



المؤسسة القطرية للإعلام

QATAR MEDIA CORPORATION

وكالة الجليل وقيمنا نلتزم

# فيلاد

مجلة فملبية تصدر عن المؤسسة القطرية للإعلام، دولة قطر  
العدد الثاني - أبريل 2026



القرآن الكريم

الدوحة 103.4 FM

قطر  
QATAR • TELEVISION

إذاعة قطر



ORX

QBS  
radio

الكاس ٦  
قنوات الكاس الرياضية



إذاعة أردو  
URDU RADIO

HOLA  
QATAR RADIO 92.0

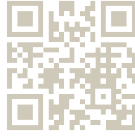
سوت الخليج  
sout al khaleej



المؤسسة القطرية للإعلام

QATAR MEDIA CORPORATION

واكس الجليلين وشهنا نلتور



- 4 حضور إعلامي مؤسسي متواصل  
**المؤسسة القطرية للإعلام  
مكانتها خليجياً وإقليمياً ودولياً**
- 8 عبر اتفاقيات متعددة القطاعات  
**تغطيات متكاملة ومتنوعة ومهنية عالية للقطرية  
للإعلام وتعاون وطني لتعزيز العمل المشترك**
- 10 أنشطة وفعاليات إعلامية  
**تقودها المؤسسة لتعزيز المشهد الإعلامي المحلي  
وترسيخ حضورها الإقليمي والعربي**
- 13 قناة قطر للقرآن الكريم..  
انطلاقة رمضانية برؤية استراتيجية ترشّح حضور القرآن في المشهد  
الإعلامي
- 14 التدريب والتطوير وتعزيز الكفاءات الوطنية  
**استثمار مؤسسي في بناء القدرات الإعلامية وترسيخ  
ثقافة التأهيل المهني المستدام**
- 16 شراكات استراتيجية فاعلة  
**حضور إعلامي يعكس مكانة المؤسسة في المشهد  
الوطني**
- 38 شاركت أثير الدول الاحتفال باليوم العالمي  
**إذاعة قطر تعزز حضورها في عصر الذكاء الاصطناعي**
- 44 حراك إنتاجي متواصل  
**منصة تابع.. رؤية قطرية جديدة للمحتوى العربي الآمن  
والمتنوع**



المؤسسة القطرية للإعلام  
QATAR MEDIA CORPORATION

فازح الجارار ويقهنا اللآةور



مجلة فصلية تصدر عن  
المؤسسة القطرية للإعلام

العدد الثاني | أبريل 2026

رئيس التحرير  
محمد بن سلمان المري

للتواصل والمراسلات  
البريد الإلكتروني:  
ielamag@qmc.qa

المقر الرئيسي  
المؤسسة القطرية للإعلام  
الدوحة، دولة قطر

الموقع الإلكتروني:  
www.qmc.qa



© جميع الحقوق محفوظة 2026

محفيون ومختصون لـ "إعلام"  
الموسوعة الإعلامية توطين  
للمعرفة ودعم للباحثين  
والمؤسسات المهنية

الإعلامية  
الموسوعة



32

الإعلامي والروائي الراحل  
الدكتور أحمد عبد الملك:  
إذاعة قطر صوت المواطن



46

علي السادة مدير تلفزيون  
قطر لـ "إعلام":  
المحتوى النوعي رهاننا في  
عصر الإعلام الرقمي

73 - 60

تحولات المهنة بين سلطة الورق وواقع الرقمنة  
الصحافة في عصر المنصات

علينا إعادة تعريف دور الصحافة بين سلطة الورق ومنطق المنصات  
(أ.د خالد آل شافعي)

تحولات النموذج الاقتصادي الصحافي في عصر المنصات الرقمية  
(د. كمال حميدو)

الحمية التكنولوجية وواقع الاندماج والتكامل الإعلامي بين وسائل  
الإعلام القطرية (د. عبد المطلب مديق مكي)  
من الورق إلى الذكاء الاصطناعي.. هل ستنجو الصحافة؟ (أ. محمد أحماد)

التلفزيون الرقمي والتحولت  
الإعلامية

كيف أعادت المنصات الذكية تشكيل  
علاقة الجمهور بالشاشة؟



59 - 52

دراسات

لمحات تاريخية في مسيرة جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

ماذا تقدم منصة تابع للمشاهد القطري والعربي؟

الصحافة في قطر: حكاية تطور لا تتوقف

إنفوجرافيك

27 - 18

الدوريات الأسبوعية والشهرية مهدون  
لميلاد الصحافة المحلية  
ذاكرة الإعلام القطري: من  
المجلة إلى المنصة



بعد 24 عاماً على  
انطلاقتها

إذاعة صوت الخليج ترسخ  
موقعها في المشهد  
السمعي العربي

# حضور إعلامي مؤسسي متواصل المؤسسة القطرية للإعلام تمد جسور التعاون وتعزز مكانتها خليجياً وإقليمياً ودولياً



رئيس المؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع وزير الإعلام السعودي

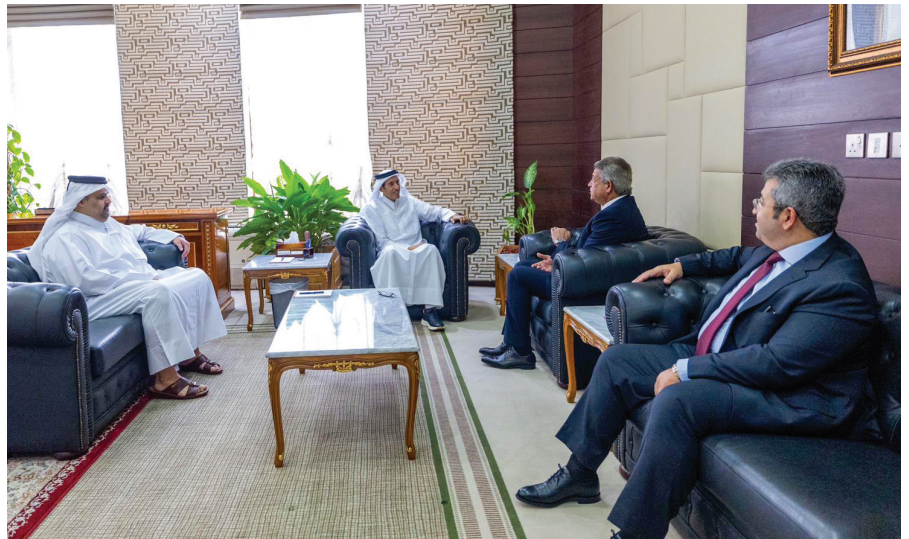
باعتبارها ركيزة أساسية لتعزيز حضورها الخليجي والإقليمي والدولي، تضع المؤسسة القطرية للإعلام الشراكات المهنية في صدارة أولوياتها، وذلك عبر حراك مهني فاعل يعكس رؤية استراتيجية واضحة تقوم على بناء شراكات مستدامة، وتعزيز التكامل الإعلامي، وتبادل الخبرات بما يواكب التحولات التقنية والمهنية المتسارعة، ويعزز مكانة الإعلام القطري ويكرّس دوره في صياغة مستقبل الإعلام على مختلف المستويات والأصعدة.

وفي هذا السياق، اجتمع سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، رئيس المؤسسة القطرية للإعلام، مع سعادة السيد سلمان بن يوسف الدوسري، وزير الإعلام في المملكة العربية السعودية، على هامش المنتدى السعودي للإعلام الذي عقد خلال الفترة من 2 إلى 4 فبراير 2026 بمدينة الرياض، وتم خلال اللقاء بحث تفعيل بنود مذكرة التفاهم في المجالين الإذاعي والتلفزيوني، بما يعكس حرص البلدين على

تطوير المبادرات المشتركة وتعزيز الشراكة الاستراتيجية في قطاع الإعلام. واستقبل سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، رئيس المؤسسة، سعادة المهندس خالد عبد العزيز، رئيس المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بجمهورية مصر العربية، بحضور سعادة الشيخ خالد بن عبد العزيز آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة، وسعادة السيد وليد فهمي الفقي، سفير جمهورية مصر العربية لدى الدولة. وتناول اللقاء سبل تطوير التعاون الإعلامي وتبادل وجهات النظر حول القضايا ذات الاهتمام المشترك، بما يعكس عمق العلاقات المهنية بين البلدين وحرص الجانبين على تعزيز التنسيق المؤسسي وتوسيع آفاق العمل المشترك.

وفي إطار تعزيز التكامل الخليجي، استقبل سعادة الشيخ خالد بن عبد العزيز آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة سعادة السيد مجري بن مبارك القحطاني، مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، حيث ناقش الجانبان

تطوير المبادرات المشتركة وتعزيز الشراكة الاستراتيجية في قطاع الإعلام. واستقبل سعادة الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني، رئيس المؤسسة، سعادة المهندس خالد عبد العزيز، رئيس المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بجمهورية مصر العربية، بحضور سعادة الشيخ خالد بن عبد العزيز آل ثاني، الرئيس التنفيذي للمؤسسة، وسعادة السيد وليد فهمي الفقي، سفير جمهورية مصر العربية لدى الدولة. وتناول اللقاء سبل تطوير التعاون الإعلامي وتبادل وجهات النظر حول القضايا ذات الاهتمام المشترك، بما يعكس عمق العلاقات المهنية بين البلدين وحرص الجانبين على تعزيز التنسيق المؤسسي وتوسيع آفاق العمل المشترك.



رئيس المؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع رئيس المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بمصر



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع مدير عام جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج



**المؤسسة تعيد صياغة  
خريطة التعاون الإعلامي  
الإقليمي والدولي، لتضع  
الإعلام القطري في  
صدارة المبادرات المهنية**

الإعلامي وضمان استمرارية المبادرات الثنائية بما يخدم المصالح المشتركة ويعزز تبادل الخبرات.

ولبحث سبل تطوير التعاون المشترك في مجال الإعلام الرياضي، التقى الرئيس التنفيذي سعادة الفريق جبريل الرجوب، رئيس الاتحاد الفلسطيني لكرة القدم، في خطوة تؤكد اهتمام المؤسسة بدعم الإعلام الرياضي العربي وتعزيز حضوره عبر شراكات استراتيجية تساهم في تبادل المحتوى والخبرات.

عمرو الليثي، رئيس اتحاد إذاعات وتلفزيونات دول منظمة التعاون الإسلامي، حيث تم بحث آفاق الشراكة الإعلامية ودعم المبادرات التي تعزز رسالة الإعلام القطري إقليمياً ودولياً. كما اجتمع الرئيس التنفيذي مع سعادة السيد برهان الدين دوران، رئيس دائرة الاتصال في الرئاسة التركية، لبحث تطوير العلاقات الإعلامية وتعزيز التعاون المؤسسي بين البلدين، كما التقى في اليوم ذاته سعادة السيد إيجور مارارا كاينامورا، سفير جمهورية رواندا لدى الدولة، لمتابعة مخرجات التعاون

آليات تطوير المبادرات المشتركة في مجالات الإنتاج والبرامج، وتبادل الخبرات بما يواكب التطورات الحديثة في القطاع الإعلامي الخليجي، كما التقى الرئيس التنفيذي للمؤسسة سعادة السيد فايز ماجد أبو الرب، سفير دولة فلسطين لدى الدولة، لبحث سبل تعزيز التعاون الإعلامي الثنائي وتوسيع مجالات العمل المشترك.

كما شهدت اللقاءات ترسيخاً لمكانة المؤسسة ضمن شبكة الإعلام الإسلامي والدولي، إذ استقبل الرئيس التنفيذي الدكتور



**من خلال اللقاءات المشتركة،  
تبنى المؤسسة جسور التعاون  
المهني بين الإعلام القطري  
ونظرائه في المنطقة**



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع سفير دولة فلسطين



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يستقبل رئيس اتحاد إذاعات وتلفزيونات دول منظمة التعاون الإسلامي



كل لقاء وزيرة يعكسان  
التزام المؤسسة بالريادة  
المهنية وبناء تحالفات  
إعلامية قوية ومستدامة

وفي سياق الانفتاح على التجارب الإعلامية الدولية، استقبلت المؤسسة وفدًا إعلاميًا تركيًا رفيع المستوى برئاسة سعادة السيد برهان الدين دوران، حيث زار الوفد تلفزيون

قطر و Q Business، وأطلع خلال الزيارة على أحدث تقنيات البث والاستوديوهات، مؤكدًا أهمية تطوير الشراكات الإعلامية الثنائية، كما استقبل تلفزيون قطر وفدًا إعلاميًا من شبكة

TRT التركية، ضم عددًا من قياداتها التنفيذية، حيث أطلع الوفد على الاستوديوهات والأقسام الفنية والإنتاجية وآليات البث الحديثة، في خطوة تعكس التزام الجانبين بتبادل الخبرات وتعزيز التعاون الإعلامي المشترك.

ولم يقتصر الانفتاح على المؤسسات الرسمية، بل امتد ليشمل صنّاع المحتوى والمؤثرين في المنطقة، حيث استقبل تلفزيون قطر وفدًا من المؤثرين وصنّاع المحتوى من المملكة العربية السعودية وسلطنة عُمان والمملكة الأردنية الهاشمية، وذلك في إطار تعزيز التعاون الإعلامي وتبادل الخبرات مع صنّاع المحتوى في المنطقة، والاطلاع على تجربة تلفزيون قطر في الإنتاج الإعلامي المتطور.



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع سفير رواندا

واطلع الوفد خلالها على إمكاناتها الإعلامية والتقنية، وشملت الزيارة جولة ميدانية داخل أقسام واستوديوهات تلفزيون قطر، تعرّف خلالها الوفد على سير العمل في مختلف الإدارات، والبنية التحتية التي تدعم عمليات الإنتاج التلفزيوني والإخباري.

كما أطلع الضيوف على آليات العمل وخطوات الإنتاج، وتجهيزات الاستوديوهات، وأنظمة التحكم والبث، إلى جانب التعرف على أحدث التقنيات المستخدمة في صناعة المحتوى الإعلامي.



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يستقبل رئيس دائرة الاتصال بالرئاسة التركية



الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام يجتمع مع رئيس الاتحاد الفلسطيني لكرة القدم

ختامًا، لا تُقاس هذه اللقاءات بعددها بقدر ما تُقاس بما تفتحه من مسارات عمل جديدة، وما ترسخه من حضور نوعي يتجاوز الإطار البروتوكولي إلى تأثير فعلي ومستدام. ففي كل خطوة، تعيد المؤسسة القطرية للإعلام تعريف دورها كشريك مبادر، لا يكتفي بتبادل الخبرات، بل يسهم في إنتاجها وتوجيهها. وبهذا النهج العملي، تواصل المؤسسة ترسيخ موقعها كقوة إعلامية فاعلة، تُحسن توظيف علاقاتها، وتحوّلها إلى إنجازات ملموسة تعزز من حضور الإعلام القطري وتدعم تنافسيته على مختلف المستويات.



المؤسسة القطرية للإعلام تستقبل وفدًا إعلاميًا تركيًا



بهذا الحراك المتواصل، تؤكد المؤسسة أن الشراكات الإعلامية ليست خيارًا تكميليًا، بل ركيزة أساسية لتعزيز الريادة وتوسيع نطاق التأثير



وفد تركي يزور تليفزيون قطر

# عبر اتفاقيات متعددة القطاعات تغطيات متكاملة ومتنوعة ومهنية عالية للقطرية للإعلام وتعاون وطني لتعزيز العمل المشترك



برنامج مسيرة وطن واكب لحظة بلحظة تجهيزات اليوم الوطني

رستخت المؤسسة القطرية للإعلام حضورها خلال عامي 2025-2026 بوصفها الشريك الإعلامي الوطني والرسمي لأبرز الفعاليات الرياضية والوطنية والثقافية، مقدّمة نموذجاً احترافياً متكاملًا في التغطية الإعلامية متعددة المنصات، ارتكز على البث المباشر، واللقاءات الحصرية، والتقارير النوعية، والبرامج المتخصصة التي واكبت الحدث من قلب الميدان إلى شاشة المتلقي.

وبمناسبة اليوم الوطني لدولة قطر الموافق للثامن عشر من ديسمبر من كل عام، قدّمت المؤسسة تغطية موسّعة لاحتفالات اليوم الوطني 2025 تحت شعار "بكم تعلقو ومنكم تنتظر"، المقتبس من كلمة حضرة صاحب السمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني أمير البلاد المفدى التي قدمها سموه للشباب أثناء زيارته لجامعة قطر عام 2016، حيث استمرت التغطية على مدار 10 أيام من 8 ديسمبر حتى 18 ديسمبر 2025، وذلك من خلال مخطط برامجي خاص بهذه المناسبة تضمن برامج ووثائقيات وإذاعة الأغاني الوطنية، فكان برنامج "مسيرة وطن" الذي سلط الضوء على محطات بارزة في مسيرة التنمية بدولة قطر، من خلال استعراض إنجازات كبرى في

حيث استضاف البرنامج نخبة من الأسماء اللامعة في الشعر والفن والإعلام، في حوار وطني تناول حب الوطن، الإنجازات، الفنون، الإعلام، والهوية القطرية، وسط أجواء احتفالية مبهرة بمناسبة اليوم الوطني لدولة قطر، وتقارير خاصة عكست روح الفريق والانتماء، مؤكدة التزام كوادرها المهنية بإظهار الصورة المشرفة للإعلام القطري، إلى جانب بث مباشر متكامل للمسيرة الوطني الذي يعكس صورة التكاتف بين القيادة والشعب وعمق الانتماء

قطاعات التخطيط العمراني والبنية التحتية والكهرباء والمياه والطيران والاتصالات الفضائية، ونوقشت الحلقات دور الجهات الوطنية في تحويل الرؤية إلى واقع، ودعم جودة الحياة، وتعزيز الاستدامة، بما يواكب رؤية قطر الوطنية 2030 ويعكس نهضة وطن تُبنى بإرادة القيادة وسواعد أبنائه. وبرنامج "سهرة وطن" جمع بين الشعر والفن والإعلام في ليالٍ استثنائية تزامنت مع أمطار الخير التي عمّت قطر وزادت الأجواء جمالاً وروحاً،



من اليوم الوطني إلى الفعاليات الرياضية والثقافية، كانت المؤسسة حاضرة، تنقل الحدث من قلب الميدان إلى شاشة المتلقي



إذاعة قطر واكبت جائزة سمو الشيخ تميم بن حمد آل ثاني الدولية للتميز في مكافحة الفساد عبر لقاءات حصرية ومتفرّدة



" تغطيات مميزة، بث مباشر،  
لقاءات حصرية وتقارير  
نوعية... حضور المؤسسة  
يصنع الحدث ويعزز أثره



نقل مباشر لفعاليات منتدى الدوحة 2025 وضعت المشاهد في قلب الحدث

واستوديو مفتوح بدأ منذ الصباح الباكر، واستمر حتى نهاية الفعاليات الرياضية، إلى جانب الفواصل التثقيفية والتوعوية الموجهة لكافة فئات المجتمع.

كما قدّمت المؤسسة تغطية استثنائية لبطولة "كأس العرب FIFA قطر 2025 عبر ساعات بث متواصل، واستوديوهات تحليلية مباشرة، ومدخلات حصرية مع نجوم اللعبة، إلى جانب تقارير ميدانية عكست أجواء المنافسة وروح الجماهير، ما عزّز من حضور الحدث إقليمياً ودولياً. كما جسّدت شراكتها الإعلامية مع نادي قطر للسباق والفروسية في نقل سباقات الموسم المحلي، ومن بينها سباق جائزة المؤسس، و"أوكس ودربي قطر"، و\*\*بطولة جمال الخيل العربية الأصيلة\*\*، إضافة إلى سباق "سمو الشيخ عبدالله بن خليفة آل ثاني"، حيث تميّزت التغطيات بالبث المباشر واللقاءات الحصرية مع الملاك والفرسان، وتقارير متخصصة أبرزت قيمة الفروسية في المشهد الرياضي القطري. وامتد الحضور إلى نقل "بطولة القلائل 2026"، وتغطية نهائيات "مهرجان سيف سمو الأمير للفروسية"، ضمن معالجة إعلامية تعكس عمق الرياضات التراثية وأصالتها.

بهذا الأداء المتكامل، أثبتت التغطيات الإعلامية للمؤسسة القطرية للإعلام أن شراكتها الإعلامية لا تقتصر على نقل الحدث، بل تتجاوزه إلى صناعته وتعزيز أثره، عبر محتوى احترافي، وتخطيط منهجي، وتكامل بين التلفزيون والإذاعة والمنصات الرقمية، ما يعزّز مكانة الإعلام القطري كشريك أساسي في مسيرة التنمية الوطنية.

عدد من المسؤولين والمشاركين، إلى جانب متابعة شاملة لمجريات الجائزة، بما يبرز الجهود الدولية المبذولة في مكافحة الفساد، ويعكس التزام الإعلام القطري بنقل الأحداث النوعية بمهنية عالية، وتعزيز الوعي بالقضايا ذات البعد الإنساني والتنمية المستدامة.

وضمن دورها كراعٍ إعلامي وطني، تولّت المؤسسة نقل فعاليات "معرض ومؤتمر الدوحة الدولي للدفاع البحري" ديمدكس 2026 عبر قنواتها التلفزيونية والإذاعية ومنصاتها الرقمية، موفّرة تغطية مباشرة من أرض المعرض، وتقارير متخصصة، واستضافات حصرية مع خبراء ومسؤولين، بما يعكس أهمية الحدث ومكانته الاستراتيجية.

وفي الشأن الثقافي والمعرفي، واكبت المؤسسة حفل اكمال "معجم الدوحة التاريخي للغة العربية" بتغطية مباشرة ومواد وثائقية خاصة، كما نقلت فعاليات مهرجان "مرمي 2026" والمؤتمر والمعرض الدولي الحادي والعشرين للغاز الطبيعي المسال، إضافة إلى شراكتها الإعلامية مع معرض "قطر الزراعي الدولي" أجريتك 2026، حيث برزت التقارير النوعية والبرامج التوعوية التي ركزت على الأمن الغذائي والاستدامة.

وفي الجانب الرياضي، شاركت القنوات الإذاعية والتلفزيونية التابعة للمؤسسة القطرية للإعلام في الاحتفال باليوم الرياضي للدولة 2026، من خلال تغطية حية ومباشرة عبر فريق من المذيعين والمراسلين والمصورين الأكفاء ومجموعة من البرامج والتغطيات والتقارير التي واكبت مختلف الأنشطة والفعاليات الرياضية التي شهدتها الدولة،

للوطن، باعتباره قيمة ثقافية أصيلة متجذرة في تاريخ القطريين، يتوارثونها جيلاً بعد جيل. وبصفتها شريكاً إعلامياً وطنياً واكبت المؤسسة افتتاح النسخة الثالثة والعشرين من "منتدى الدوحة 2025"، عبر تغطية خاصة تضمنت نقلاً حياً لفعاليات الافتتاح والجلسات النقاشية، إضافة إلى إجراء لقاءات مع أبرز المتحدثين وصنّاع القرار، لتسليط الضوء على القضايا الإقليمية والدولية المطروحة في المنتدى، بما يعكس حرص المؤسسة على مواكبة هذا الحدث العالمي وتقديم محتوى مهني ثري لجمهورها.

واكبت المؤسسة القطرية للإعلام أيضاً حفل "جائزة قطر للتميز العلمي لعام 2026"، والتي تعد مناسبة وطنية بارزة لتكريم المتميزين علمياً من أبناء الوطن، وترسيخ ثقافة الإبداع والريادة، وتعزيز مكانة العلم كقيمة أساسية في مسيرة التنمية المستدامة لدولة قطر، حيث قامت المؤسسة بتسليط الضوء على نماذج قطرية متميزة فازت بالجائزة في دورتها التاسعة عشرة، من طلبة وطالبات جسّدوا قيم الاجتهاد والعطاء والعمل التطوعي، بدعم الأسرة والمدرسة.

وفي إطار مواكبتها المستمرة للفعاليات الوطنية والدولية التي تستضيفها دولة قطر، حرصت المؤسسة القطرية للإعلام، على تقديم تغطية إعلامية خاصة لجائزة الشيخ تميم بن حمد آل ثاني الدولية للتميز في مكافحة الفساد، بما يعكس أهمية الحدث ومكانته على الصعيد العالمي، ودوره في ترسيخ قيم النزاهة والشفافية. وقد شملت التغطية إنتاج مواد إخبارية وتقارير ميدانية ولقاءات حصرية مع

# أنشطة وفعاليات إعلامية تقودها المؤسسة لتعزيز المشهد الإعلامي المحلي وترسيخ حضورها الإقليمي والعربي



وفد المؤسسة في الاجتماع الـ114 للمجلس التنفيذي لاتحاد إذاعات الدول العربية، والجمعية العامة الـ45

من خلال مسار استراتيجي متكامل، يتجسد في مشاركة واسعة من الأنشطة والفعاليات والمبادرات، الهادفة إلى تطوير المشهد الإعلامي المحلي وتعزيز امتداداته الخليجية والعربية، تؤكد المؤسسة القطرية للإعلام حضورها المؤسسي المتجدد، حيث يعكس هذا الحراك رؤية إعلامية متقدمة تقوم على ترسيخ القيم المهنية، وبناء خطاب إعلامي مسؤول ومؤثر، بما يكرس مكانة الإعلام القطري كرافد فاعل في صناعة الوعي، وشريك أساسي في دعم مسارات التنمية ومواكبة التحولات الإقليمية والدولية في القطاع الإعلامي.

ففي إطار دعم المبادرات الإعلامية الخليجية المشتركة وتعزيز الحضور في الفعاليات التي تسهم في تطوير المحتوى الإعلامي، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في احتفالية مرور خمسين عاماً على تأسيس مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، حيث ضم وفد المؤسسة كلاً من السيد عبدالله غانم البنعلي المهندي، مدير مكتب التعاون الدولي والاتفاقيات، والسيد علي صالح السادة، مدير تلفزيون قطر، وقد التقى الوفد الشيخ مبارك

الإعلامي للرئيس التنفيذي، والسيد جابر محمد آل سرور، المراقب العام في إذاعة قطر، حيث جرى بحث تصور الخطة الإعلامية المتكاملة، والتي تشمل إنتاج رسائل إعلامية مرئية ومسموعة تعنى بالقضايا الاجتماعية، إلى جانب إبراز إنجازات دول مجلس التعاون في التقارير الدولية ذات الصلة، لا سيما في مجالات الرعاية الاجتماعية ورعاية الأشخاص ذوي الإعاقة.

وامتداداً لهذا الحراك، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في اجتماعات الدورة العادية (104) للجنة الدائمة للإعلام العربي، التي عُقدت في دولة الكويت، بمشاركة ممثلي وزارات وهيئات الإعلام في الدول العربية، حيث ترأس وفد المؤسسة السيد عبدالله غانم البنعلي المهندي، مدير مكتب التعاون الدولي والاتفاقيات، وذلك في إطار التحضير لاجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب ومتابعة تنفيذ الاستراتيجيات والخطط الإعلامية العربية المشتركة. وقد شهدت الاجتماعات مناقشة عدد من القضايا الإعلامية ذات الأولوية، من

فهد الجابر الصباح، المدير العام للمؤسسة. وعلى صعيد التعاون الخليجي، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في الاجتماع الأول لفريق العمل الإعلامي في الشأن الاجتماعي لدول مجلس التعاون، الذي عُقد يوم الخميس 29 يناير 2026 بمقر الأمانة العامة في مدينة الرياض. ومثل المؤسسة في هذا الاجتماع الدكتور مشعل راضي الهاجري، المستشار



الاجتماع الأول لفريق العمل الإعلامي في الشأن الاجتماعي لدول مجلس التعاون



مشاركة المؤسسة في الاحتفالية الخاصة بمرور خمسين عامًا على تأسيس مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك لمجلس التعاون



## شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في فعاليات محلية لتعزيز دور الإعلام في التوعية والاندماج المجتمعي

العامّة الخامسة والأربعين، التي استضافتها الجمهورية التونسية خلال الفترة من 14 إلى 17 ديسمبر 2025، بمشاركة ممثلي الهيئات الإعلامية الرسمية في الدول العربية. وقد ترأس الوفد القطري سعادة السيد عبدالرحمن العبيدان، المستشار الإعلامي في مكتب سعادة رئيس المؤسسة القطرية للإعلام، وضم الوفد كلاً من السيد عبدالله غانم البنعلي المهدي، والسيد علي صالح السادة.

وتأتي جميع هذه المشاركات لتبرز قدرة المؤسسة القطرية للإعلام على تحويل الحضور الإعلامي إلى تأثير حقيقي، حيث تسهم كل فعالية في تعزيز التواصل، وبناء الشراكات، كما تؤكد هذه المشاركات المستمرة على مكانة المؤسسة كرافد فاعل في المشهد الإعلامي، يترجم التزامها بالمهنية والمسؤولية إلى أثر ملموس يخدم المجتمع ويدعم التطور الإعلامي على المستويات كافة.

خلال الفترة من 20 إلى 21 يناير 2026. وقد قدّم الورقة عن المؤسسة الإعلامي عبدالله محمد البوعينين، مراقب إذاعة القرآن الكريم، حيث تناول دور الإعلام في مجالات الوقاية والتوعية والإدماج، مؤكداً أن الإعلام لم يعد محايداً في تعاطيه مع قضية المخدرات، بل أضحي شريكاً استراتيجياً في مكافحتها. كما أشار إلى أن دور المؤسسة في هذا الإطار يركز على ثلاث ركائز أساسية: الوقاية، والتوعية، والإدماج، بما يساهم في تعزيز الوعي المجتمعي، ودعم جهود الحماية والاندماج، وبناء مجتمع أكثر أمناً واستقراراً.

وعلى المستوى العربي، وضمن جهود تعزيز التعاون الإعلامي المشترك وتطوير آليات التبادل الإذاعي والتلفزيوني، شاركت المؤسسة القطرية للإعلام في أعمال الاجتماع الـ 114 للمجلس التنفيذي لاتحاد إذاعات الدول العربية، إلى جانب اجتماعات الجمعية

أبرزها تعزيز دور الإعلام العربي في دعم القضية الفلسطينية، ومواجهة الروايات المضللة، وتكثيف الجهود الإعلامية الدولية لإبراز معاناة الشعب الفلسطيني وحقوقه المشروعة. كما تناولت الاجتماعات تطورات المشهد الإعلامي الرقمي، بما في ذلك توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي، وأخلاقيات استخدامه، إضافة إلى سبل التصدي للأخبار المضللة والشائعات وخطاب الكراهية عبر المنصات الرقمية.

وعلى المستوى المحلي، برزت مشاركة المؤسسة القطرية للإعلام من خلال تقديم ورقة عمل في ندوة «دور الإعلام في التوعية والوقاية والاندماج»، ضمن المنتدى الوطني الرابع لحقوق الإنسان «حقوق الإنسان في صميم مكافحة المخدرات.. التحديات وآفاق الحلول المستدامة»، الذي تنظمه اللجنة الوطنية لحقوق الإنسان بالتعاون مع وزارة الداخلية



الحضور الفاعل للمؤسسة  
في المحافل المحلية  
والخليجية والعربية  
يرسخ مكانتها كقوة  
مؤثرة ويدعم شراكاتها  
الإعلامية على مختلف  
المستويات



إذاعة القرآن الكريم تشارك في ندوة "مقاصد الأسرة في القرآن الكريم"

# جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج

علامة مميزة وعنوان بارز للتعاون الخليجي المشترك  
في مجال الإعلام

2026 2020 2014 2010 2005 2004 1985 1982 1981 1980 1980 1977

يناير

20 نوفمبر

يوليو

أبريل

يوليو

26 يناير

8 فبراير

التوجه نحو  
التحول الرقمي  
من خلال تطوير  
المنصات  
الإلكترونية  
ومواكبة تقنيات  
البث الحديثة

إطلاق برامج  
تدريبية وورش  
عمل متخصصة  
ساهمت  
في تطوير  
مهارات مئات  
الإعلاميين في  
دول الخليج

إصدار أول  
دراسة بحثية  
بعنوان التطور  
التاريخي  
للتلفزيون  
وموقعه بين  
وسائل الإعلام

المشاركة الأولى  
في مهرجان كان  
الدولي



توقيع اتفاقية  
الإنشاء تحت  
مسمى جهاز  
تلفزيون الخليج

صدور العدد  
الأول من نشرة  
الجهاز

إقامة أول دورة  
تدريبية عن  
إعداد البرامج  
الحوارية  
بمملكة  
البحرين

صدور أول  
مجلة من  
الجهاز

انطلاق الدورة  
الأولى لمهرجان  
الخليج للإنتاج  
التلفزيوني في  
دولة الكويت

تنظيم دورة  
مميزة من  
المهرجان  
بمشاركة أكثر  
من 300 عمل  
إعلامي، مع  
تسجيل حضور  
واسع لشركات  
الإنتاج الخاصة

تعديل المسمى  
إلى جهاز إذاعة  
وتلفزيون  
الخليج

واصل الجهاز  
تنسيق التعاون،  
وتنمية تبادل  
الأخبار  
والبرامج  
والمعلومات  
والخبرات  
وتشجيع  
التدريب  
والبحوث  
والدراسات بين  
الدول الأعضاء



ساهمت دولة قطر في دعم مسيرة الجهاز من خلال استضافة وتنظيم دورات من مهرجان الخليج للإذاعة والتلفزيون، إلى جانب دعم الإنتاج الإعلامي والمشاركة الفاعلة في تطوير المحتوى الخليجي.

# قناة قطر للقرآن الكريم

## انطلاقة رمضانية برؤية استراتيجية ترسخ حضور القرآن في المشهد الإعلامي

القرآن الكريم  
THE HOLY QURAN

قطر  
QATAR TELEVISION

معايير تقنية متقدمة ضمن خطة استراتيجية متدرجة تبدأ مرحلتها الأولى مع أول أيام رمضان، مع إتاحة البث عبر الأقمار الصناعية عرب سات (بدر 8) وبيوتلسات (E7WA)، إضافة إلى إمكانية مشاهدة البث المباشر للقناة عبر تطبيق تابع، المتاح على الأجهزة النقالة المحمولة، بما يوسع نطاق الوصول إقليمياً ودولياً.

ويعكس إطلاق القناة تكاملاً مؤسسياً واضحاً، حيث أوضح السيد عبد الله محمد البوعينين مراقب إذاعة القرآن الكريم، أن الإذاعة سخرت إمكانياتها لدعم المشروع في إطار منظومة عمل متكاملة تهدف إلى خدمة كتاب الله وتعزيز حضوره الإعلامي. وأشار إلى أن تسجيلات القراء القطريين التي أنجزت في استوديوهات الإذاعة، وفق أحدث تقنيات التسجيل والتدقيق، شكّلت ركيزة أساسية في المحتوى المقدم عبر القناة، بما يضمن دقة التلاوة وجودة الأداء ونقاء الصوت، ويسهم في إثراء المكتبة القرآنية داخل الدولة وخارجها.

بهذه الرؤية المتكاملة، يتجاوز إطلاق قناة قطر للقرآن الكريم كونه إضافة جديدة إلى خارطة البث، ليجسد توجهاً استراتيجياً راسخاً يعزز مكانة الإعلام القطري في خدمة القرآن الكريم، ويرسخ حضوره في الوعي اليومي للمشاهد، خاصة في شهر رمضان المبارك، حيث تتجدد العلاقة بكتاب الله وتعاظم قيمة الكلمة المسموعة والمرئية في حمل رسالته الخالدة.



