

الإستراتيجية الإعلامية العربية

2021 - 2017

التحرير والاعداد :

تحرير وإعداد : السفيرة د. هيفاء أبو غزالة

اعداد : الدكتور عبد اللطيف بن صافية

التدقيق اللغوي: المستشار فوزي الغويل

شارك في التدقيق اللغوي: نورهان صالح

التصميم الداخلي وتصميم الغلاف : اسلام طاحون

الفهرس

الصفحة	العنوان
9	❖ تمهيد
11	❖ مقدمة
13	❖ تحليل الواقع
15	❖ عناصر التحليل الرباعي (SWOT) للإعلام العربي
17	❖ جامعة الدول العربية والاعلام : التوجهات الاستراتيجية
18	❖ العوامل الرئيسية لنجاح التوجهات الاستراتيجية
19	❖ الاستراتيجية الإعلامية العربية - المكونات الاساسية
19	❖ أولاً : مرجعيات ومصادر الاستراتيجية الإعلامية العربية
21	❖ ثانياً : الرؤية والرسالة والقيم
22	❖ ثالثاً : السمات العامة للاستراتيجية
23	❖ رابعاً : المحددات العامة للإستراتيجية العربية (السياق / التشخيص)
26	❖ خامساً : الاهداف الإستراتيجية
29	❖ سادسا : مستويات التدخل وفئات الإجراءات لدعم الأداء الإعلامي العربي
31	❖ سابعا : الإطار الزمني لتفعيل الإستراتيجية
31	❖ ثامناً : تقييم الاستراتيجية
31	❖ تاسعاً : المستهدفون من الاستراتيجية
33	❖ عاشراً : خطة العمل الإعلامية : البرامج التنفيذية للإستراتيجية وفق أهدافها العامة والفرعية
60	❖ حادي عشر : النتائج المتوقع تحقيقها من الاستراتيجية :
61	❖ التعريفات الاستراتيجية

تمهيد :

تستمد الاستراتيجية الإعلامية العربية منطلقاتها الفلسفية وأهدافها من الاهتمام الإقليمي والدولي بدور الاعلام، كما تنطلق هذه الاستراتيجية من روح ميثاق جامعة الدول العربية ونصوصه المختلفة التي تسعى لتوثيق الصلات بين الدول العربية، وصيانة استقلالها، والمحافظة على أمن المنطقة العربية وسلامتها في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والصحية . كما تسترشد أيضا بقرارات مجلس جامعة الدول العربية، ومجلس وزراء الاعلام العرب .

كما تستند الاستراتيجية العربية الاعلامية الى تحقيق الاهداف التي تسعى جامعة الدول العربية لتحقيقها ومنها تعزيزالتعاون بين الدول العربية الأعضاء في المجالات المختلفة والعمل على تحقيقها ودعمها بكافة الوسائل.

وتأتي هذه الاستراتيجية لتضيف خطوة جديدة لسلسلة الخطوات الهامة التي قامت بها الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب تنفيذا لقرار مجلس وزراء الاعلام بضرورة تحديث وتطوير الاستراتيجية تلبية للمستجدات على الساحتين الاقليمية والدولية، مع التركيز على أهمية وجود إستراتيجية إعلامية عربية توجه العمل الإعلامي وتنظمه، بحيث يتم تعزيزها ببرامج إعلامية متكاملة قادرة على التعامل المحترف والمستدام مع القضايا المختلفة .

هذا وقد تم خلال مراجعة وتطوير الاستراتيجية الاعلامية العربية ضمان توافق الرؤية والبرامج والادوات مع الرؤية التنموية التطويرية للجامعة وصياغة مفاهيم جديدة ؛ مع أهمية امتلاك أدوات التعامل المؤثر مع الخارج والداخل من خلال برامج إعلامية تكاملية محترفة تجمع بين البعد الإعلامي السياسي الاقتصادي والاجتماعي؛ وهو أمر لا يمكن تحقيقه إلا من خلال إستراتيجية شمولية واضحة الأهداف والبرامج ومنضبطة المعايير .

وهنا يلعب الاعلام والاتصال دورا أساسيا في دعم عملية التحديث والتطوير، ولأهمية تحقيق أهداف وتطلعات جامعة الدول العربية، فقد تم إعداد الإستراتيجية بحيث تنتقل بالأهداف إلى موضع التنفيذ على أرض الواقع، وتسهم في صناعة التغيير والانتقال نحو الأفضل. مع الاستفادة من التحول المتسارع في الإعلام الرقمي، مما تتطلب مرونة كافية، وقدرة كبيرة على مواكبة كل ما هو جديد، وفهم لسلوك متلقي الأخبار والمعلومات.

مقدمة :

إن ما تمر به المنطقة العربية في المرحلة الراهنة من تغيرات وأزمات وتحديات متمثلة في اضطراب الأوضاع السياسية واشتداد النزاعات المسلحة في بقاع مختلفة من المنطقة، بالإضافة إلى المشاكل الاجتماعية والاقتصادية التي صاحبت اضطراب الأوضاع السياسية، جعل هناك حاجة ماسة لتطوير أداء الإعلام العربي ومراجعة رسائل برامجه ومضامينها، وكذلك تنمية قدرات ومهارات الكوادر الإعلامية العربية، فظروف المنطقة تتطلب وجود إعلام أكثر قوة وتأثيراً من أي وقت مضى، إعلام قادراً على مواكبة تطورات ومتطلبات العصر، ومتفهما لتطلعات واحتياجات المواطن العربي.

ومن هذا المنطلق، حرصت الأمانة العامة لجامعة الدول العربية على إطلاق مبادرات جادة من شأنها تطوير الأداء الإعلامي العربي، حيث أصدرت «الاستراتيجية الإعلامية العربية المشتركة لمكافحة الإرهاب»، وبناءً على قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب، فقد قامت بتحديث الاستراتيجية الإعلامية العربية لتصبح أكثر تواءماً مع التغيرات التي تشهدها المنطقة، حيث أصدر المجلس قراره رقم 369 بتاريخ 2013/1/15 بشأن تطويرها وتفعيلها، كما أصدر المجلس قراره رقم 417 بتاريخ 2016/5/25 بشأن تعديلها وفقاً للرؤى والملاحظات الواردة من الدول الأعضاء على الاستراتيجية، حيث قام قطاع الإعلام والاتصال بالأمانة العامة بتعديل وتحديث الاستراتيجية وفقاً لهذه الملاحظات خلال عام 2017. وقد أصدر مجلس وزراء الإعلام العرب قراره رقم 434 - دع/ 48 بتاريخ 2017/7/12 بالمصادقة عليها .

وتتميز هذه النسخة من الاستراتيجية بتوافقها التام مع السياسة العامة وتوجهات وأهداف جامعة الدول العربية وميثاقها، وتتماشى كذلك مع رؤى الدول العربية الأعضاء، كما أنها تسعى لتحقيق التكامل والتنسيق العربي في مجال العمل الإعلامي، حيث تقوم بتقديم منظور شامل ومفصل للأهداف العامة والفرعية ومحددات الاستراتيجية، بالإضافة إلى خطة عمل إعلامية ميدانية تشمل البرامج التنفيذية للاستراتيجية وفق أهدافها العامة والفرعية.

إن إطلاق استراتيجية عربية للإعلام يأتي في ظل ما يمر به العالم العربي الآن بتحويلات هيكلية في مراحل تاريخ الأمة العربية سياسياً واجتماعياً واقتصادياً، وفي ضوء الأهمية المحورية المتزايدة لوسائل الإعلام العربية ودورها في تشكيل الراي العام بما يدعم الاستقرار والبناء في المنطقة العربية، بالإضافة إلى أهمية الإعلام كمشارك رئيسي فاعل في مسيرة التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

السفيرة د. هيفاء أبو غزالة
الأمين العام المساعد
رئيس قطاع الإعلام والاتصال

تحليل الواقع :

لقد عرف المشهد الإعلامي العربي خلال السنوات الأخيرة تطورات هائلة على أكثر من مستوى بفضل تطور الثقافة الإعلامية لدى المواطن العربي وتنامي استخداماته للتكنولوجيا الإعلامية. حيث تعد القنوات العربية الأرضية منها والفضائية بالآلاف، كذلك الأمر بالنسبة لمحطات الإذاعة. أما عناوين الصحف المكتوبة والإلكترونية المنتظمة، وكذا المواقع الإعلامية المهنية المتعددة الوسائط فتعد بعشرات الآلاف. بالموازاة، يستهدف الإعلام العربي مجتمعا يقدر بحوالي 390 مليون نسمة، بالإضافة إلى الجمهور العربي المقيم في جميع أقطار المعمورة. وهو ما يشكل فضاء شاسعا ومتنوعا وخصبا تنتعش فيه وسائل الإعلام العربية.

