعلامي، وتحقيق الأهداف التي رسمها برنامج الحكومة.
- توفير وخلق بيئة إعلامية رقمية تواكب التطورات السريعة وتتفاعل مع العالم.