

الصحافة والإعلام فف السفاسات الفنموفة للءولة  
ورقة مرعبة فف ضوء مخطط الفنمفة 2030-2026

فونس - ءوفلفة 2026

## فهرس المحتويات

### ملخص تنفيذي

#### مقدمة

#### الجزء الأول: السياق الاستراتيجي - الإعلام في قلب معادلة السيادة

الإعلام في زمن الاضطراب الجيوسياسي: من رافعة للتنمية إلى ركيزة للسيادة

تراجع الثقة في الإعلام وصعود فاعلين غير خاضعين للمساءلة

الذكاء الاصطناعي التوليدي وإعادة تشكيل الرأي العام

الفضاءات الوطنية ساحة للتدخلات الرقمية الأجنبية والحرب المعلوماتية

الإعلام والسيادة المعرفية

السيادة الإعلامية: المفهوم المركزي للورقة

#### الجزء الثاني: المرجعيات الدولية - الإعلام ركيزة للتنمية المستدامة

الصحافة والإعلام في أهداف التنمية المستدامة: ركيزة للحوكمة والتنمية

الإعلام رافعة للتنمية لا مجرد قطاع

الهدف السادس عشر: الاعتراف الصريح بدور الإعلام

الإعلام والحوكمة الرشيدة

الإعلام والتعليم

الإعلام والصحة

الإعلام والمساواة بين الجنسين

الإعلام والاقتصاد الإبداعي

الإعلام والتحول الرقمي

الإعلام والعمل المناخي

الإعلام ومكافحة الفقر وعدم المساواة

رؤية اليونسكو: الإعلام شرطٌ لمجتمعات المعرفة

#### الجزء الثالث: الحالة التونسية والسياسة المقترحة

الحالة التونسية: قطاع غائب عن التخطيط في مجتمع رقمي بامتياز

السياسة الأفقية المقترحة: اثنا عشر محوراً تنفيذياً

المحور الأول: الاعتراف بقطاع الصحافة والإعلام كقطاع تنموي واستراتيجي

المحور الثاني: تطوير الاقتصاد الإعلامي وضمان استدامة المؤسسات الإعلامية

المحور الثالث: تسريع التحول الرقمي للإعلام

المحور الرابع: تعزيز الحق في النفاذ إلى المعلومة والبيانات المفتوحة

المحور الخامس: الإعلام شريك في الحوكمة الرشيدة ومتابعة السياسات العمومية

المحور السادس: حماية حرية الصحافة وتعزيز استقلالية الإعلام

المحور السابع: إصلاح منظومة التعديل الإعلامي

المحور الثامن: تحديث الإعلام العمومي

المحور التاسع: تنمية الموارد البشرية والكفاءات الإعلامية

المحور العاشر: تطوير الصناعات الإعلامية والإبداعية

المحور الحادي عشر: الإعلام والتنمية الجهوية

المحور الثاني عشر: منظومة المتابعة والتقييم

الخاتمة

الصحافة والإعلام في السياسات التنموية للدولة: ورقة مرجعية في ضوء مخطط التنمية 2026-2030

ملخص تنفيذي:

تتناول هذه الورقة غياب قطاع الصحافة والإعلام عن مخطط التنمية 2026-2030، رغم اعتراف المرجعيات الأهمية واليونسكو بدوره في دعم تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتعزيز الحوكمة الرشيدة وتحسين مناخ الاستثمار، فضلاً عن صون السيادة المعرفية في ظل الحروب المعلوماتية والتدخلات الرقمية الأجنبية. ويأتي هذا الغياب في وقت تشهد فيه تونس تراجعاً متسارعاً في مؤشرات حرية الصحافة، إلى جانب هشاشة اقتصادية متفاقمة لمؤسساتها الإعلامية. وانطلاقاً من ذلك، تقدم الورقة حزمة من الإصلاحات والتدابير العملية المنظمة في اثني عشر محوراً، بهدف توفير إطار سياسي وتنفيذي لإدماج قطاع الصحافة والإعلام ضمن السياسات العمومية والبرامج الحكومية ذات الصلة بتنفيذ مخطط التنمية 2026-2030، كما تدعو إلى أخذ هذه المقترحات بعين الاعتبار عند إعداد السياسات والبرامج التنفيذية والإصلاحات القطاعية المصاحبة للمخطط.

مقدمة:

يناقش مجلس نواب الشعب مشروع مخطط التنمية 2026 - 2030 ليكون وثيقة استراتيجية تعتمدها الدولة التونسية لتحديد رؤيتها وأولوياتها التنموية خلال خماسية. وتتضمن الأهداف والسياسات والبرامج والمشاريع والإصلاحات التي تعتمزم تنفيذها لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، مع تحديد آليات التنفيذ والتمويل والمتابعة والتقييم. ويهدف المخطط إلى توجيه الموارد العمومية والخاصة نحو أولويات وطنية واضحة، وضمان التنسيق بين مختلف القطاعات والجهات بما يحقق تنمية شاملة ومستدامة.

ولأنه لوحظ في مشروع المخطط تجاهل قطاع الصحافة والإعلام، فإن أهمية هذه الورقة لا تنبع فقط من السعي إلى تدارك غياب قطاع الصحافة والإعلام عن مخطط التنمية 2026-2030، وإنما أساساً من توثيق هذا الغياب وتحويله إلى موضوع نقاش عمومي وسياساتي. فحتى إذا كانت إجراءات المصادقة الجارية لا تتيح إدخال تعديلات على نص المخطط، فإن المخطط لا يمثل سوى أحد أدوات السياسة العمومية، بينما تظل السياسات القطاعية، والبرامج الحكومية، والقوانين، والميزانيات، وآليات التنفيذ، قابلة للتطوير خلال كامل الفترة التي يغطيها المخطط. ومن ثم فإن هذه الورقة لا تقترح مجرد تعديل وثيقة، بل تقدم بالأساس إطاراً مرجعياً يمكن الاستناد إليه في إعداد السياسات العمومية الخاصة بالإعلام، وفي تقييم تنفيذ المخطط، وفي أي مراجعات أو تحيينات مستقبلية.

كما أن هذه الورقة لا تنطلق من فراغ، وإنما تندرج ضمن مسار عمل قادته النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين خلال السنوات الأخيرة من أجل بلورة رؤية متكاملة للسياسات العمومية في قطاع الإعلام. فقد أعدت النقابة، بالشراكة مع مختلف الهيئات المهنية، والصحفيين، والخبراء والأكاديميين، ورقة مرجعية حول السياسات العمومية في قطاع الإعلام، هدفت إلى الانتقال بالنقاش من معالجة الإشكالات الظرفية إلى التفكير في الإصلاحات الهيكلية التي يحتاجها القطاع على المدى المتوسط والبعيد. وتمثل هذه الورقة امتداداً لذلك المسار، إذ تنقل تلك الرؤية إلى المجال التنموي، من خلال مساءلة موقع قطاع الصحافة والإعلام داخل التخطيط الوطني للتنمية.

وتكتسي هذه العلاقة أهمية خاصة، لأن مخططات التنمية تمثل الإطار المرجعي الذي تنفرع عنه السياسات العمومية والبرامج الحكومية. لذلك فإن أي تصور لإصلاح قطاع الإعلام يظل منقوصاً إذا لم يجد

مكانه داخل الرؤية التنموية للدولة. لذلك لا تهدف هذه الورقة إلى إعادة إنتاج ما ورد في ورقة السياسات العمومية، بل إلى استكمالها، عبر بيان أن إصلاح قطاع الإعلام لا ينبغي أن يُنظر إليه باعتباره ملفاً مهنيّاً أو قطاعياً فحسب، وإنما باعتباره جزءاً من الخيارات التنموية والاستراتيجية للدولة.

