

مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد - دراسة تحليلية للتحويلات التقنية والمهنية وال جماهيرية وآفاق المستقبل

أ . عماد محمد بقبق *

كلية الفنون والإعلام ، جامعة الجفارة ، ليبيا

Emadbagbg@gmail.com

0009-0007-1512-5462

تاريخ الإرسال 2026/7/22 تاريخ القبول 2026/8/14م

The Future of Radio and Television in the Context of Digital Transformation and the Development of New Media Platforms An Analytical Study of Technological, Professional, and Audience Transformations and Future Prospects

Emad Bagbg

Abstract:

This study aimed to analyze the future of radio and television in light of digital transformation and the development of new media platforms by examining the technological, professional, and audience-related changes affecting traditional media, as well as the main challenges, opportunities, and future trends. The study adopted a descriptive-analytical approach based on a review of relevant literature and previous studies. The findings showed that digital transformation has brought significant changes to media production, broadcasting, and content consumption, while reshaping audience characteristics and listening and viewing patterns. The study also

demonstrated that the future of radio and television does not depend on their disappearance, but rather on their ability to adapt to and integrate with the digital environment and move toward multi-platform content production and distribution.

Keywords// Radio – Television – Digital Transformation – New Media Platforms

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحليل مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد، من خلال رصد التحويلات التقنية والمهنية والجماهيرية التي طرأت على وسائل الإعلام التقليدية، وتحليل أبرز التحديات والفرص والاتجاهات المستقبلية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة. وتوصلت إلى أن التحول الرقمي أحدث تغيرات جوهرية في أساليب الإنتاج وال بث واستهلاك المحتوى، وأسهم في تغيير طبيعة الجمهور وأنماط استماعه ومشاهدته. كما أظهرت أن مستقبل الإذاعة والتلفزيون لا يرتبط بالاختفاء، وإنما بقدرتهما على التكيف والتكامل مع البيئة الرقمية والتحول نحو الإنتاج والتوزيع متعدد المنصات.

الكلمات المفتاحية / الإذاعة - التلفزيون - التحول الرقمي - منصات الإعلام الجديد

مقدمة:

شهد قطاع الإعلام خلال العقود الأخيرة تحولات متسارعة بفعل التطور التكنولوجي والانتقال من البيئة التناظرية إلى البيئة الرقمية، فلم تعد التقنيات الرقمية أدوات مجردة، ومساندة للعمل الإعلامي، وإنما أصبحت عاملاً مؤثراً في أساليب إنتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه، الأمر الذي انعكس بوضوح على قطاعي الإذاعة والتلفزيون، وأعاد تشكيل موقعهما ضمن البيئة الإعلامية المعاصرة.

كما أسهم انتشار الإنترنت والهواتف الذكية والمنصات الرقمية وخدمات البث التدفقي في تغيير أنماط الاستماع والمشاهدة، فلم يعد الجمهور مرتبطاً بوقت محدد أو وسيلة واحدة، بل أصبح أكثر قدرة على اختيار المحتوى، وتحديد زمان ومكان استهلاكه والتفاعل معه، كما دفعت هذه التحويلات المؤسسات الإذاعية، والتلفزيونية إلى تطوير أساليب الإنتاج والتوزيع، والانتقال تدريجياً إلى نماذج العمل متعددة المنصات.

ولم تقتصر آثار التحول الرقمي على الجوانب التقنية فحسب، بل امتدت لتشمل الممارسات المهنية، وطبيعة المهارات المطلوبة، والعلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور، كما أصبح العاملون في القطاع مطالبين بالتعامل مع مجموعة متنوعة من الأدوات والمنصات الرقمية، في حين تحول الجمهور من متلقٍ تقليدي إلى جمهور أكثر تفاعلاً ومشاركة، بالتزامن مع تنامي أنماط الاستهلاك عند الطلب (مسعود، 2026).

وعلى الرغم من تصاعد المنافسة التي تفرضها منصات الإعلام الجديد، فإن ذلك لا يعني بالضرورة تراجع دور الإذاعة والتلفزيون، أو اختفاءهما، وإنما يفرض عليهما إعادة صياغة أدوارهما وتطوير أساليب عملهما بما يتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية.

وانطلاقاً من ذلك، جاءت هذه الدراسة لتحليل التحويلات التقنية والمهنية والجماهيرية التي شهدتها قطاعا الإذاعة والتلفزيون، ورصد أبرز التحديات والفرص التي تفرضها منصات الإعلام الجديد، وصولاً إلى استشراف مستقبلهما وتحديد متطلبات التكيف والاستمرارية في البيئة الإعلامية الرقمية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من التحويلات المتسارعة التي شهدتها وسائل الإعلام التقليدية، وفي مقدمتها الإذاعة والتلفزيون بفعل التطور التقني، والتحول الرقمي، وتنامي منصات الإعلام الجديد، إلا أن الأمر لم يقتصر على أساليب البث والإنتاج، بل امتد إلى طبيعة المحتوى الإعلامي، والممارسات المهنية، وأنماط استهلاك الجمهور وتفاعله مع الرسائل الإعلامية، كما أدى انتشار المنصات الرقمية والبث التدفقي إلى إعادة تشكيل البيئة الإعلامية وفرض أنماط جديدة من المنافسة والتكيف أمام المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية.

وفي ظل هذه التحويلات، تبرز الحاجة إلى دراسة مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ضوء التغيرات التقنية، والمهنية، والجماهيرية التي أفرزتها البيئة الرقمية، والكشف عن طبيعة التحويلات التي طرأت على وظائفهما وأدوارهما، ومدى قدرتهما على التكيف مع تطور منصات الإعلام الجديد، فضلاً عن استشراف الاتجاهات المستقبلية التي يُمكن أن تتخذها هذه الوسائل في البيئة الإعلامية المتغيرة.

وعليه، فإن مشكلة هذه الدراسة تكمن في تحليل التحويلات التي أحدثها التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد في الإذاعة والتلفزيون على المستويات التقنية

والمهنية والجماهيرية، واستشراف مستقبل هذه الوسائل في ظل تلك التحويلات، وهنا تبرز الحاجة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: ما مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد؟ وما أبرز التحويلات التقنية والمهنية والجماهيرية التي تواجههما؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما طبيعة التحول الرقمي وأثره في بيئة الاتصال الجماهيري؟ وما علاقة الإعلام التقليدي بالبيئة الرقمية؟
2. ما أبرز التحويلات التقنية والمهنية التي طرأت على الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي؟
3. كيف أسهمت البيئة الرقمية في تغيير طبيعة الجمهور وأنماط استماعه ومشاهدته، وفي تطوير أشكال ومضامين الإذاعة والتلفزيون؟
4. ما أبرز التحديات والفرص التي تواجه الإذاعة والتلفزيون؟ وما الاتجاهات المستقبلية المحتملة لهما في ظل التحول الرقمي؟

فرضيات الدراسة:

استناداً إلى طبيعة الدراسة الحالية، فإنها تنطلق من الفرضيات الآتية:

1. أدى التحول الرقمي إلى إحداث تغيرات جوهرية في بيئة الاتصال الجماهيري، وأسهم في إعادة تشكيل العلاقة بين الإعلام التقليدي والبيئة الرقمية.
2. أسهم التحول الرقمي وتطور تقنيات البث والإنتاج والمنصات الرقمية في إحداث تحولات واضحة في الممارسات والأدوار والمهارات المهنية في الإذاعة والتلفزيون.
3. أدى انتشار منصات الإعلام الجديد إلى تغير طبيعة الجمهور الإعلامي وأنماط الاستماع والمشاهدة، لاسيما مع تنامي التفاعلية والاستهلاك عند الطلب.
4. لن يرتبط مستقبل الإذاعة والتلفزيون بالاختفاء أمام الإعلام الجديد، وإنما بقدرتهما على التكيف والتكامل مع البيئة الرقمية وتطوير نماذج إنتاج وتوزيع متعددة المنصات.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة بصورة رئيسة إلى تحليل مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد، من خلال دراسة التحويلات التقنية والمهنية وال جماهيرية واستشراف الاتجاهات المستقبلية، ويتفرع عن ذلك الأهداف الآتية:

1. تحليل طبيعة التحول الرقمي وأثره في بيئة الاتصال الجماهيري والعلاقة بين الإعلام التقليدي والبيئة الرقمية.
2. تحديد أبرز التحويلات التقنية والمهنية التي طرأت على الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي.
3. تحليل التحويلات التي طرأت على طبيعة الجمهور وأنماط الاستماع والمشاهدة وأشكال ومضامين الإذاعة والتلفزيون في البيئة الرقمية.
4. استشراف أبرز التحديات والفرص والاتجاهات المستقبلية للإذاعة والتلفزيون ومتطلبات التكيف مع التحول الرقمي.