مع إشراف أول أيام شهر رمضان المبارك لعام 1447هـ - 2026م، دشنت المؤسسة القطرية للإعلام قناة قطر للقرآن الكريم، لتفتح نافذة إعلامية متخصصة تُعنى ببث تلاوات كتاب الله على مدار الساعة، وتصبح أول قناة للقرآن الكريم في قطر، في خطوة تعكس توجهاً مدرّوساً نحو ترسيخ الإعلام الديني الهادف، وتوسيع منظومة القنوات التخصصية بما ينسجم مع رؤية قطر الوطنية 2030.

إطلاق القناة لم يكن حدثاً عابراً في الخريطة البرمجية الرمضانية، بل محطة استراتيجية تؤكد التزام المؤسسة بتقديم محتوى نوعي يجمع بين أصالة الرسالة القرآنية وحدائث الوسائل التقنية، ويعزز حضور القرآن الكريم في الفضاء الإعلامي المحلي والإقليمي.

وفي هذا السياق، أكد سعادة الشيخ خالد بن عبد العزيز بن جاسم آل ثاني الرئيس التنفيذي للمؤسسة القطرية للإعلام، أن إطلاق قناة قطر للقرآن الكريم يمثل «خطوة استراتيجية في مسار الخطة الإعلامية للتوسع في القنوات التخصصية الهادفة»، مشيراً إلى أن المشروع ينطلق من إيمان المؤسسة بدورها في تقديم محتوى قرآني رصين يخدم كتاب الله، ويسهم في نشره عبر مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة، مع تعزيز الهوية والتمسك بالقيم الأصيلة. وأوضح أن مرحلة الإعداد خضعت لخطة تشغيلية دقيقة ركزت على اختيار التلاوات بعناية، وإخضاعها لمراجعات فنية وشرعية تضمن سلامة الأداء وجودة المحتوى، إلى جانب إنتاج مرئي يواكب طبيعة الرسالة ويبرز جماليات المساجد والهوية المعمارية في دولة قطر، مؤكداً أن القناة تولي اهتماماً خاصاً بإبراز الأصوات القطرية من القراء دعماً للكفاءات الوطنية وتعزيزاً لحضورها الإعلامي.

من جانبه، أكد السيد علي صالح السادة مدير تلفزيون قطر، أن القناة تمثل إضافة نوعية لمنظومة قنوات وإذاعات المؤسسة، وتأتي ضمن خطة واضحة للارتقاء بالمحتوى التلفزيوني التخصصي. وأوضح أن القناة ستقدم بثاً متواصلاً للتلاوات والختمات القرآنية على مدار الساعة، إلى جانب نقل صلاة التراويح يومياً خلال الشهر الفضيل، مع الالتزام بأعلى معايير جودة الصوت والصورة بما يلبي تطلعات المشاهدين داخل دولة قطر وخارجها. كما أشار إلى اعتماد

# التدريب والتطوير وتعزيز الكفاءات الوطنية استثمار مؤسسي في بناء القدرات الإعلامية وترسيخ ثقافة التأهيل المهني المستدام



دورة مناهج وفنيات التفاوض السياسي بالتعاون مع المركز القطري للصحافة

لم يعد تطوير الكفاءات الإعلامية الوطنية خياراً داعماً، بل أصبح عنصراً حاسماً في تشكيل جودة المحتوى وقدرته على التأثير، ومن هذا المنطلق، تتبنى المؤسسة القطرية للإعلام نهجاً عملياً يقوم على الاستثمار المنهجي في الإنسان، باعتباره المحرك الأول لأي تطور مهني حقيقي. ويأتي ذلك عبر منظومة تدريبية تُصمّم بعناية لتواكب التحولات المتسارعة في صناعة الإعلام، وتربط بين المعرفة النظرية والتطبيق العملي، بما ينعكس مباشرة على الأداء وجودة المخرجات.

وتستند هذه المنظومة إلى تكامل الأدوار بين إدارة التطوير الإعلامي وقسم التدريب بإدارة الموارد البشرية، ضمن رؤية تعتبر التدريب مساراً استراتيجياً يواكب التحولات المتسارعة في البيئة الإعلامية، ويعزز جاهزية الكوادر الوطنية لمختلف التحديات المهنية.

وضمن هذا المسار التطويري، اختتمت إدارة التطوير الإعلامي، بالتعاون مع المركز القطري للصحافة، دورة تدريبية بعنوان "مناهج وفنيات التفاوض السياسي"، قَدّمها الدكتور مصطفى عثمان خلال الفترة من 6 إلى 8 يناير 2026، بمشاركة نخبة من الإعلاميين والمختصين.

وركزت الدورة على تعزيز فهم آليات التفاوض السياسي، وإدارة الملفات ذات الحساسية، وربط ذلك بدور الإعلام في نقل الوقائع وتحليلها ضمن أطر مهنية متوازنة تراعي السياقات المحلية والإقليمية والدولية. وقد عكست الدورة توجهاً نحو بناء إعلامي قادر على قراءة ما وراء التصريحات، واستيعاب ديناميكيات القرار السياسي.

واستكمالاً لهذا التوجه، نظّمت المؤسسة، ممثلة بإدارة التطوير الإعلامي وبالتعاون مع المركز القطري للصحافة، دورة «التحليل السياسي للإعلاميين»، قَدّمها الأستاذ الدكتور عبدالله الشايحي على مدى خمسة أيام متتالية.

داخل المؤسسة استفاد منها 225 متدرباً. أما على صعيد التدريب خارج المؤسسة، فقد تم تنفيذ 3 برامج تدريبية استفاد منها 92 متدرباً، إضافة إلى 7 برامج تدريبية عن بُعد خارج الدولة شارك فيها 47 متدرباً. كما شارك 907 من منتسبي المؤسسة في الدورات التي ينظمها معهد الإدارة العامة، وبلغ عدد طلبة الجامعات المتدربين 36 طالباً، فيما استفاد 772 شخصاً من التجارب الإعلامية الميدانية. كما عززت المؤسسة شراكاتها مع جهات

وهدفت الدورة إلى تمكين المشاركين من أدوات التحليل السياسي المنهجي، وتعزيز قدرتهم على تفسير التحولات في المشهدين الإعلامي والسياسي، بالاستناد إلى البيانات والمعطيات الدقيقة.

كما تناولت الدورة تجربة دولة قطر في توظيف الإعلام والدبلوماسية والقوة الناعمة، بما يعزز بناء سردية إعلامية متزنة تعكس مكانة الدولة إقليمياً ودولياً.

وفي سياق تطوير التخصصات الإعلامية المختلفة، نظّمت المؤسسة ورشة عمل بعنوان «واقع التعليق الرياضي»، قَدّمها الخبير الإعلامي أيمن جادة، بحضور نخبة من المعلقين الرياضيين في قنوات الكأس. وتناولت الورشة واقع التعليق الرياضي والتحديات المهنية المرتبطة به، في ظل الحراك الرياضي المتنامي الذي تشهده الدولة، مع التركيز على تطوير مهارات التحليل وإدارة الأداء الصوتي وتعزيز القيمة المضافة للمحتوى الرياضي.

وعلى مستوى الرصد الكمي لعام 2025، نفذ قسم التدريب قدم 9 برامج تدريبية شارك فيها 138 متدرباً، إلى جانب تنظيم ورش تدريبية



**تؤمّن المؤسسة بأن بناء  
إعلام مهني متطور يبدأ من  
تمكين كوادره، وتزويدهم  
بالأدوات المعرفية  
والتطبيقية التي تعزز  
قدرتهم على أداء رسالتهم  
بكفاءة ومسؤولية**



دورة تدريبية حول التحليل السياسي للإعلاميين، قدمها الأستاذ الدكتور عبدالله الشايجي

تصنع المحتوى وتبني الإنسان، وتعزز جاهزية الكوادر الوطنية لمواكبة التحولات وصناعة محتوى إعلامي يعكس المهنية والالتزام، واضحة الاستثمار في الكفاءات في صميم استراتيجيتها نحو إعلام أكثر وعياً واستدامة وتأثيراً.

تدريبية وأكاديمية متخصصة، من بينها معهد الجزيرة للإعلام وجامعة قطر، في إطار رؤية تكاملية لتبادل الخبرات ونقل أفضل الممارسات المهنية. وبهذه الرؤية والمعطيات، تمضي المؤسسة القطرية للإعلام في ترسيخ مكانتها كمؤسسة



تحرص المؤسسة على تنمية وعي الإعلاميين بالسياقات السياسية المحيطة بالأحداث، بما يمكنهم من تقديم تغطية دقيقة ومتوازنة



تولي المؤسسة القطرية للإعلام اهتمامًا بتطوير جميع التخصصات الإعلامية، بما فيها الإعلام الرياضي



ورشة عمل نقاشية بعنوان "واقع التعليق الرياضي"

# شراكات استراتيجية فاعلة حضور إعلامي يعكس مكانة المؤسسة في المشهد الوطني



رئيس اللجنة الأولمبية القطرية يكرم المؤسسة القطرية للإعلام في ختام مهرجان سيف سمو الأمير للفروسية 2026

نالت المؤسسة القطرية للإعلام سلسلة من التكريّات من جهات رسمية وأكاديمية ومجتمعية متعددة، في تأكيد واضح على التقدير الواسع لدورها كشريك إعلامي وطني محوري وفاعل، حيث تجسّد هذه التكريّات حجم الثقة والاعتراف بإسهامات المؤسسة الفاعلة والقائمة على المهنية والمسؤولية الوطنية والتكامل المؤسسي، كما تبرز قدرتها على صناعة التأثير، وإبراز الفعاليات الوطنية والمبادرات الاستراتيجية بأعلى مستويات الاحترافية والدقة.

ففي دلالة واضحة على هذه الثقة، كرّم سعادة الشيخ جوعان بن حمد آل ثاني، رئيس اللجنة الأولمبية القطرية، المؤسسة في ختام مهرجان سيف سمو الأمير للفروسية، بصفتها الشريك الإعلامي للمهرجان، تقديرًا لدورها في نقل الحدث بروح تعكس أصالة الفروسية القطرية وقيمها. وتسلم درع التكريّم السيد

المؤسسة تكريم معرض ومؤتمر الدوحة الدولي للدفاع البحري ديمدكس بصفتها الراعي الإعلامي الوطني، في اعتراف بدورها في نقل صورة قطر الإعلامية في المحافل المتخصصة وتعزيز حضورها عالميًا.

أحمد عبدالله العظية، مدير إدارة العلاقات العامة والاتصال بالمؤسسة، في تأكيد على مكانة الإعلام الوطني كشريك في إبراز هوية الدولة ورسائلها. وعلى مستوى الفعاليات الدولية، تلقت



"تجسّد التكريّات  
حجم الثقة والاعتراف  
بإسهامات المؤسسة  
الفاعلة



المؤسسة القطرية للإعلام شريك إعلامي لمعرض قطر الزراعي الدولي "أجريتك 2026"



كل تكريم يعكس حجم  
التقدير لدور المؤسسة  
كشريك إعلامي وطني  
محوري وفاعل



جامعة قطر تكرم المؤسسة تقديراً لجهودها في تمكين الطلبة من اكتساب الخبرات العملية

كما امتد حضور المؤسسة إلى الميدان الرياضي، بتحقيقها المركز الأول لفئة النساء في بطولة البادل للوزارات والهيئات 2026 التي نظمتها ديوان الخدمة المدنية والتطوير الحكومي، في صورة تعكس روح الفريق والتكامل المؤسسي.

هذا وتؤكد هذه التكريمات المتعددة، بتنوع جهاتها واختلاف مجالاتها، أن المؤسسة القطرية للإعلام باتت نموذجاً للشريك الوطني القادر على مواكبة مختلف مسارات الدولة، من التراث والرياضة، إلى التعليم والتنمية، مروراً بالمبادرات المجتمعية والفعاليات الدولية، في رسالة إعلامية متكاملة عنوانها: الثقة، والشراكة، والتأثير.

وفي الإطار ذاته، حصلت المؤسسة القطرية للإعلام، ممثلة بتلفزيون قطر، على تكريم من جامعة لوسيل، وذلك خلال حفل أقامته الجامعة لتكريم الشركاء والداعمين للعام الأكاديمي 2025-2026، حيث تسلّم السيد علي صالح السادة مدير التلفزيون درع التكريم في تأكيد على استدامة الشراكات التعليمية ودورها في إعداد جيل جديد من الإعلاميين.

وفي الجانب المجتمعي، كزمت الجمعية القطرية للسرطان المؤسسة والجهات التابعة لها، ممثلة بتلفزيون قطر وإذاعة قطر، تقديراً لدورها الإعلامي والتوعوي في دعم القضايا الإنسانية وترسيخ مفهوم الإعلام المسؤول.

وبصفتها الشريك الإعلامي لـ معرض قطر الزراعي الدولي أجريتك 2026، كرم سعادة السيد عبدالله بن حمد بن عبدالله العطية وزير البلدية، المؤسسة القطرية للإعلام، في تأكيد على أهمية الدور الإعلامي في دعم القطاعات الإنتاجية وتسليط الضوء على الفعاليات ذات البعد التنموي والاستراتيجي، خاصة في مجالات الأمن الغذائي والتنمية المستدامة.

وعلى الصعيد الأكاديمي، كزمت جامعة قطر المؤسسة ضمن حفل تكريم جهات العمل لعام 2025، تقديراً لجهودها في تمكين الطلبة من اكتساب الخبرات العملية وتوفير فرص التدريب الميداني، وانعكاساً لحرص المؤسسة القطرية للإعلام على تعزيز الشراكات مع المؤسسات الأكاديمية، ودورها الفاعل في دعم الكفاءات الوطنية، وتمكين الطلبة من اكتساب الخبرات العملية في بيئة مهنية محفزة، بما ينسجم مع أهداف التنمية وبناء القدرات البشرية، وتسلّمت السيدة مريم سويلم رئيس قسم التدريب بإدارة الموارد البشرية بالمؤسسة القطرية للإعلام، درع التكريم لعام 2025، نيابةً عن المؤسسة.

كما نالت المؤسسة تكريم جامعة الدوحة للعلوم والتكنولوجيا تقديراً لدورها في تطوير برنامج الاتصال الرقمي والإنتاج الإعلامي وتعزيز الشراكة، حيث سلّم الدكتور سالم النعيمي رئيس الجامعة درع التكريم للدكتور خالد آل شافي المستشار الإعلامي بالمؤسسة.



تكريم جامعة الدوحة للعلوم والتكنولوجيا للمؤسسة تقديراً لدورها في تطوير برنامج الاتصال الرقمي

الدوريات الأسبوعية والشهرية مهدت  
لميلاد الصحافة المحلية

# ذاكرة الإعلام القطري: من المجلة إلى المنصة

الأولى لتأسيس الصحافة المحلية، وأسهمت في ترسيخ ثقافة النشر وبناء قاعدة قراء مهتمين بالمعرفة. ثم برزت الصحف اليومية استجابةً لحاجة المجتمع إلى متابعة الأحداث بشكل مستمر، فأصبحت أكثر حضورًا وتأثيرًا في الحياة العامة. لاحقًا، دخلت الصحافة مرحلة جديدة مع التحول الرقمي، فتجاوزت حدودها التقليدية إلى فضاء تفاعلي متعدد الوسائط، يعكس تطور المجتمع القطري ويواكب إيقاعه المتسارع، مع الحفاظ على دورها في نقل المعرفة وتعزيز حضورها في مختلف جوانب الحياة.

لم تكن الصحافة في قطر حدثًا مفاجئًا أو ظاهرة نشأت بمعزل عن سياقها الاجتماعي والثقافي، بل جاءت بوصفها نتيجة طبيعية لمسار طويل من التحولات التي شهدتها المجتمع، والتي بدأت من أشكال التعبير الشفهي البسيطة، مرورًا بالكتابة، وصولًا إلى النشر، ثم إلى الصحافة بوصفها الشكل الأكثر تنظيمًا وتأثيرًا في نقل المعرفة وصياغة الوعي.

وامتد هذا المسار ليفتح المجال أمام ظهور المجلات والنشرات الدورية، التي شكلت البوابة

# عمات وطريرة.. والمجد ليكم

## الشرق

ولاقتنا بعد لوزن يعني...  
لاوننا ريك مديا...  
التي هي...  
التي هي...  
التي هي...



# كل عام وأنت بخير

## الشرق



كل عام وأنت بخير...  
كل عام وأنت بخير...  
كل عام وأنت بخير...  
كل عام وأنت بخير...  
كل عام وأنت بخير...

# Gulf Times

Sageen both...  
Sageen both...  
Sageen both...

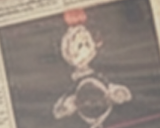


## الراية

الراية...  
الراية...  
الراية...

# PENINSULA

Summit a lost chance for poacs



## مرحلة البدايات:

# من الوعي الثقافي إلى تشكّل الصحافة

قطر محملة بمضامين متنوعة، تعكس تجارب صحفية متقدمة، وتقدم نماذج مختلفة في معالجة القضايا، وهو ما ساهم في تشكيل الذائقة الصحفية لدى القارئ القطري، وفي الوقت ذاته عزز من الشعور بالحاجة إلى إعلام محلي يعبر عن المجتمع وينقل واقعه.

وفي موازاة هذا الانفتاح، ظهرت مؤسسات ثقافية واجتماعية أسهمت في ترسيخ هذا التحول، حيث احتضنت الأندية الرياضية والثقافية مكتبات تضم كتباً ومجلات عربية، ما جعل القراءة جزءاً من النشاط اليومي، وليس مجرد ممارسة فردية محدودة. ثم جاء تأسيس دار الكتب القطرية عام 1962 ليشكل خطوة أكثر تنظيمًا في هذا الاتجاه، إذ وفرت هذه المؤسسة مصادر معرفية متنوعة، وخصصت قسمًا للدوريات، مما أتاح للجمهور الاطلاع المنتظم على الإنتاج الثقافي العربي، وعزز من حضور الثقافة المكتوبة في المجتمع. ولم يكن هذا الدور مقتصرًا على توفير الكتب، بل امتد إلى خلق بيئة ثقافية تشجع على القراءة، وتدعم انتشار المعرفة، وهو ما يعد من أهم الشروط الممهدة لظهور الصحافة.

ومع بداية الستينيات، بدأت أولى ملامح الصحافة القطرية تتشكل بشكل أكثر وضوحًا، لكنها لم تأت في صورة صحف يومية كما هو الحال اليوم، بل ظهرت في شكل مجلات ونشرات دورية، تعكس طبيعة المرحلة التي كانت تميل إلى التحليل والتثقيف، أكثر من التركيز على نقل الخبر بشكل لحظي. وقد كان صدور "الجريدة الرسمية" في 2 يناير 1961 حدثًا مهمًا في هذا السياق، إذ مثل أول نموذج للنشر الدوري المنظم في الدولة، يعني بنشر القوانين والتشريعات، ويؤسس لفكرة الإعلام المؤسسي المرتبط بتنظيم الحياة العامة. ورغم أن هذا الإصدار لم يكن صحيفة بالمعنى المهني، إلا أنه شكل خطوة أولى نحو ترسيخ مفهوم النشر المنتظم، وهو أحد الأسس التي تقوم عليها الصحافة.

وفي نفس المرحلة، بدأت تظهر أولى المجلات التي يمكن اعتبارها النواة الحقيقية للعمل الصحفي في قطر، حيث صدرت مجلة "المشعل" عن شركة نفط قطر، باللغتين العربية والإنجليزية، لتوثيق أنشطتها، وتعكس

لقيمة الطباعة بوصفها وسيلة لتثبيت المعرفة ونقلها خارج حدود المكان والزمان. لم يكن هذا الإصدار مجرد عمل أدبي، بل كان تعبيرًا عن انتقال المجتمع من الاعتماد على الذاكرة الشفوية إلى الاعتماد على الوسيط المكتوب، وهو انتقال يحمل في طياته بذور الصحافة.

ومع تطور الزمن، بدأ هذا الوعي يتعمق ويتسع، خاصة مع دخول التعليم النظامي إلى قطر في خمسينيات القرن الماضي، وهو التحول الذي لا يمكن فصله عن نشأة الصحافة، إذ إن وجود جمهور قارئ يعد شرطًا أساسيًا لقيام أي تجربة صحفية. فقد أسهم التعليم في خلق جيل جديد يمتلك مهارات القراءة والكتابة، ويبحث عن مصادر للمعلومة، ويتفاعل مع ما يقرأ، وهو ما أدى إلى اتساع دائرة الاهتمام بالمطبوعات، سواء المحلية أو القادمة من الخارج. وقد لعبت الصحف والمجلات العربية دورًا مهمًا في هذا السياق، حيث كانت تصل إلى

في المجتمعات التي تقوم على التقاليد الشفوية، كما كان الحال في قطر في بدايات القرن العشرين، كانت المجالس تمثل وسيلة أساسية لتبادل الأخبار، ونقل التجارب، وتوثيق الأحداث، حيث كان الشعر والحديث وسيلتين للتعبير والتوثيق في آن واحد، وهو ما يعكس حضور الكلمة بوصفها أداة مركزية في بناء الوعي المجتمعي.

غير أن هذا الشكل من التوثيق، رغم أهميته، كان محدودًا من حيث الانتشار والاستمرارية، إذ يرتبط بذاكرة الأفراد وقدرتهم على الحفظ والرواية، وهو ما جعل الحاجة إلى التدوين تظهر تدريجيًا، خاصة مع تزايد الوعي بأهمية حفظ المعرفة ونقلها بشكل أكثر دقة واستقرارًا. وفي هذا السياق، تبرز تجربة طباعة كتاب "رسالة في شعر النبط" للمؤسس الشيخ جاسم بن محمد بن ثاني عام 1907، والتي تمثل لحظة مفصلية في هذا التحول، إذ تعكس إدراكًا مبكرًا



حضورها في المشهد الاقتصادي، كما صدرت مجلة "الحق" عن المعهد الديني، بإشراف أكاديمي ومشاركة طلابية، في تجربة جمعت بين التعليم والممارسة الإعلامية. وقد شكلت هذه المجالات بيئة تدريبية مبكرة، ساهمت في إعداد كوادر قادرة على الكتابة والتحرير، وأسهمت في نقل الخبرة الصحفية من الإطار النظري إلى التطبيق العملي.

ومع استمرار هذه التجارب، بدأت المجالات تنوع في مضمونها، وتعكس اهتمامات مختلفة داخل المجتمع، فظهرت مجلة "تجارة قطر" عام 1964، كأول مجلة اقتصادية، تعنى بمتابعة الشأن التجاري والمالي، وهو ما يعكس وعيًا مبكرًا بأهمية الصحافة المتخصصة. ثم جاءت مجلة "الدوحة" عام 1969، لتشكل نقلة نوعية في هذا المسار، حيث قدمت نموذجًا متكاملًا للصحافة الثقافية، يجمع بين العمق الفكري، والانفتاح العربي، والجاذبية التحريرية، وهو ما جعلها تتجاوز الإطار المحلي، وتحقق انتشارًا واسعًا في العالم العربي.

وقد تميزت "الدوحة" بقدرتها على تحقيق التوازن بين المحلي والعربي، وبين الثقافة والمعرفة، وبين الطرح الجاد والأسلوب الجذاب، وهو ما يعكس نضجًا مبكرًا في التجربة الصحفية القطرية، رغم حداثةها. كما أنها أسهمت في إبراز الحراك الثقافي في قطر، وربطته بالمشهد العربي، مما عزز من حضور الدولة في المجال الثقافي والإعلامي.

ومع نهاية الستينيات، يمكن القول إن الصحافة القطرية، في صورتها الأولية، قد بدأت تشكل بشكل واضح، حيث تعددت المجالات من حيث العدد، وتنوعت من حيث التخصص، وبدأ بعضها يصدر بشكل أكثر انتظامًا، سواء شهريًا أو أسبوعيًا، في محاولة لمواكبة التطورات المتسارعة في المجتمع. وقد شملت هذه الإصدارات مجالات متعددة، من الثقافة، إلى الاقتصاد، إلى الدين، إلى التعليم، وهو ما يعكس اتساع دائرة الاهتمام بالصحافة، وانتقالها من نطاق محدود إلى حضور أوسع في الحياة اليومية.

غير أن هذا التوسع، على الرغم من أهميته، ظل محكومًا بطبيعة المجلة، التي لا تواكب الحدث في لحظته، بل تعالجه بعد وقوعه،

وتقدمه في إطار تحليلي أو ثقافي، وهو ما أدى إلى ظهور فجوة واضحة بين سرعة الواقع، وإيقاع النشر. ومع تسارع وتيرة التنمية، وتزايد الأحداث، لم يعد هذا الشكل كافيًا لتلبية احتياجات المجتمع، الذي أصبح أكثر ارتباطًا بالخبر، وأكثر حاجة إلى المتابعة اليومية.

ومن هنا، بدأت تتشكل الحاجة إلى شكل جديد من الصحافة، أكثر سرعة، وأكثر قدرة على مواكبة الحدث، وهو ما مهد لظهور الصحف اليومية، التي ستشكل المرحلة التالية في مسار تطور الصحافة القطرية. وهكذا، لم يكن الانتقال من المجلات إلى الصحف قفزة مفاجئة، بل كان نتيجة طبيعية لمسار طويل من التراكم، والتجربة، والنضج.

وبذلك، يمكن النظر إلى هذه المرحلة بوصفها مرحلة التأسيس الحقيقي للصحافة في قطر، حيث اكتملت فيها العناصر الأساسية لأي تجربة صحفية: وعي مجتمعي، وجمهور قارئ،

ومؤسسات ثقافية، وإصدارات متنوعة، وكوادر ناشئة. لقد كانت هذه المرحلة تمثل لحظة اكتمال أولى، لكنها في الوقت ذاته كانت تقف عند حدودها الطبيعية، حيث لم تعد المجلة قادرة وحدها على مواكبة التحولات المتسارعة. وعند هذا الحد تحديدًا، حيث يلتقي الاكتمال بالحاجة، تبدأ الصحافة مرحلة جديدة، أكثر سرعة، وأكثر تأثيرًا، مرحلة تنتقل فيها من التثقيف إلى التغطية، ومن التحليل إلى المتابعة، ومن المجلة إلى الصحيفة.



### لم تكن الصحافة في قطر وليدة لحظة، بل نتاج مسار طويل من التحولات الثقافية









المركز القطري للصحافة لعب دورًا محوريًا في إعداد الكوادر لمتطلبات الإعلام الرقمي

ما فرض على الصحافة أن تعيد التفكير في دورها، وأدواتها، وطبيعة حضورها. وفي هذا السياق، لم يعد التحدي هو إصدار صحيفة جديدة، بل أصبح التحدي الحقيقي هو: كيف تستمر الصحافة في عالم لا ينتظر؟ وكيف تحافظ على مهنتها في فضاء مفتوح للجميع؟ وكيف تنتقل من الورق إلى المنصة دون أن تفقد هويتها؟ ومن هذا السؤال تحديداً، تبدأ مرحلة جديدة، لم تعد فيها الصحافة كما كانت، بل أصبحت شيئاً آخر... شيئاً يتجاوز الورق، ويتجاوز الشكل التقليدي... مرحلة الصحافة الرقمية.

غير أن هذا الاكتمال لم يكن نهاية المسار، بل كان ذروة مرحلة، وبداية أخرى. ففي الوقت الذي كانت فيه الصحف تحقق استقرارها، كان العالم من حولها يتغير بشكل جذري، مع انتشار الإنترنت، وظهور الإعلام الرقمي، ومنصات التواصل الاجتماعي، التي بدأت تعيد تشكيل عادات القراءة، وتغير طبيعة العلاقة بين الوسيلة والجمهور. ولم يعد القارئ ينتظر الصحيفة في صباح اليوم التالي، بل أصبح يبحث عن الخبر في لحظته، ولم يعد الإعلام محصوراً في المؤسسات، بل أصبح متاحاً للجميع، وهو

ولم يعد الحديث عن نشأة الصحافة، بل عن تطويرها، وتعزيز حضورها، ومواكبة التحولات التي يشهدها المجتمع. وبحلول العقد الثاني من الألفية، وتحديدًا حتى ما قبل عام 2013، يمكن القول إن الصحافة القطرية كانت قد بلغت مرحلة الاكتمال النسبي، من حيث عدد الصحف، وتنوعها، واستقرارها. فقد توفرت صحف يومية عربية راسخة، إلى جانب صحف ناطقة باللغة الإنجليزية، وصحافة متخصصة، ومؤسسات إعلامية متكاملة، ما يعكس انتقال الصحافة من مرحلة التأسيس إلى مرحلة الاستقرار.



مجلة "مشاعل"



الصحافة الإنجليزية لعبت دورًا في مخاطبة الجاليات المقيمة داخل الدولة ونقل صورتها إلى الخارج

## المرحلة المعاصرة:

# الصحافة في عصر المنصات الرقمية والتحول متعدد الوسائط



وفي هذا التحول، برزت تجربة منصة "كيو بزنس" (Q Business) التابعة لـ المؤسسة القطرية للإعلام، كنموذج متقدم للصحافة الرقمية متعددة الوسائط، حيث تقدم محتوى اقتصاديًا وإخباريًا متخصصًا عبر أدوات رقمية حديثة، تجمع بين النص، والصورة، والفيديو، والتحليل، في إطار يعكس التحول من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الرقمي المتكامل. ولم تعد هذه المنصات مجرد امتداد للصحف، بل أصبحت كيانات مستقلة، قادرة على إنتاج محتوى سريع، عميق، ومتخصص، يستجيب لطبيعة الجمهور الجديد.

وفي موازاة ذلك، شهدت الصحف القطرية - العربية والإنجليزية - تحولاً شاملاً، حيث لم تعد مجرد مطبوعات ورقية، بل أصبحت منصات رقمية متكاملة، تجمع بين الصحافة الورقية، والإلكترونية، والرقمية، وتعمل عبر منظومة متعددة القنوات، تشمل الموقع الإلكتروني، والتطبيقات، ومنصات التواصل، وقنوات البث المباشر، وهو ما يعكس قدرة هذه الصحف على التكيف مع التحولات المتسارعة في عالم الإعلام. ولم يعد القارئ ينتظر الصحيفة في صباح اليوم التالي، بل أصبح يتلقى الخبر عبر هاتفه في اللحظة ذاتها، ويتفاعل معه، ويعيد نشره، ويشارك في النقاش حوله، وهو ما أدى إلى تحول جذري في العلاقة بين الصحفي والجمهور. فلم يعد الجمهور متلقيًا سلبيًا، بل أصبح شريكًا في صناعة المحتوى، ومساهمًا في انتشاره، ومؤثرًا في مساره.

وفي هذا السياق، لم تعد الصحافة مجرد وسيلة لنقل الخبر، بل أصبحت عملية تفاعلية، تتداخل فيها الأدوار، وتتقاطع فيها المنصات، وهو ما فرض على الصحفي أن يتحول من كاتب

هذا التحول وهي تمتلك رصيذًا مهنيًا متينًا، ما مكنها من الانتقال من الصحافة الورقية إلى الصحافة متعددة المنصات بشكل تدريجي ومدروس. فبدأت بإطلاق مواقعها الإلكترونية، ثم توسعت في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، لتتحول من صحف تقليدية إلى كيانات إعلامية رقمية متكاملة، تقدم محتواها عبر قنوات متعددة، تشمل المواقع الإلكترونية، وتطبيقات الهواتف، ومنصات مثل X (تويتر سابقًا)، وإنستغرام، ويوتيوب، إضافة إلى قنوات الواتساب والتلجرام التي أصبحت من أهم أدوات الوصول المباشر إلى الجمهور. ولم يعد الموقع الإلكتروني مجرد نسخة رقمية من الصحيفة، بل أصبح منصة قائمة بذاتها، تُحدَّث على مدار الساعة، وتقدم محتوى متنوعًا يجمع بين الخبر العاجل، والتحليل، والتقارير المرئية، والمحتوى التفاعلي، وهو ما أعاد تعريف مفهوم "العدد الصحفي"، الذي لم يعد مرتبطًا بيوم محدد، بل أصبح تدفقًا مستمرًا للمعلومة.

حين بلغت الصحافة القطرية مرحلة متقدمة من النضج المؤسسي والمهني مع بدايات العقد الثاني من الألفية، لم يكن ذلك استقرارًا نهائيًا بقدر ما كان اقتربًا من تحول أعمق، تحول لم يعد يتعلق بتطوير الوسيلة، بل بإعادة تعريفها من الأساس. فالعالم الذي دخل عصر الثورة الرقمية لم يغيّر فقط أدوات الإعلام، بل أعاد صياغة مفهومه بالكامل، وجعل من المعلومة كيانًا حيًا يتحرك في الزمن الحقيقي، لا ينتظر النشر، ولا يخضع لدورات الطباعة، بل يتشكل ويتفاعل وينتشر في اللحظة ذاتها. في هذا السياق، لم تعد الصحافة القطرية أمام خيار التغيير، بل أمام حتمية التكيف مع بيئة جديدة، تتسم بالسرعة، والانفتاح، والتعدد، والتفاعل المباشر مع الجمهور. ولم يعد التحدي في امتلاك وسيلة إعلامية، بل في القدرة على الحضور المستمر، والمواكبة اللحظية، والتأثير في فضاء مفتوح تتداخل فيه المنصات، وتتعدد فيه مصادر الخبر. وقد دخلت المؤسسات الصحفية القطرية



المنصات الرقمية لم تعد امتدادًا للصحف... بل كيانات مستقلة لإنتاج محتوى سريع ومتخصص

امتداد لما كانت عليه، بل أصبحت إعادة تشكيل مستمرة لنفسها، في ضوء تغير الزمن وتبدل أدواته. فقد انتقلت من المجلة التي تُورخ، إلى الصحيفة التي تواكب، إلى المنصة التي تتفاعل، وأصبحت جزءاً من منظومة إعلامية شاملة، تتداخل فيها الأدوار، وتتقاطع فيها الوسائط. لقد بدأت الصحافة في قطر كحاجة إلى التعبير، ثم أصبحت وسيلة لنقل الخبر، ثم تحولت إلى أداة لبناء الوعي، واليوم أصبحت فضاءً متكاملًا، يعكس المجتمع، ويتفاعل معه، ويسهم في تشكيل مستقبله. لم تعد الصحافة ورقًا يُطبع بقدر ما أصبحت محتوى يُنتج ويُعاد تشكيله باستمرار، ولم تعد تُقرأ فقط، بل تُشاهد وتُسمع وتُتفاعل معها في لحظتها، كما لم تعد تنتظر القارئ ليصل إليها، بل باتت تصل إليه أينما كان، عبر منصاته وأجهزته وفي سياق يومه المتغير. وفي قلب هذا التحول، لم تعد قوة الصحافة في قدرتها على البقاء بشكلها التقليدي، بل في قدرتها على التغيير، ولا في وسيلتها، بل في جوهرها المهني القائم على الدقة والمصداقية والتأثير. وهكذا، تواصل الصحافة القطرية مسيرتها، لا كوسيلة إعلام فحسب، بل كقوة مواكبة للتحولات، حاضرة في زمنها، ومتفاعلة مع واقعها، ومشاركة في صناعة مستقبله.