لكن، أمام التطور الهائل للفضاء الإعلامي العالمي وتكنولوجياته المتقدمة، وما نتج عن ذلك من تدفق لا حدود له للمعلومات والصور والآراء والمواقف... لا يسع الإعلام العربي، علاوة على تعدد مشاكله وأزماته المتعددة، إلا أن يثبت اليوم وجوده أمام الرأي العام العربي الذي عادة ما يعبر عن عدم رضاه عن العرض الإعلامي المقدم له. فبالرغم من سياسيات التحديث والإصلاح للقطاع الإعلامي التي تعتمدها الأقطار العربية خلال السنوات الأخيرة ونتائجها الإيجابية، وبالرغم من اجتهادات الممارسين والهيئات المهنية، فإن واقع الإعلام العربي، بكل أنواعه، لم يستطع كسب جمهوره والحد من هجرته إلى أحضان الإعلام الدولي المنافس. والمسألة لا تتعلق فقط بملء حيز في فضاء عام مفتوح للجميع عن طريق مضامين التسلية والترفيه المؤمن للعائدات الإعلانية، وإنما هو صراع وجود لكسب عقل ووجدان وعزيمة الإنسان العربي في بيئة متعددة التحديات والمخاطر.

إن إرادة تطوير الإعلام العربي، التي تعبر عنها جامعة الدول العربية، والتطلع إلى تكامله وتوجيه اهتماماته وأدائه لخدمة المواطن العربي وتحقيق تطلعاته المختلفة، يوازيها تبلور وعي عميق بضرورة إشراك الإعلام العربي في نصره قضايا الوطن العربي وفي دعم مسيرة التنمية الشاملة لشعوبه. خاصة وأن حجم التحديات التي تواجهها اليوم الأمة العربية على شتى الأصعدة ما فتأت تتعاظم وتتشعب. من هنا، يعتبر العمل بالتخطيط الاستراتيجي لتأهيل الإعلام العربي ووضع على طريق التكامل والأداء المشترك اختيارا رصينا. حيث تشكل الاستراتيجية الإعلامية العربية مبادرة شمولية تتيح لبلدان العالم العربي مجتمعة إشراك جميع الهيئات الإعلامية والإعلاميين العرب بمختلف مشاربهم، داخل وخارج الوطن العربي، في مواجهة تحديات حقيقية سياسية وحضارية وتنموية وأمنية. كما تسعى الاستراتيجية إلى الارتقاء بالشخصية والهوية العربية في زمن تتسارع فيه الأحداث حول العالم العربي، يستهدف فيها الدين الإسلامي في أكثر من مكان بالعالم، وجعله إما عنوانا للممارسات الدموية وإما هدفا للتبخيس والتهجين.

فالوطن العربي قوي بشخصية مكوناته الإنسانية وبتاريخه المجيد وحضارته العريقة وهويته الثقافية والدينية الراسخة. لكن لازالت الأمة العربية تواجه تحديات عديدة تعترض مسيرتها وتطلعاتها بين أمم العالم،

من أهمها مواصلة الكفاح من أجل نصررة القضية الفلسطينية أمام التعنت الإسرائيلي، والعمل على تجفيف منابع الإرهاب والتطرف، وترسيخ ثقافة الحوار والتسامح بين الحضارات والأديان، ودعم مسيرة التطور الاقتصادي والتنموي مما يحقق الحياة الكريمة والرفاهية والسلام الاجتماعي للشعوب العربية قاطبة.

هذه التطلعات هي عناوين للمسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق الإعلام العربي المدعو اليوم أكثر من أي وقت مضى للانخراط، بإمكانياته المتاحة والإطار المرسوم له قانونيا ومهنيا وأخلاقيا، في دعم وتحسين مسيرة العرب نحو مستقبل آمن وزاهر. كما أن التكامل والتنسيق العربي في مجال العمل الإعلامي أصبح ضرورة ملحة وليس مجرد اختيار، لتنسيق الخطاب الإعلامي العربي الموجه للمجتمع الدولي والذي يعكس التمثل الذهني الإيجابي للشخصية العربية.

عناصر التحليل الرباعي (SWOT) للإعلام العربي :

يعد هذا الاسلوب بمثابة عملية تشخيص لواقع الاعلام العربي وعلاقته بمساعي جامعة الدول العربية لدعمه وتوجيهه لمناصرة القضايا العربية وإشراكه في مسيرة التنمية العربية، بحيث يتضمن تحليل للوضع العربي الاعلامي الحالي، وبيان نقاط القوة التي يمكن الاستفادة منها والبناء عليها ونقاط الضعف أو الخلل التي تحتاج لعلاج. أما تحليل البيئة الخارجية فيتضمن بيان الفرص التي يمكن استغلالها فضلا عن التحديات التي تشكل عائقا خارجيا للتعامل معه وتجاوزه.

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> • توفر رؤية وإرادة عربية مشتركة، عبر جامعة الدول العربية، لتطوير العمل الإعلامي العربي وخدمة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية العربية. • التطورات الكمية والنوعية الهامة التي يشهدها القطاع الإعلامي العربي، على مستوى تنوع المؤسسات وتوسع العرض الإعلامي على المستوى العربي والعالم. • التوسع الهائل في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في جميع أقطار العالم العربي من قبل المؤسسات والجمهور بجميع فئاته. • توفر طاقات وكفاءات إعلامية عربية عديدة وجيدة. 	<ul style="list-style-type: none"> • غياب التخطيط الاستراتيجي الفعال الداعم للقضايا العربية الشاملة من قبل المؤسسات الإعلامية العربية المختلفة (شبكات برامج وسياسات تحريرية ومضامين). • تشتت الجهود المبذولة لتنمية الإعلام العربي وعدم التنسيق الفعلي فيما بينها . • غياب البعد الإعلامي في الخطط والاستراتيجيات التنموية للأقطار العربية. • غياب ثقافة المتابعة والتقييم المنتظم للعروض الإعلامية العربية. • تعدد الاستراتيجيات الإعلامية العربية دون رابط فيما بينها.

• التحديات	• الفرص
<ul style="list-style-type: none"> • الحاجة الماسة للجمهور العربي في إعلام يخدمه ويستجيب لتطلعاته العامة ويرتقي بهويته وقيمه. • الاضطرابات التي تشهدها بعض بلدان العالم العربي والتي تلقي بظلالها على كافة شعوبه وحكوماته. • المواجهة المستمرة لنصرة القضية الفلسطينية ضد العدوان الإسرائيلي. • تفاقم أخطار الإرهاب والتطرف وتزايد الهجمات على التعاليم الإسلامية والهوية الحضارية للوطن العربي. • ارتفاع ضغط المنافسة الذي تشكله المؤسسات الإعلامية العالمية خاصة الفضائيات الكبرى والإعلام الإلكتروني وشبكات الإعلام الاجتماعي. 	<ul style="list-style-type: none"> • سياسات الإصلاح والهيكلية للقطاع الإعلامي بالوطن العربي وتوسع هوامش الحريات والتعبير. • تبلور وعي عربي عام بجدوى الاستثمار في المجال الإعلامي بجميع أشكاله وأنواعه. • تبني مقتضيات تنظيم البث والاستقبال الإذاعي والتلفزيوني الفضائي في المنطقة العربية. • تبني مضامين وأهداف إطلاق «العشرية العربية للتنمية التشاركية للإعلام والاتصالات : 2009-2018». • تعدد مؤسسات التعليم و تطور مجال التدريب والبحث العلمي والاستشارة في مجال الإعلام بالوطن العربي.

جامعة الدول العربية والاعلام : التوجهات الاستراتيجية :

يكشف اسلوب تحليل SWOT لتشخيص واقع الاعلام العربي بأن هناك نقاط القوة متمثلة، بتوفر رؤية وإرادة عربية مشتركة، عبر جامعة الدول العربية، لتطوير العمل الإعلامي العربي وخدمة القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية العربية، وارتباط الامانة العامة بأعلى مستوى للقرار، وترجمة هذا في الرسالة الاعلامية، فضلا عن فرص سياسات الإصلاح والهيكله للقطاع الإعلامي بالوطن العربي وتوسع هوامش الحريات والتعبير وتبلور وعي عربي عام بجدوى الاستثمار في المجال الإعلامي بجميع أشكاله وأنواعه.

أما نقاط الضعف فأهمها غياب التخطيط الاستراتيجي الفعال الداعم للقضايا العربية الشاملة من قبل المؤسسات الإعلامية العربية المختلفة، وتشنت الجهود المبذولة لتنمية الإعلام العربي وعدم التنسيق الفعلي فيما بينها . مقابل ذلك هناك العديد من التحديات التي تبرز الحاجة الماسة للجمهور العربي في إعلام يخدمه ويستجيب لتطلعاته العامة ويرتقي بهويته وقيمه.

ومن واقع اسلوب التحليل يمكن إستنباط أبرز التوجهات الاستراتيجية التي سيكون على جامعة الدول العربية التعامل معها خلال فترة الخمس سنوات القادمة وهي الفترة التي تستهدفها الاستراتيجية وهذه التوجهات هي:

1. توفير منصة اعلامية تعمل على تضافر الجهود والتنسيق بين جامعة الدول العربية والهيئات التي تعمل في اطار مجلس وزراء الاعلام العرب وبعثات الجامعة في الخارج لتحقيق الاهداف المرجوة من الاستراتيجية، حيث إن عوامل النجاح للمرحلة المقبلة من تحقيق توجهات الجامعة الاستراتيجية تتطلب تضافر الجهود والتنسيق بين الامانة العامة والمؤسسات والهيئات الاعلامية لتابعة لها وشركائها بتحقيق الاهداف المرجوة .
2. تعزيز الوعي الاجتماعي التنموي والمساهمة في صنع الاجندة العربية الاعلامية التنموية من خلال تبنى مضامين الخريطة الاعلامية للتنمية المستدامة 2030 بهدف تشجيع الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية العربية للاهتمام بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان العربية للنهوض بالإعلام العربي التنموي الاقتصادي والاجتماعي وإبراز المؤهلات الإنتاجية والفرص الاستثمارية فيما بين الأقطار العربية بما يحقق تكاملها.
3. تعزيز الشراكات الاقليمية والدولية مثل الشراكة مع بعض المنظمات الاقليمية والدولية، المؤسسات الاعلامية الاقليمية على سبيل المثال : الامم المتحدة، مجلس التعاون الخليجي، الاتحاد الافريقي،

والمؤسسات الأكاديمية والإعلامية. وتعزيز الشبكات / الشراكات بين المؤسسات الإعلامية والإعلاميين.