وتأتي هذه الورقة في الوقت الذي يشهد فيه العالم خلال العقدین الأخيرین تحولاً جذرياً في مكانة قطاع الصحافة والإعلام، حيث انتقل من كونه قطاعاً يقدم خدمة عمومية تتمثل في نقل الأخبار والمعلومات وصناعة الرأي العام إلى كونه أحد أهم مكونات الاقتصاد المعرفي والاقتصاد الإبداعي، وعنصراً محورياً في تعزيز التنافسية الاقتصادية، وتحسين جودة الحوكمة، ودعم الاستثمار، وترسيخ الشفافية والمساءلة، ومواكبة التحول الرقمي للدولة والمجتمع.

وقد أثبتت التجارب الدولية أن الاستثمار في الإعلام تجاوز حدود السياسات الثقافية والاتصالية ليغدو جزءاً من السياسات الاقتصادية والتنموية، بالنظر إلى مساهمته في خلق الثروة، واستقطاب الاستثمارات، وتوفير فرص العمل، وتحفيز الابتكار، وتطوير الصناعات الثقافية والإبداعية.

وقد اعتمد الاتحاد الأوروبي الصناعات الإعلامية والسمعية البصرية ضمن القطاعات الأساسية للاقتصاد الإبداعي، باعتبارها من أسرع القطاعات نمواً وأكثرها مساهمة في خلق القيمة المضافة والتشغيل. كما استثمرت كوريا الجنوبية بصورة مكثفة في الصناعات الإعلامية والرقمية، وربطتها بالاقتصاد الثقافي، الأمر الذي ساهم في تحويل المحتوى الإعلامي والثقافي إلى أحد أهم صادراتها الاقتصادية.

وفي المقابل، عززت دول الشمال الأوروبي وكندا العلاقة بين الإعلام والحوكمة من خلال تطوير سياسات النفاذ إلى المعلومة والبيانات المفتوحة، بما جعل وسائل الإعلام شريكاً أساسياً في تقييم السياسات العمومية ومراقبة تنفيذها وتعزيز ثقة المواطنين في المؤسسات.

## الجزء الأول: السياق الاستراتيجي - الإعلام في قلب معادلة السيادة

1. الإعلام في زمن الاضطراب الجيوسياسي: من رافعة للتنمية إلى ركيزة للسيادة:

لا يمكن قراءة غياب قطاع الصحافة والإعلام عن مخطط التنمية 2026-2030 بمعزل عن السياق الدولي الراهن، الذي يشهد احتداماً غير مسبوق للنزاعات الجيوسياسية وتوسعاً مطرداً للتدخلات الرقمية العابرة للحدود. يضاف إلى ذلك تراجع حاد في منسوب الثقة العالمية بمنظومة الإعلام. فالأمن المعلوماتي ما عاد شأنًا تقنياً أو مهنيّاً محضاً؛ إنه اليوم بعد مركزي من أبعاد الأمن القومي، لا يقل أهمية عن الأمن الاقتصادي أو الأمن الرقمي بمفهومه التقني الضيق.

## - تراجع الثقة في الإعلام وصعود فاعلين غير خاضعين للمساءلة:

وكما يبينه التقرير السنوي الصادر عن معهد رويترز لدراسات الصحافة في نسخته الأخيرة، فقد بلغ مستوى الثقة العالمية في الإعلام أدنى مستوياته منذ أكثر من عقد، مع تراجع مسجل في أغلب البلدان التي شملها الاستطلاع. كما يشير التقرير ذاته إلى أن نسبة القلق من الأخبار الزائفة والمضللة ارتفعت لتبلغ حوالي ثلثي المستجوبين، في الوقت الذي تضاعف فيه اعتماد الجمهور على روبوتات الذكاء الاصطناعي كمصدر للمعلومة خلال سنة واحدة فقط. وهذا التحول يعني عملياً أن إنتاج الخبر وتأطير الرأي العام ينتقلان تدريجياً من مؤسسات إعلامية تخضع لقواعد المهنة وللرقابة التحريرية، إلى منصات وخوارزميات لا تخضع في الغالب لأي مساءلة وطنية.

## - الذكاء الاصطناعي التوليدي وإعادة تشكيل الرأي العام:

يضيف الذكاء الاصطناعي التوليدي بعداً جديداً وأكثر تعقيداً لهذا التحول، إذ تجاوز دوره وظيفة القناة الناقلة للمعلومة ليصبح فاعلاً مباشراً في تشكيل الرأي العام وصياغته. فالخوارزميات التي تُرتب المحتوى وتُخصّصه لكل مستخدم تُنتج فقاعات معلوماتية تعزز الانحياز التأكيدية وتُضيق دائرة التعرض لوجهات النظر المختلفة، في حين أصبحت تقنيات توليد النصوص والصور ومقاطع الفيديو المزيفة بتقنيات التزييف العميق قادرة على إنتاج محتوى مضلل يصعب تمييزه عن المحتوى الحقيقي بالأدوات التقليدية للتحقق. والأخطر من ذلك أن هذه المنظومات تعمل خارج أي رقابة تحريرية أو مساءلة مهنية، بما يجعلها عرضة للاستغلال في حملات تضليل ممنهجة تستهدف الرأي العام الوطني، ويرفع بالمقابل من الحاجة إلى إعلام مهني مستقل قادر على أداء وظيفة التحقق والتفنيد التي لا تؤديها هذه التقنيات بذاتها.

## - الفضاءات الوطنية ساحة للتدخلات الرقمية الأجنبية والحرب المعلوماتية:

في ظل النزاعات الجيوسياسية المتعددة التي يشهدها العالم، من الحرب الروسية الأوكرانية إلى التوترات في الشرق الأوسط ومنطقة الساحل والصحراء، أصبحت الفضاءات الإعلامية والرقمية الوطنية هدفاً مباشراً لحملات تأثير وتضليل منظمة، تديرها أحياناً جهات ودول أو جهات موازية لها، بهدف زعزعة الاستقرار الداخلي والتأثير في الرأي العام، وصولاً إلى تفويض ثقة المواطنين في مؤسساتهم. وتونس، بحكم موقعها الجيوستراتيجي وانفتاحها الرقمي المرتفع، ليست بمنأى عن هذا الاستهداف. وفي غياب إعلام وطني قوي ومستقل، تصبح الفضاءات الرقمية الوطنية أكثر عرضة لأن تُدار معاركها المعلوماتية من الخارج، وأن تتحول السيادة على السرديات الوطنية إلى سيادة منقوصة.

## – الإعلام والسيادة المعرفية:

من هذا المنطلق، فإن الاستثمار في قطاع الصحافة والإعلام لا يندرج فقط ضمن سياسات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بل يشكل أيضاً استثماراً في السيادة المعرفية والمعلوماتية للدولة، أي في قدرتها على إنتاج سردياتها الخاصة وحماية فضائها العمومي من التضليل الخارجي، بما يضمن وصول المواطنين إلى معلومة موثوقة في اللحظات الحرجة. فمشهد إعلامي وطني هش أو مهمّش في أولويات الدولة لا تعني فقط تراجع قطاع مهني، بل تعني أيضاً إضعاف خط الدفاع الأول لتونس في مواجهة حروب المعلومات والتلاعب المعرفي الرقمي.