على الأدوات، بل على الكفاءات القادرة على استخدامها بوعي ومهنية. وفي هذا الإطار، لم يعد الإعلام الرقمي مجرد مرحلة عابرة، بل أصبح واقعًا دائمًا، فرض نفسه كأحد أهم ركائز العمل الصحفي، لما يوفره من سرعة في الوصول، واتساع في الانتشار، وقدرة على التفاعل المباشر مع الجمهور. كما أن المنصات الرقمية لم تعد مجرد وسيلة نشر، بل أصبحت بيئة إعلامية متكاملة، تتيح إنتاج محتوى متنوع، يجمع بين النص والصورة والصوت، في تجربة إعلامية أكثر ثراءً وتأثيرًا. ومع هذا التطور، استمرت الصحافة القطرية في التوسع النوعي، حيث ظهرت نماذج جديدة من الصحافة المتخصصة، مثل صحيفة "لوسيل"، التي عكست التحولات الاقتصادية في الدولة، وقدمت نموذجًا للصحافة المتخصصة التي تعتمد على التحليل والبيانات، في إطار يعكس الانتقال نحو الاقتصاد المعرفي. كما أن استمرار الصحف الناطقة باللغة الإنجليزية، وتطور حضورها الرقمي، عزز من قدرة الإعلام القطري على مخاطبة جمهور عالمي، ونقل صورة الدولة إلى الخارج، في إطار إعلامي متكامل، يجمع بين الهوية المحلية والانفتاح الدولي. وهكذا، لم تعد الصحافة في قطر مجرد

إلى منتج محتوى شامل، يجمع بين مهارات متعددة، تشمل الكتابة، والتصوير، والتحرير، والنشر، والتفاعل مع الجمهور، في بيئة إعلامية لا تعرف التوقف. ومع هذا التحول، ظهرت تحديات جديدة، أبرزها سرعة انتشار الأخبار غير الموثوقة، وتزايد المحتوى غير المهني، وهو ما جعل من المصداقية قيمة مركزية في العمل الصحفي. ولم يعد التحدي في الوصول إلى المعلومة، بل في التحقق منها، وتقديمها بشكل دقيق ومسؤول، في زمن تتدفق فيه المعلومات بلا قيود. وهنا، برزت أهمية المؤسسات المهنية في دعم الصحافة، ومن أبرزها المركز القطري للصحافة، الذي لعب دورًا محوريًا في تطوير الكوادر الإعلامية، من خلال تنظيم الدورات التدريبية، وورش العمل، والبرامج المتخصصة، التي تستهدف تعزيز مهارات الصحفيين، وتأهيلهم للتعامل مع متطلبات الإعلام الرقمي، بما يشمل من أدوات وتقنيات حديثة. وقد أسهم هذا الدور في رفع مستوى الاحترافية في العمل الصحفي، ومساعدة الإعلاميين على التكيف مع التحولات المتسارعة، من خلال التدريب على مهارات مثل التحرير الرقمي، وصناعة المحتوى متعدد الوسائط، والتعامل مع المنصات الرقمية، وهو ما يعكس إدراكًا مؤسسيًا بأن مستقبل الصحافة لا يعتمد فقط



# الصحافة في قطر: حكاية تطور لا تتوقف



1907

بداية التوثيق المطبوع

ظهور المجلات والدوريات

1960



1970

انطلاق الصحف

توسع الصحف وتعددتها

1980 -  
1990



2000

اكتمال المنظومة الصحفية

التحول الرقمي

2010



2015 -  
2018

توسع الصحافة الإنجليزية رقمياً

استمرار التطور

2020  
-اليوم



صحفيون ومختصون لـ "إعلام":

الموسوعة  
الإعلامية

## الموسوعة الإعلامية توطين للمعرفة ودعم للباحثين والمؤسسات المهنية

في لحظة تتكاثر فيها المصطلحات الإعلامية كما تتكاثر المنمات، وتختلط المفاهيم كما تختلط الأدوار بين المنتج والمتلقي، يصبح السؤال المعرفي أكثر إلحاحًا من السؤال التقني: من يضبط المفهوم؟ ومن يمنح المصطلح تعريفه الدقيق قبل أن يتحول إلى شعار فضفاض أو أداة توظيف غير منضبطة؟

من هذا المنطلق، دشنت المؤسسة القطرية للإعلام مشروعها المعرفي الرائد الموسوعة الإعلامية، بوصفه مبادرة تستهدف تأسيس مرجعية علمية منظمة للمصطلحات والنظريات والشخصيات والمؤسسات في الحقل الإعلامي.



جابر الحرمي:  
الموسوعة تمنح  
غرف الأخبار  
مرجعية لفهم  
المصطلح الإعلامي

وعلى الرغم من إنتاج كم هائل من المحتوى يوميًا، إلا أنه لا يتم التوقف كثيرًا أمام اللغة التي يتم بها صياغة هذا المحتوى، خاصة وأن المصطلح حين يُستخدم بلا تدقيق، يتحول إلى وعاء فضفاض، وقد يحمل دلالات متناقضة من مؤسسة إلى أخرى. ويقول: من هنا، فإن الموسوعة الإعلامية التي أطلقتها المؤسسة القطرية للإعلام يمكن أن تؤدي دورًا تنظيميًا بالغ الأهمية، كونها لا تفرض وصاية على التحرير، بقدر ما تمنحه مرجعية يتم العودة إليها عندما يقع الالتباس، خاصة عندما يرتبط الأمر بالمصطلح.

ويلفت رئيس تحرير جريدة "الشرق" إلى أنه داخل غرفة الأخبار، قد يبدو الفرق بين التحليل والرأي أو بين التحقيق والتقرير المععمق تفصيلًا بسيطًا، لكنه في الحقيقة فرق يمس توقعات

توطين المعرفة الإعلامية، ويمنح الباحثين أرضية مشتركة للانطلاق، فضلاً عن إدراك المؤسسة بأن القيمة الحقيقية لأي موسوعة لا تتحدد بإطلاقها فحسب، بل بقدرتها على التحديث المستمر، خاصة وأن المجال الإعلامي من أكثر المجالات ديناميكية، إذ إن ما يُعد مفهومًا مستقرًا اليوم قد يتغير غدًا بفعل تطور تقني أو تحول اجتماعي، وهو ما تدركه الموسوعة الإعلامية بأن التحديث تحدُّ لا مفر منه.

### مرجعية إعلامية

يستهل السيد جابر سالم الحرمي، رئيس تحرير جريدة "الشرق"، مداخلته بالإشارة إلى أن الإشكالية الكبرى في الإعلام المعاصر بشكل عام ليست نقص المعلومات، بل اضطراب المفاهيم،

ويؤكد صحفيون ومختصون لـ "إعلام" أن المشروع لا يعد إضافة جديدة فحسب، بل خطوة أكبر تحمل في جوهرها هدفًا يستهدف ضبط اللغة التي يُبنى بها الخطاب الإعلامي بشقيه التقليدي والجديد، وعليه تم طرحها في صيغتين: مكتوبة ومسموعة، عبر منصة إلكترونية متخصصة تتيح الوصول إلى المحتوى في أي وقت، بجانب إتباعها سياسة التحديث المستمر لمواكبة مستجدات الحقل الإعلامي.

وفي هذا السياق، يغطي محتوى الموسوعة محاور رئيسية تشمل: المصطلحات الإعلامية التقليدية والرقمية، النظريات الإعلامية وتطبيقاتها، أعلام الإعلام المؤثرين عربيًا وعالميًا، بجانب المؤسسات الإعلامية الرائدة، ما يثري بدوره المكتبة الإعلامية العربية بمحتوى علمي متنوع يجمع بين التخصص وسهولة الاستخدام الرقمي.

ويعزز هذا المشروع، التزام المؤسسة القطرية للإعلام بدعم البحث العلمي وتطوير الخطاب الإعلامي العصري، في ظل ما تهدف إليه الموسوعة من دعم المعرفة الإعلامية باللغة العربية، وتلبية احتياجات الأكاديميين والمهنيين، ومواكبة التحولات المتسارعة في البيئة الرقمية، إلى جانب توثيق المفاهيم الإعلامية والنظريات وأعلام الإعلام والمؤسسات المؤثرة.

وعليه، فإن المشروع يعكس إدراك المؤسسة القطرية للإعلام، لهذه المعاني وإطلاقها للموسوعة الإعلامية، بهذا الشكل المهني، إنما يساهم في



## مادق العماري: ثورة المصطلحات الرقمية تفرض مرجعية علمية دقيقة

المشروع لا تقتصر على الشرح والتفسير، بل تمتد أيضًا إلى تعريب المصطلحات ووضع مقابلات عربية رصينة لها، بما يرسخ حضور اللغة العربية في الحقل الإعلامي الحديث، خاصة وأن "الضاد" لغة ثرية وقادرة على استيعاب المصطلحات الجديدة، شرط أن يتم التعامل معها بمنهجية علمية واعية، وهو ما تسعى إليه الموسوعة عبر رصد المصطلحات وصياغة معانيها ضمن إطار معرفي منظم.

ويرى المدير العام للمركز القطري للصحافة، أن إطلاق المؤسسة القطرية للإعلام لهذه الموسوعة يُعد مبادرة ذات دلالة استراتيجية، لا سيما وأنها تُطرح بوصفها أول موسوعة إعلامية متخصصة في الوطن العربي تعنى بجمع المصطلحات الإعلامية وتأصيلها وتعريفها.

ويشدد على أن هذا الجهد من شأنه أن يخدم مستخدمي الإعلام التقليدي والجديد على حد سواء، من صحفيين وباحثين وطلبة وممارسين، عبر توفير مرجعية تساعد الجميع على فهم الرسالة الإعلامية ولغتها على نحو مشترك، مؤكداً أن وضوح المصطلح هو المدخل الطبيعي لمؤكداً أن وضوح الخطاب، وأن أي جهد يُبذل في سبيل تنظيم المفاهيم وتعريبها يمثل استثماراً حقيقياً في مستقبل الإعلام العربي، وفي تعزيز مهنية العاملين فيه وثقة الجمهور بما يُقدم إليه من محتوى.

ويقول السيد صادق العماري إن الموسوعة الإعلامية تنسجم بصورة طبيعية وعميقة مع رؤية المركز القطري للصحافة في تطوير البيئة الصحفية القطرية على أسس علمية ومهنية متينة، «فالمركز ينطلق في عمله من قناعة راسخة بأن تطوير الصحافة لا يقتصر على تنظيم الدورات التدريبية أو عقد الندوات المتخصصة، بل يبدأ

فرصة حقيقية للتحويل إلى مرجع فعلي، وليس إلى منصة تعريفية عابرة، غير أن هذا التحويل مرهون بمدى الالتزام بالمعايير العلمية الصارمة، وبتكريس الشفافية في اختيار المصطلحات وتعريفها.

ويخلص السيد جابر الحرمي إلى التشديد على أن مبادرة الموسوعة الإعلامية تمثل استثماراً في العمق، وليس في السطح، وفي المعنى، دون أن يكون في الشكل، ما يجعلها خطوة رائدة تعكس وعياً مؤسسياً بأن مستقبل الإعلام لا يتحدد فقط بما يملكه من أدوات، بل بما يملكه من مفاهيم.

### ضبط المصطلح

ومن جانبه، يصف السيد صادق محمد العماري، المدير العام للمركز القطري للصحافة، إطلاق الموسوعة الإعلامية بالخطوة المهمة التي تسهم في ضبط المصطلح الإعلامي العربي، خاصة وأن الإعلاميين اليوم في أمس الحاجة إلى مرجعية علمية دقيقة تساعد على فهم معاني الكلمات واستخداماتها على نحو صحيح، في ظل "ثورة المصطلحات" التي شهدتها القطاع الإعلامي خلال السنوات العشر الماضية.

ويقول: إن التطور التقني المتسارع، والتحول الرقمي العميق، أفرزا مفاهيم جديدة دخلت إلى القاموس الإعلامي دون أن تحظى بتأصيل كافي أو تعريب منضبط دائماً، ما خلق حالة من التباين في الفهم والاستخدام بين مؤسسة وأخرى، بل وأحياناً بين إعلامي وآخر داخل المؤسسة نفسها، ومن هنا تكتسب الموسوعة الإعلامية أهمية بالغة، إذ توفر تعريفاً دقيقاً للمصطلحات المستجدة، وتضع لها مفاهيم واضحة، بما يضمن حسن استخدامها في السياقات المهنية والأكاديمية.

ويضيف السيد صادق العماري أن أهمية

القارئ ومعايير المساءلة المهنية، «ما يجعلنا أمام مبادرة رائدة في صناعة الخطاب الإعلامي، خاصة وأن الإعلام لا يختل فقط حين تغيب المهنية، بل حين تتشوش اللغة التي تُبنى بها المهنية ذاتها، فالمصطلحات ليست أدوات تجميلية في النص الصحفي، بل هي مفاتيح فهم تحدد طبيعة المادة وحدودها ومسؤوليتها». ويؤكد أن جهود المؤسسة القطرية للإعلام في إطلاق الموسوعة الإعلامية تعكس إدراكاً عميقاً لهذه الحقيقة، فبدل الاكتفاء بتطوير المنصات أو تحديث التقنيات، اختارت أن تستثمر في البنية المعرفية للإعلام، وهذا توجه استراتيجي، لأن ضبط المفهوم يسبق ضبط الأداء، ولذلك، فإنه حين تتوفر مرجعية علمية واضحة، يصبح النقاش داخل غرف الأخبار أكثر دقة، وتغدو عملية التحرير أكثر وعياً بالفروق الدقيقة بين الأجناس الصحفية، وبين الخبر والتحليل، وبين التفسير والترويح، وهذا ما تسعى الموسوعة الإعلامية إلى تحقيقه.

ويقول السيد جابر الحرمي إن توحيد المفاهيم هنا لا يعني إلغاء التنوع، بل تأطيره ضمن فهم مشترك، يحد من الالتباس ويعزز الثقة في المنتج الإعلامي، لذلك يمكن قراءة الموسوعة بوصفها جسراً معرفياً، فجهود المؤسسة القطرية للإعلام في جمع المصطلحات، وتأصيلها، وتنظيمها ضمن إطار علمي، تفتح مجالاً لمرجعية مشتركة مع المعنى بالاتصال، ليستند إليها الطرفان، كونها لا تُعيد إنتاج المعرفة فحسب، بل تعيد ترتيبها بحيث تكون قابلة للتداول المهني، دون أن تفقد عمقها الأكاديمي.

ويتابع: إن المشروع إذا استمر في تحديث محتواه ومواكبة التحولات الرقمية، فإنه سيؤسس لثقافة مهنية جديدة، ترى في الصحافة ممارسة معرفية لا مجرد نشاط إخباري، وهذا التحول، إن ترسخ، سينعكس على مستوى التأهيل، وعلى جودة الخطاب، وعلى قدرة المؤسسات الإعلامية على مواكبة التغيرات دون ارتباك مفاهيمي.

ويلفت في هذا السياق، إلى أن كل مشروع موسوعي يواجه اختبارين حاسمين، هما الاستمرارية، والمصداقية، فالإطلاق لحظة رمزية مهمة، لكن القيمة الحقيقية تتجلى في القدرة على التحديث الدوري، وإخضاع المحتوى للمراجعة العلمية، والانفتاح على خبرات متعددة.

ويقول: هنا تبرز أهمية الدور المؤسسي الذي تضطلع به المؤسسة القطرية للإعلام في إطلاقها لهذا المشروع، ما يجعله يمتلك مقومات الاستدامة والدعم التنظيمي، الأمر الذي يمنحه



## د. عبد الرحمن الشامي: المشروع إضافة مهمة للعمل الإعلامي والاتصالي

بإضافة المداخل الجديدة ومراجعة القائمة وفق دورات تحرير دورية، مع توثيق تاريخ التحديات لضمان الشفافية العلمية.

ويتابع: من خطتنا كذلك إتاحة قناة تواصل مع الجمهور- من أكاديميين وممارسين وطلبة- لترشيح المفاهيم التي يرون ضرورة إدراجها، بحيث تتحول الموسوعة إلى مشروع معرفي تشاركي موجّه، يخضع في الوقت ذاته لمراجعة علمية محكمة، مما يضمن أن تبقى الموسوعة مرجعاً حياً يواكب التحولات السريعة في الإعلام الرقمي وتقنياته.

### ضرورة معرفية

وحول تقييمه للأهمية العلمية والمعرفية لإطلاق الموسوعة الإعلامية من قبل المؤسسة القطرية للإعلام، وما تضيفه إلى حقل الدراسات الإعلامية عربياً، يقول الدكتور عبد الرحمن الشامي، أستاذ الإعلام والاتصال في قسم الإعلام بجامعة قطر، إن إطلاق الموسوعة الإعلامية يسد فراغاً في عالم الإعلام والاتصال، فهي تؤصل لكثير من المصطلحات الإعلامية والاتصالية بطريقة علمية ومنهجية رصينتين، ومن ثم فإن إطلاق عمل من هذا النوع يمثل أهمية بالنسبة للباحثين، وأساتذة الإعلام والاتصال، وطلبة الإعلام، والصحفيين والإعلاميين، والمدربين في هذا المجال وغيرهم من المهتمين بمتابعة الشأن الإعلامي والاتصالي، ومن هذا المنطلق



## د. محمد الخطيب: الموسوعة تقوم على منح علمي متوازن في اختيار المداخل

الإعلامي، كما تتخذ منهجاً تفكيكياً نقدياً يهدف إلى تحليل الثنى المعرفية الكامنة التي صاغته، مع مقارنة الدلالات العربية بنظيراتها الغربية لضبط الترجمة العلمية واستجلاء الفروق الاصطلاحية والثقافية التي تؤثر في توجيه المفهوم.

وفيما يتعلق برؤية اللجنة للتباينات الجوهرية القائمة بين المدارس الإعلامية، يقول د. محمد الخطيب: لم نواجه تباينات جوهرية بين المدارس العربية في تعريف أغلب المصطلحات المعاصرة؛ وذلك لأن كثيراً من هذه المفاهيم نشأ في بيئة رقمية عابرة للحدود، ثم انتشر سريعاً عبر التداول الإعلامي والأكاديمي، مما أكسبه قدرًا من الثبات التداولي قبل أن يبلغ طور التقنين الموسوعي.

ويقول إن مصطلحات مثل: التزييف العميق، واقتصاد الانتباه، والإعلام الخوارزمي، وفقاعات الترشيح دخلت المجال العربي في سياق عالمي موحد، الأمر الذي قلص مساحة الاختلاف الاصطلاحية. ومن ثم كان دورنا أقرب إلى التقويم والتثبيت منه إلى التحكيم بين تعريفات متنازعة. وحول إمكانية تحديث الموسوعة، لضمان مواكبتها للتحولات السريعة في الإعلام الرقمي والتقنيات الجديدة، يقول د. محمد الخطيب: إن الموسوعة صُممت منذ البداية على هيئة منصة رقمية تفاعلية تتيح عرض المصطلح كتابياً وصوتياً، بما يجعلها قابلة للتحديث المستمر لأنصاً مغلقاً. وقد اعتمدنا نموذجاً مرناً يسمح

من ترسيخ الوعي بالمفهوم وضبط المصطلح وبناء لغة مهنية مشتركة».

ويتابع: لذلك نرى في هذا المشروع خطوة استراتيجية تتكامل مع جهود تطوير البيئة الصحفية في دولة قطر، ما يجعل الموسوعة تشكل دعامة أساسية لتعزيز ثقافة مهنية قائمة على المعرفة، والمسؤولية، والانضباط التحريري، بما ينعكس إيجاباً على ثقة الجمهور وجودة المحتوى مختلف وسائل وأجهزة الإعلام.

### أسس منهجية

وعن الأسس المنهجية والمعايير العلمية التي اعتمدها اللجنة العلمية في اختيار المصطلحات والمداخل، يؤكد الدكتور محمد الخطيب، رئيس اللجنة العلمية للموسوعة الإعلامية، أن الموسوعة تنطلق في اختيار مداخلها من وعي بأن الإعلام ليس حقلًا واحدًا متجانسًا، بل منظومة مركبة تتداخل فيها الصنعة، والمؤسسة، والمنهج، والخطاب السياسي، والحضاري. وبناءً على ذلك، اعتمدت الموسوعة منهجاً يراعي الدقة في الاختيار، حيث تقوم الموسوعة الإعلامية على توزيع منهجي متوازن لمداخلها؛ إذ يُخصّص نحو 60% منها للمفاهيم المؤسسة للصنعة الإعلامية ذاتها؛ كالخبر، والتأطير، والتحقيق الاستقصائي، والأجندة، والخوارزميات، واقتصاد الانتباه، بوصفها البنية العميقة التي تنظم إنتاج المعنى وآليات التأثير. ويُفرد قرابة 20% للأعلام والمؤسسات والمنصات الإعلامية المؤثرة عالمياً وعربياً، من حيث نماذجها التحريرية وأثرها في تشكيل الخطاب ودورها التاريخي والراهن. أما الـ 20% المتبقية فتعنى بالمفاهيم السياسية والحضارية المتداولة بكثافة في الخطاب الإعلامي اليومي؛ كالسيادة، والهوية، والشعبوية، والشريعة، والنظام الدولي، نظرًا لقدرتها العالية على تشكيل الإدراك الجمعي وصناعة الأطر الذهنية العامة.

ويقول د. الخطيب إن المصطلح يُختار وفق أربعة معايير مكثفة: أهميته التداولية وكثافة حضوره عبر الأخبار والمنصات المتعددة، وعمقه الإشكالي وتأثيره في تشكيل الرأي العام والإدراك الجمعي عربياً ودولياً وقابليته للتحليل النقدي وتوليد الدلالات بما يكشف استعاراته وانحيازاته وعلاقته بالسلطة، وأخيراً صلته المباشرة بتحويلات البيئة الإعلامية المعاصرة، ولا سيما ارتباطه بآليات العمل، والمؤسسات، والبنى التقنية، والخوارزمية.

ويتابع: لا تقتصر المعالجة على العرض والتوصيف، بل تتبع سيرورته في التاريخ



**أحمد الشيخ:**  
**مشروع تستدعيه**  
**بشدة الساحة**  
**الإعلامية العربية**

ويلفت الشيخ إلى أنه لما كانت الثقة هي الركن الأساس في علاقة الوسيلة الإعلامية مع جمهورها، فإن ما تتيحه الموسوعة من شروح للمصطلحات الإعلامية كفيل، حين يدرأ الوقوع في الخطأ بصون الثقة ما بين المؤسسة الإعلامية وجمهورها، وما بين المتعاطي بالخطاب الإعلامي وجمهوره، أفرادا كانوا أم جماعات. فالفهم الصحيح للمصطلح، لغة ومفهوما وتاريخا، يسر مهام المحررين والكتّاب فيقدمون مادة دقيقة لا يعترئها زيف، وقصة متوازنة لا يشوبها ميل، ورأيا لا ينفي حق الآخر في التعبير والخطاب. ويقول الإعلامي أحمد الشيخ إن هذه هي الغاية من الموسوعة الإعلامية، وحتى تنهض بها على خير وجه، لا بد أن تواكب ما استجد فتشرحه وتستجلي أبعاده، وأن تراجع ما استقدم فتستكملها وتبني عليه، ولأن هممنا العربية في ميادين وسائل الإعلام الجديد، على وجه الخصوص تقاصرت عن المراكب، وغدت في غالب الأحيان أسيرة مراعيل النقل، لأننا لا نخترع آلة ولا نصوص مصطلحا جديدا، فستقدم الموسوعة خدمة لثقافتنا حين تنقل المصطلح بصياغة نابذة من الثقافة العربية، ولغتنا زاخرة وثرية بما يتيح لنا أن نخدم إعلامنا ووسائله.

ويضيف أنه لكثرة ما في الفضاء الإعلامي من فاعلين، يطرحون في كل ثانية سيولا طافية من المعلومات والكتابات والسرديات والصور، فلا بد أن تقدم الموسوعة لجمهورها الوسائل والأدوات التي تتيح لهم التحقق مما ينشر خاصة وأن الذكاء الاصطناعي أصبح قادراً اليوم على إنتاج مادة يحسبها الظمان زلالا صافياً، فإذا هي تزييف سام ومضل. هذه الموسوعة الإعلامية، التي تنهض بها المؤسسة القطرية للإعلام مشكورة، فيما قل وأغنى.

### قواعد ومفاهيم

ويقول الإعلامي أحمد الشيخ إنه حتى يستقيم أي عمل، خصوصاً إن كان عملاً إبداعياً تحريراً متصلاً بجمهور متلق، لا بد أولاً من إرساء قواعد حاكمة يستند عليها وإليها، وصياغة مفاهيم توحد إسهامات كل من يشاركون فيه، ووضع معايير اصطلاحية تضبط الفهم والنص والإيقاع، وهذا هو ما يسمونه اليوم بالحوكمة التي تضمن تقديم منتج راشد مستقيم علما وفهما.

ويتابع: لكم سعدت حين علمت أن المؤسسة القطرية للإعلام تنهض اليوم بمشروع الموسوعة الإعلامية، وهو مشروع تستدعيه بشدة الساحة الإعلامية العربية إذ تزداد وسائل الإعلام وتتفرع وتتشابك ما بين إعلام تقليدي مكتوب ومسموع ومصور مشاهد، وإعلام رقمي جديد تقوم عليه مؤسسات ناظمة أو أفراد أصبحوا يؤثرون في قطاعات عريضة من الجمهور، حتى ليكاد الفضاء الأثيري يضيق بها جميعا على اتساعه ورحابته.

ويتابع: حين تتعدد الوسائط وتملأ أدواتها الساحات، وتتعدد عناوينها وتتشعب غاياتها وأهدافها، فإنها تفرز في كل يوم تسميات ومصطلحات جديدة قد تستغل على من يصادفها فيحترق وينكفي عاجزا، فلا بد إذن من مفاهيم اصطلاحية توضح المعاني بلا تبسيط مخل، ولا تعقيد معجز، فيحتكم إليها العاملون في غرف الأخبار ومناضد التحرير، وكذلك من يخاطبون الجمهور أفرادا وجماعات. فاستغلق المصطلح يوقع من يستخدمه في الخطأ، ويلحق الضرر بالجمهور المتلقي وبالمجتمع العريض والأشمل. وعليه فإن وجود موسوعة توضح المصطلح قديمه وجديده، يدرأ الخطأ ويتدارك من يخطئ.

فإن الموسوعة تمثل إضافة مهمة للعمل الإعلامي والاتصالي سواء على صعيد الممارسة المهنية، أو التعليم والتدريب والتطوير.

وفيما يتعلق بمدى إسهام الموسوعة في ردم الفجوة بين التنظير الأكاديمي والممارسة المهنية داخل المؤسسات الإعلامية في قطر والمنطقة، يؤكد البروفيسور عبد الرحمن الشامي أن ظهور أي عمل علمي رصين يسد فراغا في الساحة الإعلامية: تدريسا، وممارسة وتدريباً، ومن ثم فإن هذه الموسوعة ستمثل مرجعا مهما يمكن لكل هذه الأطراف الرجوع إليه، والاستفادة منه، خاصة وأن الموسوعة الإعلامية تجمع بين التنظير والممارسة، وتتعاظم مع مصطلحات إعلامية واتصالية تتسم بالتحديث والتجدد، وتحتاج إلى متابعة علمية رصينة تؤصل لهذه المصطلحات، وتفسرها، وتشرح خلفياتها بأسلوب علمي ومنهجي، إذ يقوم على هذه الموسوعة متخصصون في العمل الموسوعي، بما في ذلك صياغة المصطلحات، والتأصيل للمفاهيم، بالإضافة إلى ممارسين لديهم الخبرة والتجربة الطويلتين في العمل الإعلامي، وهو ما يعطي الموسوعة قيمة مضافة، تكسيبها أهمية إلى جانب أهميتها الأساسية.

وعن المعايير المنهجية التي ينبغي اعتمادها لضمان استدامة تحديث الموسوعة ودقتها، بحيث تبقى مرجعا موثوقا للباحثين والطلبة والممارسين على حد سواء، يبدي د. عبد الرحمن الشامي اعتقاده بأن هناك عددا من المعايير العلمية التي وُضعت لبناء هذه الموسوعة، بما يجعلها مرجعا رصينا يمكن الاعتماد عليه في الحصول على تفسير للمصطلحات الإعلامية والاتصالية المتخصصة، خاصة وأن هذا النوع من الموسوعات، يتوجه إلى جمهور نوعي، ومتخصص، ولديه الخبرة في البحث عن معاني المصطلحات ويعرف كيفية الحصول عليها من مصادر وثيقة يعتد بها.

ويتابع: لا أعتقد أنه يغيب عن القائمين على أمر هذه الموسوعة أهمية التجرد والحياد والتخلي عن الأفكار المسبقة عند التصدي للمصطلحات والمفاهيم الإعلامية والاتصالية، فضلا عن اتباع خطوات منهجية علمية رصينة وشفافة توضح الخطوات المتبعة في عملية التأصيل للمصطلحات والمفاهيم الإعلامية، والبحث عن جوانب التميز، والقيمة المضافة، بما يجعل الموسوعة مختلفة عن الأعمال السابقة المنجزة في هذا المجال.

# الإعلامي والروائي الراحل الدكتور أحمد عبد الملك: إذاعة قطر صوت المواطن

ليس من السهل التعامل مع حوار يعد الأخير في مسيرة إعلامي وأكاديمي أسهم في تأسيس خطاب وطني، وعاصر تشكل الدولة الحديثة، غير أنه في هذا اللقاء، يستعيد الإعلامي والأكاديمي والروائي الراحل الدكتور أحمد عبد الملك ملامح مرحلة تأسيسية من تاريخ الإعلام القطري، عبر إذاعة قطر، والتي لم يكن تأسيسها، مجرد وسيلة بث، بل كانت فضاءً لصياغة الوعي، ومختبراً لبناء الكوادر، ومنبراً يوازن بين صوت الدولة ونبض المجتمع.

ولم تكن الرغبة في نشر هذه المقابلة، التي أجريت مع الراحل الكبير، قبيل وفاته بأسبوعين تقريباً، من باب الحنين إلى الماضي، بل قراءة هادئة في معنى البدايات، وكيف تتحول المبادرات المحدودة إلى مؤسسة راسخة، وقادرة في الوقت نفسه على المنافسة خليجياً وعربياً.

هكذا قدم الراحل الدكتور أحمد عبد الملك شهادته الأخيرة لمجلة "إعلام"، في حوار الأخير إعلامياً، والذي كان لمجلة "إعلام" نصيب السبق فيه، ليس بوصفه شاهداً على مرحلة فحسب، بل بوصفه أحد حانئها، عبر حديث هادئ، مشبع بإيمان عميق بقيمة الكلمة، ودور المؤسسة، ومسؤولية الإعلام في بناء الوعي الوطني.

وفي هذا الحوار، لا يتحدث الدكتور أحمد عبد الملك، رحمه الله، بلغة احتفالية، بل بنبرة هادئة، أقرب إلى التأمل، يستعيد من خلالها البدايات الأولى لإذاعة قطر، مع إطلالة سريعة على تلفزيون قطر، حيث يرى في مثل هذه المنصات الوطنية، مؤسسات تأسست عبر الإيمان بالكلمة، وأنه من خلال الوعي، يمكن أن يكون للإعلام دور لافت في تشكيل الحدث، دون الاكتفاء بأن يكون صداه فقط، إلى غير ذلك من محاور ذات صلة بمسيرة الإذاعة والتلفزيون، وذلك عبر الحوار التالي:

حوار: طه عبد الرحمن



إذاعة قطر صوت  
المواطن، تواقب  
واقعه وتلامس  
تطلعاته وأحلامه



شغل الراحل الدكتور أحمد عبد الملك منصب مدير الشؤون الإعلامية بمجلس التعاون من 1993م إلى 1999م



إذاعة قطر عمل  
مؤسسي عملت  
الدولة على إنجازه  
في بداية تأسيسها  
بشكل مهني



الهوية القطرية، ومراعاة خصوصية المجتمع، المحافظ على تقاليده وأصالته. لذلك، يمكن القول إن المجتمع القطري لم يشهد بثاً تقنياً ومتطوراً، إلا مع تأسيس إذاعة قطر، وكانت بدايات هذه النشأة قوية، عكست الإرادة الصادقة في أن تكون إذاعة قطر على مستوى متميز، تقنياً وتحريراً. ومنذ بدايات تأسيسها، وإذاعة قطر تطمح دائماً إلى التطوير، ومواكبة كل ما هو جديد في مجال الإعلام المسموع، علاوة على حرصها الدائم على تنمية الكوادر القطرية والقدرات، وقد ساهم ذلك التوسع في الارتقاء بنشرات الأخبار، واستفادتها بعد ذلك، مما كانت تبثه وكالة الأنباء القطرية "قنا"، وانتشار شبكة مراسليها.

❶ كيف تقيم انتقال إذاعة قطر من عمل أقرب إلى المبادرة الفردية إلى مؤسسة إعلامية ذات هيكل واضح؟ ومتى بدأ هذا التحول تاريخياً برأيكم؟

العمل الإعلامي بشكل عام، هو عمل يقوم على فريق، أي عمل جماعي، ولا يمكن له أن يقوم على جهود شخص، أو أفراد معدودين، وبالتالي فإن جميع من يرتبط بالعمل الإذاعي كانت لديه روح المبادرة والمبادرة في آن، الأمر الذي فتح آفاقاً جديدة لعملهم. لذلك، يمكننا القول إن تأسيس إذاعة قطر، كان عملاً مؤسسياً، عملت على إنجازه الدولة في بدايات تأسيسها، بشكل مهني ومؤسسي، ووفرت له المظلة التشريعية اللازمة، فضلاً عن توفير أشكال البنى التحتية كافة لها،

❷ ما رؤيتكم لحالة المجتمع القطري، وقت تأسيس إذاعة قطر؟ وما مدى الحاجة لوسيلة إعلامية جديدة، في أعقاب تجارب صحفية لم تكتمل حينها؟

لا شك أن الساحة القطرية، قبل تأسيس إذاعة قطر في 25 يونيو 1968، شهدت العديد من التجارب الصحفية، لاسيما المجالات، والتي لم تكتمل حينها بالفعل، لأسباب عديدة، لا يسمح السياق بالتوقف عند رصدها. وكانت هذه الفترة شاهدة على نشوء تجارب إذاعية فردية محدودة، وفق إمكانيات العصر وقتها، مثل التجارب الإذاعية للأخوين ناصر العثمان ويوسف الدرويش، في بث صلاة الجمعة من مسجد الشيوخ، غير أن هذا البث استمر لفترة محدودة، وكانت تجربة إذاعية تعكس مدى حرص أفراد المجتمع على أن تكون لهم مبادراتهم، التي يتكيفون فيها مع واقعهم. غير أنه مع الرغبة الرسمية والقوية في أن تواكب قطر التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام وقتها، وخاصة المسموع، كان هناك تفكير في تأسيس إذاعة قطر، لتكون صوت المواطن القطري، لتواكب واقعه، وتلامس تطلعاته وأحلامه، ولترافقه في وقائع حياته اليومية كافة. والواضح أنه كان في ذهن المخطط والمنفذ لتأسيس إذاعة قطر آنذاك، الحرص على التنوع، ما أدى بالإذاعة إلى تقديم برامج متنوعة، تلامس فئات وشرائح المجتمع القطري كافة آنذاك، في إطار تأكيد

وإلى الآن (وقت إجراء الحوار)، فأنا متعاون مع إذاعة قطر، بجانب عملي السابق في تلفزيون قطر أيضا منذ عام 1972.