4. مكافحة الإرهاب والتطرف من خلال توظيف الإعلام العربي وتكنولوجيا الاتصال لمواجهة التطرف والتصدي لظاهرة الإرهاب، إضافة إلى التصدي للإرهاب الذي تمارسه إسرائيل في الأراضي الفلسطينية مستهدفة المقدسات والمواطنين والممتلكات، وتشجيع الإعلاميين ومؤسسات الإعلام بالوطن العربي على نشر قيم التسامح والاعتدال ونبذ العنف وعدم الربط بين الإرهاب والدين الإسلامي الحنيف.

العوامل الرئيسية لنجاح التوجهات الاستراتيجية :

إن نجاح التوجهات الاستراتيجية الإعلامية لجامعة الدول العربية نظراً لارتباطها بالعديد من الجهات الحيوية على المستوى الإقليمي والدولي ووزارات الإعلام والمؤسسات الإعلامية والمنظمات الإقليمية والدولية ذات الصلة، يعتبر أمر رئيسي وأساسي لدعم العمل الإعلامي العربي، ومن هذا المنطلق يمكن التوصل إلى مجموعة من العوامل المساعدة الداخلية التي تدعم نجاح التوجهات الاستراتيجية منها :

- الاهتمام بتطوير وتأهيل الكوادر البشرية في جميع المجالات.
- الاستعانة بالشراكات العالمية للارتقاء وبناء الخبرات والقدرات اللازمة .
- بناء ونشر ثقافة المتميز في القطاع الاعلامي .
- الاهتمام بتعزيز أداء المؤسسات الإعلامية العربية .
- التركيز على إدارة التحالفات والشراكات بشكل فعال لضمان النمو المنشود وبناء القدرات اللازمة لعمليات المؤسسة .

الاستراتيجية الإعلامية العربية

المكونات الأساسية

أولاً : مرجعيات ومصادر الاستراتيجية الإعلامية العربية :

يستند الإطار المرجعي للاستراتيجية الإعلامية العربية الى ميثاق جامعة الدول العربية وينطلق من مجموعة متنوعة من القرارات والمواثيق والمعاهدات العربية الإقليمية والدولية المعنية بشؤون وقضايا الإعلام . ومن أهم المرجعيات والمصادر الإقليمية والدولية :

1. المرجعيات الإقليمية :

- ميثاق جامعة الدول العربية.
- قرار مجلس وزراء الإعلام العرب رقم (417) الصادر عن دورته العادية السابعة والأربعين بتاريخ 2016/5/25 بشأن تعديل الاستراتيجية الإعلامية العربية وفق الرؤى والملاحظات الواردة من الدول الأعضاء حولها.
- نص الاستراتيجية الإعلامية العربية المحدث في عام 2014.
- قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب وما تبلوره من رؤية عربية مشتركة لمبادئ العمل الإعلامي ومرتكزات الخطاب الإعلامي ورسالة الإعلام العربي داخل الوطن العربي وخارجه.
- قرارات مؤتمرات القمة العربية وبياناتها، وما تؤكده من حرص علي التضامن العربي ودعم العمل العربي المشترك، وخدمة المصالح العليا للوطن العربي، وتحقيقاً لآمال وطموحات الأمة العربية في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والأمنية.
- ميثاق الشرف الإعلامي الصادر عن مجلس وزراء الإعلام العرب في عام 2013 .
- وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية الصادر في عام 2008.
- العشرية العربية للتنمية التشاركية للإعلام والاتصالات : 2009-2018.

- الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030. وقرار مجلس وزراء الاعلام العرب رقم 436 - دع/48 بتاريخ 2017/7/12 بالموافقة عليها .
- قرار مجلس وزراء الاعلام العرب رقم 434 - دع/48 بتاريخ 2017/7/12 بشأن الموافقة على الاستراتيجية الاعلامية العربية للأعوام 2017-2021 .

2. المرجعيات الدولية :

- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (50) الصادر عن دورتها الأولى في عام 1946، والذي يعلن أن حرية الإعلام هو حق أساسي من حقوق الإنسان.
- المادة 19 من الإعلام العالمي لحقوق الإنسان.
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (3038) الصادر عن دورتها السابعة والعشرين في عام 1972 بشأن نشر المعلومات وتعبئة الرأي العام حيال مشاكل التجارة والإنماء، وتعيين يوم عالمي للإعلام الإنمائي.
- إعلان المبادئ الأساسية الخاصة بإسهام وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية، والفصل العنصري والتحرير على الحرب، الصادر عن المؤتمر العام لمنظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في دورته العشرين في عام 1978.
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (76) الصادر عن دورتها الخامسة والأربعين في عام 1990 بشأن المسائل المتصلة بالإعلام (أ- الإعلام في خدمة الجنس البشري).
- إعلان ويندهوك للنهوض بصحافة مستقلة وتعددية في افريقيا، الصادر في عام 1991.
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (44) الصادر عن دورتها الثامنة والأربعين في عام 1994 بشأن المسائل المتصلة بالإعلام (أ- الإعلام في خدمة البشرية)
- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (141)، الصادر عن دورتها الخامسة والستين في عام 2010، بشأن تسخير تكنولوجيات المعلومات والاتصالات لأغراض التنمية.

- قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (96) الصادر عن دورتها التاسعة والتسعين في عام 2014 بشأن المسائل المتصلة بالإعلام (أ- الإعلام في خدمة الإنسانية).

ثانياً : الرؤية والرسالة والقيم :

إن صياغة رؤية إستراتيجية للإعلام العربي حتى (2021) تدعو إلى «إعلام محترف وبناء رسالة يمكن أن توطر عمل مؤسسات الإعلام العامة والخاصة في الدول العربية؛ فالاستراتيجية الإعلامية العربية تعمل على تقديم إعلام متطور يخدم المنطقة العربية ويرسم صورة إيجابية عنها. وقد قدمت هذه الاستراتيجية عدداً من الأهداف الاستراتيجية والأهداف الفرعية والبرامج والمبادرات التي يمكن أن تساعد في بلورة العمل الإعلامي الاستراتيجي بما يحقق أهداف العمل الإعلامي العربي.

وإيماناً بالدور البارز الذي لعبه الإعلام في المنطقة العربية خلال السنوات الماضية، ولما كان الإعلام العربي أحد أعمدة القوى المؤثرة في المجتمع على المسيرة التنموية والسياسية والشريك الفاعل الذي يعمل على توجيه الرأي العام. وحيث أن الإعلام العربي يستدعي ضرورة إيجاد توجهات وسياسات جديدة تعمل على دعم وتقوية دوره في المجتمعات العربية. فإن الاستراتيجية الإعلامية لجامعة الدول العربية سوف تؤكد على التوجهات التالية :

- الرؤية : بلورة توجه جديد للإعلام العربي ملائم مع العصر الذي نعيشه بكل متغيراته وتحدياته، يطور خطابه وآلياته الإعلامية عربياً ودولياً ويدعم رسالته الأساسية فيما يتعلق بقضاياها الجوهرية على المدى القريب والمتوسط والبعيد، من أجل النهوض بقطاع الصحافة والإعلام بمختلف أشكاله: المطبوع والمرئي والمسموع والإلكتروني

- الرسالة : تشجيع الإعلام العربي على الانفتاح باعتماد مقاربات ومضامين واهتمامات إعلامية ترتقي بالشخصية والأمة العربية، مع دعم مؤسسات وهيئات الإعلام العربي وتحفيزها على التميز مهنيًا وأخلاقياً

- القيم :

- المسؤولية : الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي العربي، وبمبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية.

- المهنية : الالتزام بالدقة في تقديم الأخبار والجودة في تناولها ومعالجتها، مع مراعاة القواعد الأخلاقية وآداب المهنة في ظل القيم والمفاهيم والثقافة العربية والمقدسات الوطنية.
- التعاون : السهر على تحقيق عمل إعلامي عربي متكامل مبني على التشاور والتنسيق.
- الشراكة: تعزيز الشراكات الوطنية والاقليمية والدولية ذات القيمة المضافة بالنسبة للجامعة لتعزيز التميز في العمل الاعلامي .
- التميز: مستوى عالي من الاداء المتميز وتطوير مستمر في تقديم مبادرات نمووية تلبي إحتياجات المجتمع العربي.