أهمية الدراسة:

أولاً - الأهمية العلمية:

- تنبع الأهمية العلمية للدراسة من تناولها موضوعاً يرتبط بأحد أبرز التحويلات التي يشهدها المجال الإعلامي المعاصر، والمتمثل في تأثير التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد في وسائل الإعلام التقليدية.
- كما تُسهم الدراسة في تقديم معالجة نظرية تجمع بين الأبعاد التقنية والمهنية وال جماهيرية للتحول، وربطها بمستقبل الإذاعة والتلفزيون، بما يمكن أن يشكل أساساً معرفياً لدراسات لاحقة تتناول تطور وسائل الإعلام في البيئة الرقمية.

ثانياً - الأهمية التطبيقية:

- تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها في فهم التغيرات التي تواجه المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية، وتحديد المتطلبات التقنية والمهنية والمؤسسية اللازمة للتكيف مع البيئة الرقمية.
- يُمكن أن تقدم نتائجها إفادة للقائمين على إدارة المؤسسات الإعلامية، والعاملين فيها عند تطوير سياسات الإنتاج والتوزيع والتفاعل مع الجمهور عبر المنصات الرقمية.

المنهج المستخدم:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملائمته لطبيعة موضوعها؛ إذ يُتيح وصف التحويلات التي شهدتها الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي وتطور منصات الإعلام الجديد، وتحليل أبعادها التقنية، والمهنية وال جماهيرية، ومناقشة انعكاساتها على مستقبل وسائل الإعلام التقليدية.

مصطلحات الدراسة:

أولاً - الإذاعة:

تُعرف الإذاعة بأنها: "وسيلة اتصال جماهيري تعتمد على الصوت في نقل الرسالة الإعلامية إلى جمهور واسع، وتتميز بقدرتها على الوصول إلى الجمهور في أماكن متعددة دون اشتراط وجوده في موقع محدد، ومن ثم تتميز الإذاعة عن وسائل الاتصال المطبوعة بكونها وسيلة سمعية تعتمد على الكلمة والموسيقى والمؤثرات الصوتية في بناء الرسالة الإعلامية" (عبد الرؤوف، 2015).

وفي هذه الدراسة تُعرف إجرائياً بأنها: وسيلة اتصال جماهيري سمعية تقوم على إنتاج ونقل المحتوى الصوتي إلى جمهور واسع، من خلال البث الإذاعي التقليدي أو الوسائط والمنصات الرقمية، بما يسمح بتطور أنماط إنتاج المحتوى وتوزيعه وتلقيه.

ثانياً - التلفزيون:

التلفزيون هو: "وسيلة اتصال جماهيري سمعية بصرية تقوم على إنتاج ونقل المحتوى الإعلامي المرئي والمسموع إلى جمهور واسع، من خلال تقنيات البث المختلفة، بما يُتيح تقديم الأخبار والبرامج والمواد الثقافية والترفيهية وغيرها من المضامين الإعلامية" (عبد النبي، 2010).

ويقصد بالتلفزيون إجرائياً بأنه: وسيلة الاتصال التي تقوم على إنتاج وتقديم المحتوى الإعلامي بالصوت والصورة إلى الجمهور، عبر أنظمة البث التقليدية، أو الرقمية، وما ارتبط بها من منصات وخدمات البث التدفقي، بما يعكس التحويلات التقنية والمهنية وال جماهيرية التي يشهدها التلفزيون في ظل التحول الرقمي.

ثالثاً - التحول الرقمي:

يُعرف Vial (2019) التحول الرقمي بأنه: "عملية انتقال وتطوير شاملة تُوظف التقنيات الرقمية في إعادة تشكيل أساليب إنتاج المحتوى الإعلامي، وتخزينه،

ومعالجته، وتوزيعه، واستهلاكه، بما يشمل التغيرات في البنية المؤسسية، والممارسات المهنية، وأنماط تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام" (Vial, 2019). وإجرائياً يقصد بالتحول الرقمي: مُجمل التغيرات التقنية، والمهنية، وال جماهيرية التي طرأت على الإذاعة والتلفزيون نتيجة توظيف التقنيات الرقمية، وتطور منصات الإعلام الجديد، وما نتج عنها من تغير في أساليب الإنتاج، والبث، والتوزيع، والمهارات المهنية، وأنماط استماع الجمهور، ومشاهدته وتفاعله مع المحتوى الإعلامي.

رابعاً - منصات الإعلام:

منصات الإعلام هي: " البيئات الرقمية التي تعتمد على شبكة الإنترنت التي تُتيح للمؤسسات الإعلامية إنتاج محتواها، ونشره، وتوزيعه إلى الجمهور، مع توفير إمكانات التفاعل والمشاركة وإعادة تداول المحتوى، وتشمل منصات التواصل الاجتماعي، ومنصات مشاركة الفيديو، وخدمات البث التدفقي، والمنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الإعلامية" (Polyakov, 2022).

ويقصد بها إجرائياً: المنصات والبيئات الرقمية التي يتم الاعتماد عليها في نشر المحتوى وتوزيعه وإتاحته للجمهور خارج إطار البث التقليدي، بما يشمل المواقع، والتطبيقات، والمنصات الاجتماعية، وخدمات البث التدفقي، وما تُوفره من إمكانات للتفاعل والمشاركة وإعادة تداول المحتوى.

الدراسات السابقة:

دراسة إبراهيم ومكاوي (2025) بعنوان (تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي) - الأردن

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير منصات المشاهدة الرقمية في التلفزيون التقليدي في ظل المنافسة المتزايدة بينهما، مع تناول العلاقة بينهما في إطار مفهوم التكامل الإعلامي، واعتمدت الدراسة على آراء (16) خبيراً ومتخصصاً في المجال الإعلامي والدراما لاستشراف مستقبل التلفزيون التقليدي ومنصات المشاهدة الرقمية، وأظهرت النتائج أن المنصات الرقمية أحدثت تحولات جوهرية في صناعة الإعلام، لاسيما في أنماط البث والاستهلاك وعمليات البيع والشراء، كما يُتوقع أن تؤثر بصورة واضحة في مستقبل صناعة الإعلان والدراما، وخلصت الدراسة إلى ثلاثة سيناريوهات محتملة لمستقبل التلفزيون التقليدي، تمثلت في البقاء والاستمرار،

والتكامل مع المنصات الرقمية، والاختفاء التدريجي، في حين تمثلت السيناريوهات المستقبلية للمنصات الرقمية في الانتشار والتخصيص، والدمج والاستحواذ، والتعاون والتكامل، مع ترجيح سيناريو الاستمرار بالنسبة للتلفزيون التقليدي، والانتشار والتخصيص بالنسبة للمنصات الرقمية.

دراسة السعدي (2026) بعنوان (التحول الرقمي وأثره على الإذاعة والتلفزيون في العراق – دراسة نظرية) - العراق

هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع الإعلام الرقمي في العراق، وتحليل أثر التحول التقني في قطاعي الإذاعة والتلفزيون، إلى جانب رصد أبرز التحديات التقنية، والتنظيمية، والاجتماعية التي تُؤثر في استدامة البث الرقمي، وتقييم السياسات المؤسسية المرتبطة به، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في إطار دراسة نظرية، بالاستناد إلى الأدبيات العلمية والدراسات السابقة والتقارير والبيانات الصادرة عن الجهات التنظيمية، وتوصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي أسهم في تغيير أنماط الاستهلاك الإعلامي، والانتقال نحو التفاعلية والبث عند الطلب، وتجاوز الحدود الجغرافية، في حين واجه القطاع تحديات تتعلق بالبنية التحتية، والتغطية الرقمية، والقرصنة، والاحتكار، وبعض الجوانب المهنية والتنظيمية، كما أكدت النتائج أن استدامة التحول الرقمي تتطلب تطوير الأطر التشريعية، وتعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، ورفع كفاءة الكوادر البشرية، وتطوير البنية التقنية والثقافة الرقمية.