❻ ما طبيعة بيئة العمل في إذاعة قطر في سنواتها الأولى من حيث الإمكانيات البشرية والتقنية؟ وكيف كان يتم إنتاج المادة الإذاعية في ظل تلك الظروف؟

بيئة العمل في سنوات الإذاعة الأولى كانت بيئة بسيطة للغاية، حيث كنا نحن الشباب وقتها نتلمس الطريق، نحو فهم أوسع للإذاعة، فقد كان بعضنا يقرأ الكتب ليفهم ما يدور حوله، وبعضنا الآخر يتابع كبار الإعلاميين، كنا نتعلم من الجيل الرائد في إذاعة قطر آنذاك، من أمثال الإذاعي الراحل صلاح خليفة. وكانت العزيمة والإصرار تتملكنا جميعا، بتقديم برامج على مستوى متميز، تواكب ما تطمح إليه إذاعة قطر، في أن تظل إذاعة رائدة، كما أذكر مشاركتي مع الإذاعية سعاد حسن حينها، في تقديم برنامج عن الأسرة، متضمنا وفتات اجتماعية، حيث كان هذا البرنامج موجها بالكامل إلى الأسرة القطرية. ورغم الإمكانيات المحدودة، تبعا لمحدودية التكنولوجيا وقتها، إلا أنه مع العزيمة والإرادة المشار إليهما، استطاعت إذاعة قطر أن تكون صوتا حقيقيا للمواطن القطري، إلى أن كان التحول الرقمي، والذي ساهم بدوره في انتشار الإذاعة، حتى وصل أثرها إلى العديد من أصقاع العالم، ومع هذا التطور، كانت تنشأ أفكار جديدة، مع الاهتمام بالشباب، والارتقاء بالكوادر القطرية، ما كان له تأثير كبير في تطور إذاعة قطر، حتى أصبحت اليوم في صدارة الإذاعات العربية.

❼ وبرأيكم، ما الذي ساعد على انتشار إذاعة قطر مع البدايات الأولى لتأسيسها، رغم حداثة الإمكانيات وقتها؟

من الأمور التي ساعدت على انتشار الإذاعة مع بداياتها الأولى، ذلك الاهتمام بالتدريب الإذاعي، حيث كان يتم الحرص على تدريب الإذاعيين والموظفين، كما كانت هناك إدارة لبحوث المستمعين، وكانت مقياسا لمعرفة اتجاهات الجمهور، ما ساهم في إحداث التنوع الثقافي، الذي تتسم به دولة قطر دائما.

وحرصت على أن ترافقها في مراحل تطورها كافة، ما جعل إذاعة قطر اليوم في مقدمة الإذاعات العربية إقليميا وعربيا.

❼ برأيكم، ما السياق الاجتماعي والثقافي الذي كانت إذاعة قطر تتحرك داخله وقت تأسيسها؟

لاشك أن إعلام الخدمة العامة، كما يتم وصفه، يركز دائما على المواثمة بين ما يطلبه الجمهور، وبين ما تخطط له الدولة، وهناك نظريات عديدة في هذا المجال، تؤكد هذا الواقع، الذي تعمل عليه أجهزة الإعلام ذات الخدمة العامة، التي تحرص على أن تواكب طموحات وتطلعات متلقيها، وما يجب أن تكون عليه، كونها ممثلة ومعبرة عن الدولة في الوقت نفسه، انطلاقا من أنها وسيلة إعلامية أنشأتها الدولة. ومن هنا، فإن إذاعة قطر لا تزال تركز منذ نشأتها على تقديم أعمال إذاعية قيمة، تخدم الدولة والمواطن في آن واحد، ولعلنا هنا نستحضر برنامج "قطر على طريق البناء"، الذي رافق بدايات تأسيس إذاعة قطر، وما تبعها من برامج، لعل أشهرها ما تقدمه الإذاعة حاليا من برامج، ممثلة في برنامج "وطني الحبيب صباح الخير"، فكل هذه النوعية من البرامج، تسعى إلى ربط المواطن بهومته وتطلعاته في ملمح يعكس رغبة الإذاعة في أن تكون لصيقا بالمواطن، وهو حال إذاعة قطر مع مستمعيها، بأنها ظلت منذ مراحل تأسيسها الأولى لصيقة بالمواطن القطري، فكانت بذلك حلقة وصل بين ما يجيش في قلوب المستمعين، وبين الآمال التي تعتمل في قلوبهم، وربطهم بالسادة المسؤولين، الذين حرصوا على التفاعل مع كل ما يرغبه المواطنون، وتلبية تطلعاتهم.

❼ ما الدافع وراء فكرة التحاقكم بإذاعة قطر، والعمل في مؤسسة إعلامية جديدة على المجتمع وقتها؟

دائما أقول إن بداياتي لم تكن إذاعية، على خلاف ما هو شائع، وإن كنت بالفعل قد بدأت حياتي العملية مع إذاعة قطر، منذ بدايات تأسيسها في عام 1968، غير أنني كنت أتلمس الطريق معها كمتعاون، إلى أن وفقت في ذلك، بجانب كوني ضمن كورال الأغاني، مرددا، ثم ممثلا، ثم مؤلفا لكثير من المسلسلات، وذلك بتشجيع من المسؤولين،



الدكتور الراحل أحمد عبد الملك يقدم نشرة الأخبار على تلفزيون قطر



أحمد عبد الملك :  
البرامج الجماهيرية



الدكتور الراحل فاز بجائزة كتارا للرواية العربية لأكثر من مرة



برنامج بانورما



برنامج كلمات وأنغام

وبين إذاعات أخرى عريقة في الوطن العربي، وهو ما نجحت إذاعة قطر في تحقيقه، بأن تكون مؤسسة إعلامية رائدة، بفضل حرصها على الدقة والموثوقية، وأن يكون السبق الإخباري، مترافقا مع مصداقيته ومسؤوليته.

❸ **وما أبرز المحطات التاريخية التي شكلت منعطفا في مسار إذاعة قطر، سواء على مستوى البث أو المحتوى أو التنظيم المؤسسي؟**

يصعب حصر المحطات التاريخية في مسيرة إذاعة قطر، وما قدمته من برامج ومسلسلات ونشرات أخبار، وغير ذلك، غير أنه يمكنني القول إن اهتمام الإذاعة كان يركز على مستويين، أحدهما محلي، والآخر إقليمي وعربي ودولي، وذلك عبر الانخراط في عضوية المؤسسات المعنية.

❹ **كيف واكبت إذاعة قطر الأحداث الوطنية الكبرى في تاريخ الدولة؟ وما الذي تذكره من أدوار مهنية اضطلعت بها الإذاعة في تلك اللحظات؟**

اختلفت إذاعة قطر لنفسها، منذ بدايات تأسيسها خطأ واضحا نحو الحياء والمهنية، والانحياز للمستمع، ولم تُخدع بالشعارات التي كانت تنطلق هنا وهناك، وظلت هكذا حتى اليوم، كما ظلت ودية لمواطنيها ومستمعيها في كل مكان، فكان الشأن المحلي حاضرا في العديد من برامجها، منذ البداية، سواء مع إعلان استقلال الدولة، وحتى اليوم، مروراً بمراحل التطور كافة، من خلال برامج الإخبارية، ومحتوى درامي وفني ذات صبغة وطنية خالصة، كما لم تغفل الإذاعة البعدين الإقليمي والدولي، عبر برامج إخبارية، وبث مشترك للقمم الخليجية والمؤتمرات العربية والإسلامية والدولية الكبرى.



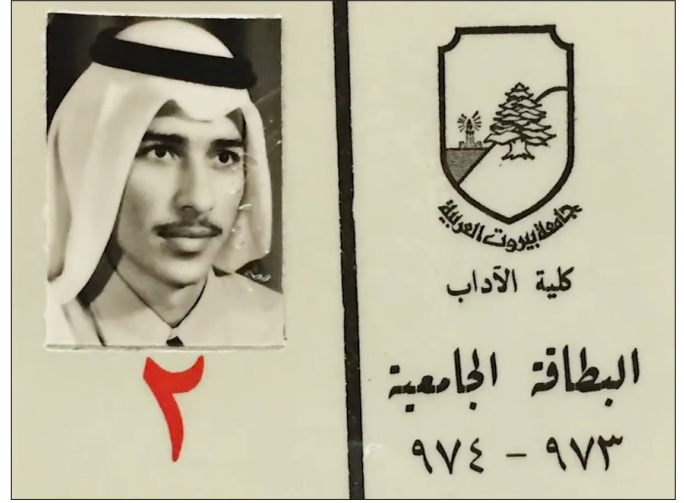
**تلفزيون قطر غاص بالمذيعين في مجاهل كثيرة، أهمها تشكل الثقافة المحلية، والإجادة في تقديم التراث، وإيجاد القوالب السليمة من أجل المجتمع.**

❺ **ما تقديركم لمستوى تقديم الأخبار في الإذاعة، منذ بواكير نشأتها، مروراً بأبرز مراحل تطورها، بما جعلها صاحبة السبق في إذاعة الخبر، وليست متلقية له فقط؟**

كانت نشرات الأخبار في إذاعة قطر هي الأسرع، والأكثر انتشاراً من التلفزيون والصحف، ولذلك كنا نحن الشباب نستفيد من الأبواب المفتوحة لنا، لا سيما مما كان يوفره لنا مديرو الإذاعة، والذين تعاقبوا عليها، فكانوا يوفرّون لنا فرص التدريب المناسبة، وفرص الانطلاق، وأشكال الدعم كافة، فضلا عن إيمانهم العميق بقوة وتأثير الكلمة المسموعة، الأمر الذي أوصلنا إلى الدور الرائد الذي تضطلع به الإذاعة الآن. ولذلك، احتلت إذاعة قطر مكانة كبيرة بين الإذاعات الخليجية والعربية، إذ كانت عضوا مؤسسا في اتحاد إذاعات الدول العربية، ما أتاح لها فرصة تقديم الجديد دائما، بالإضافة إلى المساهمة في صنّع السياسات، وانعكس كل ذلك على نوعية وجودة المحتوى الذي تنتجه. ولذلك، لم يكن العمل في الإذاعة بالتجربة السهلة، في ظل حرصها الدائم على الدقة، وعدم التسرع في نشر الخبر، وشكل ذلك تحديا كبيرا لكل من يعمل بها، ما استدعي أن يكون من يعمل بها ملما بمهام العمل الإذاعي، خاصة وأن المنافسة كانت قوية بينها



تولى الدكتور الراحل أحمد عبد الملك رئاسة تحرير صحيفة الشرق



الدكتور الراحل أحمد عبد الملك درس ليسانس الآداب في اللغة العربية من جامعة بيروت العربية

❶ **ومن خلال عملك في تلفزيون قطر، ما أبرز ما يمكن أن تستخلصه من مخرجات طوال مسيرة عملك به؟**

تلفزيون قطر أتاح لي الكثير من الفرص، لعل أبرزها التواصل مع المشاهدين من جمهوره العريض في دولة قطر وخارجها، فضلاً عما أتاحه لي أيضاً من فرص الاختيار والترحال، وبسط الأفكار، والكثير من الصور التي لم تكن متوفرة لدى جمهور المذيعين أو المعدين أو المتعاونين معه. كما كان تلفزيون قطر داعماً لي لاستكمال دراساتي العليا، وتأليفي مجموعة من الكتب المتعلقة بالعمل التلفزيوني والإبداع بشكل عام.

❷ **وما تقييمك لمستوى البرامج الإخبارية التي كان تلفزيون قطر يقدمها مع البدايات الأولى لتأسيسه؟**

أراها برامج كانت تلتزم بالجدية والطرح، ما جعلها برامج هادفة، وكان يُنظر إلى المذيع على أنه بمثابة مصلح اجتماعي، عليه أن يقدم الجديد دائماً، لذلك لا بد أن يكون مبدعاً ومدركاً لتلطعات الجمهور، حتى لا يواجه صعوبة في التعامل مع واقع التلفزيون، الذي كان يفتح المدارك للتجارب الإنسانية، ويغوص بالمذيع في مجاله كثيرة، أهمها تشكل الثقافة المحلية، والإجادة في تقديم التراث، وإيجاد القوالب السليمة، من أجل المجتمع.



مبنى إذاعة قطر في الثمانينات

❸ **وكيف كانت بدايتك الأولى مع تلفزيون قطر؟**

أولى خطواتي للعمل في تلفزيون قطر، كانت في عام 1973، كان حينها بالأبيض والأسود، وعبر مسيرتي الطويلة في تلفزيون قطر، أستخلص بعض النصائح لأبنائي الشباب، بضرورة المثابرة، وأن يكون التنافس بينهم تنافساً شريفاً، مع الحرص على تقديم كل ما يفيد المشاهدين، وأن تكون لديهم الرغبة الأكيدة في أن يظل تلفزيون قطر في مقدمة الشاشات العربية، كما كنا نحرص دائماً على أن يتبوأ المكانة اللائقة به، وترجمة ذلك بحصده للعديد من الجوائز الخليجية والعربية، سواء عن طريق مسابقات جهاز تلفزيون الخليج، أو المسابقات الإقليمية، عبر اتحاد إذاعات الدول العربية.

❹ **وما أبرز ذكرياتك مع زملاء المهنة في تلفزيون قطر؟**

مازلت أستحضر ذكرياتي مع العديد من زملاء العمل في البدايات الأولى لتأسيس تلفزيون قطر، وهم الإعلاميون عبد الوهاب المطوع، ومحمد إبراهيم ويوسف إبراهيم، حيث التحقت بعدهم للعمل في تلفزيون قطر، وكان الطموح يسبقنا جميعاً، إذ كانت الوظيفة وقتها هي مذيع منتج، وليس مذيعاً فقط، حرصاً من الدولة على ضرورة أن يكون المذيع منتجاً، دون أن يتوقع في التقديم، وكانت هذه السياسة دافعا لإنتاج الكثير من البرامج.



لقطة من تقديمه لأحد البرامج سابقاً



## مسيرة مهنية

وحدة النصوص والترجمة، ثم رئيس قسم الأخبار عام 1976، وشغل منصب مدير الشؤون الإعلامية بمجلس التعاون لدول الخليج العربية خلال الفترة من 1993 إلى 1999، وعمل مستشارا في المجلس الوطني للثقافة والفنون والتراث.

وعلى الصعيد الأكاديمي، عمل أستاذا مشاركا لمواد الإعلام في جامعة قطر منذ عام 1983 حتى 2004، ثم أستاذا مشاركا في كلية المجتمع عام 2014، ويُعد من أوائل من كتبوا في الصحافة القطرية عبر مجلة "العروبة" منذ عام 1970.

وواصل الفقيه الراحل الكتابة الصحفية منذ عام 1970، وترك رصيدا أدبيا وثقافيا شمل ست روايات، وأربع مجموعات قصصية، ونحو ثلاثين كتابا في مجالات الثقافة والأدب والإعلام.

اختتم الفقيه الراحل الدكتور أحمد عبد الملك مسيرته المهنية بإصدار كتاب "عاشق الكلمة"، أحد أبرز إصدارات المركز القطري للصحافة العام الماضي، وتناول فيه مسيرة الكاتب والشاعر القطري الراحل جاسم صفر، إضافة إلى تقديمه دورة الإعداد والتقديم التلفزيوني بالمركز في 19 مايو 2024 بالتعاون مع إدارة التطوير الإعلامي بالمؤسسة القطرية للإعلام.

حصل الفقيه على ليسانس الآداب في اللغة العربية في جامعة بيروت العربية عام 1976، ثم درجة الماجستير في الإعلام التربوي من جامعة ولاية نيويورك- بافلو بالولايات المتحدة عام 1983، قبل أن ينال درجة الدكتوراه في الصحافة من جامعة ويلز في بريطانيا عام 1989.

وبدأ الراحل مسيرته المهنية مذيعا في تلفزيون قطر عام 1972، وتدرج في عدد من المناصب، من بينها رئيس

# شاركت أثير الدول الاحتفال باليوم العالمي إذاعة قطر تعزز حضورها في عصر الذكاء الاصطناعي

وجاء شعار هذا العام مواكباً للتطور التكنولوجي المتسارع الذي تشهده وسائل الإعلام المختلفة، خاصة وأن إذاعة قطر لا تنظر إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره تحدياً ينبغي مواجهته، بل فرصة ثمينة يجب اغتنامها لبلورة أفكار ورؤى جديدة تتناسب مع آفاق الطموح.

وفي هذا السياق، فقد وفرت المؤسسة القطرية للإعلام جميع الإمكانيات التي تمكن الإذاعة من الاستفادة القصوى من هذه التقنيات، باعتبارها لغة العصر والمستقبل، ويهدف وضع سياسات واستراتيجيات مبتكرة تعزز دور الإذاعة وتدعم ازدهارها.

واتخذت إذاعة قطر خطوات عملية وجادة منذ بروز تقنيات الذكاء الاصطناعي، حيث بدأت بدراسة الإمكانيات المتاحة لتطوير القدرات، وعقد جلسات عمل ونقاشات موسعة

الإبداعية التي يبذلها العاملون فيها للارتقاء بالمحتوى البرامجي.

وفي هذا السياق، ينسجم شعار العام الجاري مع رؤية إذاعة قطر التي تتعامل مع التحول الرقمي بوصفه فرصة استراتيجية مدروسة، ضمن أطر أخلاقية ومهنية واضحة، مشيراً إلى أن اليوم العالمي للإذاعة يعد مناسبة عالمية تستدعي التأمل في مكانة الإذاعة وتأثيرها الممتد.

واستعدت إذاعة قطر لهذه المناسبة منذ وقت مبكر عبر إعداد حزمة من البرامج المباشرة والمسجلة، إضافة إلى فلاشات قصيرة تعزز رسالتها الجوهرية، وتبرز أهميتها مهما واجهت من تحديات، فيما لم يقتصر الاحتفال على الطابع الرمزي، بل عكس التزاماً عملياً بتطوير الأداء ومواكبة التحولات المتسارعة في المشهد الإعلامي.

ما تزال الإذاعة تحافظ على مكانتها كواحدة من أكثر وسائل الإعلام قرباً من الجمهور وقدرة على ملامسة تفاصيل حياته اليومية على الرغم من التغيرات الكبيرة التي شهدها المشهد الإعلامي، حيث ظل الصوت الإذاعي حاضراً في حياة الناس، يرافقهم في العمل والسفر وأوقات الراحة، ويشكل مساحة مفتوحة للمعرفة والحوار والثقافة.

ومن هذا المنطلق يحتفل العالم في الثالث عشر من فبراير من كل عام باليوم العالمي للإذاعة، وهو اليوم الذي أقرته منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو" واعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة يوماً دولياً للاحتفاء بدور الإذاعة في تعزيز التواصل بين الشعوب وترسيخ قيم الحوار والانفتاح.

ونبعت فكرة الاحتفال باليوم العالمي للإذاعة من قبل الأكاديمية الإسبانية للإذاعة، وجرى تقديمها رسمياً من قبل الوفد الدائم الإسباني لدى منظمة "اليونسكو" في الدورة الـ 187 للمجلس التنفيذي في شهر سبتمبر عام 2011، وأقرته المنظمة الأممية في الثالث من نوفمبر عام 2011 في دورتها السادسة والثلاثين، ليتم بعد ذلك إقرار اليوم العالمي للإذاعة في شهر ديسمبر من العام 2012 من جانب الجمعية العامة للأمم المتحدة.

وتهدف "اليونسكو" من تخصيص يوم عالمي للإذاعة إلى زيادة الوعي بين عامة الناس وبين العاملين في وسائل الإعلام بأهمية الراديو. وتفاعلاً مع هذه المناسبة العالمية، شاركت إذاعة قطر الإذاعات في مختلف أنحاء العالم الاحتفال باليوم العالمي للإذاعة لعام 2026، والذي جاء هذا العام تحت شعار «الإذاعة والذكاء الاصطناعي».

واحتفلت إذاعة قطر بجميع محطاتها العاملة بهذه المناسبة العالمية، كونها تمثل فرصة مهمة للتذكير بالدور الحيوي الذي تؤديه الإذاعة في خدمة المجتمع، وإبراز تنوعها وتفردها، وتسليط الضوء على الجهود



برنامج "محطات" بإذاعة قطر سلط الضوء على اليوم العالمي للإذاعة



## الإذاعة ما تزال وسيلة إعلامية قريبة من الجمهور رغم التحولات الكبيرة في المشهد الإعلامي



مبنى إذاعة قطر

والفرنسية والإسبانية وإذاعة الأوردو. كما تم بث مباشر مشترك مع إحدى الإذاعات العربية بهذه المناسبة، فضلاً عن إجراء حوار مع أحد مسؤولي اتحاد إذاعات الدول العربية للحديث بشكل موسع عن مدى استفادة الإذاعات العربية من هذه التقنيات، وآليات التنسيق لإنتاج برامج خاصة في مهرجانات الإذاعة والتلفزيون تعتمد على الذكاء الاصطناعي، بما يساهم في ترسيخ هذه الفكرة وتعميمها بصورة أوسع.

وفي هذا الإطار، خصص برنامج "محطات"، الذي يقدمه الإعلامي خميس الكواري عبر أثير إذاعة قطر، حلقة خاصة تناولت التحولات التي يشهدها العمل الإذاعي في ظل التطور الرقمي، والدور الذي يمكن أن تلعبه تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الإعلامي وتعزيز تفاعل الجمهور معه.

وسلّطت الحلقة الضوء على مكانة الإذاعة كوسيلة إعلامية متجددة قادرة على مواكبة التطورات التقنية، حيث استضاف البرنامج عدداً من المختصين من داخل المؤسسة القطرية للإعلام وخارجها للمشاركة في نقاش مهني تناول مستقبل الإذاعة في العصر الرقمي، والفرص التي تتيحها التقنيات الحديثة للمؤسسات الإعلامية العربية من أجل تطوير أدواتها ومضامينها الإعلامية مع الحفاظ على القيم المهنية التي تشكل أساس العمل الإعلامي.

لافتة بعد تجارب متعددة، كما تم إنتاج موسيقى متوافقة مع فكرة البرنامج باستخدام الذكاء الاصطناعي، إلى جانب إجراء تجارب في مجال الدراما والترجمة، وإنتاج برامج بتقنيات عالية لذوي الاحتياجات الخاصة، واستخدام التقنيات الحديثة في إعداد الرسومات والفيديوهات على المنصات الرقمية، ولم يقتصر الأمر على ذلك، بل شمل أيضاً توظيف الذكاء الاصطناعي في التعامل مع البيانات والمعلومات وتحليلها في جميع الإذاعات التابعة.

وسعت إذاعة قطر من خلال حزمة برامجها إلى إبراز أهمية استخدام التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، بما فيها الذكاء الاصطناعي، في دعم جهود وزارات وهيئات ومؤسسات الدولة التي حققت قفزات نوعية في مجالات متعددة، حيث تقوم الإذاعة بالتعريف بهذه الإنجازات وشرح آليات استخدامها بما يعود بالنفع على الجمهور.

وفي هذا السياق، خصصت الإذاعة العديد من برامجها للاحتفال باليوم العالمي للإذاعة، حيث تم إنتاج برامج وثائقية تتناول تاريخ الإذاعة ودورها وأهمية هذه المناسبة، إلى جانب برامج مخصصة لشعار العام "الإذاعة والذكاء الاصطناعي، فضلاً عن بث برامج مباشرة استضافت عدداً من المختصين الذين يوظفون الذكاء الاصطناعي في إنتاج برامجهم، سواء في إذاعة قطر أو في الإذاعة الإنجليزية

بمشاركة متخصصين في هذا المجال، إلى جانب تشكيل فريق عمل من الشباب القطري الواعد المهتم بالتقنيات الحديثة، وتم تدريب هذا الفريق على أعلى مستوى من خلال ورش عمل مكثفة، أسفرت عن إنتاج عدد من الأفكار في إطار التجريب، للوصول إلى أفضل السبل التي يمكن أن تساهم في تطوير الإنتاج البرامجي بكافة أشكاله باستخدام الذكاء الاصطناعي، ضمن ضوابط محددة، تمهيداً للتوسع التدريجي في استخدامه.

كما أن العمل ما يزال مستمرا لتدريب المزيد من العاملين في الإذاعة، سواء في مجال الإنتاج البرامجي أو الجوانب الإدارية، مع التعامل مع هذه التقنيات بخطوات دقيقة ومدروسة بعناية لضمان تحقيق النتائج المرجوة.

ولكون الإذاعة، جزءاً من المجتمع، فإنها تستخدم مختلف الوسائل التقنية الحديثة، سواء عبر البث التقليدي أو من خلال منصاتها الرقمية المتعددة على مواقع التواصل الاجتماعي، بمحتوى تثقيفي يهدف إلى نشر الوعي بأهمية التكنولوجيا وكيفية توظيفها في خدمة المجتمع، وهو ما أسهم في زيادة عدد المتابعين بصورة ملحوظة، وحمل الإذاعة مسؤولية أكبر لمواصلة هذا النهج.

وقد تم إنتاج برنامج "صوت بلا روح" معتمداً بشكل كامل على الذكاء الاصطناعي، ووصفت هذه التجربة بالثمرة، حيث حققت نتائج



## إذاعة قطر تضي في تطوير الذكاء الاصطناعي لتطوير المحتوى الإعلامي ورفع كفاءة الإنتاج ضمن رؤية للتحويل الرقمي

مع عدد من الإذاعات العربية مثل الإذاعة التونسية.

وحول دور الذكاء الاصطناعي في خدمة المحتوى الإذاعي، توضح أن العنصر البشري لا يمكن الاستغناء عنه في العمل الإعلامي بشكل عام، وفي العمل الإذاعي بشكل خاص، لأن الإعلام ينطلق أساساً من إحساس إنساني وشعور حقيقي بأهمية الرسالة، وهو ما لا يمكن أن توفره الآلة، لذلك فإن الذكاء الاصطناعي لا يمكن أن يكون بديلاً عن الإنسان، بل يمثل أداة مساندة ومكملة للعقل البشري.

وتبين أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساهم في العديد من الجوانب، مثل تحليل الأخبار والبحث في قواعد البيانات الضخمة، وهو ما يوفر الوقت والجهد على الإعلاميين. كما يساعد في الترجمة وتحليل اهتمامات الجمهور ومعرفة ما يفضله المستمعون، الأمر الذي يساهم في تطوير المحتوى الإعلامي.

ومع ذلك، تشدد على أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا يعفي الإنسان من المسؤولية المهنية، "فإذا تم الاعتماد عليه مثلاً في إعداد نشرة أخبار دون مراجعة دقيقة للحقائق، فقد تقع أخطاء، لأن الذكاء الاصطناعي قد يخطئ في بعض الأحيان. لذلك يجب أن يتم استخدامه ضمن إطار أخلاقيات المهنة، وأن يُوظف كعامل مساعد وليس بديلاً عن الإعلامي".

وتقول إن هناك عملاً جارياً لإعداد ميثاق أخلاقي لاستخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، يحدد ضوابط الاستفادة من هذه التقنية ويحافظ في الوقت نفسه على القيم المهنية للإعلام.

وفي رسالتها للعاملين في الإذاعات العربية بمناسبة اليوم العالمي للإذاعة، تؤكد الجلاد أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام السمعي في تعزيز التواصل الاجتماعي والثقافي والفني مع الجمهور، داعية إلى مواصلة تطوير هذا القطاع

على أداء عمله بكفاءة أكبر، بينما يظل الإبداع الإعلامي مسؤولية الإنسان في المقام الأول. وعلى صعيد التعاون الإعلامي العربي، يبرز الدور الذي يقوم به اتحاد إذاعات الدول العربية في تعزيز التعاون بين المؤسسات الإذاعية وتبادل البرامج والخبرات، إلى جانب تنظيم الندوات والبرامج التدريبية التي تسلط الضوء على أحدث التطورات في المجال الإذاعي، ومنها استخدام الذكاء الاصطناعي في الإنتاج الإعلامي وتحليل البيانات وفهم اهتمامات الجمهور.

وفي هذا السياق، تؤكد السيدة هايدي الجلاد، مدير إدارة الإذاعة في اتحاد إذاعات الدول العربية، أن اليوم العالمي للإذاعة يمثل مناسبة للاعتزاز بهذه المهنة، وأن الإذاعة ما تزال تثبت قدرتها على التجدد والمنافسة في المشهد الإعلامي، وإذا نظرنا إلى الجانب الإحصائي سنجد أن عدد الإذاعات في تزايد مستمر حول العالم، وليس في تناقص كما يعتقد البعض.

وتوضح أنه رغم التحديات التي تواجه الإذاعة اليوم على مستوى التطورات التقنية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي، إلا أنها ما تزال محافظة على بريقها الإعلامي ومكانتها في الساحة الإعلامية، كما أنها قادرة على الحفاظ على حضورها والمنافسة بقوة بفضل قدرتها على التكيف مع التحولات التكنولوجية المتسارعة.

وعن مساهمات إدارة الإذاعة في اتحاد إذاعات الدول العربية في هذه المناسبة، تبين الجلاد أن إدارة الإذاعة في الاتحاد كانت من الجهات المؤسسة لفكرة الاحتفال باليوم العالمي للإذاعة، وذلك بالتعاون مع الاتحادات الإقليمية والدولية وبالتنسيق مع منظمة اليونسكو.

وتقول: إن فكرة تخصيص موضوع محدد للاحتفال في كل عام جاءت أيضاً كمقترح من اتحاد إذاعات الدول العربية، حيث تم الاتفاق هذا العام على أن يكون موضوع اليوم العالمي للإذاعة هو «الإذاعة والذكاء الاصطناعي»، لافتة إلى أن الاتحاد ينفذ عدداً من المبادرات والمساهمات بهذه المناسبة، من بينها تبادل البرامج المخصصة لهذا اليوم بين الإذاعات العربية عبر منصة الـ Cloud، إلى جانب تنظيم ندوات ومحاضرات حول موضوع «الإذاعة والذكاء الاصطناعي»، سواء عبر الإنترنت أو من خلال الحضور المباشر، وذلك بالتعاون

واكتسب هذا النقاش أهمية خاصة في ظل التاريخ العريق الذي تتمتع به إذاعة قطر، التي تعد من أبرز المؤسسات الإعلامية في المنطقة، فمن خلال مسيرتها الممتدة لأكثر من خمسة عقود، نجحت الإذاعة في ترسيخ حضورها الإعلامي من خلال برامجها المتنوعة التي تجمع بين الإخبار والثقافة والترفيه، لتبقى قريبة من جمهورها ومعبرة عن اهتمامات المجتمع، كما واكبت التطورات التقنية المتلاحقة في مجال البث والإنتاج الإعلامي، حيث انتقلت من البث التناظري التقليدي إلى البث الرقمي الحديث مع اعتماد أحدث تقنيات الإرسال والإنتاج الصوتي.

ومع توسع استخدام الإنترنت والمنصات الرقمية، عززت إذاعة قطر حضورها عبر منصات إلكترونية وتطبيقات حديثة تتيح للمستمعين متابعة برامجها عبر الإنترنت ومن مختلف أنحاء العالم، وهو ما يعكس توجه المؤسسة القطرية للإعلام نحو التحول الرقمي وتطوير أدوات العمل الإعلامي بما يتماشى مع متطلبات العصر.

### ذاكرة الإنسان

وفي هذا السياق يؤكد السيد مبارك بن محمد الكبيسي، مساعد مراقب البرنامج العام في إذاعة قطر، أن اليوم العالمي للإذاعة يمثل مناسبة مهمة للتذكير بقيمة هذه الوسيلة الإعلامية التي ارتبطت بذاكرة الإنسان عبر عقود طويلة، مشيراً إلى أن الإذاعة لم تكن مجرد وسيلة لنقل الأخبار أو الترفيه، بل كانت رفيقاً يومية للإنسان، حيث رافقته في مختلف مراحل حياته وشكلت مساحة للتواصل وتبادل الأفكار.

ويقول: إن تطور التكنولوجيا لم يقلل من أهمية الإذاعة، بل أتاح لها فرصاً جديدة للوصول إلى جمهور أوسع، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية ومنصات البث الرقمي والبودكاست، وهو ما جعل المحتوى الصوتي أكثر حضوراً في الحياة اليومية.

أما فيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الإذاعي، فيوضح الكبيسي أن هذه التقنيات يمكن أن تلعب دوراً مهماً في دعم العمل الإعلامي، خصوصاً في الجوانب التقنية والبحثية مثل أرشفة المعلومات وتحليل البيانات وتسريع عمليات المونتاج وتحسين جودة الصوت. ومع ذلك يؤكد أن الذكاء الاصطناعي لا يمكن أن يكون بديلاً عن العنصر البشري، بل هو أداة مساندة تساعد الإعلامي



## مستقبل الإذاعة يقوم على التكامل بين الإنسان والتكنولوجيا لا على الاستبدال

في توسيع نطاق وصول المحتوى إلى شرائح  
أوسع من الجمهور.

وتلقت إلى أن هذه التقنيات تساعد في تحليل  
اتجاهات الجمهور الناطق باللغة الإنجليزية  
في قطر، لا سيما في المجالات الاقتصادية  
والتعليمية والثقافية، الأمر الذي يمكّن الإذاعة  
من تصميم برامج تعكس احتياجات حقيقية  
للمستمعين.

وحول التحديات المرتبطة باستخدام الذكاء  
الاصطناعي، تؤكد عبير الكواري أن من أبرز  
هذه التحديات الاعتماد المفرط على التقنيات  
دون تدقيق بشري كافٍ. لذلك من الضروري  
أن يكون هناك وعي مهني بضرورة مراجعة  
المعلومات والتأكد من دقتها قبل نشرها  
للجمهور، لأن الذكاء الاصطناعي يبقى أداة  
تساعد الإنسان، لكنه لا يمتلك الحس الصحفي  
أو المسؤولية المهنية.

وبدورها، تقول السيدة خلود الحميدي،  
مراقب إذاعة الأوردو، إن شعار اليوم العالمي  
للإذاعة «الإذاعة والذكاء الاصطناعي» يعكس  
تحولاً مهماً في طبيعة العمل الإعلامي، حيث  
يمثل توظيف الذكاء الاصطناعي نقلة نوعية  
في طريقة إنتاج المحتوى وتقديمه للجمهور، إذ  
تسهل هذه التقنيات في تعزيز جودة المحتوى  
وتحليل اهتمامات المستمعين بدقة أكبر.

وتضيف أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن  
يساعد في تحليل بيانات الاستماع وقياس  
تفاعل الجمهور، وهو ما يتيح للإذاعة فهماً  
أعمق لاهتمامات المستمعين وتوقع توجهاتهم،  
ويساعد ذلك في تطوير البرامج بما يتناسب مع  
احتياجات الجاليات الناطقة باللغة الأوردية  
في قطر، ومن بينها الجاليات القادمة من  
باكستان والهند ونيبال.

وتوضح أن الإذاعة تؤدي دوراً مهماً في خدمة  
هذه الجاليات إعلامياً وثقافياً، وتحرص على  
تطوير محتواها بصورة مستمرة بما يعكس  
اهتماماتهم واحتياجاتهم اليومية، مع الاستفادة  
من التقنيات الحديثة في دعم جودة الإنتاج  
الإذاعي وتعزيز التواصل مع الجمهور.



إذاعة قطر شاركت إذاعات العالم بالاحتفال باليوم العالمي للإذاعة

ما يمنح فريق التحرير وقتاً أطول للتركيز على  
جودة المحتوى والتحليل.

وتتابع: كما ساعد الذكاء الاصطناعي في  
فهم الجمهور بشكل أدق، من خلال تحليل  
سلوك الاستماع ومعرفة المواد الأكثر جذباً  
للمستمعين، وكذلك تحديد أوقات الذروة  
ومستوى التفاعل عبر المنصات الاجتماعية،  
وبناءً على هذه البيانات أصبح بالإمكان إعداد  
جدول البرامج بصورة أكثر دقة، بما يتناسب  
مع اهتمامات الجمهور.