ثالثاً : السمات العامة للاستراتيجية :

- تستهدف الاستراتيجية المؤسسة الاعلامية بصفتها واحدة من أهم ادوات نشر الوعي وتعزيز القيم والاتجاهات وتكريس السلوكيات التي تصب في صالح المجتمع، وتضع الاستراتيجية الاعلامية اطار عمل يطبق خلال خمس سنوات (2017-2021) في عدة مجالات تنشط فيها الرسالة الاعلامية .
- وتسعى الاستراتيجية لدعم الرسالة الاعلامية التي تؤكد بأن قطاع الاعلام هو رديف هام للعمل الاقتصادي والاجتماعي في العمل من أجل التنمية المستدامة ويكمل دورها ويتكامل معها في رفع الأعباء والمشكلات في المجتمع.
- وتهتم الاستراتيجية بتطوير رسالة الاعلام المدركة بأن الاعلام هو أحد أهم مكونات الدول الحديثة، وهو الشريك الفاعل في عملية التنمية المستدامة من خلال العمل على تنفيذ الخريطة الاعلامية للتنمية المستدامة 2030 والتي أقرها مجلس وزراء الاعلام العرب.
- وتستند الاستراتيجية على رسالة الامانة العامة لجامعة الدول العربية الهادفة الى تعزيز المناصرة وحشد التأييد وتوسيع الشراكة الفاعلة مع المؤسسات الاعلامية .
- وتعتبر الاستراتيجية الاعلامية العربية لجامعة الدول العربية منصة لإثارة حوار ونقاش على المستوى الاقليمي بالدور الذي يلعبه الاعلام في محاربة الطائفية والارهاب .

رابعاً : المحددات العامة للإستراتيجية العربية (السياق / التشخيص) :

المحددات العامة للإستراتيجية الإعلامية العربية :	
<ul style="list-style-type: none"> • القضية الفلسطينية والصراع العربي - الإسرائيلي ومستجداته، ومبادرة السلام العربية. • النزاعات والصراعات التي تعيشها المنطقة العربية والجهود المبذولة لتسويتها. • التضامن العربي وبلورة الرؤية العربية المشتركة المحددة للمصالح العليا للأمة العربية في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ومواكبة العمل المشترك بما يتضمنه من مشروعات قومية تحقيقاً للتكامل العربي. • إخلاء منطقة الشرق الأوسط من الأسلحة النووية وتنمية الاستخدامات السلمية للطاقة النووية في الدول العربية. 	<p>محددات سياسية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • الإرهاب الدولي وسبل مكافحته وعدم الربط بين الإرهاب والدين الإسلامي الحنيف. • انتشار التطرف والفكر التكفيري و التحريض ضد سيادة الدول العربية، وتنامي الاستفزاز ضد الدين الإسلامي الحنيف والعرب والمسلمين. • إرهاب الدولة الذي تمارسه إسرائيل (القوة القائمة بالاحتلال) في الأراضي الفلسطينية مستهدفة المقدسات والمواطنين والممتلكات. 	<p>محددات أمنية</p>

<ul style="list-style-type: none"> • مسيرة التطوير والتحديث في الوطن العربي والحاجة إلى تنمية شاملة • الجهود المبذولة في سبيل التنمية العربية وعلى شتى الأصعدة لتحقيق السلم الاجتماعي ولتعزيز الأمن على المستويين الوطني والقومي العربي. • إرادة الدول العربية في توسيع قاعدة الاستثمارات التنموية فيما بينها والتطلع إلى إنشاء سوق عربية مشتركة. 	<p>محددات تنموية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • المبادرات والمواقف العربية إزاء دعم حوار الحضارات و إرساء دعائمه الأساسية وتبني ثقافة التحالف بين الحضارات والأديان بهدف تحقيق علاقات دولية أكثر توازناً وتضامناً وتكريساً للأمن والسلم الدوليين. • إسهامات الحضارة العربية للإنسانية من خلال الخصوصية المتعددة للثقافة العربية. • اعتماد مفاهيم الحوار والانفتاح وإرساء قيم الانفتاح وروح التسامح والتآخي ونبذ كل دعاوى التحيز والتمييز والتعصب بكافة أشكالها وطنياً أو عرقياً أو دينياً. • تحديات العولمة وظهور اتجاهات تشير إلى حتمية التصادم بين الحضارات والثقافات. • حماية الحق في الانتفاع بالثقافة إسهاماً في تنمية القدرات الإبداعية والابتكارية للإنسان العربي. رعاية المبدعين وتشجيعهم وحماية الملكية الفكرية العربية. 	<p>محددات حضارية</p>

<ul style="list-style-type: none"> • إعتقاد الإستراتيجية الإعلامية العربية والتي أقرها مجلس وزراء الإعلام العرب في عام 2017 التي تتلاءم مع التطورات والتحديات الراهنة. • تراكم تجارب إعلامية عربية هامة ومتنوعة سواء على مستوى المضامين أو الآليات أو المقاربات. • توفر أطر وخبراء ومهنيين إعلاميين عرب من مستوى جيد وتوفر عدد مهم من مؤسسات التدريب والتأهيل الأكاديمي والمهني الإعلامي بكل الأقطار العربية. • تبني مقتضيات تنظيم البث والاستقبال الإذاعي والتليفزيوني الفضائي في المنطقة العربية. • تبني مضامين وأهداف إطلاق «العشرية العربية للتنمية التشاركية للإعلام والاتصالات : «2009-2018»». • المواكبة المتواصلة من جانب مؤسسات الإعلام العربي للثورة الهائلة والمتواصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال. • المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتق الإعلام العربي في خدمة جمهوره والحفاظ على هوية الأجيال العربية في عصر الغزو الإلكتروني. • الإقبال العام علي الإعلام الرقمي بشتى أشكاله، وسهولة التداول الرقمي للإنتاج الإعلامي والثقافي العربي. • اعتماد الخريطة الإعلامية للتنمية المستدامة 2030، والتي أقرها مجلس وزراء الإعلام العرب في عام 2017 . 	<p>محددات إعلامية</p>
---	---------------------------

خامساً : الأهداف الإستراتيجية :

الهدف الاستراتيجي العام : تعزيز العمل الإعلامي المشترك بين الدول الأعضاء، وتقديم إعلام متطور يخدم مصالح الدول العربية ويرسم صورة إيجابية عنها ويمتلك الموارد البشرية والمادية والتقنية اللازمة.

الأهداف الفرعية	الأهداف العامة
1.1 الدعم الشامل للقضية الفلسطينية في جميع الإنتاجات والمضامين الإعلامية العربية بمختلف منابرها.	1- التأكيد على مركزية القضية الفلسطينية بالنسبة للأمة العربية وعلى الهوية العربية للقدس الشرقية المحتلة عاصمة لدولة فلسطين .
1.2 حشد الرأي، العربي والدولي، لدعم التحركات العربية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي والترويج الإعلامي لمبادرات السلام العربية.	
1.3 فضح الممارسات والانتهاكات الإسرائيلية لتهويد القدس واستباحة الأقصى والتأكيد المستمر على رمزيتهما بالنسبة للشعوب العربية والاسلامية	
2.1 التوسع النوعي في الإنتاجات الإعلامية والفنية والسينمائية المشتركة حول الشخصية والثقافة والحضارة العربية ودعمها.	2- الارتقاء بالشخصية العربية وثقافتها المتعددة وحضارتها العريقة، لتعزيز الصورة الإيجابية للشعوب العربية والإسلامية في وسائل الإعلام المختلفة ولدى الرأي العام داخل وخارج الوطن العربي.
2.2 التصدي لأي تشويه لصورة العرب والمسلمين دوليا بالاستثمار في أحدث التقنيات الإعلامية لمخاطبة العالم بلغاته، مع كسب تأييد الرأي العام العالمي لقضايا الأمة العربية.	

الأهداف الفرعية	الأهداف العامة
<p>2.3 تشجيع التبادل بين الإعلام العربي والإعلام الدولي بما يساهم في فتح نوافذ جديدة للإعلاميين والنخب العربية لمخاطبة الرأي العام العالمي.</p>	
<p>3.1. توحيد الخطاب الإعلامي العربي لنبذ التطرف والتكفير والعنف والإرهاب والتعبير عن التضامن مع كافة الدول المستهدفة بالإرهاب .</p>	<p>3- توظيف الإعلام العربي وتكنولوجيا الاتصال لمواجهة التطرف والتصدي لظاهرة الإرهاب، وتشجيع الإعلاميين ومؤسسات الإعلام بالوطن العربي على نشر قيم التسامح والاعتدال ونبذ العنف.</p>
<p>3.2 إعتداد توجه إعلامي يرتقي بالخطاب الديني وبالتعاليم والقيم الأصيلة للدين الإسلامي المعتدل والمتسامح والمنفتح على الحضارات والثقافات الأخرى.</p>	
<p>3.3 تكثيف الجهود والإمكانات العربية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التكنولوجية الإعلامية العربية وتوظيفها لحماية وتحصين المواطن العربي، خاصة الشباب، من الوقوع في شرك التطرف والعنف والإرهاب.</p>	
<p>4.1 تشجيع اهتمام الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية العربية بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان العربية.</p>	<p>4- تبني مضامين الخريطة الاعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030 للنهوض بالإعلام العربي التنموي الاقتصادي والاجتماعي وإبراز القوة الإنتاجية والفرص الاستثمارية فيما بين الأقطار العربية بما يحقق تكاملها.</p>
<p>4.2 إظهار الإمكانات الإنتاجية والطبيعية والبشرية للدول العربية وتطويرها ودعم الاستثمار العربي المشترك والنهوض بالسياحة العربية .</p>	

الأهداف الفرعية	الأهداف العامة
4.3 دعم تنفيذ الاستراتيجيات العربية الإعلامية التنموية الاقتصادية والاجتماعية.	
5.1 مواكبة الأداء الإعلامي العربي لنظيره العالمي، باعتماد مقاربات ومضامين إعلامية متجددة ومبتكرة.	5- تشجيع الجودة والتميز المهني في الأداء الإعلامي العربي الشامل، مع تحفيز المؤسسات الإعلامية للاستثمار أكثر في التطوير والابتكار المواكب للعصر.
5.2 تعزيز المهارات والقدرات المهنية للإعلاميين العرب لمتابعة مقتضيات المرحلة الراهنة.	
5.3 تشجيع البحث العلمي العربي في مجال الإعلام وتطوير مناهج الرصد الإعلامي للممارسات والمضامين الإعلامية العربية بهدف الارتقاء بها.	