دراسة مسعود (2026) بعنوان (تأثير التحول الرقمي عبر الهواتف الذكية على مكانة وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور الليبي) - ليبيا

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير انتشار الهواتف الذكية في وسائل الإعلام التقليدية، من خلال دراسة التحولات التي طرأت على عادات استهلاك الجمهور للمحتوى الإعلامي، والاستراتيجيات التي تتبعها الوسائل التقليدية للتكيف مع التحول الرقمي، وأظهرت النتائج أن الانتشار الواسع للهواتف الذكية أسهم في إحداث تحول واضح في سلوك الجمهور، من الاستهلاك الجماعي المرتبط بجدولة زمنية محددة إلى استهلاك فردي مرن يتيح الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومكان، مع تزايد الاعتماد على المحتوى الرقمي الفوري والمنصات الرقمية، كما كشفت الدراسة عن تراجع ملحوظ في متابعة بعض وسائل الإعلام التقليدية، وتحول معايير تقييم النجاح الإعلامي من التركيز على حجم الجمهور إلى الاهتمام بمستويات التفاعل والمشاركة

الرقمية، مما يفرض على المؤسسات الإعلامية التقليدية تطوير استراتيجياتها للحفاظ على حضورها واستمراريتها في البيئة الرقمية. دراسة سالم (2026) بعنوان (تقييم تجربة التحول الرقمي في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية من خلال مشروع المنصة الرقمية (OTT) – دراسة ميدانية) - مصر

هدفت الدراسة إلى تقييم تجربة مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية في تنفيذ مشروع المنصة الرقمية بنظام البث عبر الإنترنت (OTT)، والتعرف إلى آراء العاملين بشأن مراحل التنفيذ والتدريب وكفاءة الأنظمة الرقمية، والتحديات المهنية والتنظيمية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبانة إلكترونية ومقابلات شبه منظمة، على عينة بلغت (27) موظفاً، وأظهرت النتائج تقييماً إيجابياً للمشروع، إذ أسهمت المنصة والأنظمة الرقمية في تنظيم العمل وتطوير المهارات التقنية والمهنية للعاملين، مع استمرار بعض التحديات التقنية والبشرية والحاجة إلى مزيد من التدريب، وخلصت الدراسة إلى أهمية تبني استراتيجية رقمية متكاملة لضمان استدامة المنصة وتطوير خدمات البث الرقمي وتعزيز حضور المؤسسة في البيئة الإعلامية الجديدة.

المحور الأول – التحول الرقمي ووسائل الاتصال الجماهيري:

مفهوم التحول الرقمي:

يُعدّ التحول الرقمي مفهوماً أوسع من مجرد إدخال التكنولوجيا الحديثة في المؤسسات، فهو يُشير إلى تغيير شامل في أساليب العمل، والعمليات، والممارسات نتيجة توظيف التقنيات الرقمية، وفي المجال الإعلامي على وجه الخصوص يرتبط هذا التحول بإعادة تنظيم عمليات إنتاج المحتوى، ومعالجته، وتخزينه، وتوزيعه، إلى جانب التغيير في طرق وصول الجمهور إلى المحتوى وتفاعله معه.

وفي هذا السياق يُشير الزيايدي (2021) إلى أن التطور التكنولوجي وثورة المعلومات أسهما في إحداث تغييرات واضحة في إنتاج المعلومات ونشرها ومشاركتها وأنماط استهلاكها، ودفعاً وسائل الإعلام التقليدية إلى التكيف مع البيئة الرقمية الجديدة، □ كما أن هذا التحول لم يقتصر على الجانب التقني فقط، وإنما شمل هوية الوسيلة ذاتها ورسالتها، وأدوارها، وممارساتها المهنية (الزيايدي، 2021).

وعليه، يُمكن النظر إلى التحول الرقمي في الإذاعة والتلفزيون باعتباره عملية انتقال وإعادة تشكيل لأساليب الإنتاج والبث والتوزيع والتفاعل مع الجمهور، من

خلال توظيف التقنيات والمنصات الرقمية، بما يؤدي إلى تغيرات في البنية المهنية والتنظيمية والمحتوى الإعلامي وأنماط الاستهلاك الجماهيري (مطر، 2015).

ويرى الباحث أن التحول الرقمي في الإذاعة والتلفزيون بوجه خاص، لا يُمثل مجرد انتقال تقني من أنظمة البث التقليدية إلى الأنظمة الرقمية، وإنما هو تحولاً شاملاً في طبيعة العمل الإعلامي، وصل إلى حد إنتاج المحتوى، وأساليب توزيعه، والمهارات المهنية، وطرق الوصول إلى الجمهور، والتفاعل معه، ومن ثم فإن قدرة الإذاعة والتلفزيون على الاستمرار في البيئة الإعلامية الجديدة ترتبط بمدى قدرتهما على استيعاب التقنيات الرقمية وتوظيفها في تطوير وظائفهما، مع الحفاظ على خصوصية كل وسيلة وهويتها الإعلامية.

الإعلام الجديد وخصائصه:

يُشير مصطلح الإعلام الجديد إلى منظومة الوسائط، والبيئات الاتصالية التي نشأت، أو تطورت نتيجة توظيف تقنيات الاتصال الرقمية، وشبكة الإنترنت في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه وتلقيه، وقد أتاح هذا النمط من الإعلام انتقال الرسالة من نموذج الاتصال التقليدي ذي الاتجاه الواحد إلى بيئة أكثر مرونة تسمح بالتفاعل، والمشاركة، وإعادة تداول المحتوى، كما أصبح المحتوى الإعلامي متاحاً عبر أجهزة ومنصات متعددة، مما أدى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور (الجميل والعاني، 2016).

ويُشير الشاوش (2026) إلى أن الإعلام الجديد يتميز عن الإعلام التقليدي بمجموعة من الخصائص، من أبرزها:

1. إتاحة الفرصة للجمهور للتعليق والمشاركة والتفاعل مع المحتوى، وليس الاكتفاء باستقباله.
2. سرعة إنتاج المعلومات ونشرها وتحديثها، وإمكانية متابعة الأحداث بصورة شبه آنية.
3. الجمع بين النص، والصوت، والصورة، والفيديو، والرسوم في رسالة إعلامية واحدة.
4. إسهام المستخدمين في إنتاج المحتوى ونشره وإعادة تداوله.
5. إمكانية وصول المحتوى إلى جمهور واسع دون التقيد بالحدود الجغرافية التقليدية.
6. قدرة المستخدم على اختيار المحتوى والوقت والمكان المناسبين للاستهلاك.

7. إمكانية تقديم محتوى يتلاءم مع اهتمامات المستخدمين، بالاستناد إلى البيانات والخوارزميات.

8. إمكانية توزيع المحتوى نفسه عبر المواقع والتطبيقات وشبكات التواصل وخدمات البث المختلفة (الشاوش، 2026).

وهنا، تجدر الإشارة إلى أن الخصائص السابقة تُفسر جانباً مهماً من التحويلات التي تُواجه الإذاعة والتلفزيون؛ فالمنافسة التي تفرضها البيئة الرقمية لا ترتبط بالتكنولوجيا وحدها، وإنما بما تُوفّره من سرعة، وتفاعلية، ومرونة، وتنوع في الوصول إلى المحتوى، الأمر الذي يدفع الوسائل التقليدية إلى إعادة تطوير أساليب إنتاجها وتوزيعها والتواصل مع جمهورها.

التقارب الإعلامي:

يُشير التقارب الإعلام إلى تداخل الوسائل، والتقنيات، والمنصات الإعلامية، بحيث لم تعد الإذاعة والتلفزيون والصحافة والوسائط الرقمية تعمل ضمن حدود منفصلة كما كان الحال في البيئة التقليدية، وإنما أصبح اليوم المحتوى الإعلامي قابلاً للإنتاج، والتعديل، وإعادة التوزيع عبر منصات متعددة، مع إمكانية الجمع بين النص، والصوت، والصورة، والفيديو في المنتج الإعلامي الواحد.

وفي حالة الإذاعة والتلفزيون، يظهر التقارب الإعلامي في انتقال المؤسستين من الاعتماد على البث التقليدي وحده إلى نموذج متعدد المنصات يجمع بين البث الأرضي، أو الفضائي، والمواقع الإلكترونية، والتطبيقات، ومنصات التواصل الاجتماعي، وخدمات البث عند الطلب، وبالتالي لم تعد المنصة الرقمية منافساً خارجياً بالضرورة، بل أصبحت في كثير من الحالات امتداداً لنشاط المؤسسة الإعلامية، ووسيلة للوصول إلى جمهور أوسع، وهو ما أكد عليه اتحاد إذاعات الدول العربية في حوار المهني حول "الإذاعة والتلفزيون في عهد التقارب الرقمي والبث متعدد المنصات" حين رأى أن المؤسسات الإعلامية تُواجه بيئة تتعدد فيها الشبكات والمنصات والتكنولوجيات، بما يستلزم تطوير استراتيجيات جديدة للحفاظ على مكانتها واستمراريتها (اتحاد إذاعات الدول العربية، 2021).