وتشير إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي  
لا يعني التخلي عن روح الإذاعة الأساسية،  
إذ يظل العنصر البشري في قلب العملية  
الإعلامية، بينما تبقى هذه التقنيات أدوات  
مساندة تساعد المذيعين والصحفيين على أداء  
رسالتهم بصورة أفضل.

أما فيما يتعلق بدور الإذاعة في خدمة  
المجتمع الناطق باللغة الإنجليزية في قطر،  
فتوضح أن الإذاعة تستخدم الذكاء الاصطناعي  
في عدد من الجوانب التطويرية، من بينها  
الترجمة الفورية التي تخدم جمهوراً متنوعاً  
داخل الدولة، فالتقنيات الذكية تتيح تحويل  
المقابلات الصوتية والمرئية إلى نصوص  
مترجمة بسرعة كبيرة، إضافة إلى إعداد  
ملخصات باللغة الإنجليزية بسهولة، مما يساهم

بما يخدم المستمعين ويواكب التحولات  
الإعلامية المتسارعة.

وفي ظل هذه التحولات المتسارعة، تبقى  
الإذاعة نموذجاً إعلامياً قادراً على التجدد  
والاستمرار، إذ تجمع بين بساطة الوسيلة وعمق  
التأثير، وتظل قادرة على مرافقة الجمهور في  
مختلف تفاصيل حياته اليومية. ومع دخول  
الذكاء الاصطناعي إلى مجال الإعلام، يتأكد أن  
مستقبل الإذاعة لن يكون في الاستغناء عن  
الإنسان، بل في تكامل الإنسان مع التكنولوجيا  
لصناعة محتوى أكثر جودة وتأثيراً يواكب  
تطلعات الجمهور ويحافظ في الوقت نفسه  
على جوهر الرسالة الإعلامية.

وفي هذا الإطار، تقول السيدة عبير مبارك،  
مراقب إذاعة QBS الإنجليزية، إن شعار اليوم  
العالمي للإذاعة هذا العام «الإذاعة والذكاء  
الاصطناعي» يعكس مرحلة جديدة في تطور  
العمل الإذاعي، حيث يشهد القطاع تحولاً  
واضحاً في أدوات الإنتاج والتحرير والتفاعل  
مع الجمهور.

وتضيف أن الذكاء الاصطناعي يمثل في  
إذاعة QBS محوراً أساسياً في رفع كفاءة العمل  
التحريرية، من خلال تطوير المادة الإعلامية  
عبر تحليل الأخبار والبيانات والتحقق من  
المصادر واستخلاص النقاط الأساسية، وهو

## بعد 24 عاماً على انطلاقتها إذاعة صوت الخليج ترسخ موقعها في المشهد السمعي العربي

هذا التفاعل طبيعة الإذاعة نفسها، أنها وسيلة إعلام لا تُسمح فحسب، بل تُعاش في تفاصيل الحياة اليومية، سواء في السيارة، أو في العمل، أو في البيوت.

وحافظت "صوت الخليج" على بناء هوية تحريرية واضحة المعالم، إذ حرصت على أن تكون الأغنية الخليجية في قلب خطابها، مع انفتاح محسوب على التجارب العربية الأوسع، واستضافت في هذا السياق على مدار سنوات فنانين وملحنين وشعراء، مقدمة حوارات تعكس تحولات الذائقة الفنية وأسئلة الصناعة الموسيقية.

هذه المقاربة أسهمت في توثيق جانب من الذاكرة الغنائية الخليجية، خاصة في مرحلة انتقالية شهدت تغيراً في أنماط الإنتاج والتوزيع، وصعود المنصات الرقمية، وبذلك تحولت الإذاعة إلى أرشيف حي، لا يحفظ الأغنية فحسب، بل يحفظ سياقها الثقافي والاجتماعي.

وعلى الصعيد الرقمي، واصلت إذاعة صوت الخليج تعزيز حضورها على منصات التواصل الاجتماعي، حيث شهد العام الأخير، خطوات جديدة نحو تطوير المحتوى الرقمي وتوسيع التواجد على الشبكات الاجتماعية، لا سيما منصة "إنستغرام"، ما أسهم في زيادة التفاعل مع الجمهور واستقطاب متابعين جدد، في

على أن تكون إذاعة صوت الخليج المحطة المفضلة لدى المستمعين والفنانين العرب، فيما تختص مهمتها بالمحافظة على الهوية الخليجية، ونشرها بين المستمعين العرب.

وتمثل المسيرة الطويلة لإذاعة "صوت الخليج" مؤشراً على ثبات الرؤية وقابلية التكيف، ولذلك فإن بقاءها واستمرارها طوال هذه السنوات، ونجاحها في تحقيق حضور جماهيري، إنما يعكس قدرتها على إدارة معادلة دقيقة، تكمن في الوفاء للهوية القطرية، والانفتاح على التحولات الفنية في محيطها الخليجي والعربي.

ولذلك، فإن تجربتها تكشف عن تطور المشهد الإعلامي القطري عمومًا، الذي انتقل من مرحلة التأسيس إلى مرحلة النضج المؤسسي، مع استثمار في الكفاءات والتقنيات والبنية التحتية.

ولعل هذا الملمح، يعكس حضور تأسيس "صوت الخليج" في سياق إعلامي قطري مزدهر، راهنت معه المحطة على خطاب إذاعي يزواج بين الاحترافية، في الانتقاء الفني والتفاعل المباشر مع المستمعين.

وخلال سنوات قليلة، تجاوز بث "صوت الخليج" نطاقه المحلي إلى فضاء إقليمي أوسع، مستفيداً من البث عبر الأقمار الصناعية ومنصات "الإنترنت"، ولم يكن هذا الامتداد مجرد توسع تقني فحسب، بل رافقه وعي بتحول الجمهور نفسه، إلى جمهور متنقل، عابر للحدود، يتابع المحتوى من الدوحة إلى عواصم خليجية وعربية، وصولاً إلى مستمعين في أوروبا عبر البث الرقمي.

ومع هذا الوسع، تميزت تغطيات "صوت الخليج" بطابعها التفاعلي، إذ فُتح الأثير أمام المستمعين لاستعادة لحظات شخصية ارتبطت بأغانٍ أو برامجٍ أو مديعين، وعكس

في الثاني من فبراير 2002 انطلق بث إذاعة "صوت الخليج" من الدوحة، حاملاً مشروعاً إذاعياً راهن منذ البداية على الهوية الفنية القطرية، ولم يغفل في الوقت نفسه، ذلك البعد الفني خليجياً وعربياً.

لذلك، تعد "صوت الخليج" من أهم الإذاعات العربية، حيث تبث في تسع مدن خليجية، بالإضافة إلى لندن، وتضم في مكتبتها الموسيقية آلاف الأغاني الحصرية لكبار مطربي الوطن العربي والخليج، ما جعلها تقدم خلال مسيرتها العديد من البرامج المهمة والناجحة، فضلاً عن مواكبتها للأحداث والفعاليات في دولة قطر وخارجها، خاصة فيما يتعلق بالفعاليات الرياضية والثقافية والفنية.

وبعد مرور 24 عاماً، تبدو التجربة أكثر رسوخاً ونضجاً، ليس فقط بوصفها محطة فنية جماهيرية، بل باعتبارها نموذجاً لتطور الإعلام السمعي في الخليج، وقدرته على التكيف مع التحولات التقنية والثقافية المتسارعة.

ولا تبدو "صوت الخليج" بعد مرور أكثر من عقدين، مجرد محطة إذاعية، بل تجربة إعلامية عابرة للزمن، استطاعت أن تحافظ على صوتها واضحاً في فضاء تتراحم فيه الأصوات، وفي ذلك تكمن قيمة الاحتفاء، ليس في استذكار البدايات فحسب، بل في قراءة المسارات واستشراف المستقبل.

وارتكزت الإذاعة منذ تأسيسها على عدة اعتبارات مهمة لضمان الارتقاء بالذوق العام في مهمتها الإعلامية في مجال الموسيقى والغناء، حيث كان الارتقاء بالهوية والثقافة الخليجية واكتشاف المواهب وتطويرها من الأسباب الرئيسة في هذه المهمة.

تم إيجاد استراتيجية للعمل على تحقيق الهدف المنشود وذلك من خلال رؤية تقوم



المحطة تدخل عامها الخامس  
والعشرين محملة برصيد مهني  
زاخر وفني مميز



إذاعة صوت الخليج عززت حضورها عبر موقعها الإلكتروني ومنصات على مواقع التواصل

جديدة لتقديم محتوى ثقافي وفني متجدد، في توجه عكس التزام الإذاعة بتقديم محتوى متنوع ومرئي يواكب تطلعات جمهورها ويعزز هويتها الفنية والإعلامية.

اللافت في احتفالية المحطة، والتي أقامتها إذاعة صوت الخليج بهذه المناسبة، أنها انطلقت على الهواء مباشرة في الساعة الثانية ودقيقتين وثانيتين ظهرًا، وهو نفس توقيت انطلاق الإذاعة في عام 2002، واستمرت حتى الساعة السابعة مساءً، بمشاركة مذيعي الإذاعة ومذيعاتها الذين قدموا فقرات متنوعة للمستمعين.

واليوم، وهي تقترب من عامها الخامس والعشرين، فإن إذاعة "صوت الخليج"، تدخل مرحلة جديدة من تاريخها، محملة برصيد مهني زاخر، وفني مميز، إذ لم يعد التحدي لها بإثبات الوجود، بعدما تجاوزته بسنوات عدة، بل في تعميق الجودة، وتوسيع الابتكار، وترسيخ دورها بوصفها جسراً بين التراث الغنائي الخليجي، وهو ما تتفاعل معه بعباء إذاعي لافت، وجهد إعلامي ملموس.

بكونها منصة قريبة من المجتمع، لا بكونها بسيطاً ترفيهياً فحسب.

جاءت هذه المناسبة وقد تميزت إذاعة "صوت الخليج" بإنتاجات فنية، ما ساهم في تفعيل دورها في دعم الأغنية الخليجية والعربية، حيث قدمت ما يقارب 5300 أغنية، وأسهمت في إبراز أكثر من 250 فناناً عربياً وخليجياً.

وتزامنت هذه الذكرى لهذا العام أيضاً مع سلسلة من النجاحات والإنجازات التي حققتها إذاعة "صوت الخليج"، ومن أبرزها إطلاق برنامج "سمعنا صوتك" عام 2025 لاكتشاف المواهب الغنائية في الخليج والعالم العربي، والذي حقق نجاحاً لافتاً في استقطاب الأصوات الصاعدة وفتح آفاق جديدة لها في المجال الفني.

كما واصلت "صوت الخليج" تقديم جلسات فنية مميزة بمشاركة نخبة من نجوم الطرب في الخليج والعالم العربي، إلى جانب استقطاب مواهب إعلامية وفنية

إطار توجه يعزز الهوية الفنية والإعلامية للإذاعة.

وفي هذا السياق، وخلال العقد الأخير، تعاملت "صوت الخليج" مع التحول الرقمي بوصفه فرصة لا تهدياً، ما جعلها تعزز حضورها عبر موقعها الإلكتروني وتطبيقاتها ومنصات التواصل الاجتماعية، ووسعت نطاق الوصول إلى شرائح عمرية متنوعة.

هذا التحول لم يكن شكلياً، بل شمل تطوير أدوات الإنتاج، وتحديث أساليب التفاعل، وإعادة تصميم المحتوى بما يتناسب مع إيقاع المتلقي الرقمي، كما حافظت الإذاعة على خصوصية البث الحي، الذي يظل عنصرها الفارق، بما يحمله من عفوية ومباشرة يصعب استنساخهما في الوسائط الأخرى.

وإلى جانب بعدها الفني، أدت "صوت الخليج" دوراً اجتماعياً ملحوظاً عبر تغطية مناسبات وطنية وثقافية، والمشاركة في فعاليات مجتمعية، وإطلاق مبادرات لاكتشاف المواهب الشابة، ما رسخ صورتها ومكانتها

# حراك إنتاجي متواصل تلفزيون قطر يعزز حضوره ببرامج نوعية وإنتاجات درامية كبرى

هذه الفعاليات وسلطت الضوء على حضورها الثقافي والاجتماعي في المجتمع. وبالتوازي مع هذه التغطيات الميدانية، واصل عدد من البرامج الدورية حضوره على الشاشة، من بينها «حياتنا» الذي يناقش قضايا المجتمع المحلية، و«صحبة خير» و«لتسكنوا» اللذان يركزان على القيم الأسرية والاجتماعية، ما يعكس حرص التلفزيون على الجمع بين

والاقتصادية والثقافية، مؤكداً قدرة الشاشة على مواكبة تطور الأحداث وتوثيقها برؤية إعلامية متكاملة.

ومع بداية عام 2026، اتجهت خريطة البرامج نحو إبراز الفعاليات الشتوية والمهرجانات التراثية والسياحية في قطر، مثل مهرجان مرمي للقصور ومهرجان قطر الدولي للأغذية، حيث نقلت التقارير الميدانية تفاصيل

شهد تلفزيون قطر خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 2025 وحتى فبراير 2026 نشاطاً إنتاجياً مكثفاً يعكس رؤية المؤسسة القطرية للإعلام في تطوير المحتوى التلفزيوني. وركز التلفزيون على تقديم برامج متنوعة تجمع بين البعد الوطني والثقافي والاجتماعي والترفيهي، وتواكب الأحداث الكبرى، إلى جانب إطلاق مشاريع درامية وبرامج جديدة، في خطوة تعكس حرصه على ترسيخ حضوره الإعلامي بوصفه منصة تعكس نبض المجتمع القطري وتلبي اهتماماته.

وخلال هذه الأشهر الثلاثة، لم يقتصر الحراك الإنتاجي على تنوع البرامج فحسب، بل اتسم أيضاً بترباط واضح بين الأحداث الوطنية والفعاليات المجتمعية والمواسم الإعلامية الكبرى، وصولاً إلى الاستعدادات الخاصة بموسم رمضان، ما يعكس استراتيجية إعلامية متكاملة في تقديم محتوى شامل ومتجدد.

في ديسمبر 2025، ركز التلفزيون على برامج خاصة رافقت أبرز الأحداث في الدولة، على رأسها بطولة كأس العرب 2025، حيث قدم استوديوهات تحليلية وبرامج ميدانية مثل «دوحة الجميع» التي نقلت أجواء الجماهير والفعاليات المصاحبة في مواقع رئيسية مثل سوق واقف وكتارا ودراب لوسيل.

ولم تتوقف التغطية عند الحدث الرياضي، بل امتدت لتواكب مناسبة وطنية بارزة، إذ تزامنت هذه البرامج مع احتفالات اليوم الوطني لدولة قطر 2025، من خلال برامج مثل «سهرة وطن» التي استضافت شخصيات وطنية وثقافية، و«مسيرة وطن» الذي جمع نخبة من الضيوف والمسؤولين لاستعراض مسيرة التنمية والإنجازات الوطنية، مقدماً قراءة إعلامية شاملة لمسار الدولة وتطورها في مختلف القطاعات.

وفي ختام العام، جاء برنامج «حصاد 2025» ليقدم قراءة شاملة لأبرز الإنجازات القطرية خلال العام في مختلف المجالات التنموية



## جماهير كأس العرب في دوحة الجميع

برنامج "دوحة الجميع" نقل نبض الجماهير العربية في كأس العرب 2025



برنامج حياتنا مساحة مهمة للحوارات الثرية والمفيدة



## عام من التحولات والإنجازات الاقتصادية القطرية

برنامج حصاد 2025 قدم قراءة شاملة لأبرز الإنجازات القطرية خلال العام



حراك إنتاجي متواصل يعكس  
رؤية المؤسسة القطرية  
للإعلام في تقديم محتوى  
متنوع يواكب نبض المجتمع  
القطري

التراث العربي قبل الإسلام، مثل قصة الخنساء وصخر، وقصة الصعاليك بقيادة الشنفرى، وقصة زبيبة أم الفارس عنتره. ويتميز المسلسل بالدقة التاريخية والرؤية البصرية الحديثة، ليقدّم سردًا ملحميًا يستعيد قيم البطولة والحرية والكرامة في التراث العربي برؤية معاصرة. وبذلك، يعكس الحراك الإنتاجي لتلفزيون قطر خلال الأشهر الثلاثة الماضية استراتيجية إعلامية واضحة تقوم على تنوع المحتوى، والجمع بين البرامج الوطنية والمجتمعية والتغطيات الميدانية والإنتاجات الدرامية الكبرى، بما يعزز من مكانة التلفزيون بوصفه منصة إعلامية موثوقة وشاملة ترسخ الهوية القطرية وتواكب اهتمامات مختلف فئات المشاهدين.

كما اشتملت البرامج الدينية والإيمانية على «لتسكنوا» و«صحبة خير» و«طب القلوب» و«مع الناس» و«قصة آية» بالتعاون مع وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، إضافة إلى برنامج «سحر البيان» و«وسام القرآن»، في إطار حرص التلفزيون على تقديم محتوى يثري الجانب الإيماني والثقافي للمشاهدين خلال الشهر الفضيل. وفي موازاة الاستعدادات البرمجية، أعلن التلفزيون أيضًا عن مجموعة من المشاريع الدرامية الجديدة، من أبرزها المسلسل التاريخي الضخم «أبطال الرمال»، الذي يعد أحد أكبر الإنتاجات الدرامية العربية، بمشاركة أكثر من 70 ممثلًا من مختلف الدول العربية. ويتألف العمل من 15 حلقة ضمن ثلاث خماسيات مستقلة، ويستعرض قصصًا من

التغطية الحديثة والطرح المجتمعي الهادف. وفي سياق التغطيات الوطنية، قدم التلفزيون أيضًا برامج وتقارير خاصة حول تمرين وطن، الذي سلط الضوء على جاهزية مؤسسات الدولة للتعامل مع الطوارئ والأزمات، في خطوة تعزز ثقافة الاستعداد لدى المجتمع وتبرز مستوى التنسيق المؤسسي في الدولة.

ومع دخول شهر فبراير، اتسع نطاق التغطيات ليشمل المجال الرياضي، حيث نقل التلفزيون أجواء فعاليات اليوم الرياضي للدولة من مختلف المناطق منذ الصباح الباكر، في تغطية عكست المشاركة المجتمعية الواسعة في هذا الحدث الوطني.

كما تابع التلفزيون أبرز البطولات الرياضية الدولية التي تستضيفها قطر، مثل بطولتي قطر توتال وقطر إكسون موبيل للتنس، إضافة إلى بطولة الشقب الدولية للفروسية، وهو ما عزز حضور الشاشة في المشهد الرياضي وأبرز مكانة قطر بكونها وجهة عالمية للرياضة.

وبالتزامن مع هذه التغطيات المتنوعة، بدأ التلفزيون التحضير لموسم إعلامي يعد من أهم مواسم البث التلفزيوني، وهو شهر رمضان المبارك، حيث أعلن خلال فبراير عن خريطته البرمجية لرمضان 2026، التي تضمنت باقة متنوعة من البرامج الدينية والاجتماعية والترفيهية.

وضمنت الخريطة برامج مثل «الواردة» و«مضانيات»، إلى جانب البرامج الحوارية مثل «الغبقة»، و«فكر معنا»، التي تقدم تفاعلًا ممتعًا مع الجمهور.



المؤسسة أنتجت مسلسل «أبطال الرمال» الذي من بين أكبر الإنتاجات الدرامية العربية

علي السادة مدير تلفزيون قطر لـ "إعلام":

## المحتوى النوعي رهاننا في عصر الإعلام الرقمي

في زمن تتسارع فيه التحولات الإعلامية وتتغير فيه أنماط المشاهدة والتواصل، تصبح المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى قيادات تجمع بين الخبرة والرؤية. وفي هذا السياق يبرز اسم السيد علي بن صالح السادة، مدير تلفزيون قطر، بكونه أحد القيادات الإعلامية التي ارتبطت مسيرتها المهنية بمسار تطوير العمل التلفزيوني داخل المؤسسة، وتعزيز حضورها في المشهد الإعلامي الوطني والإقليمي.

وعلى مدى أكثر من عقد من الزمن، خاض السادة تجربة إعلامية متدرجة بدأت من العمل الفني والإبداعي داخل الاستوديوهات، قبل أن تتوسع مسؤولياته لتشمل الإشراف البرامجي والإداري، وصولاً إلى قيادة تلفزيون قطر في مرحلة جديدة عنوانها التطوير والتحديث. وفي حوار لـ "إعلام"، يتحدث السيد علي السادة، مدير تلفزيون قطر، عن آفاق تطور هذا الصرح الإعلامي الكبير، وانفتاحه على تقنيات العصر الحديث، وحرصه على تحقيق التفاعل مع الجمهور، فضلاً عن سعيه الدائم لاستقطاب الكوادر الوطنية داخل تلفزيون قطر، بالإضافة إلى محاور أخرى، جاءت على النحو التالي:

### حوار: هند المهندي

❶ كيف تطورت مسؤولياتكم المهنية داخل هذا الصرح الإعلامي حتى توليتم منصب مدير تلفزيون قطر؟

بعد سنوات من العمل في إدارة قسم الإخراج، انتقلت إلى مرحلة جديدة عندما تم تعييني مساعداً لمدير البرامج في تلفزيون قطر. وقد مثل هذا المنصب خطوة مهمة في توسيع نطاق مسؤولياتي، حيث أصبحت معنياً بالإشراف على تطوير المحتوى البرامجي ومتابعة إنتاج البرامج المختلفة. وفي هذه المرحلة اكتسبت خبرة أوسع في إدارة المحتوى الإعلامي، وشاركت في الإشراف على عدد من البرامج التلفزيونية التي تنوعت بين البرامج الحوارية والثقافية والترفيهية، إضافة إلى البرامج الوطنية التي تعكس هوية المجتمع القطري وتاريخه. وفي عام 2025 جاء تعييني مديراً لتلفزيون قطر، وهي محطة جديدة في مسيرتي المهنية، أصبحت من خلالها مسؤولاً عن قيادة هذا الصرح في مرحلة تتطلب رؤية واضحة للتطوير وقدرة على التعامل مع التحديات التي تواجه صناعة الإعلام في العصر الرقمي. ولا شك أن قيادة مؤسسة إعلامية بحجم تلفزيون قطر تمثل مسؤولية كبيرة، لكنها في الوقت نفسه فرصة للعمل على تطوير الأداء الإعلامي وتعزيز دور التلفزيون في خدمة المجتمع.

❷ متى بدأت مسيرتكم المهنية مع تلفزيون قطر؟ وما طبيعة المرحلة التي انطلقت فيها؟

بدأت رحلتي المهنية مع تلفزيون قطر عام 2012، في مرحلة كان هذا الصرح يعمل خلالها على إعادة تنظيم بنيته المهنية والتقنية ضمن لجنة تطوير التلفزيون. وفي تلك الفترة تم تعييني رئيساً لقسم الإخراج، وهي مهمة لم تكن مجرد منصب إداري بقدر ما كانت مسؤولية تأسيسية تتطلب بناء منظومة متكاملة للعمل الإخراجي داخل المؤسسة. وخلال تلك المرحلة عملت مع فريق من الكوادر الإعلامية والفنية على تأسيس قسم الإخراج وتنظيم آليات العمل داخل الاستوديوهات وغرف التحكم بما يواكب المعايير المهنية المعتمدة في القنوات التلفزيونية الحديثة. وشكلت هذه التجربة محطة مهمة في مسيرتي المهنية، إذ أتاح لي العمل عن قرب مع فرق الإنتاج والإخراج فهم مختلف تفاصيل العملية التلفزيونية، بدءاً من مرحلة الفكرة ووصولاً إلى لحظة البث. ومع مرور الوقت أسهمت هذه الجهود في تطوير أساليب العمل داخل التلفزيون وتعزيز مستوى التنسيق بين مختلف الأقسام الفنية والإنتاجية، وهو ما انعكس إيجاباً على جودة البرامج والإنتاجات التي تقدمها القناة.



نعمل على تعزيز  
حضور تلفزيون  
قطر في المشهد  
الإعلامي العربي

تطوير المحتوى  
وتمكين الكوادر  
الوطنية في  
مدارة أولوياتنا

علي صالح السادة - مدير تلفزيون قطر



أولويات العمل داخل المؤسسة، فالمحتوى هو أساس نجاح أي مؤسسة إعلامية وقدرتها على الاستمرار في المنافسة. وفي هذا الإطار تعمل إدارة التلفزيون على تحديث الخارطة البرمجية وتقديم مجموعة من البرامج النوعية التي تجمع بين الطابع التثقيفي والترفيهي بما يلبي اهتمامات مختلف فئات المجتمع. وتشمل هذه البرامج مجالات متعددة، من بينها البرامج الحوارية التي تناقش القضايا الاجتماعية والثقافية، والبرامج الوثائقية التي تسلط الضوء على التاريخ والتراث، إضافة إلى البرامج المباشرة التي تتيح للمشاهدين التفاعل مع القضايا اليومية. كما نولي اهتماماً خاصاً بالإنتاج الدرامي، لما للدراما من تأثير كبير في تشكيل الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الجمهور.

#### ❶ مانا عن إطلاق قناة قطر للقرآن الكريم ضمن تلفزيون قطر؟

من المبادرات التي شهدتها تلفزيون قطر في الفترة الأخيرة إطلاق قناة متخصصة للقرآن الكريم تبث التلاوات والختمات القرآنية على مدار الساعة. ويأتي هذا المشروع في إطار حرص المؤسسة على تقديم محتوى ديني يعزز القيم الروحية والثقافية في المجتمع، ويمنح المشاهدين مساحة للتأمل والاستماع إلى القرآن الكريم بأصوات نخبة من القراء. ونرى أن هذه المبادرة تعكس التوازن الذي يسعى التلفزيون إلى تحقيقه بين المحتوى الثقافي والديني والترفيهي بما

#### ❷ ما أبرز الذكريات المهنية التي ما زالت حاضرة في ذاكرتكم منذ بداياتكم في العمل التلفزيوني؟

عندما أستعيد بداياتي في العمل التلفزيوني تعود بي الذاكرة إلى اللحظات الأولى داخل الاستوديوهات وغرف البث، حيث كانت التجربة مليئة بالحماس والرغبة في التعلم. تلك المرحلة كانت بمثابة مدرسة حقيقية في العمل الإعلامي، تعلمت خلالها أهمية العمل الجماعي ودور كل فرد في إنجاح العمل التلفزيوني، ومن أكثر اللحظات التي بقيت عالقة في ذاكرتي تلك المرتبطة بالبث المباشر، لأنه يتطلب تركيزاً عالياً وتنسيقاً دقيقاً بين جميع أعضاء الفريق. كما أتذكر مواقف نجح فيها فريق العمل في إخراج بث مباشر مهم رغم التحديات التقنية التي قد تواجهنا أحياناً، وكانت مثل هذه اللحظات تعزز روح الفريق وتشعر الجميع بقيمة العمل الذي نقوم به. وكذلك أحتفظ بذكريات خاصة مرتبطة بإنتاج البرامج الوطنية خلال المناسبات المختلفة، حيث كان الجميع يعمل بروح واحدة لتقديم محتوى يليق بالمشاهد ويعكس صورة دولة قطر.

#### ❸ ما الرؤية التي تقود خطط تطوير المحتوى في تلفزيون قطر خلال المرحلة المقبلة؟

منذ توليت إدارة تلفزيون قطر وضعت تطوير المحتوى في مقدمة

على إنتاج محتوى رقمي قصير مهياً للنشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهو توجه أصبح ضرورياً في ظل التغيرات التي طرأت على سلوك المشاهدين، خصوصاً بين فئة الشباب. وأصبح تحليل البيانات المتعلقة بسلوك الجمهور عنصراً مهماً في صناعة القرار البرامجي، إذ يساعد على فهم اهتمامات المشاهدين وتوجيه المحتوى بما يتناسب مع هذه الاهتمامات.

### 7 ما أبرز المشاريع التقنية التي يعمل عليها تلفزيون قطر لتطوير جودة البث والإنتاج؟

إلى جانب تطوير المحتوى، يولي تلفزيون قطر اهتماماً كبيراً بتحديث بنيته التحتية التقنية، وتشمل خطط التطوير التحول إلى البث فائق الجودة (4k) إضافة إلى تحديث الاستوديوهات وأنظمة المونتاج والأرشيف. كما يجري العمل على اعتماد أنظمة بث قائمة على تقنية IP والحلول السحابية، وهو ما يتيح مرونة أكبر في إدارة عمليات الإنتاج والبث. وتتضمن هذه الخطط كذلك إنشاء مركز بث احتياطي يضمن استمرارية العمل في مختلف الظروف، وهو عنصر أساسي في المؤسسات الإعلامية الحديثة التي تعتمد على الجاهزية التقنية والاستمرارية.

### 8 حدثنا عن مسلسل "أبطال الرمال"، وما الذي يميز هذا العمل الدرامي؟

من مشاريع الإنتاج الدرامي التي يعمل عليها تلفزيون قطر ببرز مشروع "أبطال الرمال" كواحد من الأعمال التي تسعى إلى استحضار التاريخ العربي بأسلوب درامي حديث. ويتكون المشروع من ثلاث خماسيات درامية، تتناول الأولى شخصية الخنساء الشاعرة المعروفة، بينما تسلط الثانية الضوء على زبيبة أم عنترة بن شداد، في حين تتناول الثالثة قصة الشنفرى والصعاليك. وقد تم تصوير العمل في المملكة المغربية، حيث توفرت في مواقع التصوير البيئة المناسبة لتجسيد أجواء تلك الحقبة التاريخية. وبذل فريق العمل جهوداً كبيرة لضمان دقة المعلومات التاريخية، إذ جرى تنظيم ورش متخصصة



يضمن تنوع البرامج المقدمة للمشاهدين.

### 9 كيف يواكب تلفزيون قطر التحولات الرقمية وتغير أنماط المشاهدة لدى الجمهور؟

لم يعد الإعلام اليوم يقتصر على الشاشة التقليدية، بل أصبح جزءاً من منظومة رقمية متكاملة تتداخل فيها المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي. ومن هذا المنطلق يعمل تلفزيون قطر على تطوير حضوره الرقمي عبر إنشاء منصة رقمية متكاملة تجمع بين البث المباشر وخدمة المشاهدة عند الطلب. كما يجري العمل



التلفزيون اليوم منظومة إعلامية تتجاوز الشاشة التقليدية





برامج تدريبية متخصصة داخلية وخارجية تشمل مجالات الإنتاج والإخراج والإعلام الرقمي وإدارة المحتوى. كما يجري إيفاد عدد من الكفاءات لدورات متقدمة لدى مؤسسات إعلامية رائدة، إلى جانب إطلاق برامج لإعداد القيادات الشابة وتمكينها من تولي مسؤوليات أكبر في المستقبل، فالاستثمار في العنصر البشري يمثل ركيزة أساسية في بناء مستقبل الإعلام الوطني.

### ④ كيف ترون مستقبل تلفزيون قطر في ظل المنافسة الإعلامية الإقليمية والدولية؟

مع استمرار التحولات التي يشهدها قطاع الإعلام عالمياً، يسعى تلفزيون قطر إلى تعزيز مكانته بوصفه منصة إعلامية وطنية تجمع بين الأصالة والحداثة، ونحن لا ننظر إلى الإعلام باعتباره مجرد بث تقليدي، بل مشروعاً وطنياً متكاملًا يعكس هوية المجتمع القطري ويواكب تطلعاته. ومن خلال الاستثمار في المحتوى والتقنية والكوادر البشرية، نعمل على تقديم تجربة إعلامية متجددة تواكب متطلبات العصر وتفتح آفاقاً جديدة أمام المشاهدين، وبين خبرة الماضي وطموحات المستقبل، يواصل تلفزيون قطر مسيرته الإعلامية.

لكتابة النصوص وإجراء مراجعات تاريخية دقيقة قبل بدء التصوير. كما حرص فريق الإنتاج على تنفيذ العمل وفق أعلى المعايير الفنية واللوجستية، بما يضمن تقديم تجربة درامية تليق بتاريخ العرب وتثري المحتوى الدرامي العربي.

### ④ كيف تقيمون تفاعل الجمهور مع ما يقدمه تلفزيون قطر من محتوى وبرامج؟

يبقى الجمهور العنصر الأهم في نجاح أي مؤسسة إعلامية، لذلك يعتمد تلفزيون قطر على مجموعة من الأدوات لقياس مستوى التفاعل مع البرامج، من بينها نسب المشاهدة وتحليلات المنصات الرقمية ورصد التعليقات والاستطلاعات. وتشير هذه المؤشرات إلى حضور قوي للمحتوى المرتبط بالهوية الوطنية والبرامج المباشرة، وهو ما يدفعنا إلى الاستمرار في تطوير هذه النوعية من البرامج. كما نستفيد من ملاحظات الجمهور في تحسين جودة البرامج، سواء من خلال تعديل أوقات العرض أو تطوير أساليب الإخراج والإيقاع البرامجي.

### ④ ما خططكم لتطوير الكوادر الوطنية العاملة في المجال الإعلامي؟

في ظل التطورات المتسارعة في مجال الإعلام، يعتمد نجاح أي مؤسسة إعلامية في المقام الأول على كفاءة كوادرها البشرية، ولهذا يولي تلفزيون قطر اهتماماً كبيراً بتطوير الكفاءات الوطنية من خلال

# تجمع

## ماذا تقدم منصة «تابع»؟



مكتبة ضخمة من المسلسلات والبرامج



بث مباشر للقنوات الرسمية



منصة قطرية مجانية بالكامل



تصنيفات موسمية (رمضان - اليوم الوطني - العيد)



محتوى عائلي آمن ومتنوع



أرشيف تلفزيوني وإذاعي مُرقم



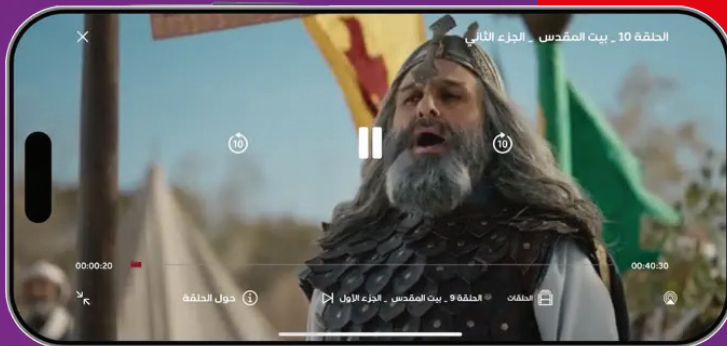
واجهة سهلة الاستخدام ومتاحة على مختلف الأجهزة (أندرويد، iOS)



متاحة عبر الأجهزة الذكية بسهولة وسلاسة



شركات خليجية داعمة للإنتاج المشترك



تضم أكثر من

# 27+

قناة وإذاعة

# منصة تابع

## رؤية قطرية جديدة للمحتوى العربي الآمن والمتنوع

كما عززت المنصة حضورها عبر انضمام منصات ومؤسسات إنتاجية متخصصة، بما في ذلك مؤسسة الإنتاج البرامجي المشترك ومنصة نبراس وتدبر، في خطوة تعكس توجه «تابع» نحو بناء منظومة رقمية متكاملة تجمع بين البث المباشر والمحتوى عند الطلب والإنتاج الخليجي المشترك، ضمن إطار مهني موثوق يعزز التنوع والجودة.