سادسا : مستويات التدخل وفئات الإجراءات لدعم الأداء الإعلامي العربي

الإجراءات والعمليات المقترحة لتنفيذ الاستراتيجية الاعلامية العربية على النحو التالي :

فئات الإجراءات لدعم الأداء الإعلامي العربي (التوصيف)	مستويات التدخل (الإطار)
<ul style="list-style-type: none"> القرار المؤسسي : إعتقاد الإستراتيجية من قبل مجلس وزراء الاعلام العرب. الدعم والمساندة : توفير الإمكانيات الضرورية لتحقيق أهداف الإستراتيجية وتنفيذ خطة عملها 	<p>مستوى سياسي : يتعلق باعتماد الاستراتيجية وتنفيذ متابعتها</p>
<ul style="list-style-type: none"> التخطيط الإعلامي: تشجيع المؤسسات الإعلامية العربية على تبني خطط عمل لمضامين الإستراتيجية. 	<p>مستوى تنظيمي : يخص تفاعل مسؤولي المؤسسات الإعلامية العربية مع مضمون الإستراتيجية ميدانياً .</p>
<ul style="list-style-type: none"> الإشراك: تشجيع انخراط كل الفاعلين الإعلاميين وتوسيع مشاركتهم في تنفيذ الإستراتيجية كل حسب وضعه. 	
<ul style="list-style-type: none"> التعاون والتنسيق: تيسير العمل المشترك وتشجيع لقاءات المسؤولين الإعلاميين العرب. 	
<ul style="list-style-type: none"> هيكلية الأخبار: تضامن العربي الشامل. خطاب المناصره تجويد العرض: الثقافي والحضاري العربي، وتوسيع مجال الشراكة مع الإعلام الغربي. تنويع المواد الإعلامية وملاءمتها : حسب المجال الاعلامي (إذاعة، تلفزة، صحافة مكتوبة وإلكترونية، مواقع وتواصل اجتماعي). 	<p>مستوى إنتاجي : يرتبط بطبيعة الأخبار والمضامين الإعلامية التي تقوم عليها الإستراتيجية.</p>

فئات الإجراءات لدعم الأداء الإعلامي العربي (التوصيف)	مستويات التدخل (الإطار)
<ul style="list-style-type: none"> • <u>التأهيل</u>: تدريب الإعلاميين حسب أهداف وإجراءات الإستراتيجية. • <u>التطوير</u>: تميمين المبادرات ودعم جانب الابتكار والتجديد وتفاذي التقليد. • <u>المتابعة والتقويم</u>: قياس فعالية الإستراتيجية وكذلك أداء الإعلام العربي من خلال نماذج مختلفة (عبر لقاءات، بحوث...). 	<p>مستوى مهني- تأهيلي : يتعلق بجودة الأداء المهني وتحسين المهارات التقنية للإعلاميين وتطوير المقاربات الإعلامية العربية.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • <u>الترويج</u>: حشد الدعم الإعلامي للإستراتيجية ومضامينها. • <u>التعبئة</u>: خلق فرص النقاش والتشاور حول الإستراتيجية وأفاق الإعلام العربي بين مختلف الفاعلين السياسيين والإعلاميين والمنتجين والأكاديميين، وتقريب المسافات بينهم. • <u>التحفيز</u>: خلق فرص ووضع آليات لتتمين المجهود والاعتراف بالتميز في أداء الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية تحقيقاً لأهداف الإستراتيجية والنهوض بالممارسة الإعلامية العربية. 	<p>مستوى تواصلية : يتعلق بتسليط الضوء على الإستراتيجية والترويج لها ولأهدافها</p>

سابعا : الإطار الزمني لتفعيل الإستراتيجية

سيتم تنفيذ الاستراتيجية على مدى خمس سنوات 2017-2021

ثامناً : تقييم الاستراتيجية :

تقويم ومراجعة أداء الاستراتيجية بعد ثلاث سنوات من تطبيقها يصبح أمراً ذا أهمية قصوى للوقوف على العقبات التي تعترضها ولمعرفة ما تحقق وما لم يتحقق وأسباب ذلك..ويتم تكليف الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب للعمل على متابعة تنفيذها .

تاسعاً : المستهدفون من الاستراتيجية :

المؤسسات الإعلامية والمنظمات العربية المدعوة للانخراط في الإستراتيجية	المستهدفون من الإستراتيجية
<ul style="list-style-type: none"> • وزارات الإعلام والاتصال العربية . • اللجنة الدائمة للإعلام العربي . • اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني . • الهيئات والمنظمات التابعة لجامعة الدول العربية . • اتحاد إذاعات الدول العربية . • هيئات الإذاعة والتلفزة الحكومية والخاصة بالدول العربية . 	<ul style="list-style-type: none"> • رؤساء وأطر الهيئات والمنظمات العربية العاملة في اطار مجلس وزراء الاعلام العرب . • مديرو التحرير والإنتاج بهيئات الإذاعة والتلفزة الحكومية بالدول العربية . • مديرو التحرير والإنتاج بهيئات الإذاعة والتلفزة العربية الخاصة الوطنية والدولية . • القائمون على شركات الإنتاج الإعلامي بالوطن العربي . • مديرو التحرير والإنتاج بوكالات الأخبار العربية .

<p>المؤسسات الإعلامية والمنظمات العربية المدعوة للاخراط في الإستراتيجية</p>	<p>المستهدفون من الإستراتيجية</p>
<ul style="list-style-type: none"> • اتحاد وكالات الأنباء العربية. • نقابة الصحفيين العرب. • كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي. • مكاتب الإعلام التابعة للتمثليات الدبلوماسية العربية عبر العالم. • شركات الإنتاج الإعلامي بالوطن العربي. • جمعيات وروابط الباحثين العرب في مجال الإعلام. 	<ul style="list-style-type: none"> • مديرو النشر والتحرير في الصحف الورقية والإلكترونية والمواقع العربية. • الصحفيون المحترفون العرب، جميع المنابر والمؤسسات والتخصصات الإعلامية. • الصحفيون المتدربون العرب. • المدونون العرب. • أساتذة وطلبة الإعلام بالوطن العربي. • الرأي العام العربي. • النخب والإعلام العالمي . • الرأي العام الدولي .

عاشرًا : خطة العمل الإعلامية : البرامج التنفيذية للإستراتيجية وفق أهدافها العامة والفرعية :

الهدف العام الأول :

التأكيد على مركزية القضية الفلسطينية بالنسبة للامة العربية وعلى الهوية العربية للقدس الشرقية المحتلة عاصمة لدولة فلسطين .

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
1.1. الدعم الشامل للقضية الفلسطينية في جميع الإنتاجات والمضامين الإعلامية العربية بمختلف منابرها.	تخصيص حيز في الأخبار والمواد الإعلامية الأخرى لمستجدات القضية الفلسطينية في كل وسائل الإعلام العربية.	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	ترسيخ مبدأ «دولة فلسطين»	استمرارية المبدأ	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
	التغطية الإعلامية ليوم الأرض الفلسطيني (30 مارس) : التاريخ والحاضر والمستقبل.	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	فلسطين في البال	عدد المواد وتنوع مواضيعها	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تشجيع التغطية الإعلامية من داخل فلسطين عن طريق العمل مع إعلاميين فلسطينيين	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي -الشعب الفلسطيني	الحصار الإعلامي نفكه من الداخل	عدد الإعلاميين وعدد المراسلات	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي
1.2 حشد الرأي، العربي والدولي، لدعم التحركات العربية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي والترويج الإعلامي لمبادرات السلام العربية.	إنجاز تقارير إعلامية دورية خاصة بتحركات الدول عربية في مواجهة الاحتلال الاسرائيلي	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	الحكومات العربية تدعم القضية الفلسطينية	عدد التقارير حسب وسائل الإعلام المختلفة	-الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
	وضع دليل يحدد منهجية عمل الإعلاميين في حشد الدعم للقضايا العربية، والتضامن مع فلسطين وسوريا ولبنان في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي	-الإعلاميون العرب -رؤساء التحرير -الصحفيون الشباب	الدعم الاعلامي للقضية الفلسطينية	إنجاز الدليل والتدريب عليه والعمل به.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -قطاع فلسطين والأراضي العربية المحتلة