## 2. السيادة الإعلامية: المفهوم المركزي للورقة

تتأسس هذه الورقة على مفهوم مركزي واحد تتفرع عنه جميع مقترحاتها: السيادة الإعلامية، أي قدرة المجموعة الوطنية على إنتاج سردياتها والتحكم في تداولها، عبر منظومة إعلامية مهنية مستقلة قادرة على الاستمرار اقتصادياً. وهذا المفهوم ليس اجتهاداً نظرياً معزولاً، بل مسار فكري ومؤسسي متكامل يمكن تتبع نشأته وتطوره بدقة في التجربة الأوروبية على امتداد العقد الأخير.

فقد صيغ المفهوم لأول مرة في إطار مؤسسي رسمي سنة 2019، في التقرير الاستراتيجي الذي أعده غيوم كلوسا، المستشار الخاص لنائب رئيس المفوضية الأوروبية، تحت عنوان دالّ: "نحو سيادة إعلامية أوروبية – استراتيجية صناعية للإعلام لتوظيف البيانات والخوارزميات والذكاء الاصطناعي". وينطلق التقرير من تشخيص ينطبق حرفياً على الوضع التونسي الراهن: فالمنظومة الإعلامية الأوروبية أصبحت، بتعبير التقرير، "مريضاً في قسم العناية المركزة"، والمفارقة الكبرى أن قطاع الإعلام "لم يُعتبر يوماً أصلاً صناعياً استراتيجياً"، في غياب أي وعي عمومي شامل بالرابط العضوي بين إضعاف الديمقراطية وإضعاف منظومة إعلامية تعددية مستقلة قادرة على الاستمرار اقتصادياً. وعلى هذا الأساس، اقترح التقرير استراتيجية صناعية إعلامية أوروبية من أربع عشرة توصية، من أبرزها إحداث صندوق أوروبي للابتكار الإعلامي الرقمي بتمويل عمومي أولي قدره مليار أورو، وتخصيص 3 بالمائة من برنامج البحث الأوروبي "أفق أوروبا" للبحث والتطوير في الإعلام والصناعات الإبداعية (أي نحو ثلاثة مليارات أورو)، وإطلاق مبادرة للثقة الإعلامية تركز على التربية على الإعلام، وجعل الإعلام أولوية في الاستراتيجية الأوروبية للذكاء الاصطناعي.

ولم يبق هذا المفهوم حبيس التقارير الاستشارية، بل تحوّل في ظرف خمس سنوات إلى تشريع ملزم: فالقانون الأوروبي لحرية الإعلام، الذي دخل حيز النفاذ في صائفة 2025، يكرّس لأول مرة في العالم حقاً قانونياً للمواطنين في النفاذ إلى مصادر إعلامية تعددية وموثوقة، ويتضمن آليات صريحة لحماية الفضاء الإعلامي من التدخلات الأجنبية والدعاية الموجهة من دول ثالثة. وما يزال المفهوم فاعلاً ومهيكلًا إلى اليوم: فقد خصص

اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الأوروبية عدداً كاملاً من مجلته التقنية الصادر في جوان 2026 لموضوع "تعزيز السيادة والصمود في الإعلام العمومي الأوروبي"، معتبراً أن السيادة أصبحت الانشغال الخدّد لوسائل الإعلام العمومية الأوروبية، بما في ذلك في خياراتها المتعلقة بالبنية التحتية للبحث والذكاء الاصطناعي. بل إن المفهوم تجاوز الدوائر المؤسسية ليتحول إلى مطلب مدني، كما تشهد على ذلك حملات مواطنة في المملكة المتحدة تطالب بسن "قانون للسيادة الإعلامية" يحد من التملك الأجنبي للمؤسسات الإعلامية ومن تركّز ملكيتها.

ولا يمكن فصل هذا المسار عن السياق الأوسع الذي يحتضنه: صعود السيادة الرقمية كأولوية استراتيجية أوروبية عليا. برنامج "العشيرة الرقمية 2030"، وهو الإطار التخطيطي الرقمي الأوروبي المرجعي، ينص صراحة على تعزيز السيادة الرقمية للاتحاد كهدف من أهدافه القانونية الملزمة. وينطلق هذا التوجه من تشخيص صريح أعلنته رئيصة المفوضية الأوروبية نفسها: فالاتحاد يعتمد على أطراف من خارجه في أكثر من 80 بالمائة من منتجاته وخدماته وبنيتة التحتية وملكيتة الفكرية الرقمية الأساسية، وهي تبعية اعتُبرت تهديداً مباشراً لأمنه الاقتصادي وقدرته التنافسية. وقد بلغ هذا الوعي المؤسسي ذروته الرمزية سنة 2024، حين أسندت حقيبة الرقمنة في المفوضية الأوروبية إلى نائبة رئيصة تنفيذية تحمل لقباً لافتاً: مفوضة "السيادة التكنولوجية والأمن والديمقراطية"، في إقرار رسمي بأن هذه الأبعاد أصبحت معادلة واحدة لا تقبل التجزئة. والدرس هنا مزدوج: فالسيادة في هذا القرن تُبنى بالتخطيط والتشريع وبما يُرصد لها من موارد، لا بالخطاب وحده؛ ثم إن السيادة الرقمية بمفهومها التقني المتعلق بالبنية التحتية والبيانات تظل ناقصة ما لم تُستكمل بسيادة إعلامية ومعلوماتية تضمن ألا يكون الفضاء العمومي الوطني ساحة مفتوحة للتلاعب الخارجي.

وإذا كانت أوروبا، بثقلها الاقتصادي والتكنولوجي، قد اعتبرت سيادتها الإعلامية مهددة إلى حد استنفار ترسانتها التشريعية والمالية، فإن السؤال يطرح نفسه بجدّة مضاعفة في الحالة التونسية. ذلك أن الفضاء المعلوماتي التونسي يعيش وضعية انكشاف بنيوي شبه كامل: جمهور يستقي أخباره أساساً من منصات أجنبية تحكمها خوارزميات لا سلطة وطنية عليها؛ قيمة إخبارية تُستخرج من السوق الوطنية لتصب في اقتصادات أخرى؛ محتوى وطني يُنتج ويُحجب وفق قواعد تُقرر خارج الحدود. أما المنظومة الإعلامية الوطنية فتزداد هشاشتها الاقتصادية والمهنية سنة بعد أخرى. والمفارقة أن هذا الانكشاف يتزامن مع خطاب رسمي يجعل من استعادة السيادة الوطنية أولويته المركزية، ومع مخطط تنموي لا يذكر القطاع الإعلامي ولو مرة واحدة. فالسيادة التي لا تشمل القدرة على إنتاج المعلومة الوطنية الموثوقة وحماية الفضاء العمومي من التلاعب الخارجي تظل سيادة منقوصة بمقاييس عصرها؛ وتبعاً لذلك، فإن جميع المحاور الاثني عشر المقترحة في هذه الورقة، بدءاً بالاعتراف بالقطاع كقطاع استراتيجي ومروراً بآليات التمويل ووصولاً إلى الترتيب على الإعلام والمعلومات، ينبغي

أن تُقرأ باعتبارها الترجمة العملية المتكاملة لسياسة سيادة إعلامية وطنية، على غرار ما فعلته أوروبا، وبما يتناسب مع خصوصيات السياق التونسي وإمكانياته.

وعليه، فإن إدراج قطاع الصحافة والإعلام ضمن مخطط التنمية 2026-2030 كان يُمكن ألا يمثل استجابة لمطلب قطاعي فحسب، بل يشكل ضرورة استراتيجية لحماية السيادة الوطنية في بعدها المعرفي والمعلوماتي، في زمن باتت فيه المعارك تُخاض بالمعلومة كما تُخاض بالموارد الاقتصادية والعسكرية.