ومن زاوية أخرى يرى القحطاني (2024) أن التقارب الإعلامي ينطوي على جملة من المظاهر التي تُعبر عنه، وهي على النحو التالي:

1. تقارب الوسائل: تداخل وظائف الإذاعة والتلفزيون والصحافة والوسائط الرقمية.

2. **تقارب المنصات:** توزيع المحتوى نفسه عبر مواقع وتطبيقات ومنصات متعددة.

3. **تقارب المحتوى:** الجمع بين الصوت والصورة والنص والفيديو في إنتاج إعلامي متكامل.

4. **تقارب الجمهور:** إمكانية وصول الجمهور إلى المحتوى من خلال أجهزة ومنصات مختلفة وفي أوقات يحددها.

5. **تقارب العمل المهني:** انتقال العاملين من التخصص في وسيلة واحدة إلى امتلاك مهارات متعددة تخدم أكثر من منصة (القحطاني، 2024).

والجدير بالذكر أن الاندماج بين الوسائل التقليدية والرقمية يتطلب تكاملاً بين التكنولوجيا والمحتوى وبيئة العمل والجمهور، وليس مجرد استخدام أدوات رقمية جديدة، حيث إن التقارب الإعلامي لا يقوم بإلغاء الوسائل التقليدية، وإنما يعمل على إعادة صياغة وظائفها وعلاقتها بالمنصات الرقمية، وهو ما يظهر جلياً في تأثير (البودكاست) في الإنتاج الإذاعي التقليدي.

عليه، فإن التقارب الإعلامي يُمثل حلقة الوصل الأساسية بين الإذاعة والتلفزيون والإعلام الجديد؛ إذ يُفسر انتقال الوسائل التقليدية من نموذج البث المنفرد إلى نموذج متعدد المنصات، ويجعل مستقبل الإذاعة والتلفزيون مرتبطاً بقدرتهما على التكامل مع البيئة الرقمية أكثر من ارتباطه بالمنافسة معها.

التحول في بيئة الاتصال الجماهيري:

أحدث التحول الرقمي تغييراً واضحاً في بيئة الاتصال الجماهيري، فلم تعد العملية الاتصالية قائمة بالدرجة نفسها على نموذج الاتصال التقليدي الذي تنتج فيه المؤسسة الإعلامية الرسالة وتوجهها إلى جمهور واسع في اتجاه واحد، فقد أصبحت هذه العملية خلال السنوات الأخيرة أكثر انفتاحاً وتفاعلاً نتيجة انتشار الإنترنت والمنصات الرقمية، كما أصبح الجمهور قادراً على الوصول إلى المحتوى الإعلامي من خلال وسائل وأجهزة متعددة، واختيار ما يُناسب اهتماماته ووقته، إلى جانب إمكانية التعليق والمشاركة وإعادة نشر المحتوى، الأمر الذي أدى إلى تغير طبيعة العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وجمهورها (خلفاوي، 2015).

ويُضيف أبو حريرة (2015) في دراسته حول انعكاس الإعلام الجديد على وسائل الاتصال الجماهيري أن التحول الرقمي قد امتد إلى مختلف عناصر العملية الاتصالية؛ فلم تعد المؤسسة الإعلامية تُمثل المصدر

الوحيد لإنتاج الرسائل، وأصبح المستخدم قادراً على إنتاج المحتوى وتداوله، كما تغيرت طبيعة الرسالة الإعلامية نتيجة إمكانية دمج النص، والصوت، والصورة، والفيديو، والعناصر التفاعلية في محتوى واحد، كذلك لم تعد الوسيلة الإعلامية مرتبطة بمنصة واحدة، فالمؤسسات اليوم تعمل ضمن بيئة متعددة المنصات، الأمر الذي يُتيح إعادة توزيع المحتوى عبر المواقع والتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي وخدمات البث الرقمي، وفي هذا السياق، نجد أن طبيعة الجمهور قد تغيرت من متلقي يعتمد على الوسيلة في تحديد وقت ومكان التعرض للمحتوى إلى مستخدم أكثر قدرة على الاختيار والتحكم في عملية الاستهلاك الإعلامي، كما أصبحت التغذية الراجعة أكثر سرعة ومباشرة، وأصبح التفاعل والمشاركة من المؤشرات المهمة في تقييم حضور المحتوى وانتشاره، كما انعكست هذه التحويلات بصورة خاصة على الإذاعة والتلفزيون، لاسيما حين صار بإمكانهما تجاوز حدود البث التقليدي وإتاحة المحتوى بصورة مباشرة أو عند الطلب عبر المنصات الرقمية (أبو حريرة، 2015).

وبالنظر إلى ما سبق، يُمكن القول إن هذا التحول يُمثل إعادة تشكيل لنموذج الاتصال الجماهيري أكثر من كونه مجرد تطور في وسائله التقنية؛ لأن التغيير طال أدوار المرسل، والمتلقي، وطبيعة الرسالة، وطرق توزيعها، ومن ثم فإن استمرار الإذاعة والتلفزيون في البيئة الرقمية يرتبط بقدرتهما على استثمار إمكانيات الاتصال التفاعلي وتوسيع حضور المحتوى عبر المنصات الرقمية، مع الحفاظ على الوظائف الإعلامية التي تميز كل وسيلة.

العلاقة بين الإعلام التقليدي والبيئة الرقمية:

إن إعادة تشكيل العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية والمنصات الرقمية، جاءت كنتيجة لما أحدثته البيئة الرقمية في هذا المجال، فلم يعد التحول الرقمي يعني بالضرورة إحلال وسيلة جديدة محل أخرى، وإنما أصبح يتجه نحو التكامل، وإعادة توزيع الوظائف الإعلامية، حيث دفعت شبكة الإنترنت، والتقنيات الرقمية الإذاعة والتلفزيون إلى تطوير طرق إنتاج المحتوى ونشره، وإتاحة المواد الإعلامية عبر المواقع والمنصات الرقمية، بما يسمح بتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور، والاستفادة من أنماط التفاعل الجديدة، وفي الوقت نفسه فرضت البيئة الرقمية منافسة

واضحة على الوسائل التقليدية، خاصة في سرعة نقل المعلومات واستقطاب الجمهور وتنوع أشكال المحتوى (العصافرة، 2023).

كما أن العلاقة بين الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية، ومنها الإذاعة والتلفزيون، تتخذ صورتين متداخلتين هما التكامل والتنافس؛ إذ يُمكن للمنصات الرقمية أن تدعم انتشار المؤسسات التقليدية، وتوسيع جمهورها، وتطوير أساليبها المهنية، بينما تُنافسها في الوقت نفسه على الجمهور وسرعة تداول المحتوى (الماطوني، 2024).

ويُضيف العصافرة (2023) أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أداة مهمة لنشر المحتوى الإذاعي والتلفزيوني والوصول إلى جمهور أوسع، بما يؤكد قدرة الإعلام الرقمي على دعم حضور الوسائل التقليدية في البيئة الجديدة. وعليه، يُمكن القول إن العلاقة بين الإعلام التقليدي والبيئة الرقمية تتجه نحو التعايش والتكامل إلى جانب المنافسة؛ فالمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية لم تعد تكتفي بالبحث التقليدي، وإنما أصبحت مُطالبة بالحضور في المنصات الرقمية وتكييف محتواها مع خصائصها، في حين تظل محتفظة بوظائفها الإعلامية الأساسية، وهذا يجعل التحول الرقمي عاملاً لإعادة صياغة نموذج عمل الإذاعة والتلفزيون أكثر من كونه عاملاً يؤدي بالضرورة إلى اختفائهما.

المحور الثاني - التحويلات التقنية والمهنية في الإذاعة والتلفزيون: الرقمنة وتطور تقنيات البث والإنتاج:

أحدثت الرقمنة تحولاً جوهرياً في البنية التقنية للإذاعة والتلفزيون، إذ انتقلت عمليات الإنتاج من الأنظمة التناظرية التي تعتمد على تجهيزات مادية، وتقنيات محدودة في التسجيل والمعالجة والحفظ، إلى بيئة رقمية تعتمد على معالجة الصوت، والصورة، وتخزينهما، ونقلهما بصيغ رقمية، وقد أسهم هذا الانتقال في رفع كفاءة عمليات الإنتاج، وتحسين جودة الصوت والصورة، وتسهيل عمليات المونتاج والأرشفة وإعادة استخدام المواد الإعلامية، فضلاً عن تقليل بعض القيود المرتبطة بالبث التقليدي.