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	إنتاج مواد إعلامية متنوعة حول مبادرات السلام العربية، والتوسع في بثها ونشرها.	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	السلام العادل	عدد الأشرطة والمواد الإعلامية وتنوع مواضيعها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -قطاع فلسطين والأراضي العربية المحتلة
الاستفادة من الشخصيات والنخب العربية المتخصصة في الدول الأوروبية والأمريكية والآسيوية، والأفريقية، لشرح المواقف العربية تجاه سياسة إسرائيل، وتغطيتها إعلاميا.	-الإعلام والرأي العام الدولي.	الحوار الفكري النخبوي	عدد ونوعية الحاضرين، وطبيعة المواضيع.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
1.3 فضح الممارسات والانتهاكات الإسرائيلية لتهويد القدس واستباحة الأقصى والتأكيد المستمر على رمزيتهما بالنسبة للشعوب العربية والاسلامية	إنتاج أشرطة ومواد إعلامية متنوعة حول سياسة الاستيطان الإسرائيلية وتهويد القدس وإبراز مقاومة الفلسطينيين تجاهها.	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	سياسة الاستيطان والتواطؤ معها جريمة	عدد الأشرطة والمواد الإعلامية وتنوع زواياها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب
تنظيم «المنتدى الإعلامي العربي المناصر للقدس والأقصى».	-الإعلاميون العرب -رؤساء التحرير العرب -الصحفيون، رؤساء الاذاعات ومحطات التلفزة	لنواصل المشاورات ولنحسن الإنتاج.	إقامة المنتدى عدد المشاركين. قيمة الأنشطة.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -قطاع فلسطين والأراضي العربية المحتلة	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تنظيم معرض متنقل للصور الصحفية عن معاناة المقدسيين والفلسطينيين عموماً، في العواصم والمدن العربية والأوروبية والأمريكية والآسيوية والأفريقية.	-المواطن العربي -الرأي العام الدولي	المعاناة عنوان للصمود والمقاومة	عدد المعارض، عدد المدن والدول، عدد الزوار	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -البعثات الدبلوماسية العربية -قطاع فلسطين والأراضي العربية المحتلة

الهدف العام الثاني :

الارتقاء بالشخصية العربية وثقافتها المتعددة وحضارتها العريقة، لتعزيز الصورة الإيجابية للشعوب العربية والاسلامية في وسائل الإعلام المختلفة ولدى الرأي العام داخل وخارج الوطن العربي.

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
2.1. التوسع النوعي في الإنتاجات و الإعلامية الفنية السينمائية المشتركة حول الشخصية والثقافة والحضارة العربية ودعمها.	حث وتشجيع منتجي التلفزة والسينما العرب لإنتاج أعمال ترتقي بالشخصية والثقافة والحضارة العربية.	-مديرو هيئات التلفزة العربية. -منتجون عرب وأجانب.	لتنافس على الإنتاج بحرفية وشفافية	-عدد الأشرطة. -نوعية المواضيع. -تفاعل الرأي العام.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الإمانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية - هيئات الإذاعة والتلفزة العربية
إعداد مواد إعلامية مشتركة حول الشخصية والثقافة والحضارة العربية، والترويج لها		-الرأي العام العالمي - المواطن العربي	مرآة أوطان وأمة واحدة	عدد المواد الإعلامية والتفاعل معها.	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تنظيم زيارات دورية للإعلاميين العرب (الشباب) بين مختلف الأقطار العربية للوقوف على الرصيد الثقافي والحضاري العربي في الوطن العربي	-رؤساء التحرير. الإعلاميون العرب -رؤساء محطات الاذاعة والتلفزة	التعرف على الرصيد الثقافي والحضاري	عدد الزيارات، مواضيعها، والإنتاج بشأنها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
إدراج مادة الحضارة والفنون العربية في برامج تأهيل وتدريب الإعلاميين بالكليات والمعاهد الإعلامية.	-طلاب كليات ومعاهد الاعلام العربية	التربية على الحضارة والفن العربي دعامة للهوية العربية	عدد المؤسسات المطبقة للإجراء	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -وزارات التعليم العالي العربية -عمداء ومدبرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
2.2. التصدي لأي تشويه لصورة العرب والمسلمين دوليا بالاستثمار في أحدث التقنيات الإعلامية لمخاطبة العالم بلغاته، مع كسب تأييد الرأي العام العالمي لقضايا الأمة العربية.	تكليف بعثات جامعة الدول العربية ومجالس السفراء العرب لتوضيح الحقائق ومواجهة الشائعات والأخبار المضللة والمغرضة في العواصم العالمية	-رؤساء البعثات الدبلوماسية العربية وبعثات الجامعة ومجالس السفراء العرب	الاستثمار في المؤسسات الإعلامية	تعميم رسالة التكليف. عدد التدخلات ومواضيعها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
دعم إنشاء نوادي رؤساء المكاتب الإعلامية والملحقين الإعلاميين بالسفارات وبعثات جامعة الدول العربية	دعم إنشاء نوادي رؤساء المكاتب الإعلامية والملحقين الإعلاميين بالسفارات وبعثات جامعة الدول العربية	-الملحقون الإعلاميين بالسفارات العربية، وبعثات جامعة الدول العربية	وحدة الصف الإعلامي الخارجي	النادي. برنامج، نوعية نشاطه.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -البعثات الدبلوماسية العربية بالخارج

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تنسيق الرد الإعلامي الفوري ببلاغات وتصريحات رسمية وشعبية على كل استفزاز دولي يستحق ذلك، والتوسع في تداوله عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	-الرأي العام العالمي. -الرأي العام العربي	رفع صوت الوطن العربي في كل مناسبة تستحق ذلك	عدد المواقع المعلنه، طبيعتها وتداولها الإعلامي.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
تنظيم زيارات دورية للإعلاميين الأجانب في مختلف الأقطار العربية للوقوف على بعض الحقائق وعلى الثقافة العربية والاسلامية .	-وسائل الإعلام والرأي العام الدولي.	العالم العربي بعيون منصفة	عدد الزيارات، المواقع، طبيعة الإنتاج الإعلامي حولها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -البعثات الدبلوماسية العربية بالخارج	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
2.3. تشجيع التبادل بين الإعلام العربي والإعلام الدولي بما يساهم في فتح نوافذ جديدة للإعلاميين والنخب العربية لمخاطبة الرأي العام العالمي.	تنظيم «منتدى الحوار الإعلامي العربي الدولي» من خلال خطة التحرك الاعلامي لاستكشاف سبل التعاون المتاحة.	-الإعلاميون الدوليون. -الإعلاميون العرب	المناظرات المتخصصة المهنية.	عقد المنتدى. المشاركون، مضامينه وتوصياته	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية -البعثات الدبلوماسية العربية بالخارج
الاستفادة من اتفاقيات التعاون والشراكة المبرمة بين وزارات الإعلام والاتصال العربية ونظيراتها العالمية للولوج إلى الرأي العام العالمي.	- مجلس وزراء الإعلام العرب -وزارات الاعلام	مخاطبة الرأي العام العالمي.	عدد وطبيعة الأنشطة المحققة ضمن هذه الاتفاقيات	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تفعيل ميثاق الشرف الاعلامي العربي لدعم صيغ اتفاقيات التعاون والشراكة بين الإعلام العربي والدولي على أساس مبادئ وأهداف الاستراتيجية الإعلامية العربية.	-مجلس وزراء الإعلام العرب. -وزارات الاعلام	توحيد خطاب الشراكة ودعم الاستراتيجية	تقديم مشروع الميثاق، المصادقة عليه وتبنيه	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب

الهدف العام الثالث :

توظيف الإعلام العربي وتكنولوجيا الاتصال لمواجهة التطرف والتصدي لظاهرة الإرهاب، وتشجيع الإعلاميين ومؤسسات الإعلام بالوطن العربي على نشر قيم التسامح والاعتدال ونبذ العنف.

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
3.1. توحيد الخطاب الإعلامي العربي لنبذ التطرف والتكفير والعنف والإرهاب والتعبير عن التضامن مع كافة الدول المستهدفة بالارهاب	العمل مع الهيئات العربية للإذاعة والتلفزة ووكالات الأنباء العربية، المتخصصة في متابعة قضايا التطرف والتكفير والعنف والإرهاب.	-هيئات الإذاعة والتلفزة ووكالات الأنباء العربية	الخطاب الديني	تحديد المهام	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب - مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
إعداد قوائم مشتركة للمواقع الإعلامية التواصلية التكفيرية والإرهابية والمشبوهة والتنسيق في رصدتها وفحص خطابها، وتهيئ الرد عليها.	-مجلسي وزراء الداخلية والإعلام العرب. -هيئات التحرير.	التعرف على اساليب العمل الاعلامية للجماعات الارهابية	وجود القوائم وإتاحتها والعمل بها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب - مجلس وزراء الداخلية العرب	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	اعداد دليل مهني دقيق للإعلاميين العرب لدعمهم وتوجيههم في الحرب على التطرف والتكفير والعنف والإرهاب.	-الإعلاميون المهنيون	تعزيز القدرات المهنية	إنجاز الدليل والتدريب عليه والعمل به.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب
	إطلاق حملات للتضامن مع الأقطار العربية المستهدفة بالعنف والإرهاب وتوسيع نطاقها الإعلامي على جميع منصات التواصل الاجتماعي.	-الرأي العام العربي -الرأي العام العالمي	كلنا وطن واحد ضد الإرهاب كيف ما كانت طبيعته	مناسبات الحملات وطريقة إدارتها إعلامياً	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب - مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
3.2 اعتماد توجه إعلامي يرتقي بالخطاب الديني وبالتعاليم الأصيلة للدين الاسلامي المعتدل والمتسامح والمفتوح على الحضارات والثقافات الأخرى	تنظيم لقاءات لعلماء الدين والدعاة باستخدام التكنولوجيا الحديثة بهدف تملك لغة الإعلام وتقنية مخاطبة الشباب العربي والرأي العام العالمي من خلالها.	-علماء الدين والدعاة	خطاب ملائم وعصري يقوي الفعالية	عدد اللقاءات، مواضيعها، المشاركون فيها وتطبيقهم لنتائجها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني
وضع مرجع شامل وعملي يصوغ بوضوح تعاليم الإسلام المعتدل والمتسامح والمفتوح وترجمته إلى لغات عالمية يستهدف الدعاة والإعلاميين العرب والمسلمين.		-الدعاة والإعلاميون	الحديث عن التعاليم الدينية بتعبير ملموس يصدر عن الجميع.	إنجاز المرجع، توزيعه والعمل به.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -المؤسسات الدينية المرجعية المعتمدة في الوطن العربي