تولي المنصة اهتمامًا خاصًا بالأعمال التاريخية والدينية ذات القيمة المعرفية، من بينها الفرج بعد الشدة، أبطال الرمال، والإمام أحمد بن حنبل، إضافة إلى أعمال درامية تتناول شخصيات تاريخية بارزة مثل الحجاج بن يوسف الثقفي والقعقاع بن عمرو التميمي. ويعكس هذا التوجه حرص المنصة على تقديم سرد تاريخي عربي بجودة إنتاجية عالية، يوازن بين المتعة والمعرفة.

تمثل «تابع» نافذة رقمية رسمية لدعم المنتجين وصناع المحتوى القطريين، بما يسهم في تنشيط الاقتصاد الإبداعي وتعزيز مكانة الإنتاج الوطني إقليمياً ودولياً، انسجاماً مع مستهدفات رؤية قطر الوطنية 2030 في مجال التحول الرقمي وتعزيز الصناعات الثقافية.

ومع استمرار التطور التكنولوجي، تمضي المنصة نحو توسيع إنتاجها الحضري وإضافة مزايا تفاعلية جديدة، لتبقى الوجهة الأولى للمحتوى العربي الموثوق، ومنصة قطرية تعكس طموح وطن وإعلام يواكب المستقبل.



في تابع، يلتقي الأرشيف الإعلامي العريق برؤية رقمية طموحة، لتولد تجربة مشاهدة عربية أصيلة... مجانية، آمنة، ومتجددة

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي العربي والعالمي، تبرز منصة «تابع» التي أطلقتها المؤسسة القطرية للإعلام بوصفها مشروعاً رقمياً وطنياً يعيد صياغة مفهوم المشاهدة في المنطقة، فهي ليست مجرد تطبيق للبث عند الطلب، بل منصة قطرية مجانية بالكامل توفر محتوى عربياً موثوقاً وآمناً، يجمع بين جودة الإنتاج وسهولة الوصول، ويواكب تطلعات الجمهور في العصر الرقمي.

من خلال رؤية واضحة تستند إلى الابتكار والتحول التقني، تقدم «تابع» تجربة مشاهدة متكاملة تتيح للمستخدم متابعة المحتوى في أي وقت ومن أي مكان، عبر واجهة استخدام سلسة وتنظيم احترافي يعكس هوية إعلامية راسخة.

تميز المنصة بتصميم ذكي يتيح سهولة التنقل بين أقسامها الرئيسية.

وتضم «تابع» مكتبة رقمية ثرية ومتجددة تشمل الوثائقيات، البرامج الثقافية والدينية، اللقاءات الخاصة، المسلسلات التاريخية والدرامية والكوميديا، البرامج الحوارية والاجتماعية، برامج الأطفال والرياضة والطبخ، المسابقات والمنوعات، الطرب والأغاني، المسرحيات، إضافة إلى برامج إذاعة قطر وإذاعة القرآن الكريم.

هذا التنوع يعكس التزام المنصة بتقديم محتوى يناسب جميع أفراد الأسرة ضمن بيئة رقمية تحترم القيم الثقافية العربية وتعزز الهوية الوطنية.

وفي إطار تعزيز حضورها الرقمي وتوسيع قاعدة محتواها، شهدت منصة «تابع» انضمام عدد من القنوات والمنصات الإعلامية البارزة، ما أسهم في إثراء مكتبتها وتعزيز تنوعها المهني. فقد انضمت إلى المنصة قنوات عربية معروفة، من بينها الجزيرة، الجزيرة مباشر، الجزيرة الوثائقية، العربي، العربي 2، تلفزيون سوريا، إضافة إلى القنوات والإذاعات القطرية الرسمية.



# التلفزيون الرقمي والتحويلات الإعلامية

## كيف أعادت المنصات الذكية تشكيل علاقة الجمهور بالشاشة؟

شهد التلفزيون انتقالاً جوهرياً من البث الخطي إلى التوزيع عبر المنصات الذكية المدفوعة بالخوارزميات، ما أعاد تشكيل الحلقة كاملة بين الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وغير نقطة الاتصال المركزية مع الجمهور من القناة إلى الواجهة والمنصة والتوصية. فالتلفزيون نقل القيمة إلى طبقة المنصات ونماذج الاشتراك والإعلان الهجين، وربط الاكتشاف بخوارزميات الترتيب والتوصية الشخصية.

أصبحت الشاشات الذكية نقطة الدخول الافتراضية للمشاهدة داخل المنزل، مع واجهات وأنظمة تشغيل ومتاجر تطبيقات وخوارزميات توصية تمنح المنصة قدرة عملية على توجيه الانتباه وتعزيز قابلية الاكتشاف أو تقييدها، ما ينعكس مباشرة على عادات الاختيار والمشاهدة، فالتصميم الافتراضي للمنصة يرسخ سلوك الافتراض في الاختيار، والتخصيص الخوارزمي بات وسيط العلاقة بين الجمهور والمحتوى.

والخوارزميات لا تعيد ترتيب الكتلوجات، بل تشكل تجربة المعنى والانتماء عبر تنظيم الجرات من التنوع والجدة، فمنصات البث تزوج بين أرشفة المحتوى التاريخي وبين إنتاجات أصلية، ما يوسع أفق الاستهلاك ويعيد تعريف علاقة الجمهور بالشاشة كأرشيف وخدمة مخصصة معاً، وهذه الديناميكيات تفسر تحولات الولاء والاندماج الثقافي حول التلفزيون الرقمي.

خاص: مجلة إعلام

# الإطار المفاهيمي والتقني للتحول التلفزيوني عبر المنصات الذكية

## التحول الإعلامي والتلفزيون الرقمي، المفاهيم والحدود

يشير التحول الإعلامي إلى إعادة تشكيل سلاسل القيمة والوظائف داخل الصناعات الإعلامية جراء الرقمنة ومنطقة الخدمات حول «المنصة» بوصفها وسيطاً اقتصادياً وتنظيمياً وثقافياً، حيث انتقل التلفزيون من بنية القناة والبث الخطي إلى طبقة المنصة المدفوعة بالبيانات ونماذج الاشتراك والإعلان الهجين، فأعاد ذلك تعريف الاكتشاف وبرمجة العرض وفق مؤشرات التفاعل والتخصيص الخوارزمي.

البث عبر الإنترنت ليس امتداداً بسيطاً لتقنيات البث السابقة، بل نموذجاً مغايراً في الحوكمة والاكتشاف والصناعة، حيث تنتقل السلطة التحريرية جزئياً إلى الواجهة والخوارزمية، وتعاد صياغة الثقافة المشتركة عبر مكتبات عالمية ذات توزيع سريع وتكيف محلي.

والتلفزيون الرقمي هو نظام اتصال يرقم الصوت والصورة عبر سلسلة الإنتاج والبث بالكامل، بما يتيح تعدد القنوات، وتحسين جودة الصورة والصوت، والتفاعلية، والتخزين، ما يميزه نوعياً عن التلفزيون التناظري السابق. ويسجل هذا الأدب مساراً تطورياً انتهى إلى واجهات ذكية متصلة تقدم مشاهدة حسب الطلب وتفاعلية ضمن منظومة تشغيلية واحدة.

والتحول الرقمي في الإعلام ليس تقنياً فقط، بل يتشابك مع فلسفة الممارسة الإعلامية وإعادة تعريف وظائف الوسائط وأطر التخطيط الإعلامي في ظل المنصات، ما يستلزم قراءة نظرية توازن بين منطق البيانات ومنطق الخدمة العامة والثقافة المحلية.

## المنصات الذكية، خصائصها التقنية وتصنيفاتها

تعمل المنصات الذكية في التلفزيون على بنى تحتية رقمية تتضمن شبكات توصيل المحتوى، وتخزيناً سحابياً، ومحركات توصية قائمة على التعلم الآلي، وتدار وفق نماذج قيمة متعددة: اشتراك (SVOD)، إعلان ممول (AVOD)، أو هجينة (HVD)، فالتلفزيون قدم نمطاً خاصاً لتسييل المحتوى وملكية السلسلة وإعادة توزيع العوائد بين المنتجين والموزعين والواجهات، مع آثار مباشرة على سياسات الاكتشاف والتسعير والظهور البارز على الشاشات.

تحوز أنظمة تشغيل الشاشات الذكية وواجهاتها سلطة عملية على مسارات الانتباه من خلال ترتيب التطبيقات الافتراضي، والبنرات الديناميكية، وتوصيات الصفحة الرئيسة، وهناك نسبة معتبرة من المستخدمين لا تجري تخصيصاً للواجهة، ما يعني أن

«الافتراضات» التقنية للمنصة تصبح محدداً لسلوك الاختيار، وتفتح نقاشاً تنظيمياً حول «أولوية الظهور» والشفافية في بيانات التلفزيون الذكي.

أما خوارزميات التوصية فتعتمد على مزيج من التصنيفية التعاونية والنهج القائم على المحتوى والنماذج الهجينة، مستخدمة بيانات صريحة كالتقييمات، وضمنية كزمن المشاهدة وأنماط التنقل، بهدف تقدير الملاءمة وتحديثها. وتظهر الدراسات المقارنة للصناعة أن المنصات تدبر المخاطر التجارية عبر توسيع سلال الإيراد، وتحسين البنية، وتطوير خوارزميات توصية توازن بين الإشباع السريع و«جدة» الاكتشاف لضمان احتفاظ طويل الأمد بالمستخدمين.

فالمنصات تجمع بين وظائف الأرشفة والتخصيص، إذ تدمج إنتاجات أصلية مع مكتبات من تراث التلفزيون، فتؤثر في بناء الذاكرة الثقافية والوجدان الجمعي، وتتيح أنماط تعلم مدرسي وثقافي جديدة عبر السلاسل الوثائقية والدرامية داخل بيئة خاضعة للتوصية.

حيث يوجد أثر ملموس للمنصات على الدراما من حيث تنوع الموضوعات والجرأة والتوجه إلى فئات شبابية، وتكشف دراسات



المؤسسة القطرية  
للإعلام واکبت التحول  
الرقمي عبر تطوير  
أدواتها ومنماتها  
لتعزيز تجربة الجمهور



استخدامات الجمهور للمنصات الدرامية والإشباعات المتحققة، وتظهر ارتفاع نسب الاستخدام المنتظم، وتدرج الخبرة الزمنية مع الخدمة، وتفاوت ساعات المشاهدة الأسبوعية، بما يعكس تحولاً بنوياً في سلوك الاستهلاك بعيداً عن الجداول الخطية إلى الطلب المرن والتخصيص.

يتقاطع هذا التحول مع بيئة اتصال متقدمة وشمولية رقمية مرتفعة، مع انتشار شبه شامل للإنترنت واستخدام عال لوسائط الاتصال، ما يهيئ الجمهور للاستهلاك عبر المنصات الذكية على الشاشات والأجهزة المتصلة، فقد حققت قطر مرتبة متقدمة عالمياً وإقليمياً في الشمولية الرقمية ضمن «الأجندة الرقمية 2030»، مع استثمارات مستمرة في البنية التحتية والمهارات الرقمية.

فمبادرات قطر الذكية وتوجهات السياسة العامة إلى أن تسريع التحول الرقمي وتهيئة النظام الابتكاري يمنح صناع السياسات أدوات لصياغة قواعد لاكتشاف المحتوى المحلي، وشفافية أكبر لآليات التوصية، وحماية للتنوع الثقافي ضمن الواجهات التلفزيونية الذكية، بما يوازن بين كفاءة المنصة واعتبارات المصلحة الثقافية الوطنية.

مسحية عن دوافع استخدام تتمحور حول التحكم في الوقت وسهولة الوصول والتخصيص، مع رصد سلوك المشاهدة المتواصلة بوصفه أثراً مباشراً للتوصيات المبنية على تحليل التفضيلات.

## لمحات من الواقع القطري والعربي

تبدلت علاقة الجمهور بالشاشة من مشاهدة مضبوطة الزمن إلى تفاعل موجه بالخوارزمية، حيث تحل واجهة المنصة محل دليل البرامج، وتصبح التوصية آلية تنظيم الانتباه اليومية. هذا التحول يجعل التلفزيون وسيطاً شخصياً وأرشيفاً في آن، ويوسع مجال الانتماء الثقافي عبر إتاحة تراث مرئي متصل بإنتاجات جديدة ضمن نفس الواجهة، ما يعيد تعريف الولاء والمنفعة المتصورة للمشاهدة.

فعادات الاختيار تتشكل بفعل أمرين متلازمين: اعتيادات المستخدم اليومية وافتراضات النظام المدمجة في الواجهة كالترتيب الافتراضي للتطبيقات وبطاقات المحتوى الموصى بها، بما يعني أن عقل المنصة يشارك المستخدم القرار، ويؤثر في نطاق التنوع والتجريب لدى الجمهور.

## إعادة تشكيل علاقة الجمهور بالشاشة عبر المنصات الذكية

### منطق التوصية والخوارزميات وإعادة هندسة الانتباه والاختيار

أعدت المنصات الذكية تعريف نقطة الدخول إلى المحتوى من القناة إلى الواجهة، حيث أصبح محرك التوصية هو البواب الفعلي الذي يرتب مسارات الانتباه ويعيد إنتاج عادات الاختيار اليومية، وهذا التحول يرتبط ببنية اقتصادية وتنظيمية جديدة للتلفزيون قائمة على المنصة ونماذج الاشتراك والإعلان الهجين وإدارة البيانات، ما يعني أن قيمة التلفزيون الرقمي باتت تبني على الخوارزميات وسلوك المستخدم لا على جدول البث فقط.

توضح دراسات واجهات الشاشات الذكية أن أولوية الظهور داخل أنظمة التشغيل وقوائم الصفحة الرئيسية وبطاقات المحتوى الموصى به تؤثر مباشرة في السلوك المشاهدي، وأن شريحة غير قليلة من المستخدمين لا تجري تخصيصاً للواجهة ولا تثبت تطبيقات إضافية، الأمر الذي يضاعف أثر الافتراضات التقنية ويحولها إلى محدد عملي للاختيار، وهذا يفتح نقاشاً تنظيمياً حول الشفافية وقواعد إبراز التطبيقات والمحتوى في بيئات التلفزيون الذكي بوصفها بيئات منصات

لا مجرد أجهزة عرض.

في صلب منطق التوصية تعمل المنصات بمزيج من التصفية التعاونية والنهج القائم على المحتوى والنماذج الهجينة، مستفيدة من بيانات صريحة مثل التقييمات وبيانات ضمنية كزمن المشاهدة ومسارات التصفح، وتبين الدراسات المقارنة أن الشركات توسع سلال الإيرادات وتطور الخوارزميات لرفع الاحتفاظ وتقليل فقدان المشتركين عبر تحقيق توازن بين الإشباع السريع واكتشاف محتوى جديد ذي صلة، خاصة في فترات المنافسة الشديدة، ما يجعل التخصيص أداة استراتيجية لا تقنية فقط في صناعة التلفزيون الرقمي.

على المستوى الثقافي يتجاوز تأثير الخوارزميات مجرد ترتيب الكتالوج إلى مزج الأرشفة بالتخصيص، إذ تجمع المنصات بين إنتاجات أصلية ومكتبات من تراث التلفزيون، فتمنح المشاهد قناة للتذكر والتعلم والاكتشاف داخل بيئة واحدة، ويقود ذلك إلى ولاءات جديدة وأنماط متابعة لا تتقيد بتوقيت البث وتعيد تعريف الشاشة كسجل ذاكرة وثقافة شعبية معاصرة في آن واحد.

### أنماط الاستخدام والإشباع عربياً بين المشاهدة المتواصلة وتفضيلات الجيل الشاب



تعكس تجربة منصة تابع كيف يمكن للمنصات الوطنية أن تواكب النماذج العالمية، مع الحفاظ على خصوصية المحتوى والسياق الثقافي المحلي



## المؤسسة أطلقت منصتين رقميتين جديدتين ناطقتين باللغة الإنجليزية Q37 و Q BUSINESS لنقل الرواية القطرية إلى العالم

السلوك هو نتيجة تفاعل بين تصميم الواجهة من جهة ومنطق الاقتراح الخوارزمي من جهة أخرى، وهو ما يعزز زمن المشاهدة ويقوي الولاء لكنه يطرح تحدي الموازنة بين التكرار والتنوع.

تتلاقى هذه الخلاصات العربية مع نقاشات دولية حديثة حول مفهوم الاختيار في عصر المنصات، حيث تؤكد بحوث الجمهور أن القرار ليس واعياً بالكامل بل يتشكل عبر عادات يومية وافتراسات تقنية مضمنة في الواجهة مثل الترتيب الافتراضي للتطبيقات وبطاقات التوصية، وبذلك لا تعود المنصة مجرد قناة محايدة بل فاعل يحدد نطاق التعرض والتجريب ويعيد صياغة معنى التنوع في المشاهدة المنزلية.

ومن زاوية عابرة للحدود توضح تحليلات المكتبات العالمية للمنصات أن مزيج المحتوى يختلف عبر الدول وأن إدماج الإنتاجات الوطنية والإقليمية داخل واجهات مخصصة ممكن وفعال، وهو ما يمنح صناعات السياسات في المنطقة نافذة سياسية لتعزيز الظهور المحلي ضمن بيئات توصية تنافسية، دون التضحية بجاذبية الاكتشاف العالمي أو الانفتاح على مكتبات عابرة للثقافات.

### الواقع القطري وسياسات التوازن بين الكفاءة الخوارزمية والتعددية الثقافية

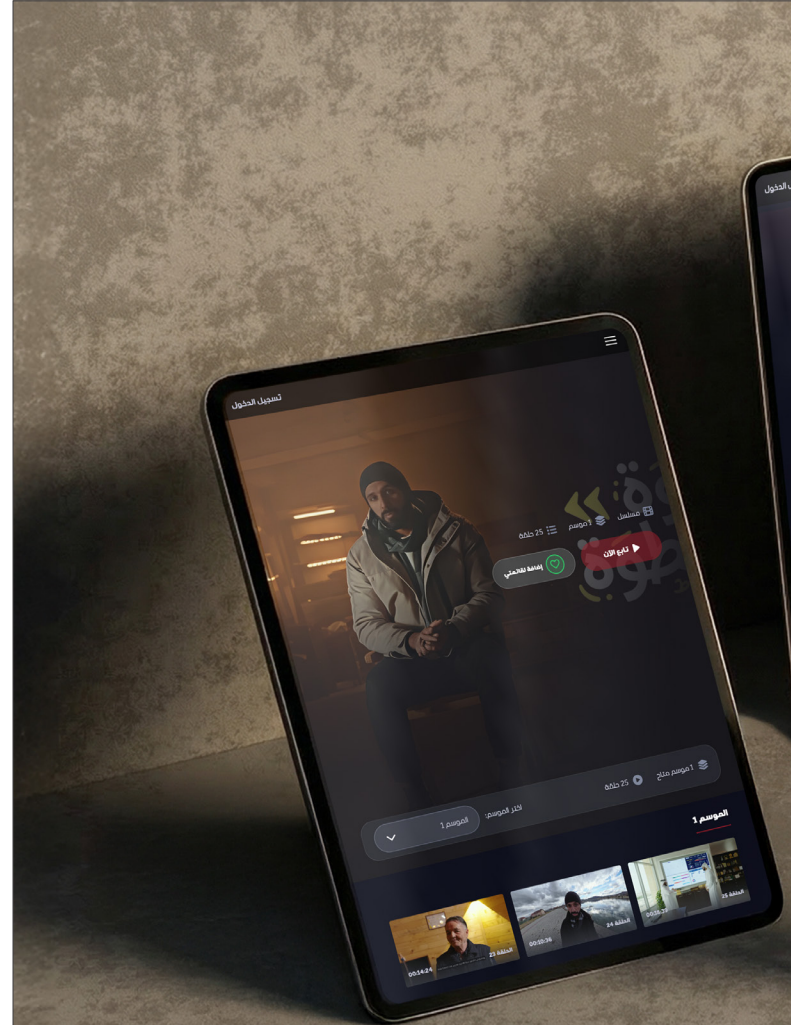
يعرض الواقع الرقمي في قطر جاهزية عالية لاستهلاك الفيديو عند الطلب عبر الشاشات الذكية والأجهزة المتصلة، إذ تشير مؤشرات الحالة الرقمية إلى نفاذ إنترنت شبه شامل وتبن واسع للاتصال المتنقل ووسائل التواصل، ما يرفع القابلية الاجتماعية لتبني المنصات الذكية وتوطين عادات المشاهدة غير الخطية، وهذه البنية السلوكية تفسر سرعة انتشار الخدمات وارتفاع وقت المشاهدة المنزلي عبر التطبيقات مقارنة بالبحث التقليدي.

على مستوى الحوكمة الرقمية تقدم الأجندة الرقمية 2030 إطاراً لسياسات الشمولية الرقمية عبر ركائز النفاذ والمهارات والتكلفة والسياسات والقبول والتبني والأثر والمحتوى، وقد رسخ إطلاق مؤشر الشمولية الرقمية 2024 مكانة قطر في مراتب متقدمة إقليمياً وعالمياً، وهو ما يهيئ بيئة تنظيمية داعمة لصياغة قواعد خاصة ببيئات التلفزيون الذكي مثل شفافية الخوارزميات ووضوح معايير إبراز التطبيقات والمحتوى وحقوق المستخدم في فهم أسباب الظهور، بما يوازن بين متطلبات السوق والتعددية الثقافية.

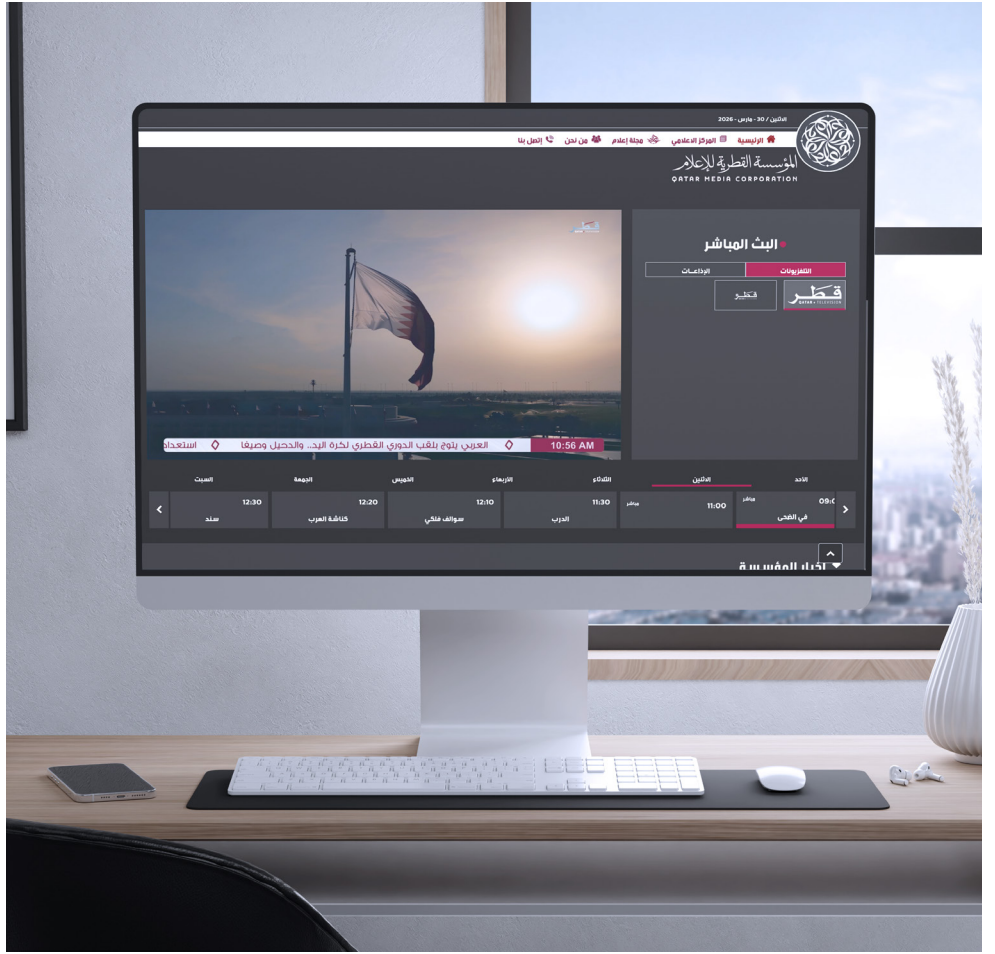
تواكب ذلك منظومة ابتكار واستثمار حكومية تدفع تبني التقنيات الناشئة ضمن مبادرات المدن الذكية وبرامج تسمو، مع توقعات بارتفاع الاستثمارات الرقمية عبر أولويات كبرى مثل الذكاء الاصطناعي والأمن السيبراني وإنترنت الأشياء، وبالنسبة للتلفزيون الرقمي يمكن تحويل هذه الديناميات إلى شراكات مع منصات عالمية لإبراز المحتوى المحلي ضمن صفوف واجهة مخصصة أو تطوير طبقات توصية محلية الهوية تتكامل مع محركات المنصات، وبذلك تصان روافع التنافسية وتتحقق أهداف السياسة الثقافية الوطنية.

تسجل الدراسات العربية المحكمة أن دوافع استخدام المنصات الدرامية تتمحور حول التحكم في الوقت وسهولة الوصول والتخصيص، وأن الزيادة في سنوات الخبرة مع الخدمة ترتبط بارتفاع ساعات المشاهدة الأسبوعية، ما يشير إلى تشكل عادات استهلاك مستقرة تحت تأثير الواجهة ومحركات التوصية، وتكشف النتائج أيضاً أن فئات الشباب أكثر انجذاباً للمنصات بفعل التنوع والجرأة الموضوعية قياساً بالبث الخطي، وهو ما يعيد توزيع الانتباه ويغذي انتقالاً بنيوياً في عادات المشاهدة داخل المنطقة.

وتبين دراسة مسحية عربية أخرى أن ميزات التوصية والتقييم داخل المنصات أعادت قواعد التعرض الدرامي عبر توجيه الجمهور نحو سلاسل بعينها وزيادة الرضا من خلال التخصيص، لكنها في الوقت ذاته عمقت سلوك المشاهدة المتواصلة حيث يميل المشاهد إلى متابعة مواسم كاملة في جلسات متقاربة، وهذا



يمثل الموقع الإلكتروني للمؤسسة القطرية للإعلام تجسيدا حيا لاستراتيجية التحول الرقمي التي تنتهجها المؤسسة لتعزيز حضورها الدولي ومواكبة تطورات الجمهور الحديث



حلت الخوارزميات محل الجدول التقليدي وأصبحت الواجهة هي مدخل المشاهدة، ما نقل مركز الثقل من البث الخطي إلى التوصية والتخصيص، وأنماط الاستخدام أصبحت أكثر ارتباطاً بالمرونة والقدرة على التحكم في التجربة، مع صعود واضح لظاهرة المشاهدة المتواصلة وزيادة الاعتماد على التوصية، خصوصاً لدى فئة الشباب، وقد قدم الواقع القطري نموذجاً لبيئة رقمية جاهزة بالكامل لاحتضان التحولات التلفزيونية، مدعوماً برؤية وطنية واضحة للتحول الرقمي وشمولية رقمية متقدمة على المستوى الإقليمي والعالمي.

لم يعد التلفزيون مجرد شاشة، بل أصبح منظومة تفاعلية ذكية تتقاطع فيها الخوارزميات مع الثقافة والسياسات العامة. ورغم ما تقدمه المنصات من فرص واسعة للتخصيص والتنوع، إلا أن الحاجة تبقى قائمة إلى إطار متوازن يضمن شفافية التوصية، وتعدداً في المحتوى، وحماية للمشهد الثقافي المحلي، ومع استمرار تطور البيئة الرقمية في المنطقة، وخاصة في قطر، فإن مستقبل التلفزيون الرقمي سيظل مرهوناً بقدرتنا على إدارة هذه التحولات بوعي، واستثمار إمكاناتها بما يخدم الجمهور والصناعة معاً.

عملياً يمكن تصور ثلاث حزم تدخل متكاملة مستوحاة من النقاشات الدولية حول منصة السمي البصري، أولاً شفافية التوصية عبر مطالبة المنصات بإتاحة إشارات مبسطة للمستخدم تشرح العوامل العامة للترتيب على الواجهة وتعطيه أدوات ضبط أساسية، ثانياً تنوع الاكتشاف المحلي من خلال اتفاقات طوعية لإبراز المحتوى القطري والعربي في أرفف وصفوف واجهة مخصصة تدعمها سياسات أرشفة وتوصية متوازنة، وثالثاً قياس جودة تجربة المشاهدة بمؤشرات تتجاوز زمن الاستهلاك الخام إلى الرضا والتنوع والتعرض للجدة، وهذه الحزم ممكنة التنفيذ بفضل البنية الرقمية القطرية المتقدمة وملاءة النظام الابتكاري المحلي وتعاون المنصات الدولية الفاعلة في السوق.

بهذا تكتمل صورة ديناميات العلاقة الجديدة بين الجمهور والشاشة بوصفها علاقة موجهة بالخوارزمية لكنها قابلة للحكومة الذكية، حيث تتحقق الكفاءة التجارية للمشغلين وتوازن التعددية الثقافية للمجتمع في آن، وينتقل التلفزيون من جدول البث إلى بيئة توصية شفافة قابلة للمساءلة ومواتية لإبراز السرديات الوطنية دون إقصاء التنوع العالمي الذي يمنح المنصات جاذبيتها الأساسية.

## الخاتمة

جعلت المنصات الذكية التلفزيون وسيطاً جديداً يعيد صياغة العلاقة بين الجمهور والشاشة عبر ثلاث تحولات رئيسية

8. DataReportal. (2024). Digital 2024: Qatar.

9. Heuman, J. H., & Gambarato, R. R. (2023). The learning potential of streaming media: Cultural sustainability in a post-digital society. *Frontiers in Communication*, 8.

10. Johnson, C., Lobato, R., & Scarlata, A. (2025). Default viewing: Reconceptualising choice and habit in television audience research. *Media, Culture & Society*.

11. Lobato, R., Scarlata, A., & Schivinski, B. (2024). Smart TV users and interfaces: Who's in control? *International Journal of Communication*, 18.

12. Lotz, A. D., Eklund, O., & Soroka, S. (2022). Netflix, library analysis, and globalization: Rethinking mass media flows. *Journal of Communication*, 72(4), 511-521.

13. Oxford Business Group. (2024). Qatar's media industry expands with state support and modern technology \[Overview].

14. Tang, W., & Wei, M. (2023). Streaming media business strategies and audience-centered practices: A comparative study of Netflix and Tencent Video. *Online Media and Global Communication*, 2(1).

1. أبو النجا، ل. ف. س. (2024). المنصات الرقمية وأثرها على الدراما التلفزيونية. *مجلة التراث والتصميم*, 4(19), 113-133.

2. رزيق، ه.، وولد جاب الله، س. (2024). المنصات الرقمية وتأثيرها على عادات تعرض الجمهور للمسلسلات التلفزيونية: دراسة مسحية على عينة من المشتركين في منصة نتفليكس. *مجلة المحترف*, 11(3), 228-247.

3. الزهراني، أ. ب. م. (2024). استخدامات الجمهور للمنصات الرقمية التلفزيونية الدرامية العربية والأجنبية والإشباع المتحققة منها. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*, 28(1), 517-575.

4. عبد الوهاب، آ. م. ر.، وأحمد، ه. أ. (2022). نظريات فلسفة الإعلام وتطبيقاتها في عصر التحول الرقمي. *مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية - جامعة عين شمس*, 28(3), 241-266.

5. عمر محمود عبد الله. (د ت). مفهوم التلفزيون الرقمي وتطوره.

6. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ووكالة ترويج الاستثمار - قطر. (2024). *قطر الذكية: تبني التكنولوجيا الناشئة والابتكار وتحسين جودة الحياة*.

7. Chalaby, J. K. (2024). The streaming industry and the platform economy: An analysis. *Media, Culture & Society*, 46(3), 552-571.



تحولات المهنة بين سلطة الورق وواقع الرقمنة

# الصحافة في عصر المنصات



تشهد صناعة الصحافة في العالم تحولات عميقة أعادت تشكيل بيئتها المهنية ونماذج عملها بفعل الثورة الرقمية وتسارع تقنيات الاتصال. فمع اتساع حضور المنصات الرقمية وتغير أنماط استهلاك الأخبار، لم تعد المنافسة قائمة بين الصحافة الورقية والرقمية بقدر ما أصبحت مرتبطة بإعادة تعريف دور الصحافة ومكانتها داخل المجال العام.

يناقش هذا الملف جملة من التحولات التي تعيد صياغة المشهد الصحفي، من انتقال نماذج التمويل إلى الاقتصاد الرقمي، وتأثير الخوارزميات والمنصات في ترتيب الأولويات التحريرية، ومولاً إلى تغير بنية المحتوى وأساليب إنتاجه وتداوله. كما يتناول التحديات المهنية التي تواجه المؤسسات الصحفية في تحقيق التوازن بين سرعة النشر ومتطلبات الدقة والمصداقية، وبين منطلق الانتشار الرقمي ومسؤولية الصحافة بوصفها إحدى ركائز المعرفة العامة وصناعة الوعي المجتمعي.

## علينا إعادة تعريف دور الصحافة بين سلطة الورق ومنطق المنصات

الأستاذ الدكتور / خالد آل شافي

## تحولات النموذج الاقتصادي الصحفي في عصر المنصات الرقمية

الدكتور / كمال حميدو

## الحمية التكنولوجية وواقع الاندماج والتكامل الإعلامي بين وسائل الاعلام القطرية

الدكتور / عبد المطلب صديق مكي

## من الورق إلى الذكاء الاصطناعي.. هل ستنبو الصحافة؟

الأستاذ / محمد أحداد

# مع تكيف المطبوعات وفقاً للتحول الرقمي.. علينا إعادة تعريف دور الصحافة بين سلطة الورق ومنطق المنصات

أعدت الثورة الرقمية صياغة بيئة العمل الصحفي في العالم، وفرضت تحولات عميقة في نماذج النشر والتمويل وعلاقة المؤسسات الإعلامية بجمهورها. وفي ظل هذه التحولات، تبرز تساؤلات جوهرية حول مستقبل الصحافة الورقية، وحدود التكامل بينها وبين المنصات الرقمية، وإمكانات الحفاظ على المصدقية المهنية في بيئة إعلامية سريعة ومتغيرة.

الذي حدث في الصحافة الورقية في سياقها العالمي. وقد نجحت الصحافة الورقية في تحقيق التحوّل المتوازن إلى حد كبير، حيث تبنت الصحف الورقية الإعلام الإلكتروني كوسيلة تعزز دور الصحف وتعتبر عملاً مكملًا لرسالتها الإعلامية. وقد تمكنت من إنتاج إعلام إلكتروني مكمل للصحافة الورقية، منضبط يعمل وفق المعايير الإعلامية المتعارف عليها، ولكنه في الوقت نفسه يتماشى مع التغيير الذي حدث في سلوك القراء نحو المحتوى الرقمي والمرئي والمسموع الذي تميز به الإعلام التقليدي. ولهذا أنشأت العديد من الصحف الورقية مواقع إلكترونية وتطبيقات للهواتف الذكية تتيح لها نشر الأخبار العاجلة، وتحديث المحتوى على مدار الساعة، وإدماج الفيديو والبودكاست والإنفوغرافيك. وكذلك أنشأت حسابات على المنصات الاجتماعية مثل الفيس بوك وإيكس وانستغرام لتشكّل قنوات رئيسية لتوزيع الأخبار وبناء الجمهور من خلال تقديم محتوى مزدوج مرئي ومسموع ومقروء.