وفي مجال الإذاعة، أدى التطور الرقمي إلى ظهور تقنيات البث الرقمي، وتطور أنظمة التسجيل والمونتاج والمعالجة الصوتية، إلى جانب إمكان توزيع البرامج عبر الإنترنت والبودكاست، والمنصات الرقمية، أما التلفزيون، فقد استفاد من تطور تقنيات التصوير الرقمي، وأنظمة المونتاج غير الخطي، والخوادم الإعلامية،

والبث عالي الدقة، ثم البث عبر الإنترنت، مما جعل إنتاج المحتوى وتوزيعه أكثر مرونة وتنوعاً (مطر، 2015).

كما أن عملية البث لم تعد مرتبطة بالضرورة بمحطة إرسال واحدة، أو بنطاق جغرافي مُحدد؛ حيث أتاحت تقنيات البث عبر الإنترنت نقل المحتوى الإذاعي، والتلفزيوني إلى جمهور واسع من خلال مواقع المؤسسات وتطبيقاتها، والمنصات الرقمية، وأصبح بالإمكان الجمع بين البث المباشر وإتاحة المحتوى المسجل عند الطلب، وهو ما يمثل تحولاً مهماً في نموذج عمل الوسائل التقليدية، وقد انعكست هذه التطورات كذلك على طبيعة دورة الإنتاج الإعلامي؛ فأصبحت المادة الإعلامية تُنتج في صورة رقمية يُمكن تعديلها وتخزينها واسترجاعها وإعادة توزيعها على أكثر من منصة، مما دعم الاتجاه نحو المؤسسة الإعلامية متعددة المنصات، ولم تعد التكنولوجيا هنا مجرد أدوات تقنية يستخدمها العاملون، بل أصبحت جزءاً من البنية الأساسية التي تقوم عليها عمليات الإنتاج والبث والتوزيع (LaX&Shaw, 2008).

مما سبق نجد أن أهمية الرقمنة بالنسبة إلى الإذاعة والتلفزيون لا تقتصر على تحسين جودة البث والإنتاج فقط، وإنما تتجلى في إعادة تشكيل دورة المحتوى الإعلامي بأكملها، من لحظة إنتاجه، وتحريره، وأرشفته، إلى توزيعه عبر قنوات متعددة، والوصول به إلى الجمهور في أوقات وأشكال مختلفة، وهنا يرى الباحث أن الرقمنة تُمثل الأساس التقني للتحويلات المهنية والجماهيرية.

المنصات الرقمية والبث التدفقي:

أعادت المنصات الرقمية تشكيل طريقة توزيع المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، إذ أصبح وصول الجمهور إلى المحتوى لا يرتبط بموعد البث التقليدي، وإنما متاحاً من خلال البث المباشر، وخدمات المشاهدة، والاستماع عند الطلب، وهو ما أدى إلى ظهور نمط أكثر مرونة في الاستهلاك الإعلامي، يُتيح للمستخدم اختيار المحتوى والوقت والجهاز المناسب للتعرض له، ويُعد البث التدفقي من أبرز مظاهر هذا التحول؛ فقد أتاح للمؤسسات التلفزيونية والإذاعية إعادة توزيع محتواها عبر المنصات الرقمية، إلى جانب إنتاج مواد مخصصة لها، الأمر الذي وسّع نطاق الوصول إلى الجمهور، وأطال عمر المحتوى، وفتح مجالات جديدة للتفاعل معه، كما أسهم انتشار خدمات المشاهدة حسب الطلب في زيادة المنافسة مع النموذج التلفزيوني التقليدي، دون أن يعني ذلك بالضرورة إلغاءه، وإنما دفعه نحو إعادة تنظيم علاقته بالمنصات الرقمية (مصطفى، 2022).

وتشير قنديل (2024) إلى أن خدمات المشاهدة حسب الطلب أحدثت تغييرات في صناعة المحتوى التلفزيوني ضمن سياق الاندماج الإعلامي، بالإضافة إلى تطور خدمات الفيديو حسب الطلب وتأثيرها في التلفزيون التقليدي والسيناريوهات المحتملة لمستقبله، ومن ثم أصبح دمج خدمات البث التدفقي ضمن المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية أحد المسارات المهمة للتكيف مع التحول الرقمي، وهنا يتضح أن أهمية المنصات الرقمية لا تكمن في كونها بديلاً تقنياً للبث التقليدي فحسب، وإنما في كونها غيرت نموذج استهلاك المحتوى ذاته، وهو ما يجعل قدرة الإذاعة والتلفزيون على الجمع بين البث التقليدي والتوزيع الرقمي عاملاً أساسياً في استمرارهما (قنديل، 2024).

تغير بيئة الإنتاج الإعلامي:

يُشير مطر (2015) إلى أن التحول الرقمي كان له دور مباشر في تغيير بيئة الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، حيث انتقلت المؤسسات من الاعتماد على نُظم إنتاج تقليدية إلى بيئة رقمية أكثر مرونة وسرعة، تعتمد على تقنيات التسجيل، والتحرير الرقمي، والتخزين الإلكتروني، مع إمكانية إعادة استخدام المواد الإعلامية وتوزيعها عبر أكثر من قناة ومنصة، كما أن المحتوى اليوم يتم إنتاجه بصورة تسمح بتكليفه وفق طبيعة الوسيلة والمنصة والجمهور المستهدف، بدلاً من ارتباطه بوسيلة بث واحدة (مطر، 2015).

كما أدى هذا التحول إلى التقارب بين مراحل الإنتاج، والتحرير، والتوزيع، وهو ما جعل من العمل الإعلامي أكثر اعتماداً على التنسيق بين الجوانب التحريرية، والتقنية، مع تنامي الاتجاه نحو الإنتاج متعدد المنصات، بالإضافة إلى أن المادة الإذاعية أو التلفزيونية أصبحت أكثر مرونة وقابلية لإعادة توظيفها في صور مختلفة، مثل المقاطع القصيرة، والمحتوى المخصص لمنصات التواصل، وخدمات البث عند الطلب.

وبذلك لم يعد التغير في بيئة الإنتاج مقتصرًا على تحديث المعدات والتقنيات، بل شمل طريقة تنظيم العمل وإنتاج المحتوى وتكليفه وتوزيعه، وهو ما مهد بدوره لظهور تحولات في الأدوار والمهارات المهنية للعاملين في الإذاعة والتلفزيون (فخر الدين، 2024).

التحويلات في الأدوار والمهارات المهنية:

إن ظهور التحول الرقمي كان أحد أبرز الأسباب التي أدت إلى إعادة تشكيل الأدوار المهنية داخل المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية على حد سواء، فلم يعد العمل الإعلامي يعتمد بالدرجة نفسها على التخصص المنفصل بين التحرير والإنتاج والتقنية، بل إنه الآن يتطلب قدراً أكبر من تعدد المهارات، والقدرة على التعامل مع أكثر من منصة إعلامية، حيث إن الإعلامي في ظل التحويلات الجديدة مطالباً بفهم طبيعة الجمهور الرقمي، وخصائص المنصات التي يُنشر عليها المحتوى، إلى جانب امتلاك المهارات الأساسية المرتبطة بإنتاج المادة الإعلامية وتحريرها ونشرها رقمياً (العصافرة، 2023).

وقد ترتب على ذلك ظهور أدوار مهنية جديدة، وتوسع مهام بعض الوظائف التقليدية، خصوصاً مع انتقال المؤسسات إلى نموذج العمل متعدد المنصات، ومن أبرز المهارات التي أصبحت أكثر أهمية في ظل التحول الرقمي، ما يلي:

1. التعامل مع أدوات الإنتاج والتحرير الرقمي.
 2. إعداد المحتوى وتكييفه للمنصات المختلفة.
 3. إدارة ونشر المحتوى عبر المنصات الرقمية.
 4. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوزيع والتفاعل مع الجمهور.
 5. تحليل بيانات الجمهور ومؤشرات التفاعل.
 6. القدرة على العمل ضمن فرق متعددة التخصصات والمنصات.
- كما أصبحت عملية التطوير المهني المستمر أكثر أهمية؛ لأن سرعة تغير التقنيات والمنصات تجعل المهارات المكتسبة في مرحلة معينة قابلة للتغير خلال فترة قصيرة، ومن ثم لم يعد التدريب المهني مقتصرًا على إتقان تقنيات الإنتاج التقليدية، وإنما أصبح يشمل الكفاءة الرقمية والمرونة المهنية والقدرة على التعلم والتكيف مع الأدوات والتقنيات الجديدة (القحطاني، 2024).