### الجزء الثاني: المرجعيات الدولية - الإعلام ركيزة للتنمية المستدامة

#### 3. الصحافة والإعلام في أهداف التنمية المستدامة: ركيزة للحوكمة والتنمية:

منذ اعتماد الجمعية العامة للأمم المتحدة في سبتمبر 2015 خطة التنمية المستدامة 2030، التي تضم سبعة عشر هدفاً للتنمية المستدامة، أصبح واضحاً أن مفهوم التنمية لم يعد يقتصر على تحقيق النمو الاقتصادي أو إنجاز المشاريع والبنية التحتية، وإنما توسع ليشمل بناء المؤسسات، وترسيخ الحوكمة الرشيدة، وتعزيز المشاركة المجتمعية، وضمان الحقوق والحريات الأساسية. وضمن هذا التحول، برزت الصحافة والإعلام بوصفهما عنصرين أساسيين في المنظومة التنموية، رغم أن الخطة الأممية لم تخصص لهما هدفاً مستقلاً ضمن أهدافها السبعة عشر.

وقد أثار هذا الغياب لدى البعض انطباعاً بأن الأمم المتحدة لا تعتبر الإعلام جزءاً من التنمية، غير أن القراءة المتأنية لوثائق الأمم المتحدة، وللتقارير الصادرة عن اليونسكو وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تكشف أن الأمر على العكس من ذلك تماماً. فالإعلام، في الرؤية الأممية، لا يمثل قطاعاً تنموياً منفصلاً، وإنما يعد عنصراً أفقياً يخرق مختلف أهداف التنمية المستدامة، ويؤدي دوراً تمكينياً في تحقيقها، من خلال ضمان تداول المعلومات، وتعزيز الشفافية، ودعم المساءلة، وتيسير مشاركة المواطنين في الشأن العام.

#### - الإعلام رافعة للتنمية لا مجرد قطاع:

تقوم فلسفة أهداف التنمية المستدامة على أن نجاح السياسات العمومية لا يعتمد فقط على توفر الموارد المالية أو كفاءة الإدارة، وإنما يحتاج أيضاً إلى مؤسسات قوية، ومجتمع واع، ومعلومات متاحة للجميع. وعلى هذا الأساس، غدا الإعلام إحدى ركائز البيئة المؤسسية التي تسمح بتحقيق التنمية المستدامة. فالصحافة لا تنقل الأخبار فحسب، بل تؤدي وظائف تتصل مباشرة بجودة التنمية، فهي تراقب تنفيذ السياسات العمومية، وتكشف أوجه القصور والفساد، وتوفر للمواطنين المعلومات التي تمكنهم من المشاركة في اتخاذ القرار، كما تفتح المجال للنقاش العمومي حول الخيارات الاقتصادية والاجتماعية. ولهذا السبب لم تنظر الأمم المتحدة إلى الإعلام باعتباره قطاعاً معزولاً، بل باعتباره أداة تخدم جميع أهداف التنمية تقريباً.

## – الهدف السادس عشر: الاعتراف الصريح بدور الإعلام:

يعد الهدف السادس عشر من أهداف التنمية المستدامة أكثر الأهداف ارتباطاً بالإعلام، إذ يدعو إلى بناء مجتمعات سلمية وشاملة للجميع، وإقامة مؤسسات فعالة وخاضعة للمساءلة، وضمان الوصول إلى العدالة. وتبرز أهمية الإعلام بصورة أوضح في الغاية (16.10)، التي تنص على ضرورة "ضمان وصول الجمهور إلى المعلومات وحماية الحريات الأساسية". ويكتسب هذا النص أهمية خاصة لأنه يمثل أول اعتراف رسمي داخل أجندة التنمية العالمية بأن الحق في النفاذ إلى المعلومات وحرية التعبير ليسا مجرد حقوق مدنية وسياسية، بل يمثلان أيضاً شرطين من شروط التنمية المستدامة.

وقد انطلقت الأمم المتحدة من قناعة مفادها أن المواطنين لا يستطيعون المشاركة في التنمية أو مراقبة تنفيذ السياسات العمومية إذا كانوا محرومين من المعلومات، كما أن الحكومات لا يمكن مساءلتها بصورة فعالة في غياب إعلام حر ومستقل.

ولهذا تدعو الأمم المتحدة الدول إلى تطوير تشريعات النفاذ إلى المعلومات، وحماية الصحفيين، وتعزيز استقلال وسائل الإعلام، وضمان سلامة العاملين في القطاع الإعلامي.

## – الإعلام والحوكمة الرشيدة:

ترتبط التنمية المستدامة، في الأدبيات الحديثة، ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الحوكمة الرشيدة. فالاستثمار، وتحسين الخدمات، وجذب رؤوس الأموال، ومقاومة الفساد، جميعها تتطلب وجود مؤسسات شفافة وخاضعة للمساءلة.

وفي هذا الإطار، يؤدي الإعلام دوراً محورياً باعتباره إحدى آليات الرقابة المجتمعية على أداء الدولة. فهو يكشف أوجه القصور في تنفيذ المشاريع العمومية، ويراقب التصرف في المال العام، ويتيح للمواطنين متابعة السياسات الحكومية، كما يساهم في نشر نتائج الهيئات الرقابية والتقارير المالية، بما يعزز الثقة بين الدولة والمجتمع.

ولهذا السبب تعتبر العديد من المؤسسات الدولية أن الإعلام الحر يمثل جزءاً من البنية المؤسسية للحوكمة، وليس مجرد وسيلة للاتصال.

## – الإعلام والتعليم:

يرتبط الإعلام بصورة مباشرة بالهدف الرابع المتعلق بضمان التعليم الجيد للجميع. فوسائل الإعلام تحوّلت من أدوات لنقل الأخبار إلى فضاءات للتعليم ونشر المعرفة، سواء عبر البرامج التعليمية أو المنصات الرقمية أو المحتوى الثقافي والعلمي.

كما أصبح الإعلام يؤدي دوراً مهماً في تنمية الثقافة الرقمية، وتعزيز التفكير النقدي، ومكافحة المعلومات المضللة، وهي عناصر باتت ضرورية لبناء مجتمعات المعرفة التي تقوم عليها التنمية المستدامة. وقد برز هذا الدور بصورة واضحة خلال جائحة كوفيد-19 عندما تحولت وسائل الإعلام والمنصات الرقمية إلى أدوات رئيسية لاستمرار العملية التعليمية.

### – الإعلام والصحة:

يعترف الهدف الثالث المتعلق بالصحة الجيدة بأهمية نشر المعلومات الصحية الصحيحة باعتبارها جزءاً من الوقاية. فالإعلام يمثل شريكاً رئيسياً في حملات التلقيح، والتوعية بالأمراض، وتعزيز أنماط الحياة الصحية، ومواجهة الأخبار الزائفة التي قد تهدد الصحة العامة. وقد أكدت جائحة كورونا أن نجاح السياسات الصحية لا يعتمد فقط على المستشفيات أو الأطباء، وإنما أيضاً على وجود إعلام مهني قادر على نقل المعلومات الدقيقة ومحاربة الشائعات.