❶ وهل هناك ثمة تحديات تواجه المؤسسات الصحفية الورقية في عملية التحوّل الرقمي الحقيقي، أو التكيف معه، بتحقيق الموازنة بين أن تظل صحافة ورقية، مع مواكبة مراحل التحوّل التقني؟

تواجه المؤسسات الصحفية الورقية خلال عملية التحوّل الرقمي جملة من التحديات بما في ذلك التحديات الاقتصادية المتمثلة في تراجع عائدات الإعلانات الورقية نتيجة انتقال المعلنين إلى المنصات الرقمية، وصعوبة تعويض هذه الخسائر عبر الاشتراكات أو الإعلانات. ويزداد هذا الوضع تعقيداً مع هيمنة شركات التكنولوجيا الكبرى مثل جوجل وميتا على سوق الإعلانات الرقمية، مما يقلص حصة المؤسسات الصحفية من العائدات. كما تواجه المؤسسات الصحفية تحديات تقنية تتعلق بإنشاء بنية تحتية إلكترونية إلى جانب ارتفاع تكاليف التطوير والصيانة وتعزيز الأمن السيبراني. كما تواجه تحدي تحقيق التوازن الدقيق بين سرعة النشر ودقة المعلومات، ويتطلب ذلك إعادة تأهيل الصحفيين لاكتساب مهارات جديدة مثل إنتاج الفيديو والبودكاست، وصحافة البيانات، وإدارة المحتوى الرقمي.



مقابلة مع:  
الأستاذ الدكتور خالد آل شافعي  
أستاذ الإعلام  
رئيس تحرير صحيفة البنسولا  
الناطقة باللغة الإنجليزية

❷ من خلال خبرتك في الصحافة الورقية، ومواكبة التحوّل الرقمي لها، إلى أي مدى نجحت الصحافة الورقية في قطر، في التكيف مع معطيات التحوّل الرقمي؟

أحدثت الثورة الرقمية التي شهدتها العالم خلال العقود السابقة تحولات هائلة في الصحافة الورقية بسبب تغير أنماط استهلاك الأخبار، وتزايد الاعتماد على المنصات الإلكترونية، ولهذا كان التحوّل خياراً، بل قراراً استراتيجياً من أجل البقاء. ويجب النظر إلى التحوّل



إذاعة قطر عمل مؤسسي عملت الدولة  
على إنجازها في بداية تأسيسها بشكل  
مهني.

التحول الرقمي لأن التحول ليس مجرد تغيير في وسيلة النشر، بل هو تحول استراتيجي شامل يتطلب إعادة بناء النموذج الاقتصادي، وتطوير المهارات، وتعزيز الابتكار مع الحفاظ على جوهر العمل الصحفي القائم على المصداقية وثقة القراء. المهنية والانضباط والسياسات التحريرية والتسلسل الإداري وغيرها من المعايير والنظم، لا تتوافق مع طريقة عمل الاعلام الرقمي السريعة والمتغيرة. .

❶ برأيكم، ما التحدي الأبرز في مسار هذا التحول، سواء من حيث نماذج الأعمال، أو البنية التقنية، أو إعادة تأهيل الموارد البشرية؟

شهد نموذج الإعلام التقليدي نزولاً تدريجياً مع التحول إلى البيئة الرقمية؛ فبينما كان الإعلانات تمول الجزء الأكبر من تكاليف الصحافة المطبوعة، وتحول جزء كبير من هذه الاعلانات الى المنصات الرقمية الكبرى جوجل وميتا، ما قلص نصيب المؤسسات الإعلامية. أن هيمنة المنصات الرقمية الكبيرة تفرض تحدياً إضافياً، إذ لا تمتلك المؤسسات الإعلامية الخوارزميات ولا البيانات الكاملة عن جمهورها، كما أن أي تغيير في خوارزمية منصة واحدة قد يؤدي إلى انخفاض حاد في نسب الوصول. وتواجه المؤسسات الإعلامية صعوبة في إقناع الجمهور بالدفع مقابل المحتوى، في منصات تخضع للتحديث المستمر. وفي الجانب البشري، يتمثل التحدي في إعادة تأهيل العقلية المهنية قبل تطوير المهارات التقنية. فبعض الصحفيين المخضمين قد ينظرون إلى الرقمنة بوصفها تهديداً لهويتهم المهنية، ما يخلق أحياناً حالة من التوتر بين مدرسة التحرير التقليدي ومدرسة المحتوى الرقمي، في الوقت الذي يفرض فيه الاعلام الرقمي الحاجة الى صحافة البيانات، وتحسين الظهور في محركات البحث، وإنتاج الفيديو القصير والبودكاست، في ظل التنافس الحاد والعابر للفئة المستهدفة من القراء التي كانت معروفة ومحددة بالنسبة للاعلام التقليدي.

❷ وهل تعتقدون أن هذا المحتوى بحاجة إلى عمق في المعالجة الصحفية، أم أنه يحمل في طياته عمقاً، يفوق ما هو قائم في نظيره الورقي؟

الصحافة الرقمية ليست مجرد نقل المحتوى إلى الإنترنت، بل هي تحول في فلسفة العمل الصحفي نفسه، من حيث الإنتاج والتوزيع والعلاقة مع الجمهور، مع الحفاظ على المبادئ الأساسية مثل الدقة والمصداقية. فالمساحة التي يتيحها الاعلام الرقمي أكبر من تلك التي يتيحها الاعلام الورقي، ولهذا يشمل محتواها المادة التي يقدمها الاعلام التقليدي، وله القدرة على تقديم المادة بشكل أوسع ومعزز بالصورة والصوت والرسوم التوضيحية.

❸ في هذا السياق، هل يعد التحول الرقمي للصحافة الورقية، تحولاً استراتيجياً شاملاً، أم أنه تطور تدريجي في أدوات النشر؟

ان التحول الرقمي في الصحافة، هو تحول استراتيجي شامل أملتته الضرورة وقوة تأثير الثورة الرقمية وما أفرزته من اعلام رقمي اجتاح ساحة الاعلام ويعمل دون قيود، أو قوانين منظمة انتجت انماط من المحتوى الاعلامي الذي تسبب في تغيير سلوك القراء تجاه الاعلام التقليدي ومحتواه. فالتحول لم يكن خياراً، بل تبني نوع من الاعلام الحديث وتكييفه بما يتماشى مع الحاجة للبقاء بالاستجابة للتغيرات بشكل تدريجي. أدى الى نوع من التعايش بين الاعلامين الرقمي والصحافة المطبوعة.

❹ وإلى أي مدى تشكل الثقافة التقليدية للصحف الورقية عائقاً أمام التحول الرقمي الحقيقي داخل بعض المؤسسات الصحفية؟  
تشكل الثقافة التقليدية للصحف الورقية عائقاً حقيقياً أمام



ومرجعية وطنية عالية الموثوقية، مرتبطة بنموذج أعمال هجين يجمع بين الورقي والرقمي. وهذا يعني بأن البقاء للصحف لا يتحقق بتقليد أو مجارة المنصات في السرعة، بل عبر امتلاك قيمة لا توفرها المنصات بسهولة كالعمق، والتحليل، وصناعة الأجنحة الوطنية. لان الصحافة سلطة تمارس دور وطني وقانوني وتنموي فتتحمل مسؤولية كبيرة، ومن هذا المنظور تعمل على تقديم تحقيقات معمقة، تقارير، تحليلات اقتصادية وتشريعية تخاطب صناعات القرار وقطاع الأعمال والنخب الأكاديمية، مع بناء أرشيف مرجعي موثوق. وقد نجحت الصحافة القطرية الى حد كبير في ترسيخ مكانتها كمرجعية وطنية موثوقة، وليس مجرد ناقل للأخبار، فستحافظ على تأثيرها حتى مع تقلص الانتشار الورقي. التجربة العملية اثبتت بأن القوة المستقبلية ستكون في التأثير النوعي، لا في حجم التوزيع.

❶ في هذا السياق، ما الذي يميز الهوية التحريرية للصحافة الرقمية، بما يجعلها متميزة عن نظيرتها الورقية؟

الهوية التحريرية للصحافة الرقمية لا تختلف فقط في الوسيلة، بل في الفلسفة الإنتاجية وعلاقة الوسيلة بالجمهور. فالصحافة الرقمية تعمل وفق السرعة التي تتيحها المنصات بالتحديث المستمر للمحتوى، بخلاف النسخة الورقية التي تُغلق طبعها في موعد محدد. الزمن في الرقمي مفتوح وغير مرتبط بدورة إصدار ثابتة. القارئ في الاعلام الرقمي ليس مجرد متلقي بل مشارك وصانع محتوى من خلال التفاعل. هذا يفرض على التحرير مراعاة ردود الفعل الفورية، وبناء محتوى قابل للتفاعل والمشاركة في بيئة تنافسية. القرار التحريري في الرقمي يستند إلى مؤشرات أداء دقيقة (القراءات، مدة التصفح، مصادر الزيارات)، ما يجعل التحرير أكثر ارتباطاً بسلوك الجمهور مقارنة بالورقي. المحتوى

❷ هل ترون أن الصحف الورقية يمكنها إعادة التموضع كمنتج تحليلي متخصص يخاطب النخب وصناع القرار، بدلاً من خوض غمار المنافسة في الأخبار العاجلة بالمنصات الرقمية؟

نعم، يمكن للصحف الورقية إعادة التموضع كمنتج تحليلي متخصص يخاطب النخب وصناع القرار، وهذا بسبب الثقة في مهنية واخلاقية الاعلام الورقي، ويجعل هذا خيار إعادة التموضع أكثر واقعية من منافسة المنصات الرقمية في الأخبار العاجلة. الميزة التنافسية للورقي اليوم ليست في السرعة، بل في العمق، والتحليل، والتحقيقات المعمقة، والتحقق وتوثيق المصادر وصناعة الرأي المدعوم بالبيانات. إذا قدمت الصحيفة قيمة معرفية عالية ومحتوى تفسيري يتجاوز الخبر إلى سياقه ودلالاته، يمكنها أن تحافظ على جمهور نوعي مستعد للدفع مقابل محتوى موثوق ومؤثر. وهذا ما لم يتحقق للاعلام الرقمي الذي لا يزال يفتقر الى بنية تحتية قانونية ومنظومة ادارية هرمية متسلسلة. لكن نجاح هذا التموضع يتطلب وضوح الهوية التحريرية، وجودة عالية ثابتة، ونموذج اشتراك أو توزيع يستهدف جمهوراً محدداً بدقة، وهذا ما يحدث في دولة قطر والعديد من بلدان العالم التي لا يزال الاعلام الورقي والتقليدي مسيطراً الى حد ما، ويتمتع بثقة القارئ.

❸ برأيكم، كيف تتعامل الصحف الورقية مع تحدي الأخبار المضللة والمحتوى غير المهني، القائم بكثافة في الفضاء الرقمي؟

تعتبر الاخبار المضللة واحدة من التحديات التي يواجهها الاعلام الرقمي، وتستغلها الصحف الورقية بتقديم محتوى مهني عبر تحويل المصادقية إلى ميزة تنافسية، بدلاً من الانخراط في سباق السرعة. تعتمد الصحف على مستويات تحريرية متعددة، تشتمل على تدقيق المصادر، والفصل الواضح بين الخبر والرأي، وهو ما يمنحها تفوقاً نوعياً في بيئة يغلب عليها النشر الفوري دون مراجعة. كما تعتمد الصحف على تقديم سياق تحليلي يشرح خلفيات الاخبار المتداولة ويكشف اليات التضليل بدل من الاكتفاء بنفي الشائعات. نشر سياسات التحرير، والاعتراف بالأخطاء وتصحيحها بوضوح، يعزز الثقة في وقت تتآكل فيه الثقة بالمحتوى المنتشر عبر المنصات.

❹ هل ترون أن هناك تحديات تشريعية أو تنظيمية تستدعي تحديثاً لدعم المؤسسات الصحفية خلال مرحلة التحول الرقمي؟

بالأكيد هناك تحديات تشريعية وتنظيمية تستدعي تحديثاً لدعم المؤسسات الصحفية في التحول الرقمي، وخاصة فيما يتعلق بتنظيم العلاقة مع المنصات الرقمية. فهناك حاجة إلى أطر قانونية تضمن تقاسماً عادلاً للعوائد الإعلانية وحماية حقوق الملكية الفكرية للمحتوى الصحفي. الكثير من القوانين والتشريعات التي يتم العمل بها اليوم لم تكن معدة للاعلام الرقمي، وعليه هناك حاجة لصياغة نظام عمل قانوني يحمي التعددية والاستقلال، دون أن يعيق الابتكار أو يتحول إلى أداة رقابية. كما توجد فجوة في متطلبات حماية المستخدمين مع تمكين المؤسسات من استخدام البيانات لتحسين نماذج أعمالها.

❺ برأيكم، ما الخطوة الاستراتيجية الأهم التي ينبغي اتخاذها اليوم لضمان بقاء الصحافة الورقية القطرية فاعلة ومؤثرة خلال العقد المقبل؟

في رأي هنالك العديد من الخطوات الاستراتيجية الهامة مثل إعادة تعريف الهوية التحريرية للصحافة الورقية بوصفها منصات تحليلية



تحقيق مستقلة داخل غرف الأخبار، بحيث لا تكون الجهة المسؤولة عن النشر هي نفسها المسؤولة عن التدقيق، مما يقلل تضارب الأولويات بين السبق والدقة. الخطط التحريرية لابد ان تعتمد سياسة نشر المعلومات الأولية بصياغة حذرة وواضحة المصدر، مع تحديثها تدريجياً كلما توافرت معطيات مؤكدة، بدلا من تقديمها كحقائق مكتملة قبل استيفاء التحقق. ويواكب ذلك توظيف أدوات التحقق الرقمي، مثل البحث العكسي عن الصور وتحليل الفيديوها ومطابقة البيانات الجغرافية، للحد من انتشار المحتوى المضلل. إلى جانب ذلك، يسهم بناء شبكة مصادر موثوقة وسريعة الاستجابة في تقليص الاعتماد على معلومات غير مؤكدة متداولة عبر المنصات. ويظل العامل الأهم هو ترسيخ ثقافة تحريرية تضع الدقة في صدارة الأولويات، من خلال اعتماد مؤشرات أداء تقيس المصداقية ومعدلات التصحيح، لا حجم الزيارات فقط.

❶ **وبرأيكم، هل أصبح المحتوى القصير والتفاعلي هو الشكل الغالب على حساب التحقيقات المعمقة، في هذا اللون من الجنس الصحفي (الصحافة الرقمية)؟**

أصبح المحتوى القصير والتفاعلي هو الشكل الغالب في الصحافة الرقمية، لكنه لم يُلغِ التحقيقات المعمقة بقدر ما أعاد تموضعها. طبيعة المنصات الرقمية، القائمة على سرعة الاستهلاك والمنافسة على الانتباه، تُفضل الأخبار السريعة، والمقاطع القصيرة، والعناوين الجاذبة، والمحتوى القابل للمشاركة. كما أن المنصات تفضل التفاعل الفوري، ما يعزز انتشار هذا النوع من المواد. في المقابل، لم تختفِ التحقيقات المعمقة، ولكنها أصبحت أقل عدداً وأكثر تخصصاً، وغالبا ما تُنشر ضمن نماذج اشتراك مدفوعة أو في أقسام تحليلية موجهة لجمهور نوعي. بعض المؤسسات الرقمية الرائدة جعلت من التحقيقات الطويلة

الرقمي يجمع بين النص، الفيديو، الإنفوغراف، البودكاست، والخرائط التفاعلية في قصة واحدة، بينما يظل الورقي معتمداً أساساً على النص والصورة الثابتة. باختصار، الهوية التحريرية للرقمي تقوم على السرعة، والتفاعل، والمرونة، والاستناد إلى البيانات، بينما تقوم هوية الاعلام الورقي على الانتقاء، والتدقيق، والترتيب الهرمي للأولويات، والعمق التحليلي ضمن دورة نشر متسلسلة.

❷ **إلى أي مدى ساهمت اتجاهات وتحليلات الجمهور في آليات الأداء التحريري بالصحف الرقمية، ما يجعل عينها دائماً على السبق الصحفي، دون تدقيق، أو تحري للمصداقية في بعض الأحيان؟**

تسهم تحليلات الجمهور (عدد القراءات، مدة التصفح، نسب التفاعل) في إعادة تشكيل القرار التحريري داخل الصحف الرقمية. إذ أصبحت مؤشرات الأداء لحظية وتؤثر مباشرة في اختيار الموضوعات، صياغة العناوين، وأولوية النشر. هذا الاعتماد المكثف على البيانات يعزز رغبة القارئ أو المتلقي والتنافس الحاد بين المنصات وسرعة الوصول اليه، وبذلك يفضل المحتوى السريع والجاذب على المحتوى الذي يتميز بالعمق والتحقق. فضغط الارقام يدفع إلى تفضيل السبق والانتشار قبل استكمال التدقيق الكامل. ولكن هنالك مؤسسات اعلامية توازن بين البيانات والمعايير المهنية فتحقق توازن بين التفاعل والمصداقية.

❸ **في هذا السياق، كيف يمكن تعزيز آليات التحقق من المحتوى في ظل سرعة تداول المعلومات عبر المنصات الرقمية؟**

لمواجهة تحديات التحقق في ظل التسارع الكبير لتداول المعلومات عبر المنصات الرقمية، تحتاج المؤسسات الصحفية إلى دمج السرعة بالانضباط المهني ضمن منظومة عمل واضحة. ويبدأ ذلك بإنشاء فرق



التحول الرقمي في الصحافة لم يكن خياراً يمكن تأجيله، بل ضرورة فرضتها تغييرات عميقة في سلوك الجمهور وسوق الإعلام، وجعلت البقاء نفسه مرهوناً بالقدرة على التكيف



جوهرية تتعلق بالدقة، والتحيز، وشفافية المصادر، وحقوق الملكية الفكرية. ولتحقيق التوازن لابد من استخدام الذكاء الاصطناعي كمساعد تحريري لا ككاتب مستقل. ولابد من توظيف الذكاء الاصطناعي في إطار أخلاقي ومهني واضح، دون أن يمس جوهر العمل الصحفي القائم على المسؤولية والمساءلة.

❷ ما الحدود الأخلاقية لاستخدام أدوات الأتمتة في العمل بالصحافة الرقمية؟

تتمثل الحدود الأخلاقية لاستخدام أدوات الألكترونية في الصحافة الرقمية في مجموعة من المبادئ التي تضمن بقاء العمل الصحفي مهنياً ومسؤولاً. في مقدمة هذه المبادئ تأتي الشفافية، بحيث يكون واضحاً للجمهور متى وكيف تُستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى. كما يجب أن تبقى المساءلة التحريرية بيد الصحفي أو المحرر المسؤول، لأن الأدوات الرقمية لا تتحمل المسؤولية الأخلاقية أو القانونية عن النشر. إلى جانب ذلك، تظل الدقة والتحقق شرطان أساسيان، إذ لا يجوز نشر محتوى مُنتج آلياً دون مراجعة بشرية دقيقة، لتجنب التضليل. لابد أيضاً من احترام خصوصية الجمهور وحماية بياناته، وعدم استغلال هذه البيانات بطرق غير واضحة أو تتعارض مع القوانين والمعايير المهنية.

❸ برأيكم، ما هي أبرز ما المهارات الجوهرية التي يجب أن يمتلكها صحفيو المؤسسات الرقمية؟ وهل هناك ثمة فوارق جوهرية بينهم وبين العاملين في الصحافة المطبوعة؟

يحتاج صحفيو المؤسسات الرقمية إلى مزيج من المهارات التحريرية التقليدية والكفاءات التقنية الحديثة. فإلى جانب إتقان البحث والتحقق وصياغة المحتوى بدقة ووضوح، ينبغي أن يمتلكوا قدرة على تحليل البيانات، وفهم آليات عمل المنصات الرقمية، واستخدام أدوات إدارة المحتوى، وقراءة مؤشرات الأداء دون أن تتحول الأرقام إلى بديل عن المعايير المهنية. كما تتطلب البيئة الرقمية مهارات السرد المتعدد

عنصر تميز وهوية، لكنها لا تعتمد عليها وحدها في جذب الحركة اليومية للموقع. ويمكن القول بأن هنالك ازدواجية في المحتوى، حيث يوجد المحتوى القصير الذي يشجع حركة الزوار، إلى جانب المحتوى المعمق المبني على السمعة والثقة طويلة المدى. التحدي الحقيقي يكمن في تحقيق التوازن بين الاثنين دون التضحية بالمعايير المهنية.

❹ برأيكم، كيف يمكن للمؤسسات الصحفية الرقمية الحفاظ على استقلالها التحريري في بيئة تحكمها معايير أخرى تختص بالانتشار الرقمي؟

يمكن للمؤسسات الصحفية الرقمية الحفاظ على استقلالها التحريري من خلال تقليل اعتمادها على منطوق الانتشار السريع، وبناء توازن واع بين متطلبات البيئة الرقمية والالتزامات المهنية. ويبدأ ذلك بتنوع مصادر الدخل، بحيث لا تبقى الإعلانات المرتبطة بالمنصات والخوارزميات المصدر الرئيسي للتمويل، بل تُدعم بالاشتراكات والعضويات والفعاليات المتخصصة، مما يخفف ضغط السعي وراء المحتوى الأكثر رواجاً فقط. كما يساهم بناء علاقة مباشرة مع الجمهور، عبر النشرات والتطبيقات الخاصة، في تقليل الارتهاق لتقلبات الخوارزميات ومنح المؤسسة قناة وصول أكثر استقراراً. وفي الوقت نفسه، ينبغي التعامل مع المؤشرات الرقمية بوصفها أدوات لفهم اهتمامات القراء لا كمرجعية عليا لتحديد الأجندة التحريرية، بحيث تبقى الأولويات المهنية والوطنية هي الأساس في اتخاذ القرار. ويعزز هذا التوجه وجود ميثاق تحريري واضح يرسخ الفصل بين الإعلان والتحرير ويحدد آليات المساءلة والتصحيح، إلى جانب الاستثمار المستمر في المحتوى المتخصص والتحقيقات العميقة التي تبني سمعة وتأثيراً طويل الأمد.

❺ هل يمكن بناء ثقة مستدامة مع جمهور يتنقل بين مصادر متعددة في وقت قصير؟

يمكن بناء ثقة مستدامة مع جمهور يتنقل بين الصحافة الورقية ومصادر الإعلام الرقمي المتعددة، لكن ذلك لا يتحقق عبر السمعة وحدها، لأن الجمهور يقارن بين الروايات بسرعة، ويتحقق من المعلومات عبر أكثر من منصة، ويحكم على ذلك في ضوء الأداء الفعلي لأن الثقة أصبحت مرتبطة بالاتساق والشفافية أكثر من أي وقت مضى. تحقيق هذه الثقة يبدأ بالحفاظ على معايير تحريرية موحدة في جميع القنوات، بحيث لا يختلف أسلوب المعالجة أو مستوى الدقة بين النسخة الورقية والمحتوى الرقمي. كما أن الشفافية عنصر أساسي في ترسيخ الثقة؛ فشرح منهجية العمل، وتوضيح المصادر، والاعتراف بالأخطاء وتصحيحها علناً يعزز المصداقية.

❻ كيف تنظرون إلى دور الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وإدارة غرف الأخبار الرقمية؟

دور الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الرقمية يتسع بسرعة، لكنه يظل أداة دعم لا بديلاً عن القرار التحريري البشري. حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساهم في صياغة المسودات الأولية، وتلخيص الوثائق الطويلة، وتحليل البيانات الضخمة، واستخراج الاتجاهات من قواعد بيانات معقدة. ومع أن هذا يختصر الوقت ويساعد الصحفيين للتركيز على التحقيقات والتحليل المعمق، إلا أن الاعتماد غير المنضبط على الذكاء الصناعي قد يؤدي إلى تكرار أخطاء أو نشر معلومات غير دقيقة، إذا لم تخضع لمراجعة صحفي مختص. كما يطرح هذا تحديات





## التحدي الحقيقي الذي تواجهه المؤسسات الصحفية اليوم لا يقتصر على مواكبة التكنولوجيا، بل يمتد إلى إعادة بناء نموذجها الاقتصادي في ظل انتقال الإعلانات وهيمنة المنصات الرقمية

لم تعد المهارة الجوهرية في امتلاك أداة واحدة، بل في القدرة على دمج الأدوات المختلفة ضمن رؤية تحريرية متماسكة تخدم جوهر القصة وتزيد من تأثيرها.

❶ وأخيراً، ما رؤيتكم لشكل المنصات الإخبارية الرقمية خلال العقد القادم؟

من المرجح أن تتجه المنصات الإخبارية الرقمية خلال العقد القادم نحو نموذج أكثر تخصيصاً وتفاعلية، مدفوعاً بالذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات. سيصبح المحتوى أكثر ملاءمة للاهتمامات كل مستخدم، مع أجهزة ذكية تقترح الأخبار وفق السلوك والاهتمامات. كما ستزداد هيمنة السرد متعدد الوسائط، حيث يندمج النص مع الفيديو القصير، والبودكاست، والرسوم التفاعلية، في تجربة واحدة متكاملة. لن تكون المنصة مجرد موقع إلكتروني، بل بيئة خبرية مرنة تتكيف مع الهاتف، والساعات الذكية، وربما تقنيات الواقع المعزز، ما يمنح الجمهور طرقاً جديدة لاستهلاك المعلومات. اقتصادياً، يتوقع أن تتوسع نماذج الاشتراك والعضوية والدعم المباشر. وسيصبح بناء مجتمع حول المنصة جزءاً أساسياً من استراتيجيتها، بحيث يتحول الجمهور من متلق إلى مشارك.

ستنجح المنصات التي توظف التقنية دون أن تتخلى عن الشفافية والاستقلالية والمعايير المهنية وتكسب ثقة الجمهور.

الوسائط، مثل توظيف الفيديو والإنفوغرافيك والتفاعل مع الجمهور عبر القنوات المختلفة، إضافة إلى الوعي بقضايا الأمن الرقمي وحماية المصادر. أما من حيث الفوارق الجوهرية بين الصحافة الرقمية والمطبوعة، فهي لا تتعلق بجوهر العمل الصحفي بقدر ما ترتبط بطريقة الإنتاج والنشر. الصحفي في البيئة الرقمية يعمل ضمن إيقاع أسرع وتحديث مستمر، ويتعامل مع جمهور يتفاعل فوراً ويؤثر في مسار التغطية. في المقابل، تتيح الصحافة المطبوعة مساحة زمنية أطول للمراجعة والتحرير قبل النشر، وغالباً ما يكون التفاعل مع الجمهور أقل فورية. مع ذلك، تبقى القيم الأساسية مشتركة بين الجانبين، مثل الدقة والاستقلالية والمسؤولية. الاختلاف الحقيقي يكمن في الأدوات وسرعة الدورة الخبيرة، لا في المبادئ التي يقوم عليها العمل الصحفي.

❷ كيف ساهمت الوسائط المختلفة من فيديو، بودكاست، إنفوغرافيك، على تكوين الصحفي بالمؤسسات الرقمية؟

أسهمت الوسائط المتعددة، مثل الفيديو والبودكاست والإنفوغرافيك، في إعادة تشكيل تكوين الصحفي داخل المؤسسات الرقمية، إذ لم يعد دوره مقتصرًا على الكتابة النصية، بل أصبح مطالباً بفهم آليات السرد بصيغ مختلفة. فقد عزز الفيديو قدرته على التفكير البصري وبناء القصة بالصوت والصورة، بينما أتاح البودكاست تطوير مهارات السرد الصوتي وإدارة الحوار وصياغة المحتوى بأسلوب يناسب الاستماع لا القراءة. أما الإنفوغرافيك فقد دفع الصحفي إلى تبسيط البيانات وتحويل الأرقام والمعلومات المعقدة إلى أشكال بصرية واضحة وسهلة الفهم. هذا التنوع في الوسائط أسهم في توسيع المهارات التقنية والتحريرية للصحفي معاً، وجعله أكثر وعياً بطبيعة الجمهور الرقمي الذي يستهلك المحتوى بطرق مختلفة. كما عزز لديه القدرة على اختيار الوسيط الأنسب لكل قصة، بدل الاكتفاء بقالب واحد للنشر. وبهذا المعنى،

# من النمط التقليدي إلى ميغ البايوال، العضويات، والتمويل الجماهيري تحولات النموذج الاقتصادي الصحافي في عصر المنصات الرقمية

تميز توجهات اقتصاديات الصناعة الصحافية، في محاولة منهم لضمان التوازن المالي لمؤسساتهم. وسنستعرض في هذا المقال تلك الأنماط الاقتصادية الثلاثة التي تم استحداثها كنيها مع الواقع الاقتصادي الذي فرضه التحول الرقمي، مع شرح وتحليل الصيغ التي تعمل بها تلك الأنماط، وتقييم مدى قابلية نقلها إلى البيئة الصحافية العربية. نقصد هنا تحديدا نظام جدار الدفع (البايوال)، ونمط التمويل القائم على العضويات، ثم النمط القائم على التمويل الجماهيري، وهي كلها أنماط باتت تمثل تحولات جوهرية في العلاقة بين المؤسسات الصحافية وجماهيرها.

## كيف يتسبب التحول الرقمي في إعادة تشكيل الاقتصاد الصحافي؟

لقد أدت الخصائص الفريدة التي تتميز بها البيئة الرقمية إلى وفرة كبيرة في المحتوى المجاني مع سهولة لا نظير لها في القدرة على الوصول إليه. وتسببت هذه الخاصية في تراجع الاستعداد لدى مختلف فئات جماهير الصحف لدفع مبالغ مالية مقابل الحصول على الأخبار، وهي الظاهرة التي باتت تعرف بما يسمى "أزمة القيمة" في الصحافة، بسبب أن الأخبار لم تعد تعتبر تلك السلعة النادرة التي تستحق الدفع نظير الحصول عليها (Vara-Miguel et al., 2021). من جهة أخرى، أدى التحول الرقمي إلى تفكك سلسلة القيمة الإعلامية، منذ أن فقدت المؤسسات الصحافية السيطرة على توزيع المحتوى، بل ومنذ أن وجدت نفسها تعتمد على المنصات الرقمية للوصول إلى الجمهور، وهو ما أدى إلى تقليص العائدات الإعلانية، بسبب تغير مسارها نحو شركات التكنولوجيا العالمية. وفي ظل هذه التحولات، أصبح من الضروري تطوير نماذج اقتصادية جديدة تعوض ما خسرت المؤسسات الصحافية من البيع بالعدد، سعيا منها إلى الحفاظ على نسب العوائد غير المستهان بها التي كانت تتأتى من استهلاك المستخدمين، بدلا من المراهنة فقط على عوائد الإعلانات والمعلنين، وهي العوائد التي بدأت أصلا في التقلص والانهيار بسبب منافسة شركات التكنولوجيا. كل هذه التغيرات المتسارعة غيرت من طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الصحافية، كما مهدت الطريق لظهور نماذج جديدة من أنماط الاستهلاك الإلكتروني كأنماط الدفع بالوحدة الواحدة، أو أنماط الاستهلاك بالاشتراك، أو التمويل الجماهيري المباشر. نماذج البايوال (Paywall) والاشتراكات الرقمية كحل بديلة.



الدكتور/ كمال حميدو  
جامعة الدوحة للعلوم والتكنولوجيا

أحدث التحول الرقمي الذي حصل خلال العشريتين الثلاث الماضية تغييرات بنوية عميقة في الصناعة الصحافية، إذ تسبب في إحداث تراجع كبير في نسب توزيع الصحف الورقية، ما أدى إلى تقلص كبير في إيرادات بيع النسخ وفي حجم الإيرادات الإعلانية بصيغتها التقليدية، خاصة عقب صعود المنصات الرقمية وفرض نفسها كوسيط رئيسي لاستهلاك الأخبار والمحتويات الإعلامية. ومع تراكم هذه التغيرات، أصبحت شركات التكنولوجيا الكبرى مثل Google و Meta هي التي تستحوذ على النسبة الأكبر من سوق الإعلانات الرقمية، الشيء الذي بات يسهم بقوة في إضعاف النموذج الاقتصادي التقليدي للمؤسسات الإعلامية، ويهدد قابليتها للاستدامة المالية (Young 2024). وفي سياق هذه التغيرات، باتت المؤسسات الإعلامية مجبرة على التفكير في استحداث نماذج اقتصادية جديدة، تضمن لها مصادر دخل بديلة تعوض بها تلك التي كانت تتأتى من شراء الجمهور للإصدارات الصحافية اليومية بشكل مباشر. فبرزت خلال العشريتين الماضيتين ثلاثة أنماط أوجدها القائمون على المؤسسات الصحافية كحل مستحدث، باتت

المعلومات أو المحتويات المتاحة. بالإضافة إلى الأنواع الثلاثة التي ذكرناها، هناك نوع رابع يسمى جدار الدفع الديناميكي Dynamic Paywall، باعتباره نمط يتميز بالتكيف مع السلوك الفردي للمتصفح ومع عاداته الاستهلاكية وأساليب استخدامه لمختلف المحتويات. وفي هذا النمط، يقوم القائمون على المواقع والصفحات بتحليل بيانات زائري المواقع في ما يخص اهتماماتهم، وعادات تصفحهم، وعدد المواضيع والمحتويات التي يطلعون عليها خلال مدة زمنية محددة، ما قد يسمح مثلاً بفرض قيود جدار الدفع على المستخدمين الذين يعودون إلى الموقع عدة مرات يومياً لتصفح المواضيع، في مقابل إبقاء التصفح المجاني لفائدة من يزورون الموقع بضع مرات فقط ويتصفحون عدداً محدوداً من المواضيع. ويسمح النموذج الديناميكي لجدار الدفع، عبر تحليل مئات المؤشرات - خاصة باستخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي - من تحديد احتمالية اشتراك القارئ، الشيء الذي يساعد في اتخاذ قرار تكيف جدار الدفع بحسب الاحتياجات الاستشرافية المتوقعة لكل متصفح.

### الأثر الاقتصادي والأثر التحريري للبايواول.

تشير بعض الدراسات إلى أن النظام الاقتصادي الصحفي القائم على جدار الدفع يمكن أن يعزز الإيرادات من خلال الاشتراكات، لكنه قد يقترن بمخاطرة لا يمكن الاستهانة بها، وهي التقليل من عدد الزوار، ما يؤثر على الإيرادات الإعلانية (Aral et al., 2021). من ناحية أخرى، يرتبط مدى نجاح هذا النموذج بشكل كبير بسمعة العلامة الصحافية وبجودة المحتويات التي تنشرها، إذ تميل المؤسسات ذات السمعة الكبيرة إلى تحقيق نتائج أفضل في جذب المشتركين. من جهة أخرى، أظهرت الدراسات أن البايواول يؤثر حتماً على طبيعة المحتوى الصحفي بحد ذاته، إذ تميل المؤسسات التي تبنت هذا النمط الاقتصادي خيارات تحريرية تقوم على التركيز على إنتاج المحتويات التي تجذب الاشتراكات، كالمواضيع التحليلية المعمقة والتقارير العميقة، وذلك على حساب الأخبار المحلية أو الخدمة العامة (Dhillon et al., 2025). وي طرح هذا الأمر إشكالية تتعلق بالدور الاجتماعي للصحافة وبرسالتها الأساسية في خدمة المجتمع، إذ قد يدفع ذلك بالمؤسسات الصحافية إلى التركيز على الربحية على حساب إهمال القضايا ذات الأهمية العامة، ما قد يتسبب في تراجع دور المؤسسات الصحافية، وفي تراجع صورتها وسمعتها المرتبطة بمدى حرصها على التمسك برسالتها والتزاماتها اتجاه قرائها أولاً، ثم اتجاه المجتمع ثانياً.