التحول نحو المؤسسة الإعلامية متعددة المنصات:

أدى انتشار البيئة الرقمية إلى انتقال المؤسسات الإذاعية والتلفزيونية تدريجياً من نموذج يقوم على وسيلة بث واحدة إلى نموذج متعدد المنصات، بحيث لا يقتصر نشاط المؤسسة على الإذاعة أو القناة التلفزيونية، وإنما يمتد إلى المواقع الإلكترونية والتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي وخدمات البث المباشر والتدفقي، وأصبح المحتوى الإعلامي يُخطط لإعادة إنتاجه وتكييفه وفق طبيعة كل منصة، بما يوسع

نطاق انتشاره ويتيح الوصول إلى شرائح مختلفة من الجمهور، إذ ترتب على هذا التحول تغير في البناء التنظيمي للمؤسسة، حيث تنزايد الحاجة إلى التنسيق بين غرف الأخبار، وأقسام الإنتاج، والتحرير، والتقنية، وإدارة المنصات الرقمية، كما تتجه المؤسسات إلى تطوير استراتيجيات موحدة للمحتوى بدلاً من التعامل مع كل وسيلة بصورة مستقلة (التركي، 2021).

وتؤكد دراسة العصفرة (2023) أن توظيف المنصات الرقمية ووسائل التواصل أصبح جزءاً من استراتيجية وسائل الإعلام التقليدية للحفاظ على حضورها، والوصول إلى جمهور أوسع، وبذلك أصبحت المؤسسة الإعلامية متعددة المنصات أكثر قدرة على إعادة توظيف المحتوى، وتوزيعه بأشكال مختلفة، والتفاعل مع الجمهور، وقياس أنماط استخدامه، وهو ما يجعل التحول متعدد المنصات أحد أهم الاستجابات المؤسسية للتحول الرقمي.

المحور الثالث – التحولات الجماهيرية والمحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية: تغير طبيعة الجمهور:

أحدث التحول الرقمي تغييراً واضحاً في طبيعة الجمهور الإعلامي، فلم يعد المتلقي يعتمد بصورة كاملة على الوسيلة في تحديد وقت ومكان التعرض للمحتوى، وإنما أصبح أكثر قدرة على اختيار المحتوى وتوقيته ومنصته وفق اهتماماته وظروفه، وقد ساعد انتشار الهواتف الذكية والمنصات الرقمية على جعل الوصول إلى المحتوى عملية مستمرة لا ترتبط بالضرورة بموعد البث الإذاعي أو التلفزيوني. كما تغير دور الجمهور من متلقي للرسالة إلى طرف أكثر حضوراً في العملية الاتصالية؛ حيث أصبح قادراً على التعليق والمشاركة وإعادة النشر، بالإضافة إلى إنتاج محتوى خاص به، وأدى ذلك إلى تراجع الحدود التقليدية بين منتج المحتوى ومستهلكه، وظهور ما يعرف بالمستخدم المنتج للمحتوى، إلى جانب زيادة أهمية التفاعل بوصفه مؤشراً على علاقة الجمهور بالمادة الإعلامية (كبور، 2022).

وهنا تجدر الإشارة إلى أن البيئة الرقمية أسهمت في إعادة تشكيل سلوك الجمهور الإعلامي، من خلال تنوع مصادر الحصول على المعلومات وارتفاع مستويات التفاعل والمشاركة، وهو ما انعكس على أنماط استخدام وسائل الإعلام التقليدية (محاسنة ومحمود، 2023).

وعليه، أصبح الجمهور في البيئة الرقمية أكثر انتقائية وتفاعلاً وأقل ارتباطاً بوسيلة إعلامية واحدة، الأمر الذي يفرض على الإذاعة والتلفزيون فهم خصائص

الجمهور الجديد وتطوير المحتوى وأساليب تقديمه بما يتلاءم مع أنماط الاستخدام الرقمي.

أنماط الاستماع والمشاهدة الجديدة:

أفرز التحول الرقمي أنماطاً جديدة في استهلاك المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، فلم يعد الجمهور مقيداً بجدول البث التقليدي، وأصبحت عملية التعرض أكثر مرونة وانتقائية، ويمكن تلخيص أبرز هذه الأنماط في النقاط الآتية:

1. **الاستماع والمشاهدة عند الطلب:** أي اختيار المحتوى وتحديد وقت التعرض له وفق رغبة المستخدم.

2. **المشاهدة والاستماع عبر الأجهزة المحمولة:** وتعني الاعتماد المتزايد على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية في الوصول إلى المحتوى.

3. **البث التدفقي:** ويُقصد به متابعة المحتوى مباشرة عبر الإنترنت دون الحاجة إلى الوسائط التقليدية.

4. **المشاهدة المتأخرة:** وتتم من خلال الرجوع إلى البرامج أو الحلقات بعد انتهاء موعد بثها الأصلي.

5. **المشاهدة المتتابعة:** ويُقصد بها متابعة حلقات متعددة من العمل نفسه في جلسة واحدة، خصوصاً عبر منصات الفيديو عند الطلب.

6. **الاستهلاك متعدد المنصات:** الانتقال بين التلفزيون والمواقع والتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي أثناء متابعة المحتوى.

7. **الاستماع إلى البودكاست:** وهو إتاحة المحتوى الصوتي في صورة حلقات يمكن اختيارها والاستماع إليها في الوقت والمكان المناسبين.

8. **الاستهلاك الشخصي للمحتوى:** أي انتقال جزء من الاستماع والمشاهدة من النمط الجماعي أمام جهاز التلفزيون إلى نمط فردي يعتمد على الجهاز

الشخصي للمستخدم (رزيق وولد جاب الله، 2024).

من الملاحظ من خلال الأنماط السابقة تُشير إلى أن التحول الرقمي لم يُغيّر وسيلة الوصول إلى المحتوى فحسب، وإنما كان له تأثير مباشر في تغيير الزمن والمكان وطريقة الاستهلاك الإعلامي، وهو ما يمثل تحدياً مباشراً لنموذج البث الإذاعي والتلفزيوني التقليدي.

الجمهور التفاعلي والمشارك:

أحدثت البيئة الرقمية تحولاً في دور الجمهور، فلم يعد يقتصر على استقبال الرسالة الإعلامية، وإنما أصبح طرفاً فاعلاً في العملية الاتصالية من خلال التعليق، والمشاركة، والتقييم، وإعادة النشر، فضلاً عن إنتاج المحتوى وتداوله، وبذلك تراجعت الحدود التقليدية بين منتج الرسالة ومتلقيها، وأصبح المستخدم قادراً على التأثير في انتشار المحتوى وتوجيه النقاش حوله، كما وفرت المنصات الرقمية للمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية تغذية راجعة مباشرة من خلال تفاعل الجمهور، مما يُساعدها على التعرف إلى اهتماماته وتطوير محتواها، ومن ثم انتقلت العلاقة تدريجياً من نموذج (البث إلى الجمهور) إلى (التفاعل مع الجمهور) وهو تحول يرتبط بطبيعة البيئة الرقمية وخصائصها التفاعلية (تشاو، 2022).

تغير أشكال ومضامين الإذاعة والتلفزيون:

خلال العصر الحديث ومع انتشار وتزايد الاعتماد على البيئة الرقمية، ظهرت عديد التحويلات التي طرأت على أشكال ومضامين الإذاعة والتلفزيون، ويُمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

1. ظهور البودكاست، والمقاطع القصيرة، والبث المباشر، والمحتوى المخصص للمنصات الرقمية.
2. الاتجاه إلى تقديم مواد أكثر تركيزاً وسرعة في الوصول إلى الفكرة، خاصة على المنصات الاجتماعية.
3. دمج النص والصوت والصورة والفيديو والرسوم والعناصر التفاعلية في تقديم المحتوى.
4. تحويل البرامج الإذاعية والتلفزيونية إلى مقاطع وحلقات رقمية قابلة لإعادة النشر.
5. إنتاج محتوى أكثر ارتباطاً باهتمامات فئات محددة من الجمهور.
6. إدخال التعليقات والمشاركة والاستطلاعات وردود الفعل ضمن دورة إنتاج المحتوى.
7. لم يعد المحتوى ينتهي بانتهاء موعد البث، بل يمكن حفظه وإعادة عرضه ومشاركته والوصول إليه عند الطلب (قنديل، 2024).