### – الإعلام والمساواة بين الجنسين:

تؤكد الأمم المتحدة أن وسائل الإعلام تؤثر بصورة مباشرة في تشكيل الصورة الاجتماعية للمرأة، ولذلك فإن الإعلام يعد أحد الأدوات المهمة لتحقيق الهدف الخامس المتعلق بالمساواة بين الجنسين. ويتحقق ذلك من خلال مكافحة الصور النمطية، وإبراز مشاركة النساء في الحياة العامة، والتوعية بالعنف ضد المرأة، وتعزيز ثقافة المساواة وعدم التمييز. ولهذا تعمل اليونسكو منذ سنوات على تشجيع المؤسسات الإعلامية على تبني سياسات تحريرية تراعي المساواة بين الجنسين.

### – الإعلام والاقتصاد الإبداعي:

خرج الإعلام من دائرة النشاط الثقافي الصرف ليغدو أحد مكونات الاقتصاد الإبداعي الذي يشمل الإنتاج السمعي والبصري، وصناعة المحتوى، والإعلام الرقمي، والإشهار، والمنصات الإلكترونية. وتعتبر الأمم المتحدة أن الصناعات الإبداعية أصبحت من أسرع القطاعات نمواً في الاقتصاد العالمي، لما توفره من فرص عمل للشباب، وما تتيحه من إمكانيات للابتكار والتصدير. لذلك فإن الاستثمار في الإعلام هو استثمار في الاقتصاد الرقمي، وفي الصناعات الثقافية، وفي تنويع مصادر النمو الاقتصادي.

### – الإعلام والتحول الرقمي:

يرتبط الإعلام أيضاً بالهدف التاسع المتعلق بالصناعة والابتكار والبنية التحتية، إذ أصبح التحول الرقمي للإعلام جزءاً من التحول الرقمي للدولة.

فالصحافة الرقمية، وصحافة البيانات، والذكاء الاصطناعي، والمنصات الإلكترونية، كلها أدوات تساعد على نشر المعرفة، وتحسين جودة المعلومات، وتعزيز الابتكار، وربط المواطنين بالإدارة العمومية. ولهذا تشجع الأمم المتحدة على تطوير البنية الرقمية للمؤسسات الإعلامية، باعتبارها جزءاً من الاقتصاد الرقمي.

### - الإعلام والعمل المناخي

يشكل الإعلام أحد أهم أدوات تحقيق الهدف الثالث عشر المتعلق بالعمل المناخي، من خلال نشر الثقافة البيئية، وتفسير آثار التغير المناخي، ومتابعة تنفيذ السياسات البيئية، وتعزيز وعي المواطنين بأهمية الاقتصاد الأخضر.

ولا يمكن لأي سياسة بيئية أن تحقق أهدافها دون إعلام قادر على تبسيط المعطيات العلمية، وإيصالها إلى مختلف فئات المجتمع.

### - الإعلام ومكافحة الفقر وعدم المساواة:

يساعد الإعلام على تحقيق عدد من الأهداف الاجتماعية، من خلال إيصال أصوات الفئات الهشة، ومراقبة عدالة توزيع الخدمات العمومية، وكشف التفاوتات الجهوية، ونشر المعلومات المتعلقة ببرامج الحماية الاجتماعية.

كما يساهم في تمكين المواطنين من معرفة حقوقهم، ومتابعة تنفيذ البرامج الحكومية الموجهة للفئات الأكثر هشاشة.

## 4. رؤية اليونسكو: الإعلام شرطٌ لمجتمعات المعرفة:

تعتبر منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) أن حرية التعبير، وحرية الصحافة، والنفوذ إلى المعلومات، تمثل شروطاً أساسية لتحقيق التنمية المستدامة. ولذلك تقود المنظمة برامج دولية تهدف إلى حماية الصحفيين، وتعزيز استقلال وسائل الإعلام، وتطوير التشريعات الإعلامية، ونشر التربية الإعلامية والمعلوماتية.

وترى اليونسكو أن المجتمعات التي تتمتع بإعلام مستقل ومهني تكون أكثر قدرة على مواجهة الفساد، وتحسين الخدمات العمومية، وتحقيق أهداف التنمية، لأن تداول المعلومات بحرية يسمح للمواطنين بالمشاركة في صنع القرار ومساءلة المؤسسات.

وإجمالاً تكشف القراءة الشاملة لخطة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة أن غياب هدف مستقل للصحافة والإعلام لا يعني غياب مكانتهما في المشروع التنموي العالمي، بل يعكس طبيعة الدور الذي تؤديه

وسائل الإعلام بوصفها عنصراً أفقياً يخرق معظم أهداف التنمية. فالإعلام، في التصور الأممي، ليس قطاعاً قائماً بذاته فحسب، وإنما هو شرط لنجاح السياسات العامة، وأداة لتعزيز الحوكمة، وآلية لضمان الشفافية والمساءلة، ووسيلة لتمكين المواطنين من المشاركة الواعية في التنمية. ومن ثم، فإن أي مخطط وطني للتنمية يتجاهل قطاع الصحافة والإعلام لا يفغل قطاعاً مهنياً فقط، بل يستبعد إحدى الركائز التي تقوم عليها التنمية المستدامة وفق المرجعية التي أرستها الأمم المتحدة وأكدتها تقاريرها المتعاقبة

### الجزء الثالث: الحالة التونسية والسياسة المقترحة:

#### 5. الحالة التونسية: قطاع غائب عن التخطيط في مجتمع رقمي بامتياز:

يقتضي مخطط التنمية 2026 - 2030 اعتماد سياسة أفقية بعنوان "تطوير قطاع الصحافة والإعلام كرافعة للحكومة الرشيدة والتنمية المستدامة"، باعتبارها سياسة تتقاطع مع مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرقمية، وتسهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعزيز جودة السياسات العمومية، وتطوير الاقتصاد الوطني القائم على المعرفة والابتكار.

وتزداد هذه الضرورة إلحاحاً في ظل التراجع المتواصل الذي تسجله تونس سنة بعد أخرى في التصنيفات الدولية لحرية الصحافة، بعد أن كانت لسنوات في صدارة بلدان المنطقة، وهو تراجع موثق يُعزى إلى جملة من العوامل المتضافرة، من بينها تصاعد الانتهاكات في حق الصحفيين وحرية الصحافة، وتضييق الإطار التشريعي على العمل الصحفي وغياب تنظيم واضح لسوق الإشهار، فضلاً عن الهشاشة الاقتصادية المتفاقمة التي أدت إلى غلق منابر وتسريح صحفيين، وأضعفت قدرة القطاع على أداء وظائفه. وهذا التراجع الموثق يمثل دليلاً إضافياً على أن استمرار غياب قطاع الصحافة والإعلام عن أولويات التنمية الوطنية لا يمثل خياراً محايداً، بل يسهم موضوعياً في تعميق الأزمة، بما يستوجب تدخلاً عاجلاً وهيكلياً.

وتؤكد أحدث البيانات الإحصائية الموثقة حول الاستخدام الرقمي في تونس حجم هذا التحول وعمقه: فقد ارتفعت نسبة انتشار الإنترنت من نحو النصف مطلع العشرية الماضية إلى ما يقارب 84 بالمائة اليوم، كما تظهره التقارير الدولية المختصة في رصد المشهد الرقمي، فيما بلغت نسبة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين البالغين 82 بالمائة، مع هيمنة مستمرة لمنصة فيسبوك. وفي المقابل، لا يواكب هذا الانتشار الرقمي المتسارع تحسّن مماثل في جودة المعلومة أو في الثقة بمصادرها: فكما بينت دراسة أجرتها هيئة الإذاعة البريطانية صدرت سنة 2022، يصرح نحو أربعة من كل عشرة تونسيين بأنهم يتعرضون يومياً لأخبار زائفة عبر الإنترنت، ويعترف قرابة النصف بأنهم شاركوا معلومات تبين لاحقاً أنها غير صحيحة، رغم ثقة أغلبهم المفرطة في قدرتهم الشخصية على كشف التضليل. أما الثقة في الإعلام ذاته فقد بلغت مستويات متدنية للغاية خاصة في صفوف

الشباب، كما أظهرته دراسة ميدانية أنجزتها مؤسسة ألمانية مختصة في استطلاعات الشباب. وتكشف هذه المؤشرات، إذا قرئت معاً، عن مفارقة لافتة: مجتمع تونسي أصبح رقمياً إلى حد بعيد من حيث النفاذ والاستخدام، لكنه يفتقر إلى إعلام وطني قادر على تحويل هذا الانتشار الرقمي إلى فضاء عمومي موثوق ومسؤول.