### النموذج القائم على الولاء: نموذج العضويات (Membership Model).

يختلف هذا النموذج في طبيعته عن نموذج الاشتراك التقليدي في كون المستخدم لا يدفع مقابل المحتوى فقط لأجل الحصول على الخدمة أو على الحق في تصفح المواضيع والمحتويات، بل يقوم بذلك أيضاً بهدف دعم المؤسسة الإعلامية لأنه يعتبرها قيمة اجتماعية ترتبط بمثل أو بقناعات يعتقد بها ويدافع عنها. ويسمح هذا النموذج ببناء علاقة طويلة الأمد مع الجمهور، يؤسس لها من خلال حرص المؤسسة - عبر خطها التحريري - على تعزيز الثقة مع جمهورها، وعلى بناء مجتمع إعلامي

يشير مفهوم "البايواول" أو "جدار الدفع" إلى نظام التصفح المدفوع الذي بدأت تعمل به بعض كبريات المؤسسات الصحافية العالمية مع نهاية الألفية السابقة وبداية الألفية الجديدة. ويقوم هذا النظام على فرض قيود على إمكانية الوصول إلى المحتوى الرقمي دون دفع مقابل مالي، أو دون دفع اشتراك لفترات زمنية محددة. وقد كانت بعض كبريات المؤسسات الإعلامية العالمية - خاصة منها تلك التي كان يديرها الملياردير Rupert Murdoch في الولايات المتحدة الأمريكية - سباقة إلى اعتماد النماذج الاقتصادية الجديدة، تكيفاً مع التحولات الاستهلاكية الرقمية. ونذكر من بين تلك المؤسسات صحيفة "ذا وول ستريت جورنال" Wall Street Journal التي بدأت في تشغيل نظام البايواول على موقعها الإلكتروني في سنة 1997، وصحيفة "ذا نيويورك تايمز" The New York Times التي بدأت ذلك في سنة 1998، وصحيفة "ذا فاينشيل تايمز" Financial Times التي اعتمدت نظام جدار الدفع بدءاً من سنة 2001.

وبمقتضى نظام جدار الدفع، يمنع المستخدمون المجانيون من الوصول المجاني إلى المحتوى الصحافي والإعلامي، أكان ذلك في شكل مقالات صحفية، أو فيديوهات مصورة، أو بودكاست مسموع/ مصور، أو نشرات إخبارية. وفي مقابل ذلك، يسمح للمتصفح الذين لديهم اشتراك مدفوع أو عضوية في موقع إلكتروني بنظام جدار الدفع بالاطلاع على كامل المحتويات المتاحة. وتوجد حالياً أربع صيغ أساسية من البايواول: أولها ما يسمى بالبايواول الصلب Hard Paywall، وهو نمط يمنع الوصول الكامل للمحتويات والمعلومات والأخبار دون اشتراك أو دفع. وترتبط بهذا الصنف بعض المخاطر المتعلقة بهروب المتصفح سريعاً من الصفحة حين يتم مواجهته بالجدار الصلب، إذ عادة ما يتجه إلى البحث عن المعلومة في مكان آخر، ما يعرّض الموقع لخطر مغادرة الصفحة من طرف عدد كبير من المهتمين، وهو الشيء الذي قد يتسبب في تقليل عدد زائري الموقع الإلكتروني بشكل كبير، وينعكس سلباً على نسبة المعلنين المهتمين بوضع إعلاناتهم على صفحات ذلك الموقع. أما النوع الثاني فهو البايواول المحسوب Metered Paywall، وهو نمط يجمع بين المحتوى المجاني والمحتوى المدفوع لكونه يسمح للمتصفح بالاطلاع الكامل على عدد محسوب من المقالات الصحافية (حوالي 10 في المتوسط)، قبل أن يطلب منه التسجيل الإلكتروني لكي يسمح له بالاطلاع المجاني على عدد أكبر من المقالات (حوالي 30 في المتوسط)، ليعرض عليه في الأخير اشتراكاً سنوياً بما يعادل 30-35 دولار أمريكي للسنة الواحدة.

أما الصيغة الثالثة فتسمى Freemium Paywall والتي يمكن ترجمتها باللغة العربية بمفهوم البايواول الهجين. ويتشكل المفهوم الإنجليزي من الجمع بين كلمتي free (مجاني) و premium التي تشير إلى "خدمة مدفوعة عالية الجودة". ويقوم هذا النمط على تقديم خدمة مجانية بنسبة مائة بالمائة مع إتاحة الوصول إلى المنتج أو الخدمة، لكن مع وجود قيود على تصفح بعض المقالات أو الموضوعات التي تخصص للمشاركين فقط، وهي قيود يمكن إزالتها بمجرد أن يمر المتصفح إلى النسخة المدفوعة، ما يسمح له بالتالي من الاستفادة الكاملة من



تفاعلي، مع تقليل الاعتماد على الإعلانات. وتشير بعض الدراسات إلى أن هذا النموذج يعزز الولاء ويزيد من استدامة الإيرادات على المدى الطويل. (Vara-Miguel et al., 2021) إلا أنه وعلى الرغم من مزاياه الكثيرة، يواجه هذا النموذج تحديات كبيرة لضمان استدامته، تأتي على رأسها المحدودية المطردة في نسبة الجمهور المستعد للدفع، ثم الحاجة المتواصلة إلى محتوى عالي الجودة يكون متوفراً بشكل مستمر، وأخيراً صعوبة بناء الثقة في بعض البيانات الإعلامية، أو مع بعض الشرائح الاجتماعية بسبب تراجع الأيديولوجيات والإيمان بالمثل السياسية الكبرى.

## النموذج التشاركي من خلال التمويل الجماهيري (Crowdfunding).

يقوم نمط التمويل الجماهيري على جمع الأموال من الجمهور عبر الإنترنت لتمويل مشاريع صحفية. وغالبا ما تلجأ المؤسسات لهذا النمط في المجتمعات التي تكون فيها قنوات راسخة لدى قراء الصحف بضرورة دعم الصحافة المستقلة أو الاستقصائية. ويوفر هذا النموذج عدة مزايا نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، تعزيز الاستقلالية التحريرية للصحف والمؤسسات الإعلامية، إشراك الجمهور في تحديد الأجندة الإعلامية وتحديد أولويات التغطية، وتوفير الدعم المالي الجماهيري للمشاريع الصحفية الصغيرة أو الناشئة. في مقابل ذلك، تواجه هذا النمط عقبات كبيرة، تتعلق أساساً بعدم استقرار التمويل الجماهيري ومزاجيته، إذ تشير بعض الدراسات إلى أنه يعتمد أساساً على حملات مؤقتة، أو على تبرعات مؤقتة لا تضمن دخلاً ثابتاً. (Leckner et al., 2017) كما أن نسبة كبيرة من الجماهير الحديثة المتابعة للصحف الإلكترونية تتميز بكونها غير مستعدة للمساهمة المالية في شكل تبرعات، مما يحد من إمكانية الاعتماد على هذا النموذج عند تحديد الميزانيات، أو عند توقع العوائد المادية في مرحلة التخطيط للميزانيات.

## ماذا عن العالم العربي وعن مدى قابلية استنساخ تلك النماذج إليه؟

نظرياً، يمكن للبعض أن يدفع بوجود فرص حقيقية لنجاح نماذج البايوالم في العالم العربي. وقد يستند هذا الطرح إلى نسبة النمو الهائل لحجم الجمهور الرقمي في العالم العربي، وزيادة الطلب على المحتوى المتخصص، وتوجه بعض الدول نحو دعم الرقمنة الإعلامية، وتزايد عدد الصحف الرقمية المستقلة. كما أن الجمهور العربي النخبوي قد يكون أكثر استعداداً للدفع مقابل الحصول على محتوى عالي الجودة، خاصة في البلدان ذات الدخل الكبير، على غرار بلدان دول الخليج العربي. غير أن التحديات البنوية التي تعرفها الصحافة في عموم العالم العربي تجعلنا نرى بأن نجاح استنساخ النماذج المذكورة آنفاً، وتطبيقها مع ضمان عوائد مادية معتبرة قد تكون، عملياً، غاية يصعب بلوغها. فالشائع جماهيرياً في العالم العربي هي ثقافة استهلاك المحتوى المجاني، في سياق عام يتميز بضعف الثقة في وسائل الإعلام الحكومية أو الخاصة، وفي ظل تفاوتٍ في القدرة الشرائية بحسب البلدان. يضاف إلى ذلك وجود هيمنة كبيرة لوسائل التواصل الاجتماعي بكونها مصدراً

أساسياً للأخبار، خاصة بين فئة "الجيل الرقمي"، وخصوصاً في بلدان الخليج العربي.

من جهة أخرى، قد تتخوف المؤسسات الصحفية من احتمالية أن يؤدي فرض البايوالم إلى إقصاء فئات واسعة من الجمهور، خاصة في الدول ذات الدخل المحدود، أو في الدول التي تعاني من تضخم في عملاتها، ما سيترجم لا محالة بتراجع المعلنين وبالتالي تراجع عوائد الإعلان الرقمي. أما نموذج العضويات ونموذج التمويل الجماهيري فيتطلب وجود سياقات أيديولوجية، وسياسية، واجتماعية، وفكرية تتميز بالتعددية في الطرح وبصراع الأفكار الذي يولد الغيرة على القنوات الشخصية، والاستعداد للنضال الفردي من أجلها. وفي ظل التسطح الفكري والسياسي والعقائدي الذي تعرفه أغلب المجتمعات العربية، بالإضافة إلى تراجع الأيديولوجيات ومستوى الوعي الفكري، نرى بأن الشروط الموضوعية لتوسع انتشار هذا النمط غير متوفرة بالحد الأدنى حالياً في أغلب دول المنطقة العربية، وبالتالي لا يمكن المراهنة على نمط جدار الدفع إلا في حدود ضيقة، وفي عدد محدود من الدول. ومن هذا المنطلق، قد يكون نظام "جدار الدفع الهجين" الصيغة الأنسب لواقع المستهلك الصحفي العربي، لأنه لا يمنع الوصول إلى المعلومة، ولا تقتصر به مخاطرة فقدان متصفحين وبالتالي فقدان عوائد إعلانية كانت محتملة. يمكننا أيضاً أن نتوقع



البلدان الخيار الأمثل لتحقيق البقاء والصمود المادي في سوق باتت شديدة التنافسية. (Vara-Miguel et al., 2021) فلاشترافات يمكنها أن تعزز الاستدامة لكنها قد تقلل الوصول، والتمويل الجماهيري قد يعزز الاستقلالية لكنه غير مستقر، بينما تعتمد العضويات على الثقة التي قد تكون ضعيفة في بعض السياقات. لذلك نرى بأن النماذج المختلفة، القائمة على تنوع مصادر التمويل، إلى جانب جدار الدفع الهجين، قد يكونان الخيارين الأكثر واقعية، بشرط أن يتم تكييفهما في كل مرة مع الخصائص الثقافية والاقتصادية المحلية في كل بيئة صحافية.

أن تسلك اقتصاديات الصناعة الصحافية في العالم العربي منحى "النماذج المختلطة" على غرار ما يحصل في أغلب الدول الرائدة في هذا المجال. فما يلاحظ في واقع الاقتصاد الصحافي بعموم دول العالم هو أن المؤسسات الإعلامية التي تبحث عن الاستدامة والتوازن المالي لا تبني استراتيجياتها فقط على النماذج الفردية القائمة على جدار الدفع، بل تتجه إلى اعتماد نماذج مختلطة تجمع بين مصادر دخل متنوعة، كالجمع بين الاشتراكات والإعلانات، والعضويات والتبرعات، والتمويل المؤسسي بجانب الإيرادات الرقمية. وقد أثبتت بعض الدراسات أن تنوع مصادر الإيرادات كان في العديد من الحالات وفي العديد من

#### المراجع

<https://www.researchgate.net/publication/320165593> User attitudes towards crowdfunding of journalism: a study of viable business models for the newspaper industry, accessed on March 25, 2026.

- Vara-Miguel, A., Cristina Sánchez-Blanco, Charo Sádaba Chalezquer, Samuel Negrodo., (2021). Funding sustainable online news. Sustainability 2021, 13(20), 11328; <https://doi.org/10.3390/su132011328>., accessed on March 25, 2026.

- Mary Lynn Young & Alfred Hermida (2024), People, Power, Platforms and the Business of Journalism, Digital Journalism, 12:9, 1250-1260, DOI: 10.1080/21670811.2023.2273523. Published online 15-10-2024 on:

<https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2273523>, accessed on March 16, 2026.

- Aral, S., Paramveer S. Dhillon., (2021). Digital paywall design and content demand. Management Science, Vol. 67, No. 4, Published Online:14 Aug 2020 <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3650>, accessed on March 13, 2026.

- Dhillon, P. S. Anmol Panda , Libby Hemphill ., (2025). How digital paywalls shape news coverage. PNAS Nexus, Volume 4, Issue 1, January 2025, p 511, Published online 28 January 2025 <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae511>, accessed on March 15, 2026.

- Leckner, Sara & Packmohr, Sven & Lindgren, Ylva. (2017). User attitudes towards crowdfunding of journalism: a study of viable business models for the newspaper industry. Conference: Annual Conference of the European Media Management Association At: Ghent, May 2017.

# تغيرات التحول الرقمي تسيطر على كل عناصر العملية الاتصالية

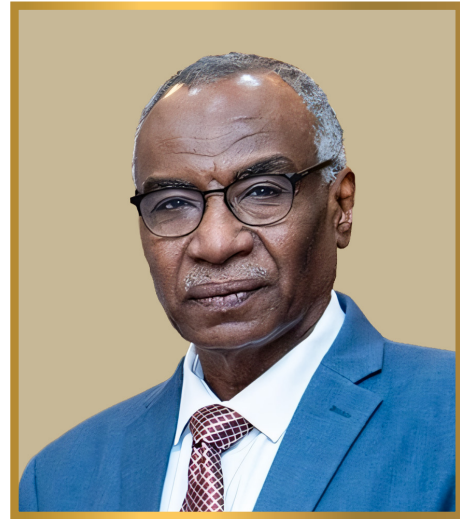
## الحمية التكنولوجية وواقع الاندماج والتكامل

### الإعلامي بين وسائل الاعلام القطرية

يتطلب تحليل التغيرات التي أحدثتها ويحدثها التحول الرقمي في صناعة الإعلام، العودة إلى جذور تأثير التكنولوجيا على الأداء الإعلامي، وقياس منطلقات ومعطيات ذلك التأثير. وسبق أن أثار عالم الاتصال مارشال ماكلوهان جدلاً واسعاً حول الحمية التكنولوجية وتأثيرها المتعاظم على الرسالة والوسيلة والمتلقي، إلى درجة أنه اعتبر التكنولوجيا هي الرسالة الاتصالية نفسها نظراً لما تحدثه من تأثير بنيوي عليها. ورغم الاتفاق والاختلاف حول هذه المسألة يظل أثر التحول التكنولوجي حقيقة لا يمكن انكارها، وواقعاً ملموساً في الصناعة الإعلامية.

قنوات الاتصال بما يمكن أن نطلق عليه مرحلة ديمقراطية حق التعرض المتنوع والمتعدد في الفضاء العربي بكامله. ومع هذه الجذور التاريخية ذات القيمة العالية للإعلام في قطر، منذ صدور مجلة الدوحة بانتشارها العربي، وتلفزيون قطر بانفتاحه الوثائقي العربي، ومجلة الصقر الرياضية والأمة الإسلامية وحتى انطلاق قناة الجزيرة (1996) لتنتهي حالة التدفق الإعلامي أحادي الاتجاه من الغرب كاول فضائية اخبارية عربية، ما أتاح للعالم المتقدم سماع الصوت العربي بجدارة.

وتظل حقيقة التغيرات التي أحدثتها الصحافة الرقمية على هذا الواقع مرئية وجليّة ومؤثرة، وتمثلت وفقاً لكثير من الدراسات الاتصالية في تغيرات المحتوى والقائم بالاتصال والوسيلة وحتى طرق وانماط التلقي عند المشاهد والقارئ والمستمع والمتصفح، للرسالة الإعلامية. وتتلخص مجمل التحولات لدى القائم بالاتصال في اختلاف القيم الاخبارية لوسائل الإعلام الرقمية التي باتت تهتم بالجوانب الانسانية وبرود الأفعال وبالأخبار المثيرة وذات الأهمية البالغة فضلاً عن الأخبار ذات الفائدة للفرد والمجتمع، ما دفع الإعلام القطري بجميع وسائله بمواكبة هذا التحول فزاد من معيار التفاعلية ومن الاهتمام بالمتلقي ولم يعد الاعلام أحادي الاتجاه من المصدر إلى المتلقي بل بات عملية تفاعلية تبدأ من المرسل ثم تعود اليه في حلقة دائرية تحقق أعلى درجات التأثير على المتلقي وتهتم باحتياجاته الشخصية في كافة مناحي الحياة. وتغيرت أيضاً أنماط التلقي لدى الجمهور القطري خاصة وأن قطر احتلت مواقع متقدمة عالمياً في تملك الأفراد للهاتف الجوال وسرعة الانترنت مما يجعلها بيئة موائمة للتطور في هذا المجال. ومن أهم تغيرات التلقي، أصبح الجمهور يحصل على المحتوى الإعلامي من المنصات الرسمية للمؤسسات والهيئات ويتداخل متفاعلاً مع شبكات التواصل الاجتماعي مما دفع وسائل الاعلام التقليدية الى الانتقال مباشرة



**الدكتور/ عبد المطلب مديق مكي**  
صحفي وأكاديمي وباحث في الإعلام

وما يهمننا هو تحليل تداعيات التكنولوجيا والتحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في تشكيل الإعلام الجديد، وتأثيرهم على أنماط التواصل الاجتماعي والثقافي في الحاضر والمستقبل. ويمثل الإعلام القطري أنموذجاً حياً لقياس ودراسة هذه التأثيرات بسبب البنية التحتية القوية للإعلام الجديد في قطر، حيث تحتل الدولة مركزاً متقدماً في منطقة الشرق الأوسط في سياق استخدامات الاعلام الجديد، كما أن وسائل الاعلام التقليدية المطبوعة والمسموعة والمرئية أيضاً تكتسب زخماً واسعاً، خاصة بعد إطلاق الأجيال الجديدة من القمر الصناعي القطري سهيل سات، الذي أتاح تعدد القنوات الاتصالية وأنهى احتكار



## ثورات الاتصال الخمس من الكتابة وحتى الذكاء الاصطناعي لم تنه وجود الأساليب القديمة بل تواءمت معها

وبالعودة إلى تحليل الثورات الاتصالية السابقة منذ ثورة الكتابة ثم الثورة الثانية وهي الطباعة (1453) ثم ثورة الاتصال الإلكتروني (1906) ثم ثورة الاتصال الرقمي (1954) باكتشاف اول حاسب آلي، واليوم بدأت تبشير ثورة الاتصال الخامسة بدخول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، بالنظر الى سيرة هذه المسيرة التاريخية نستطيع القول أن حتمية التكامل الاعلامي بين الصحافة الورقية في قطر والاتصال الرقمي، هي الحقيقة المتوقعة استنادا الى أزمة عدم المصادقية التي تعاني منها شبكات التواصل الاجتماعي، ولا يخفى أن الربط الشبكي المتكامل بين قطاعات الجمهور، يجعل التضليل الإعلامي سهل الاكتشاف، وقليل التأثير ومعدوم الدوافع. ويظل مؤهل المهنة والالتزام الاخلاقي قيمة مفضلة لدى الجمهور القطري، لذلك تصب كل هذه المعطيات في اندماج وسائل الاتصال الرقمية والورقية في منصة رقمية موحدة تتراجع فيها الصحافة الورقية كوسيط وحيد، وتبقى كشريك في فضاء الانترنت، وهو الخيار الذي تدعمه بيئة التواصل الرقمي في قطر.

الى بيئة المنصات الرقمية والتواجد فيها بكثافة لتصبح قطر من أول الدول التي حققت مبدأ الاندماج والتكامل الاعلامي في بيئة الانترنت. وربما كان التغيير الأكبر في نمط التلقي، هو الميل الى القراءة الموجزة على حساب المتون المطولة والقراءة المسحية بدلاً عن القراءة المتعمقة، والرغبة في متابعة مجريات الاحداث وليس موضوعات التثقيف والتعليم والتوعية والبيانات والمعلومات الأخرى المتاحة على شبكة الانترنت.

وفي ظل هذا التكامل والتواجد الشامل لكل وسائل الإعلام القطرية على بيئة الانترنت والمنصات الرقمية، تصبح معدلات التأثير محايدة من حيث الوسيلة مع تفوق نسبي للوسائل الاعلامية الرسمية، كونها الأكثر مصداقية واحترافية في صناعة المحتوى مما يجعل المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي صدى لصناع المحتوى في الإعلام الرسمي، وتتمحور فرصهم في ازدياد عدد المتابعين والوصول الى أكبر عدد من الجمهور.

# من الورق إلى الذكاء الاصطناعي.. هل ستنبؤ الصحافة؟

لمدة طويلة ظلت قاعدة "الهرم المقلوب" في الكتابة الخبرية الكلاسيكية مقدسة، ولا يمكن المساس بها: من الأهم إلى الأقل أهمية، لكن تطور الصحافة على المنصات الرقمية وتغير بنية القصة زرع هذه المسلمة.

في الصحافة المكتوبة تنبني القصة على بنية خطية تنطلق من المعلومة الأهم ثم تتدرج نحو التفاصيل، أي أنها تحترم نمطا ثابتا، أما في البيئة الرقمية، فقد تغيرت عناصر القصة وتعددت نقط الدخول إلى النص في فضاء يتسم بالسرعة والمنافسة ومرتبطة بالأساس بتطور التكنولوجيا. ذلك لأن القارئ لم يعد يصل إلى المادة عبر الصفحة الأولى كما في الصحيفة المطبوعة، بل قد يعثر عليها عبر محرك بحث أو رابط على شبكة اجتماعية أو إشعار عاجل على الهاتف..



**الأستاذ/ محمد أحداد**  
محمي بمعهد الجزيرة للإعلام

الأخبار الرقمية: ما الخبر الذي سيحقق تفاعلا أكبر، وكم من إعجاب ومشاركة سيحصل عليه؟ وهكذا تحولت مقاييس الأداء من أدوات قياس إلى أدوات توجيه، حتى باتت الخوارزمية تمثل ديكتاتورية مستترة لا تظهر في دورة إنتاج القصص الإخبارية، لكنها تتحكم دون وعي في العملية برمتها.

تزامن ذلك مع تحول عميق في طريقة استهلاك الأخبار: التصفح بدل القراءة، في تدفق لا ينتهي من المحتوى مما أجبر الصحافة على "إعادة" تعريف نفسها، حيث تغطي عناوين أشد وطأة، فقرات أقصر، وخبر يبدأ من السطر الأول أو يترك مرة واحدة. وحين انتقلت الأخبار إلى منصات التواصل الاجتماعي، وصل الخبر إلى قارنه مبتورا عن سياقه وعن المؤسسة التي أنتجته، فضعفت العلاقة بين القارئ والمصدر، وتقوى ارتباطه بالمحتوى "المثير" وحده. فوق ذلك، صعد الفيديو القصير ليزاحم النص، فأخذت غرف الأخبار تعيد صياغة تقاريرها لملاءمة شاشة الهاتف، وكأن المنصة باتت تحدد زاوية المعالجة قبل أن يفعل الحدث ذاته.

في مراحل سابقة، كانت المؤسسات الإعلامية هي التي تحدد معنى "التأثير" في العمل الصحفي، استنادا إلى معايير مهنية لا يتحكم فيها الجمهور بشكل مباشر، لأن عملية تقييم المحتوى الصحفي أو قياس أهميته لم تكن خاضعة لاختيارات المتلقين أو لضغطهم أو لتعليمات الخوارزميات، بل لاعتبارات تحريرية تحدها غرف الأخبار. غير أن جاذبية الإعلان ومنطق الربح وسيادة الخوارزميات في اقتصاد رأسمالي مثل الولايات المتحدة الأمريكية أدخل الجمهور تدريجيا في صلب معادلة الإنتاج الإعلامي.

ومع توسع سوق الإعلانات، بدأت الاعتبارات الاقتصادية تلعب دورا متزايدا في توجيه المحتوى الصحفي. فظهرت شركات ومؤسسات متخصصة في قياس نسب الوصول والمتابعة، تعمل وفق منطق يشبه إلى حد بعيد منطق السوق التجارية. وفي خضم هذا التحول، تراجع الاهتمام بالدور الأساسي للصحافة بوصفها أداة في البناء الديمقراطي، يفترض أن تسهم في توعية المواطنين ومساعدتهم على اتخاذ قراراتهم، خصوصا في اللحظات المفصلية مثل الانتخابات والأزمات والحروب...

ورغم أن منصات التواصل الاجتماعي ساهمت في توسيع نطاق الوصول وعولمة تداول المعلومات، فإنها في المقابل رسخت معايير جديدة لتقييم المحتوى الصحفي، تقوم أساسا على الأرقام والمؤشرات الإحصائية. ونتيجة لذلك، باتت غرف الأخبار تعيش نقاشا متواصلا (وحدادا في بعض الأحيان) حول معنى المهنة وحدودها، في ظل تحول البحث عن المشاهدات والتفاعل إلى هدف مركزي، أحيانا على حساب الدور التقليدي للصحافة في مساءلة السلطة وخدمة المصلحة العامة.

ثم جاء الذكاء الاصطناعي، وحل ضيفا ثقيلا على غرف الأخبار، والذي يبدو أنه سيحدد معالم العقد القادم، حيث سيتولى مهام الصحافة الروتينية وسيسرع عملية الإنتاج وسيؤثر - وفق رؤيتي - على صناعة الأخبار وجودة الكتابة والقصص. وأعتقد أن الاشتراكات ستحل محل الإعلانات كعماد للتمويل، وستصير الثقة في المحتوى أهم من الانتشار، أما الصحفي الذي سيصمد أو سينجو فهو الذي يلج عالم "الأجناس النبيلة الكبرى"، أي أن يخوض في الصحافة الاستقصائية والقصص الإنسانية والمقابلات المؤثرة.



في الصحافة المكتوبة كان الصحفي يكتب لقارئ قرر أن يمنح النص وقتا من يومه، يجلس، يفتح الجريدة، ويتدرج مع المادة من المقدمة إلى التفاصيل. لذلك كانت الجملة الطويلة ممكنة، وكان بالإمكان بناء مدخل سردي يمهد للخبر قبل الوصول نهايته، أما في المنصات الرقمية فالنص يكتب لقارئ يتصفح بسرعة، وقد يقرر التوقف أو المغادرة في ثوان. بصيغة أخرى، ينتقل جوهر الخبر إلى العنوان والسطور الأولى، وتصبح الفقرة الأولى واعدة للفكرة الأساسية، كما أن البيئة الرقمية فرضت اقتصادا صارما في اللغة: جمل أقصر، فقرات مقتضبة، وعناوين واضحة تتضمن كلمات مفتاحية.

بهذا المعنى، ليس الفرق بين الصحافة الورقية والرقمية مجرد اختلاف في الوسيط، بل في منطق الكتابة نفسه: الأولى تقوم على القراءة المتأنية والبناء الخطي للنص، بينما تقوم الثانية على السرعة وكثافة المعلومة منذ اللحظة الأولى.

في السابق كان رئيس التحرير معروفا يمثل "حارس البوابة"، إذا استدعينا نظرية الاتصال الشهيرة، بيد أن سلطة الخوارزميات وسلطة الجمهور وسطوة الأرقام تحولت إلى محدد رئيس للأجندة الإخبارية. هذه التغيرات الجذرية لا تمس فقط شكل النص أو سرعة نشره، إنما اخترقت صميم العملية التحريرية ذاتها. فالسؤال الذي كان يفتح به المحررون اجتماعاتهم الصباحية: ما الخبر الأهم؟ ما القصة الأكثر تأثيرا؟ تراجع تماما أمام سؤال آخر يطرحه الجيل الجديد من غرف

## إعلام

يشكّل تدشين المؤسسة القطرية للإعلام مشروعها العربي الرائد «الموسوعة الإعلامية» إضافة نوعية في مسار العمل الإعلامي المؤسسي، وخطوة تحمل دلالات معرفية ومنهجية عميقة، بما يعكس وعياً استراتيجياً بأهمية بناء مرجعية علمية رصينة تضبط المفاهيم، وتؤسس لخطاب إعلامي عربي أكثر اتزاناً ووضوحاً في زمن التحولات الرقمية المتسارعة.

وتأتي هذه المبادرة امتداداً لرؤية تؤمن بأن تطوير الأداء الإعلامي لا يتحقق إلا عبر إعادة قراءة بنيته المفاهيمية، ومراجعة مصطلحاته، وتقويمها في ضوء أصولها النظرية وتحولاتها التاريخية وسياقاتها التداولية. فالموسوعة ليست عملاً تجميعياً، ولا مشروعاً توثيقياً تقليدياً، بل جهد علمي يسعى إلى هندسة المعرفة الإعلامية ضمن إطار منهجي يعيد ترتيبها ويمنحها وضوحها اللازم.

كما تعكس الموسوعة التزاماً مؤسسياً بدعم البحث العلمي وإثراء المكتبات الرقمية بمحتوى موثوق يجمع بين التخصص وسهولة الوصول، ويخاطب الأكاديمي والمهني والمهتم على حد سواء، ويحد من مظاهر الخلط الاصطلاحي التي أفرزتها بيئة الاتصال الحديثة، بما يعزز بناء خطاب إعلامي عربي يقوم على الدقة والانضباط والوعي النقدي.

ويكتسب المشروع أهميته من شموليته وتوازنه، إذ يغطي المصطلحات الإعلامية التقليدية والرقمية، والنظريات وتطبيقاتها، وأعلام الإعلام والمؤسسات المؤثرة، في سياق علمي يربط بين الجذور النظرية والامتدادات المعاصرة، ويقدم للباحثين مرجعية معرفية تسند العمل الإعلامي وتثري مساراته، وتمنح الممارسة المهنية عمقها الفكري.

إن «الموسوعة الإعلامية»، في جوهرها، تعبير عن إيمان بأن وضوح المصطلح أساس وضوح الرؤية، وأن صناعة التأثير تبدأ من ضبط المفهوم. وهي، بهذا المعنى، مشروع حضاري يتطلع إلى إعادة الاعتبار للغة الإعلام، وترسيخ مرجعية عربية قادرة على الإسهام في تشكيل عقل نقدي منظم، يستند إلى المعرفة، ويحتكم إلى المنهج، وينفتح على المستقبل بثقة واتزان.

محمد بن سلعان المري  
رئيس التحرير





المؤسسة القطرية للإعلام

QATAR MEDIA CORPORATION

فك الجليل وشهنا نلتور





القرآن الكريم

الدوحة 103.4 FM

قطر  
QATAR • TELEVISION

إذاعة قطر

الكاس ٦  
قنوات الكاس الرياضية



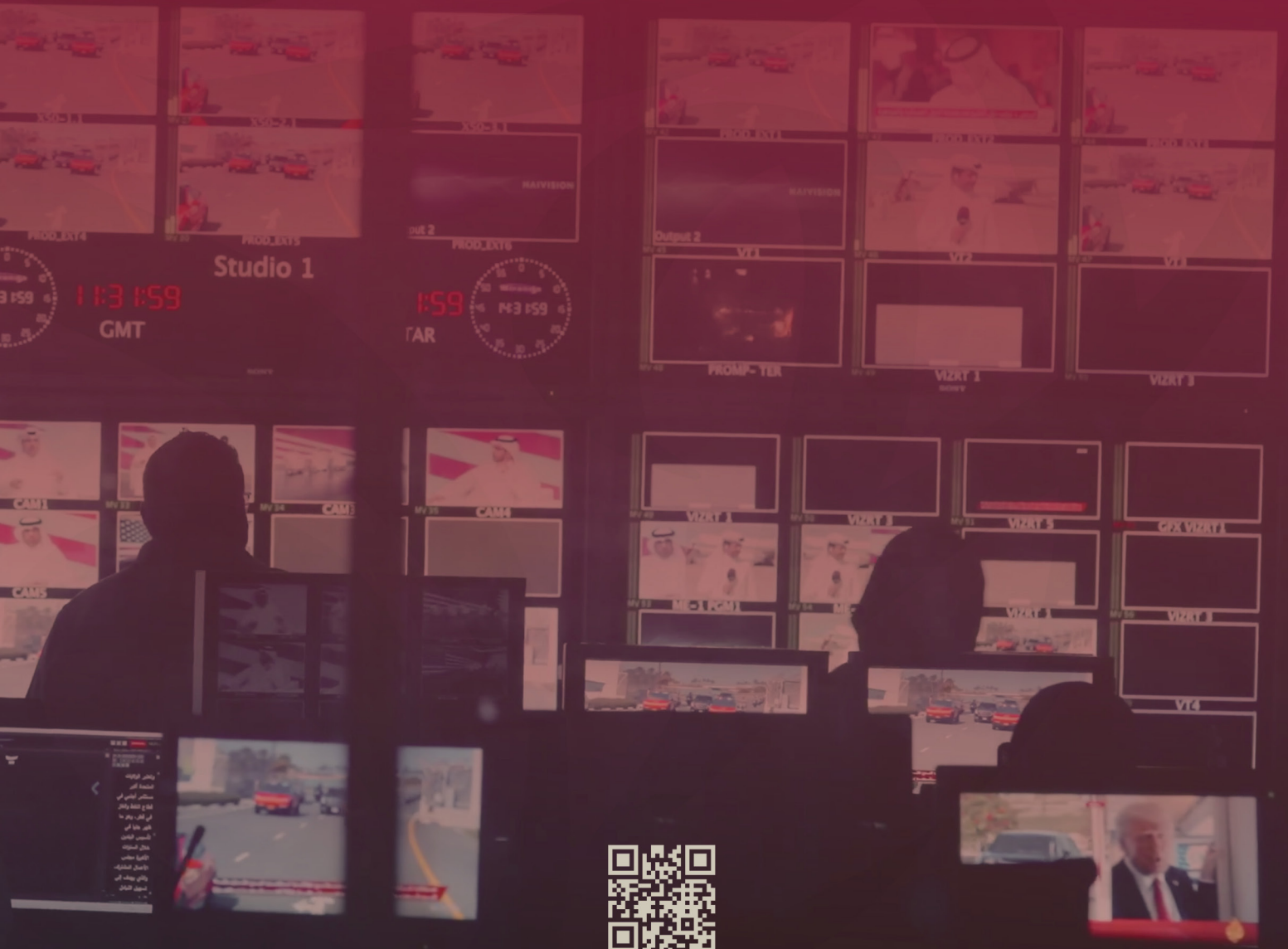
QBS  
radio



إذاعة أُرْدُو  
URDU RADIO

صوت الخليج  
sout al khaleej

HOLA  
QATAR RADIO 920



المزيد من الخدمات الإعلامية متاح عبر رمز الاستجابة  
<https://www.qmc.qa>