دور المنصات الاجتماعية والخوارزميات في الوصول إلى الجمهور:

في ظل التطورات المتسارعة في البيئة الرقمية أصبحت المنصات الاجتماعية جزءاً أساسياً من استراتيجية انتشار المحتوى الإذاعي والتلفزيوني، لاسيما وأنها تُتيح للمؤسسات الإعلامية الوصول إلى الجمهور خارج نطاق البث التقليدي، والتفاعل معه بصورة مباشرة، وإعادة توزيع المحتوى في صيغ تتناسب مع طبيعة كل منصة، ولم يعد نجاح المحتوى مرتبطاً بالبث وحده، وإنما بقدرته على تحقيق الانتشار والتفاعل داخل البيئة الرقمية.

وهنا تُشير كبور (2022) إلى أن الخوارزميات تؤدي دوراً متزايداً في تحديد المحتوى الذي يظهر للمستخدم، من خلال تحليل سلوك التصفح والمشاهدة والتفاعل والاهتمامات، ثم ترتيب المحتوى واقتراحه وفق أنماط الاستخدام المتوقعة، ونتيجة لذلك، أصبحت المؤسسات الإعلامية مطالبة بفهم آليات عمل المنصات الرقمية، وتطوير عناوين وصيغ ومقاطع قادرة على جذب الجمهور وتحقيق التفاعل، ويمكن تحديد أبرز آثار ذلك في:

1. توسيع نطاق وصول المحتوى إلى جمهور يتجاوز جمهور البث التقليدي.
2. استهداف فئات محددة وفق اهتماماتها وأنماط استخدامها.
3. زيادة سرعة انتشار الأخبار والبرامج والمقاطع الإعلامية.
4. منح الخوارزميات تأثيراً متزايداً في ترتيب المحتوى وتحديد درجة ظهوره للجمهور.
5. توفير مؤشرات دقيقة نسبياً حول المشاهدة والتفاعل والاهتمام (كبور، 2022).

ويُضيف الباحث أن المنصات الاجتماعية والخوارزميات أصبحت وسيطاً مؤثراً بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، وهو ما يفرض على الإذاعة والتلفزيون تطوير استراتيجيات رقمية لا تركز على إنتاج المحتوى فقط، وإنما تهتم أيضاً بكيفية توزيعه واكتشافه داخل البيئة الخوارزمية.

المحور الرابع – مستقبل الإذاعة والتلفزيون في ظل التحول الرقمي:

إن مستقبل الإذاعة والتلفزيون أصبح اليوم مرتبطاً بقدررة المؤسسات على التعامل مع التحويلات التي أحدثتها البيئة الرقمية، ولم يعد السؤال يتمثل في إمكانية استمرار الوسائل التقليدية من عدمها بقدر ما يرتبط بشكل استمرارها وطبيعة الدور الذي ستؤديه داخل المنظومة الإعلامية الجديدة، فالتحول الرقمي أوجد منافسة قوية

من المنصات الرقمية، لكنه في الوقت نفسه أتاح للوسائل التقليدية فرصاً لتطوير المحتوى وتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور.

أبرز التحديات التي تواجه الإذاعة والتلفزيون:

تواجه الإذاعة والتلفزيون مجموعة من التحديات الناتجة عن التحول الرقمي، من أهمها:

1. المنافسة المتزايدة من منصات البث الرقمي وخدمات المحتوى عند الطلب.
2. تغير عادات الاستماع والمشاهدة، لاسيما لدى فئات الشباب.
3. ارتفاع تكاليف تحديث البنية التقنية ومواكبة التطورات المتسارعة.
4. الحاجة إلى تطوير مهارات العاملين وتأهيلهم للعمل متعدد المنصات.
5. تراجع بعض مصادر التمويل والإعلان التقليدية لصالح المنصات الرقمية.
6. صعوبة المحافظة على جودة المحتوى في ظل سرعة الإنتاج والنشر الرقمي.
7. زيادة الاعتماد على المنصات والخوارزميات الخارجية في الوصول إلى الجمهور.

8. التحديات المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية والقرصنة الرقمية (آدم وآخرون، 2025).

فرص التكيف والاستدامة:

على الرغم من التحديات السابقة، إلا أن البيئة الرقمية تُوفر فرصاً مهمة أمام الإذاعة والتلفزيون للحفاظ على حضورهما وتطويرهما، ومن أبرزها:

1. الانتقال إلى نموذج متعدد المنصات يجمع بين البث التقليدي والرقمي.
2. تطوير خدمات البث المباشر والمحتوى عند الطلب.
3. إعادة توظيف الأرشيف الإعلامي وإتاحته عبر المنصات الرقمية.
4. إنتاج محتوى مخصص للهواتف الذكية والمنصات الاجتماعية.
5. توظيف بيانات الجمهور في تطوير المحتوى وتحديد اتجاهاته.
6. تنويع مصادر التمويل من خلال الإعلانات الرقمية والاشتراكات والشرابات.
7. الاستثمار المستمر في تدريب الكوادر الإعلامية والتقنية (مسعود، 2026).

مستقبل الإذاعة والتلفزيون:

أولاً - مستقبل الإذاعة:

لا يبدو أن مستقبل الإذاعة يتجه بالضرورة نحو الاختفاء، وإنما نحو إعادة تشكيل وظيفتها ووسائل وصولها إلى الجمهور، فقد أصبحت الإذاعة قادرة على الجمع

بين البث الأرضي أو الفضائي والبث عبر الإنترنت والبودكاست والمنصات الرقمية، مما يسمح لها بالوصول إلى جمهور أكثر تنوعاً، ومن المرجح أن يستمر المحتوى الصوتي في التطور، مع زيادة الاعتماد على الاستماع عند الطلب والمحتوى المتخصص.

وبذلك يُمكن أن يتحول مستقبل الإذاعة من مؤسسة تعتمد أساساً على البث الزمني إلى مؤسسة صوتية متعددة المنصات، يكون البث التقليدي أحد مكوناتها وليس وسيلتها الوحيدة.

ثانياً - مستقبل التلفزيون:

يواجه التلفزيون تحولاً أكثر وضوحاً نتيجة انتشار خدمات البث التدفقي والفيديو حسب الطلب، إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة زواله، فمن المرجح أن يستمر التلفزيون التقليدي، خصوصاً في الأخبار والفعاليات والبرامج ذات المشاهدة الجماعية، مع توسعه في الوقت نفسه نحو المنصات الرقمية وخدمات المشاهدة عند الطلب، ويتجه مستقبل التلفزيون بصورة متزايدة نحو النموذج الهجين الذي يجمع بين البث التقليدي والمنصات الرقمية، مع تنوع أكبر في أشكال المحتوى وطرق توزيعه. ويعتمد نجاح هذا النموذج على قدرة المؤسسات التلفزيونية على إنتاج محتوى قادر على المنافسة في بيئة تتسم بكثرة الخيارات وسرعة تغير تفضيلات الجمهور (قنديل، 2024).

ثالثاً - مستقبل المهن الإعلامية:

أعاد التحول الرقمي تعريف المهارات المطلوبة للعاملين في الإذاعة والتلفزيون، ومن المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه مع تطور الذكاء الاصطناعي والأدوات الرقمية، ولن يقتصر الإعلامي مستقبلاً على أداء وظيفة تقليدية محددة، بل سيحتاج إلى امتلاك مجموعة متكاملة من المهارات الإعلامية والتقنية، أهمها:

1. إنتاج المحتوى متعدد المنصات.
2. التحرير الصوتي والمرئي الرقمي.
3. إدارة المنصات الاجتماعية والمحتوى الرقمي.
4. تحليل بيانات الجمهور وقياس التفاعل.
5. استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي بصورة مهنية وأخلاقية.
6. القدرة على التكيف والتعلم المستمر (الطائي وآخرون، 2022).

المتطلبات المهنية والتقنية والمؤسسية لمواكبة التحول:

تتطلب مواكبة التحول الرقمي في الإذاعة والتلفزيون تكاملاً بين تطوير الكفاءات البشرية، وتحديث البنية التقنية، وإعادة تنظيم العمل المؤسسي، ويشمل ذلك تدريب العاملين على الإنتاج متعدد المنصات والأدوات الرقمية، وتحديث أنظمة الإنتاج والبث والتخزين، إلى جانب تبني استراتيجيات مؤسسية واضحة للتحول الرقمي وتنويع قنوات توزيع المحتوى ومصادر الإيرادات، كما تبرز أهمية الشراكات مع المؤسسات التقنية والإعلامية، وتوفير بيئة تنظيمية تسمح بالابتكار والاستجابة السريعة للتغيرات الرقمية (آدم وآخرون، 2025)

وهنا، تظهر أهمية التدريب وتحديث البنية التحتية والتحول نحو المؤسسة الإعلامية الشاملة لضمان الاستدامة في البيئة الرقمية.