وتؤكد قراءة مباشرة ومعتمقة لوثيقة "السياسات التنموية" من مشروع مخطط التنمية 2026-2030 ذاته (325 صفحة موزعة على أربعة محاور استراتيجية) هذا الغياب على نحو موثوق وقابل للتحقق: إذ لا ترد كلمة "إعلام" ولا كلمة "صحافة" ولو لمرة واحدة كموضوع لسياسة عمومية في كامل النص، ولا يتضمن أي محور من المحاور الأربعة (التنمية الاجتماعية، تحديث النسيج الاقتصادي والبنية التحتية، الأمن الغذائي والمائي والطاقي والبيئي، تحديث الإطار المؤسساتي) فرعاً مخصصاً للقطاع. وحيثما ورد مصطلح "الاتصال" (21 مرة)، فقد ورد دائماً بمعنى أداة تواصلية موظفة في خدمة قطاعات أخرى (حملة توعية صحية، خطة اتصالية حول الضمان الاجتماعي، ترويج سياحي، علاقات صحفية في إطار الدبلوماسية الاقتصادية)، لا كقطاع قائم بذاته له احتياجاته الاقتصادية والمهنية الخاصة. أما الصحفيون فلم يُذكروا إلا مرة واحدة، بصفتهم فئة مؤهلة للانخراط في نظام "المبادر الذاتي"، في معالجة إدارية محض لا علاقة لها بالسياسات القطاعية. والأكثر دلالة أن مفهومين قريبين من صلب اهتمامات القطاع، هما السيادة الرقمية (8 مرات) والشفافية (46 مرة)، يردان بكثافة في المخطط، لكن دون أن تُربط ولو مرة واحدة بالسيادة المعلوماتية أو بجرية الوصول إلى المعلومة أو بدور الإعلام الرقابي، فيما تغيب كلياً عبارات "حرية التعبير" و"الاقتصاد الإبداعي" و"النفاذ إلى المعلومة" و"الرأي العام". ويجوّل هذا الفحص النصي المباشر ما كان يُطرح كملاحظة تقديرية إلى معطى إحصائي دقيق وقابل للتحقق صفحة بصفحة: صفر ورود لكلمة "إعلام" على امتداد 325 صفحة، ومفاهيم مجاورة موجودة في المخطط دون أن تُربط يوماً بالقطاع، وهو ما يشير إلى غياب بنيوي في تصور واضعي المخطط أكثر مما يعكس إقصاءً متعمداً، وهي حقيقة تجعل من إدماج القطاع ضرورة أشد إلحاحاً لا مجرد تصحيح لخيار سابق. وفي مواجهة هذه المفارقة، تبرز التربية على الإعلام والمعلومات باعتبارها الاستجابة الهيكلية من جهة المواطن، وهي مقاربة تعتمدها اليونسكو منذ سنوات كركيزة أساسية لبناء مجتمعات المعرفة، إذ لا يكفي تطوير المنظومة الإعلامية الوطنية من جهة العرض، بل يتعين بالتوازي تمكين المواطنين، وخاصة الناشئة والشباب، من الكفايات النقدية التي تمكنهم من تقييم مصادر المعلومة والتمييز بين الخبر والإشاعة، ومن فهم منطق اشتغال الخوارزميات. فالمعطيات المذكورة أعلاه، من انتشار التعرض اليومي للأخبار الزائفة إلى الثقة المفرطة في القدرة الذاتية على كشفها، تدل جميعها على فجوة حقيقية في الكفايات الإعلامية والمعلوماتية لدى التونسيين، لا

يمكن سدها بالتقنية وحدها ولا بالتنظيم القانوني وحده.

وتكتسي هذه المسألة أهمية خاصة في تونس، في ظل المبادرة التشريعية المعروضة على مجلس نواب الشعب والهادفة إلى إدراج التربية على وسائل الإعلام والمعلومات ضمن البرامج التعليمية، وهو ما يعكس تنامي الوعي الوطني بأهمية هذا المجال.

ورغم ما تراكم في تونس منذ 2011 من مبادرات واعدة، من مشاريع مدعومة من اليونسكو ومنظمات المجتمع المدني إلى نوادي التربية على الإعلام في بعض المؤسسات التربوية، فإن هذه الجهود ظلت مشتتة ووظيفية، ولم تُترجم إلى إدماج ممنهج للتربية على الإعلام والمعلومات في البرامج التعليمية الوطنية ولا إلى سياسة عمومية واضحة المعالم تحدد الأهداف وترصد لها الموارد. ويشكل غياب هذا الملف عن مخطط التنمية 2026-2030 حلقة إضافية في مسلسل الغياب ذاته، والحال أن إدراج التربية على الإعلام والمعلومات ضمن السياسة الأفقية المقترحة من شأنه أن يحوّلها من مبادرات متفرقة إلى استثمار وطني في المناعة المعرفية للأجيال القادمة، بما يكمل دعم المنظومة الإعلامية من جهة الإنتاج بتأهيل الجمهور من جهة التلقي.

## 6. السياسة الأفقية المقترحة: اثنا عشر محوراً تنفيذياً

### المحور الأول: الاعتراف بقطاع الصحافة والإعلام كقطاع تنموي واستراتيجي:

يرتكز نجاح أي سياسة عمومية موجهة للإعلام على الاعتراف المسبق بأن هذا القطاع تجاوز طوره الاتصالي والثقافي وغداً قطاعاً إنتاجياً واستثمارياً يساهم بصورة مباشرة في النمو الاقتصادي، ويولد فرص العمل، ويحفز الابتكار، ويعزز التماسك الاجتماعي، ويدعم الاقتصاد الرقمي. لذلك، يُقترح إدراج قطاع الصحافة والإعلام ضمن القطاعات ذات الأولوية في مخطط التنمية، والاعتراف به كأحد مكونات الاقتصاد الوطني، مع اعتماد الصناعات الإعلامية والسمعية البصرية والرقمية ضمن منظومة الاقتصاد الإبداعي، وربطها بالسياسات الوطنية للابتكار، والتحول الرقمي، والثقافة، والتعليم، والسياحة.

كما ينبغي تشجيع الاستثمار في إنتاج المحتوى الإعلامي والرقمي، من خلال تحفيز المبادرات الخاصة، ودعم المؤسسات الناشئة في مجال الإعلام، وتطوير بيئة تشريعية ومالية تسمح بجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، بما يساهم في تنويع الاقتصاد الوطني، ورفع مساهمة الصناعات الإعلامية في الناتج الداخلي الخام.