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	إمداد الإعلاميين في الأقطار العربية بسجل العلماء والنخب والدعاة الدينيين المتفachten يضم تخصصاتهم ووسائل الاتصال بهم.	-هيئات تحرير الإعلام العربي.	تقريب المصادر ذات المصداقية من الإعلامي وتيسير الاتصال بها.	إنجاز السجل، توزيعه والعمل به	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -المؤسسات الدينية المرجعية المعتمدة في الوطن العربي
3.3 تكثيف الجهود والإمكانيات العربية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التكنولوجية الإعلامية العربية وتوظيفها لحماية وتحصين المواطن العربي، خاصة الشباب، من الوقوع في شرك التطرف والعنف والإرهاب.	تبنى وتنفيذ وتقييم توصيات اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني، وعشرية التنمية التشاركية للإعلام والاتصالات في المنطقة العربية (2009-2018).	-جميع مجالس الوزراء في جامعة الدول العربية. -جميع هيئات الإعلام العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات والخطط المنجزة	اطلاع الاستراتيجيات والخطط من قبل المؤسسات المعنية	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تبني وتنفيذ وتقييم برامج الخطة المرحلية للإستراتيجية الإعلامية العربية المشتركة لمكافحة الإرهاب.	-المجالس الوزارية المتخصصة بجامعة الدول العربية -هيئات الإعلام العربي. -المجتمع المدني -الرأي العام العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات والخطط المنجزة	اطلاع وتملك الاستراتيجيات والخطط من قبل المعنيين، والانخراط فيها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.
	إعداد دليل استرشادي للدعاة والاعلاميين باليات توعية الشباب في استخدام آليات التواصل الإلكتروني بأمان وبشكل مفيد، والترويج له إعلاميا.	-الدعاة العرب -الإعلاميون -الرأي العام العربي	تعزيز العمل مع الشباب	إنجاز الدليل، والتدريب عليه، والعمل به	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	إنتاج برامج تلفزيونية وإذاعية بالأقطار العربية تعنى بالتربية على آليات التواصل الإلكتروني وسبل الحماية الذاتية من استخداماتها الهدامة والمعرضة.	-المجالس الوزارية المتخصصة ، -هيئات الإعلام العربي.	تحصين الناشئة بالتربية	عدد البرامج والمواد الإعلامية، مواضيعها والتفاعل معها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني -هيئات الإذاعة والتلفزة العربية -الهيئات الإعلامية المراقب في مجلس وزراء الإعلام العرب
	تنظيم لقاءات دورية لعلماء الدين والشباب العربي والمسلم المغترب (أجيال الهجرة) حول موضوع «آليات وشبكات التواصل الإلكتروني والتعاليم والقيم العربية والإسلامية».	-علماء الدين والخبراء العرب. -الإعلاميون والرأي العام العربي والمغتربين العرب	التواصل المستمر مع الشباب من خلال الإعلام	عدد اللقاءات، مواضيعها المشاركون فيها والمتفاعلون معها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني

الهدف العام الرابع :

تبنى مضامين الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030 للنهوض بالإعلام العربي التنموي الاقتصادي والاجتماعي وإبراز القوة الإنتاجية والفرص الاستثمارية فيما بين الأقطار العربية بما يحقق تكاملها.

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
4.1 تشجيع المؤسسات الإعلامية العربية للاهتمام بقضايا التنمية الشاملة الاقتصادية والاجتماعية في البلدان العربية.	دعم وسائل الإعلام العربية للاهتمام بقضايا التنمية الشاملة بالوطن العربي.	- مجلس وزراء الإعلام العرب،	الاستثمار في قضايا التنمية المستدامة	طبيعة وحجم الاهتمام ومجالاته	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.
4.2 إظهار الإمكانيات الإنتاجية والطبيعية والبشرية للدول العربية وتطويرها ودعم الاستثمار العربي المشترك والنهوض بالسياحة العربية .	إنتاج أشرطة تلفزيونية وثائقية تعنى بالرصيد الإنتاجي الطبيعي والبشري في كل قطر عربي وتبادل بثها وترجمتها.	-هيئات الإعلام العربي. - دور الإنتاج العربية. - الرأي العام العربي والدولي. -المستثمرون العرب والأجانب.	الوطن العربي... رصيد وموارد لا تنضب.	عدد الأشرطة، مواضيعها، عرضها والتفاعل معها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -هيئات التلفزة العربية

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	التوسع في البرامج الإذاعية ومواد الصحافة المكتوبة والإلكترونية العربية المتخصصة في المجالات الاقتصادية والاستثمارية.	- هيئات الإعلام العربي. - دور الإنتاج العربية. - الرأي العام العربي والدولي. المستثمرون العرب والأجانب.	الوطن العربي... رصيد وموارد لا تنضب.	عدد البرامج والمواد، مواضيعها، بثها ونشرها وتداولها والتفاعل معها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب -هيئات الإذاعة والتلفزة العربية
	استخدام منصات الإعلام والتواصل الاجتماعي للترويج والتحفيز على الاستثمار في المشاريع السياحية في الأقطار العربية.	- الرأي العام العربي والدولي. -المستثمرون العرب والأجانب.	الوطن العربي... رصيد وموارد لا تنضب.	عدد المنصات، طبيعة المواضيع، عدد الزوار وتفاعلهم.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب - هيئات التلفزة العربية والإعلام الإلكتروني العربية

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
4.3. دعم تنفيذ الاستراتيجيات العربية الإعلامية التنموية الاقتصادية والاجتماعية.	تبني وتنفيذ وتقييم مقتضيات الخريطة الإعلامية العربية للتنمية المستدامة 2030 وإعداد منصة إعلامية ترصد جهود الدول العربية	- مجالس الوزراء المعنية في جامعة الدول العربية - هيئات الإعلام العربي. - المجتمع المدني العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات التنموية والخطط المنجزة	اطلاع وتملك الاستراتيجيات والخطط التنموية من قبل المعنيين، والانخراط فيها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.
	تبني وتنفيذ وتقييم برامج «الإستراتيجية العربية للإعلام في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقضايا العمل».	- المجالس الوزارية المتخصصة في جامعة الدول العربية. - هيئات الإعلام العربي. -أطراف الإنتاج الثلاثة. -المجتمع المدني والرأي العام العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات والخطط المنجزة	اطلاع وتملك الاستراتيجيات والخطط من قبل المعنيين، والانخراط فيها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -قطاع الشؤون الاجتماعية

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	تبني وتنفيذ وتقييم برامج «الإستراتيجية الإعلامية للمرأة العربية لما بعد 2015 .	-المجالس الوزارية المتخصصة في جامعة الدول العربية. -هيئات الإعلام العربي. -المجتمع المدني والرأي العام العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات والخطط المنجزة	اطلاع وتملك الاستراتيجيات والخطط من قبل المعنيين، والانخراط فيها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -قطاع الشؤون الاجتماعيه
	تبني وتنفيذ وتقييم برامج «الخطة الإعلامية العربية للأشخاص ذوي الإعاقة».	-المجالس الوزارية المتخصصة في جامعة الدول العربية. -هيئات الإعلام العربي. -المجتمع المدني والرأي العام العربي.	إشراك الجميع في تنفيذ برامج الاستراتيجيات والخطط المنجزة	اطلاع وتملك الاستراتيجيات والخطط من قبل المعنيين، والانخراط فيها.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.

الهدف العام الخامس :

تشجيع الجودة والتميز المهني في الأداء الإعلامي العربي الشامل، مع تحفيز المؤسسات الإعلامية للاستثمار أكثر في مجال التطوير والابتكار المواكب للعصر

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
5.1 مواكبة الاداء الإعلامي العربي لنظيره العالمي، باعتماد مقاربات ومضامين إعلامية متجددة ومبتكرة،	إرفاق لمسات ثقافية وفنية وحضارية ب مواد وبرامج الترفيه التي ينتجها الإعلام العربي بكل أنواعه.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. - رؤساء التحرير. الإعلاميون.	استخدام الثقافة والفنون لارسال رسائل اعلامية ايجابية	عدد المواد والبرامج المستجيبة للمطلب.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.
اعتماد مقاربات إعلامية قائمة على الحقوق الإنسانية والنوع الاجتماعي.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. -رؤساء التحرير. الإعلاميون	مقاربة إنسانية تنطوي على مهنية عالية : لكل ذي حق حقه.	درجة الوعي بالمقاربة واعتمادها في سياسات الإنتاج والتحرير الإعلامي.		