نتائج الدراسة:

1. إن التحول الرقمي أحدث تغييراً جوهرياً في بيئة الاتصال الجماهيري، وأعاد تشكيل العلاقة بين الإعلام التقليدي والبيئة الرقمية من علاقة تقوم على الانفصال إلى علاقة تجمع بين التنافس والتكامل.
 2. وجود تحولات تقنية ومهنية واضحة في الإذاعة والتلفزيون، شملت الرقمنة، وتطور تقنيات الإنتاج والبث، والانتقال إلى المنصات الرقمية، إلى جانب تعدد المهارات والأدوار المهنية.
 3. إن البيئة الرقمية غيرت طبيعة الجمهور وأنماط استماعه ومشاهدته، من خلال تنامي الاختيار الفردي، والتفاعلية، والاستهلاك عند الطلب، كما أسهمت في تطوير أشكال ومضامين المحتوى الإعلامي.
 4. أظهرت الدراسة أن الإذاعة والتلفزيون يواجهان تحديات أبرزها المنافسة الرقمية وتغير سلوك الجمهور والحاجة إلى التطوير التقني والمهني، في مقابل فرص تتمثل في البث التدفقي والمحتوى عند الطلب وتوسيع الوصول إلى الجمهور.
 5. إن مستقبل الإذاعة والتلفزيون لا يتجه بالضرورة إلى الاختفاء، وإنما إلى التكيف والتكامل مع البيئة الرقمية والتحول إلى نموذج متعدد المنصات.
- وبذلك يُمكن القول إنه بالتوصل إلى النتائج السابقة تمت الإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقُبول كافة الفرضيات.

التوصيات:

1. تطوير البنية التحتية الرقمية للمؤسسات الإذاعية والتلفزيونية بما يواكب تقنيات البث والإنتاج الحديثة.
2. تأهيل الكوادر الإعلامية وتطوير مهاراتها في الإنتاج الرقمي والعمل متعدد المنصات.
3. توسيع الحضور الرقمي للإذاعة والتلفزيون من خلال المنصات والتطبيقات وخدمات البث عند الطلب.
4. تطوير المحتوى الإعلامي بما يتناسب مع أنماط الجمهور الرقمي واحتياجاته التفاعلية.
5. تنويع مصادر التمويل والإيرادات بما يدعم الاستدامة الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية.
6. تعزيز التكامل بين الإعلام التقليدي والرقمي بدلاً من التعامل معهما باعتبارهما بيئتين منفصلتين.

بيان تضارب المصالح:

يُقر المؤلف بعدم وجود أي تضارب مالي أو علاقات شخصية معروفة قد تؤثر على العمل المذكور في هذه الورقة

قائمة المصادر والمراجع:

1. إبراهيم، أماني، ومكاوي، حسن (2025). تأثير منصات المشاهدة الرقمية على التلفزيون التقليدي في إطار مفهوم التكامل الإعلامي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 91.
2. أبو حريرة، أحمد (2015). الإعلام الجديد وانعكاساته على التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري - دراسة تطبيقية على مجموعة من أساتذة وطلاب كلية الإعلام بولاية الخرطوم، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية.
3. اتحاد إذاعات الدول العربية (2021). الإذاعة والتلفزيون في عهد التقارب الرقمي والبث المتعدد المنصات، ندوة الحوار المهني للجمعية العامة للاتحاد، تونس، المركز العمراني الشمالي.
4. آدم، محمد، وآخرون (2025). آليات واستراتيجيات البقاء الاقتصادي في ظل تحديات التحول الرقمي ونماذج الإيرادات الرقمية الجديدة للإذاعات المحلية المسموعة بمدينة درنة، مجلة العلوم الشاملة، المجلد 10 العدد 38.
5. التركي، علي (2021). السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية ذات المنصات المتعددة - دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

6. تشاو، تونغ (2022). تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، ترجمة: منال كبور، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3 العدد 3.
7. الجميلي، عبد العظيم، والعاني، ثناء (2016). الإعلام الجديد وإشكالية التواصل الرقمي، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع.
8. خلفاوي، شمس (2015). الإعلام الجديد - قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 4 العدد 2.
9. رزيق، هنية، وولد جاب الله، سعاد (2024). المنصات الرقمية وتأثيرها على عادات تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية - دراسة مسحية على عينة من المشتركين في منصة نتفلكس، مجلة المحترف، المجلد 11 العدد 3.
10. الزيايدي، لطفي (2021). اللغة العربية في وسائل الاتصال والإعلام والتحول الرقمي - قراءة تاريخية وملاحظات آنية، مجلة كلية دار العلوم، العدد 105.
11. سالم، آية (2026). تقييم تجربة التحول الرقمي في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية من خلال مشروع المنصة الرقمية (OTT) - دراسة ميدانية، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات - سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41 العدد 1.
12. السعدي، غُلا (2026). التحول الرقمي وأثره على الإذاعة والتلفزيون في العراق - دراسة تحليلية، مجلة كلية المعارف الجامعية، المجلد 37 العدد 2.
13. الشاوش، حسين (2026). تحولات التلقي في عصر الإعلام الجديد - مقارنة تحليلية في ضوء نظرية التلقي، مجلة العلوم الشاملة، المجلد 10 العدد 38.
14. الطائي، مصطفى، وآخرون (2022). الكفايات التدريبية المستقبلية للعاملين بوسائل الإعلام - دراسة ميدانية على عينة من العاملين في مؤسسات الإعلام العربية، مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، المجلد 14 العدد 1.
15. عبد الرؤوف، محمد (2015). الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي.
16. عبد النبي، سليم (2010). الإعلام التلفزيوني، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
17. العصفارة، مهند (2023). دور الإعلام الرقمي في تعزيز مكانة الإعلام التقليدي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين - الإذاعة والتلفزيون نموذجاً، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الخليل.
18. فخر الدين، أريج (2024). اندماج وسائل الإعلام وتأثيراته في العصر الرقمي - دراسة تحليلية نقدية للبحوث الإعلامية، الملتقى السنوي الأول لقسم الإذاعة والتلفزيون، من البث واسع النطاق إلى البث المحدود إلى البحث الشبكي، تحديات العصر الرقمي وتداعياته، فبراير 2024.
19. القحطاني، سعود (2024). المشهد الإعلامي الجديد - التقارب الإعلامي وأسطورة الديمقراطية وانقراض الصحافة، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 72 العدد 4.

20. قنديل، سارة (2024). تطور خدمات الفيديو حسب الطلب (VOD) في مصر دراسة تأثيرها على التلفزيون التقليدي والسيناريوهات المستقبلية المحتملة - دراسة نوعية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 29.
21. كبور، منال (2022). تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 3 العدد 3.
22. الماطوني، محمد (2024). مدى تقييم مسارات التكامل والتنافس بين أدوات الإعلام الرقمي ووسائل الإعلام التقليدية - دراسة تقييمية على عينة من الأكاديميين بكلية الإعلام جامعة بنغازي، مجلة كلية الفنون والإعلام - جامعة مصراته، العدد 65.
23. محاسنة، حسن، ومحمود، هبة الله (2023). اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام التقليدي والرقمي كمصدر للمعلومات خلال أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 67 العدد 1.
24. مسعود، حسين (2026). تأثير التحول الرقمي عبر الهواتف الذكية على مكانة وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور الليبي، مجلة الإعلام والفنون العلمية الإلكترونية المحكمة، المجلد 7 العدد 25.
25. مسعود، حسين (2026). تأثير التحول الرقمي عبر الهواتف الذكية على مكانة وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور الليبي، مجلة الإعلام والفنون العلمية الإلكترونية المحكمة، المجلد 7 العدد 25.
26. مصطفى، أماني (2022). تأثير خدمات المشاهدة حسب الطلب على صناعة الدراما التلفزيونية في إطار مفهوم الاندماج الإعلامي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 38.
27. مطر، مأمون (2015). تأثير التحول الرقمي على المحطات الإذاعية والتلفزيونية الفلسطينية، رام الله، مركز تطوير الإعلام بجامعة بيرزيت.
28. Lax, S., Ala-Fossi, M., Jauert, P., & Shaw, H. (2008). DAB: The future of radio? The development of digital radio in four European countries. Media, Culture & Society, 30(2).
29. Polyakov, M. L. (2022). Basic approaches to the typology of digital media platforms. RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism, 27(2).
30. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2).