### المحور الثاني: تطوير الاقتصاد الإعلامي وضمان استدامة المؤسسات الإعلامية:

تشهد المؤسسات الإعلامية، في مختلف أنحاء العالم، تحولات عميقة نتيجة تغير نماذج التمويل، وتراجع المداخيل التقليدية، واحتدام المنافسة مع المنصات الرقمية العالمية. وقد دفعت هذه التحولات العديد من الدول إلى مراجعة سياساتها الاقتصادية تجاه الإعلام، واعتماد برامج وطنية لضمان استدامة المؤسسات الإعلامية باعتبارها مرفقاً حيوياً للديمقراطية والتنمية.

وفي هذا الإطار، يُقترح إعداد استراتيجية وطنية لاستدامة المؤسسات الإعلامية، تتضمن إصلاح سوق الإشهار بما يضمن الشفافية والمنافسة العادلة، والحد من الاحتكار، ووضع قواعد واضحة لتوزيع الإعلانات العمومية وفق معايير موضوعية.

كما ينبغي تنويع مصادر تمويل المؤسسات الإعلامية، عبر تشجيع الاشتراكات الرقمية، ودعم الابتكار في نماذج الأعمال، وإحداث صناديق لدعم الصحافة ذات الجودة، وتحفيز الاستثمار الخاص في الإعلام الرقمي، مع تخصيص برامج لدعم المؤسسات الإعلامية الجهوية والمحلية باعتبارها إحدى ركائز التنمية الترابية.

### المحور الثالث: تسريع التحول الرقمي للإعلام

يمثل التحول الرقمي اليوم الشرط الأساسي لضمان تنافسية المؤسسات الإعلامية واستدامتها. فالرقمنة اليوم ليست خياراً تقنياً بل ضرورة استراتيجية لرفع جودة الإنتاج الإعلامي، وتوسيع دائرة الوصول إلى الجمهور، وتطوير الخدمات الإعلامية.

ولهذا، يتعين استكمال رقمنة مؤسسات الإعلام العمومي، وتحديث بنيتها التكنولوجية، وإعادة هيكلة منظومات الإنتاج والبث والأرشيف الرقمية، بالتوازي مع توفير برامج لمرافقة المؤسسات الإعلامية الخاصة في التحول الرقمي.

كما ينبغي تطوير منصات وطنية لإنتاج وتوزيع المحتوى الرقمي متعدد الوسائط، وتشجيع استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى، وصحافة البيانات، والتحقق من الأخبار، مع دعم البحث والتطوير في مجالات الإعلام الرقمي والابتكار التكنولوجي.

### المحور الرابع: تعزيز الحق في النفاذ إلى المعلومة والبيانات المفتوحة

يمثل الحق في النفاذ إلى المعلومة أحد أهم مرتكزات الحوكمة الرشيدة، إذ لا يمكن بناء سياسات عمومية فعالة دون شفافية وتداول للمعلومات والبيانات.

ويستوجب ذلك تسريع رقمنة المعطيات العمومية، وتوسيع نشر البيانات المفتوحة، وتطوير بوابات رقمية تسمح بالنفاذ السريع والآمن إلى المعلومات.

كما يقترح اعتماد مؤشرات وطنية لقياس مدى احترام مختلف الإدارات والمؤسسات العمومية لقانون النفاذ إلى المعلومة، وإعادة تفعيل هيئة النفاذ إلى المعلومة، مع توفير الموارد البشرية والمالية والتقنية اللازمة لضمان استقلاليتها ونجاعة تدخلها.

وتؤكد تجارب فنلندا والسويد وكندا أن توسيع البيانات المفتوحة أسهم بصورة مباشرة في تحسين جودة الخدمات العمومية، وتعزيز الرقابة المجتمعية، وتطوير الابتكار الاقتصادي.

### المحور الخامس: الإعلام شريك في الحوكمة الرشيدة ومتابعة السياسات العمومية

تقوم السياسات التنموية الحديثة على مبادئ الحوكمة المفتوحة، التي تجعل من الإعلام شريكاً أساسياً في متابعة تنفيذ الإصلاحات، وتقييم الأداء العمومي، وتعزيز المساءلة.

ولذلك، ينبغي إدماج وسائل الإعلام ضمن منظومة متابعة تنفيذ مخطط التنمية، عبر نشر تقارير دورية حول تقدم المشاريع العمومية، وتنظيم لقاءات دورية بين الحكومة ووسائل الإعلام، ونشر المؤشرات المالية والتنموية بصورة منتظمة.

ومن شأن هذه الإجراءات أن تعزز ثقة المواطنين في المؤسسات العمومية، وتحسن جودة النقاش العام، وتدعم اتخاذ القرار المبني على المعطيات.

### المحور السادس: حماية حرية الصحافة وتعزيز استقلالية الإعلام

تعد حرية الصحافة من أهم المؤشرات المعتمدة دولياً لقياس جودة الديمقراطية والحكم الرشيد، كما ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجاذبية الاستثمار وتحسين مناخ الأعمال.

ويقتضي ذلك تطوير الإطار التشريعي المنظم لحرية التعبير وفق المعايير الدولية، وتعزيز الضمانات القانونية لاستقلالية الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، وتوفير آليات فعالة لحماية الصحفيين أثناء أداء مهامهم.

كما ينبغي العمل على تحسين ترتيب تونس في المؤشرات الدولية المتعلقة بحرية الصحافة وحرية تداول المعلومات، باعتبار ذلك مؤشراً على جودة البيئة الديمقراطية ومناخ الاستثمار.

### المحور السابع: إصلاح منظومة التعديل الإعلامي

يشكل وجود هيئة تعديل مستقلة وفعالة أحد الضمانات الأساسية لتحقيق التوازن بين حرية الإعلام وحماية التعددية واحترام أخلاقيات المهنة.

ويقترح في هذا الإطار إعادة إرساء هيئة مستقلة لتعديل قطاع الاتصال السمعي والبصري تتمتع بالاستقلالية والحياد والكفاءة، مع دعم آليات التعديل الذاتي داخل المهنة، وتطوير المواثيق الأخلاقية، وتشجيع مبادرات تحسين جودة المحتوى الإعلامي والتصدي للتضليل الإعلامي وخطاب الكراهية.

### المحور الثامن: تحديث الإعلام العمومي

يمثل الإعلام العمومي أحد المرافق الأساسية للدولة الحديثة، لما يضطلع به من دور في ضمان الحق في الإعلام، وتحقيق التعددية، وخدمة الصالح العام.

ولذلك، ينبغي تحديث البنية التكنولوجية لمؤسسات الإعلام العمومي، وتعزيز استقلاليتها التحريرية والإدارية والمالية، وتطوير خدماتها الرقمية، وتوسيع حضورها متعدد المنصات، مع تعزيز الإعلام الجهوي ليصبح أداة لمرافقة التنمية المحلية وإبراز خصوصيات الجهات.

### المحور التاسع: تنمية الموارد البشرية والكفاءات الإعلامية

تفرض التحولات الرقمية مراجعة منظومة تكوين الصحفيين والعاملين في قطاع الإعلام بما يستجيب للمهارات الجديدة المطلوبة.

ويقترح تحديث البرامج الجامعية، ودعم التكوين المستمر في الصحافة الرقمية، وصحافة البيانات، والذكاء الاصطناعي، والأمن السيبراني، والتثبت من المعلومات، مع تعزيز الشراكات بين الجامعات، ومراكز البحث، والمؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التكنولوجيا.

### المحور العاشر: تطوير الصناعات الإعلامية والإبداعية

تشكل الصناعات الإعلامية اليوم أحد أهم محركات الاقتصاد الإبداعي، حيث ترتبط بالإنتاج السمعي البصري، والسينما، والمنصات الرقمية، وصناعة الألعاب الإلكترونية، وصناعة المحتوى.