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	توسيع مهمة «المسؤول الإعلامي» داخل مختلف الهيئات الإعلامية العربية للتعبير عن صوت الجمهور العربي.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية.	الجمهور العربي حاضر حتى داخل الهيئات الإعلامية	تسمية «المسؤول» من بين الصحفيين الأكثر تجربة ويحظون بالثقة لدى زملائهم.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
	ملاءمة مختلف جوائز الإعلام العربي مع أهداف الاستراتيجية الإعلامية العربية.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية.	تكريم الهيئات والشخصيات الاعلامية الرائدة في يوم الإعلام العربي	ملاءمة قواعد المسابقات الإعلامية	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -مسؤولو المهرجانات والجوائز الإعلامية العربية -اتحاد إذاعات الدول العربية

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	العناية الفعلية، في تحضير المادة الإعلامية وشبكات البرامج وخطوط التحرير، بما يرد في وسائل الإعلام الاجتماعي من آراء وتطلعات الجمهور العربي ومجتمعه المدني بخصوص وسائل إعلامه.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. - رؤساء التحرير. الإعلاميون	الإعلام الاجتماعي شريك في بث الرسائل الإعلامية	أدوات الهيئات الإعلامية في تعاملها مع الشبكات الاجتماعية والمجتمع المدني.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
التأكيد على الاحتفال بيوم الإعلام العربي (21 أبريل من كل سنة) بأنشطة مبدعة تفتح وسائل الإعلام أمام مبادرات الجمهور العربي بجميع فئاته.	-اللجنة العربية الدائمة للإعلام. وزراء الإعلام العرب. مسؤولو الهيئات المنابر الإعلامية العربية. -رؤساء التحرير. الإعلاميون المهنيون والمتدربون.	فئات الجمهور العربي تملك وتقيم إعلامها دوريا	درجة التجاوب مع المطلوب. عدد ونوعية الأنشطة خلال اليوم. التفاعل الشعبي مع المبادرة.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
5.2 تعزيز المهارات والقدرات المهنية للإعلاميين العرب لمتابعة مقتضيات المرحلة الراهنة	تشجيع وتحفيز الإعلاميين العرب المتميزين بالخارج بنقل تجاربهم إلى الهيئات الإعلامية بمختلف الأقطار العربية.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. - رؤساء التحرير. الإعلاميون المهنيون والمتدربون.	تعزيز دور الإعلام المهني المسؤول	عدد الدورات، مواضيعها، نوعية المتدربين عدد المشاركين فيها. أثرها الإعلامي.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب.
	تنظيم بالشراكة مع هيئات الإعلام الدولي الكبرى زيارات دورية للصحفيين ولرؤساء التحرير والإنتاج العرب للانفتاح على التجارب العالمية.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. - رؤساء التحرير. -الإعلاميون.	الاستفادة من التجارب الدولية .	عدد الزيارات، أهدافها، المواقع، عدد المشاركين فيها. أثرها الإعلامي.	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية
	وضع برنامج سنوي للتدريب المستمر للإعلاميين في كل قطر عربي، تحت إشراف وزارات الإعلام وجامعة الدول العربية. واتحاد اذاعات الدول العربية	-مسؤولو الهيئات والمنابر الإعلامية العربية. -رؤساء التحرير. الإعلاميون	تحويل الهواية الإعلامية إلى عمل حرفي جاد واعي ومسؤول.	عدد الدورات، مواضيعها، نوعية المتدربين عدد المشاركين فيها. أثرها الإعلامي	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
5.3 تشجيع البحث العلمي العربي في مجال الإعلام وتطوير الرصد الإعلامي للممارسات والمضامين الإعلامية العربية بهدف الارتقاء بها	تخصص على مستوى الدراسات العليا مادة في «الإعلام والعالم العربي» في كليات ومعاهد التعليم العالي الإعلامي.	-عمداء ومديرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي. -طلاب وطالبات الإعلام.	العالم العربي فضاء نشاع ومركب يشكل تخصصا جامعيًا قائما بذاته.	الاستجابة للمشروع وتنفيذه.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -وزارات التعليم العالي العربية -عمداء ومديرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي
إنشاء «المرصد العربي للتطوير الإعلامي» لضبط مكانة محتويات وممارسات الإعلام العربي في منظومة الإعلام العالمية.	- وزارات الاعلام العربية. مسؤولو الهيئات والمؤسسات والمنابر الإعلامية العربية المختلفة.	الدراسات الدورية والرصد المستمر من أنجح سبل التحكم في الأداء الإعلامي العربي.	الاستجابة للمشروع وانطلاق نشاطه.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام العربي -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -وزارات التعليم العالي العربية -عمداء ومديرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي -مسؤولو الهيئات والمؤسسات والمنابر الإعلامية العربية المختلفة	

الأهداف الفرعية	الإجراء العملي	المستهدفون	الخطاب	مؤشر الأداء	الجهات المعنية بمتابعة التنفيذ
	إنشاء خدمات التعليم الإعلامي عن بعد (عبر الإنترنت) في كليات ومعاهد التعليم العالي الإعلامي بالدول العربية.	-عمداء ومديرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي. -طلاب وطالبات الجامعة من مختلف التخصصات. -الهيئات والمؤسسات والمنابر الإعلامية العربية المختلفة. -الإعلاميون المهنيون والمتدربون.	تيسير الحق في التعليم الأكاديمي الإعلامي لمن لم يلتحقون به.	الاستجابة للمشروع وتنفيذه.	-مجلس وزراء الإعلام العرب -المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الإعلام -اللجنة الدائمة للإعلام العربي -الامانة الفنية لمجلس وزراء الاعلام العرب. -وزارات التعليم العالي العربية -عمداء ومديرو وأساتذة كليات ومعاهد الإعلام بالوطن العربي

حادي عشر : النتائج المتوقعة تحقيقها من الاستراتيجية :

إن نجاح العمل الاعلامي يتطلب العمل مع المؤسسات الاقليمية والدولية المثيلة ذات الإهتمام المشترك . وفي هذا الصدد، تهدف الاستراتيجية العربية للاعلام، من خلال التعاون الوثيق مع الهيئات الاعلامية ومجالس الوزراء المتخصصة وبعثات الجامعة، إلى تحقيق ما يلي :

1. بناء ثقة متجددة للجمهور العربي، في كل بقاع العالم، في الهيئات الإعلامية العربية كمصدر للمعلومة والخبر، وتجاوز الصور النمطية (القاتمة) التي تلازمها.
2. تعزيز وضع الامانة العامة لجامعة الدول العربية كمنصة اعلامية تعمل على المستوى الاقليمي والدولي.
3. ملائمة الأداء الإعلامي العربي لتوقعات وتطلعات الجمهور العربي ليرتقي بذوقه وبشخصيته وينصر قضاياه ويسهم في تحسين الرفاه الاجتماعي له .
4. توفير بيئة ومكانة تنافسية مشجعة للإعلام العربي أمام منافسه العالمي.
5. خلق حركة جديدة للإعلام العربي فيما يتعلق بأدائه الخارجي ومخاطبته للجمهور الأجنبي.
6. تنشئة المواطن العربي على ثقافة إعلامية عربية قوامها الإلتزام والمسؤولية المهنية والأخلاقية.

التعريفات الاستراتيجية :

الإعلام : هو مجموعة من قنوات الاتصال المُستخدمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات، ويُعرف الإعلام بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير.

الاستراتيجية : هي المنهجية التي تختارها المؤسسة لوضع أهداف مُحددة وتحقيقها. وهي بمثابة إعلان عن النهج الذي ستعتمده المؤسسة في إنجاز مهامها .

الاستراتيجية الإعلامية : هي الخطة التي ترشد المؤسسة وهي بمثابة خارطة طريق للتفاعل مع الإعلام.

الهدف الاستراتيجي العام : وهو تحديد الاولوية الاساسية للاستراتيجية التي هي بؤرة تركيز طاقات العاملين على تنفيذها .

الاهداف الاستراتيجية الفرعية : هي التي تنبثق من الهدف الاستراتيجي العام وتصب في مجالا أكثر تحديداً .

الرؤية : هي المفهوم العام الذي تنطلق منه الاستراتيجية في تعريف مفرداتها وهي تمثل تصورا لما نأمل ان يتحقق على ارض الواقع .

المجالات : هي النطاقات التي تنطلق فيها المؤسسة وتغطي معظم أنشطتها .

الأمانة العامة لجامعة الدول العربية
قطاع الإعلام والاتصال

تليفون: 0020225752966

0020225750511

فاكس: 0020225740331

0020225761017



leagueofarabstates.net



twitter.com/arableague_gs



facebook.com/arableague



[youtube.com /leagueofarabstates](https://youtube.com/leagueofarabstates)



[flickr.com /leagueofarabstates](https://flickr.com/leagueofarabstates)