ويقترح دعم شركات الإنتاج الإعلامي، والمؤسسات الناشئة، وتشجيع الاستثمار في إنتاج المحتوى الوطني، وتنمية صادرات المحتوى الرقمي، وربط الإعلام بالاقتصاد الثقافي والسياحي، بما يعزز القوة الناعمة لتونس ويرفع من مساهمة الصناعات الإبداعية في الاقتصاد الوطني.

### المحور الحادي عشر: الإعلام والتنمية الجهوية

تمثل التنمية الجهوية إحدى أولويات السياسات العمومية، ولا يمكن تحقيقها دون إعلام قادر على نقل واقع الجهات، ومتابعة المشاريع التنموية، وإيصال صوت المواطنين.

ولذلك، ينبغي دعم وسائل الإعلام المحلية والجهوية، وتشجيع الإعلام المجتمعي، وإحداث برامج تمويل ومرافقة لفائدة المؤسسات الإعلامية بالجهات، بما يضمن تغطية متوازنة للتنمية المحلية، ويعزز المشاركة المواطنة والرقابة المجتمعية.

### المحور الثاني عشر: منظومة المتابعة والتقييم

لضمان فعالية هذه السياسة يتم إرساء منظومة متابعة وتقييم تعتمد مؤشرات كمية ونوعية قابلة للقياس،

ومن أبرزها:

- نسبة رقمنة المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة.
- مساهمة الصناعات الإعلامية والإبداعية في الناتج الداخلي الخام.
- حجم الاستثمارات العمومية والخاصة في قطاع الإعلام.
- عدد المؤسسات الإعلامية المستفيدة من برامج التحول الرقمي.
- نسبة البيانات العمومية المنشورة بصيغة البيانات المفتوحة.
- عدد طلبات النفاذ إلى المعلومة التي تمت الاستجابة لها.
- عدد مواطن الشغل المستحدثة في قطاع الإعلام والصناعات الإبداعية.
- نسبة المؤسسات الإعلامية الجهوية والجمعياتية المنتفعة ببرامج الدعم.
- عدد التقارير الدورية المنشورة حول تنفيذ مخطط التنمية.
- تطور ترتيب تونس في المؤشرات الدولية لحرية الصحافة، والشفافية، والحكومة الإلكترونية.
- مستوى ثقة المواطنين في وسائل الإعلام والمؤسسات العمومية وفق استطلاعات دورية.
- نسبة المحتوى الإعلامي الرقمي المنتج محلياً.
- حجم صادرات الخدمات والمحتوى الإعلامي والسمعي البصري.

#### الخاتمة:

تكشف هذه الورقة أن مكانة الصحافة والإعلام في السياسات التنموية لم تعد تُقاس بحجم القطاع أو بعدد المؤسسات العاملة فيه، وإنما بالوظائف الاستراتيجية التي يؤديها في الدولة الحديثة. فالإعلام اليوم ليس مجرد وسيلة لنقل الأخبار أو فضاء لممارسة حرية التعبير، بل غدا جزء من البنية المؤسسية التي تقوم عليها التنمية المستدامة، والاقتصاد القائم على المعرفة، والحوكمة الرشيدة، والسيادة المعرفية للدول ولذلك فإن أي تصور للتنمية يتجاهل هذا البعد يظل قاصراً عن استيعاب التحولات العميقة التي يشهدها العالم في عصر الرقمنة والذكاء الاصطناعي والحروب المعلوماتية.

وقد بينت الورقة، بالاستناد إلى المرجعيات الأهمية وتجارب عدد من الدول، أن الاستثمار في قطاع الإعلام لا يُختزل في دعم مرفق مهني؛ إنه استثمار في جودة القرار العمومي، وفي الثقة بين الدولة والمجتمع، وفي القدرة الوطنية على إنتاج المعرفة وحماية الفضاء العمومي من التضليل والتأثيرات الخارجية. كما أظهرت أن تطور مفهوم السيادة في العقود الأخيرة لم يعد يقتصر على أبعاده السياسية أو الاقتصادية أو العسكرية، بل امتد ليشمل السيادة الرقمية والسيادة المعلوماتية، بما يجعل من وجود إعلام وطني قوي ومستقل أحد مقومات الصمود الوطني.

ولهذا لا ينبغي النظر إلى المقترحات الواردة في هذه الورقة باعتبارها قائمة مطالب قطاعية، وإنما باعتبارها مكونات سياسة عمومية متكاملة تتقاطع مع الإصلاحات الاقتصادية والرقمية والثقافية والتربوية والمؤسسية. فتعزيز استدامة المؤسسات الإعلامية، وتطوير الاقتصاد الإعلامي، وتسريع التحول الرقمي، وترسيخ الحق في النفاذ إلى المعلومة، وإرساء التربية على وسائل الإعلام والمعلومات، وتحديث الإطار التشريعي والمؤسسي، كلها خيارات تتجاوز حدود القطاع لتنعكس آثارها على جودة التنمية وعلى قدرة الدولة على تنفيذ سياساتها العمومية بكفاءة وشفافية.

كما تؤكد هذه الورقة أن إصلاح قطاع الإعلام لا يمكن أن يتحقق عبر تدخلات ظرفية أو معالجات متفرقة، بل يقتضي اعتماد رؤية شاملة تجعل الإعلام جزءاً من التخطيط الاستراتيجي للدولة. ومن هذا المنطلق، فإن العلاقة بين هذه الورقة وورقة السياسات العمومية في قطاع الإعلام التي أعدتها النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين بالشراكة مع مختلف الهياكل المهنية والخبراء والأكاديميين، ليست علاقة تكرار، وإنما علاقة تكامل؛ إذ تؤسس الأولى للرؤية القطاعية للإصلاح، بينما تبرز هذه الورقة ضرورة إدراج تلك الرؤية ضمن التصور التنموي الأشمل للدولة، بما يضمن اتساق السياسات العمومية وتكاملها

ولا تقاس قيمة هذه الورقة بمدى حضورها في الوثائق المرجعية لمخطط التنمية، وإنما بقدرتها على الإسهام في بناء مرجع فكري وسياساتي يمكن الاستناد إليه في تصميم الإصلاحات المستقبلية، وإعداد البرامج الحكومية، وتقييم السياسات العمومية، ومواكبة تنفيذ الخيارات التنموية خلال السنوات المقبلة. فالتخطيط التنموي عملية مستمرة تتفاعل مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، وتظل في حاجة دائمة إلى أدوات للتقييم والتطوير وإعادة التوجيه.

إن الرهان الذي تطرحه هذه الورقة يتجاوز الاعتراف بقطاع الصحافة والإعلام باعتباره قطاعاً قائماً بذاته، ليصل إلى ترسيخ قناعة مفادها أن الإعلام يمثل استثماراً في رأس المال المعرفي للدولة، وفي قدرتها على إنتاج المعرفة الموثوقة، وتعزيز المشاركة الواعية في الشأن العام، وصيانة سيادتها المعلوماتية، ورفع قدرتها على مواجهة التحديات التي يفرضها الفضاء الرقمي العالمي. وبناءً على كل ما تقدم، فإن إدماج الإعلام في التفكير التنموي لم يعد ترفاً ولا خياراً قابلاً للتأجيل؛ إنه شرط من الشروط الأساسية لبناء دولة أكثر قدرة على تحقيق التنمية المستدامة، وأكثر استعداداً لمواجهة تحديات المستقبل.