

## مجلة ألف: اللغة، الإعلام والمجتمع، مصنفة في فئة ب

سبتي فايزة- امامة باتنة 1

## الحاضنات الإعلامية وتمكين الإنتاج الصوتي العربي : مقاربة نظرية في اقتصاد الإبداع الرقمي

Incubateurs médiatiques et soutien à la production audio arabe : approche théorique dans l'économie numérique de la créativité

Media Incubators and Enabling Arab Audio Production : A Theoretical Approach in the Digital Creativity Economy

ASJP تاريخ النشر	تاريخ الإلكتروني	تاريخ الإرسال	ASJP
-2025 12-25	2025-12-21	2025-02-11	Algerian Scientific Journal Platform

الناشر: Edile- Edition et diffusion de l'écrit scientifique

إيداع قانوني: 6109-2014

النسخة الورقية : 2025 12-25

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/226>

ترقيم الصفحات: 242-225

ردمد-د: 2437-0274

النشر الإلكتروني: <https://aleph.edinum.org>

تاريخ النشر: 2025-12-21

ردمد-د: 1076-2437

المرجعية على ورقة

سبتي فايزة، «الحاضنات الإعلامية وتمكين الإنتاج الصوتي العربي : مقاربة نظرية في اقتصاد الإبداع الرقمي»، | Aleph, Vol 12 (4) (2025), 225-242

المراجع الإلكتروني

سبتي فايزة، «الحاضنات الإعلامية وتمكين الإنتاج الصوتي العربي : مقاربة نظرية في اقتصاد الإبداع الرقمي»، Aleph [En ligne], Vol 12 (4) | 2025, mis en ligne le 21 décembre 2025. URL : <https://aleph.edinum.org/15253>



# الحاضنات الإعلامية وتمكين الإنتاج الصوتي العربي : مقاربة نظرية في اقتصاد الإبداع الرقمي

Incubateurs médiatiques et soutien à la production audio arabe : approche théorique dans l'économie numérique de la créativité

Media Incubators and Enabling Arab Audio Production : A Theoretical Approach in the Digital Creativity Economy

سفيتني فايزرة

جامعة باتنة 1

## مقدمة

عرفت المنظومة الإعلامية خلال العقود الأخيرين تحولات جذرية تمس البني التحتية، الممارسة، والأدوات، بفعل التداخل المتسارع بين الرقمنة والإنتاج الثقافي، وهو ما أنسس لما يمكن تسميته «التحول نحو الإعلام الإبداعي»، الذي تجاوز منطق المؤسسات التقليدية إلى أنماط إنتاجية مرنّة، فردية، ولا مركبة. ويعُدّ هذا التحول جزءاً من موجة أوسع طالت الاقتصاد العالمي، تعرف بـ «اقتصاد الإبداع أو Creative Economy»، والذي يقوم على توظيف المعرفة، التكنولوجيا، والمهارات الثقافية في إنتاج سلع وخدمات ذات قيمة رمزية وتجارية في آنٍ واحد. وفي هذا السياق، ظهر الإنتاج الصوتي الرقمي، وعلى رأسه البودكاست، كأحد أبرز تجلّيات هذه البيئة الجديدة، جامعاً بين البساطة التقنية، والثراء السردي، والقدرة على التخصيص والانفتاح على جمهور متعدد الاهتمامات.

ولعل ما يمنح هذا النوع من الإنتاج خصوصيته، هو قدرته على إعادة تشكيل العلاقة بين المبدع والجمهور خارج القوالب التقليدية للمؤسسات الإعلامية الكبرى. فهو يقوم على فلسفة «التمكين الإعلامي من الأسفل» (media empowerment from below)، حيث يمكن لأي فاعل امتلاك الأدوات التقنية، والتعبير بحرية، واستهداف جمهور متخصص دون وساطة تحريرية أو مالية. ومع ذلك، فإن هذا المسار الإبداعي لا يخلو من التحدّيات، أبرزها هشاشة التمويل، محدودية التكوين المهني، وصعوبة الاستمرارية في بيئة غير مستقرة رقمياً أو تشعّعياً. وهنا تبرز الحاضنات الإعلامية كآليات مؤسساتية بديلة، تهدف إلى تمكين الفاعلين الإعلاميين الناشئين، من خلال توفير بيئات متكاملة للدعم والتوجيه، بما في ذلك التكوين، التسهيلات التقنية، الشبكات المهنية، وأحياناً حتى التمويل الأولي.

وإذ تتجه العديد من الدول إلى تعزيز البنية التحتية للحاضنات في القطاعات التكنولوجية والإبداعية، تبقى الحاضنات الإعلامية مجالاً ناشئاً في العالم العربي، يطرح عدة رهانات نظرية وتطبيقية، في سياق هذا التحول الرقمي المتسع الذي يشهده الإعلام العربي، ومع بروز منصات البوكر كاستت كأحد أبرز إشكال التعبير الإبداعي المستقل، تطرح مسألة الحاضنات الإعلامية كآليات بديلة لدعم هذا الشكل الإعلامي وتمكينه. وتتقاطع هذه الحاضنات مع عدة رهانات، تتعلق بقدرتها على بناء مشاريع إعلامية مستدامة، وتحويل المحتوى الإبداعي إلى قيمة اقتصادية، ومدى استجابتها لخصوصيات الإنتاج الصوتي من حيث آليات الإنتاج، طبيعة الجمهور، وشروط السوق الرقمي. بناء عليه، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول :

كيف تساهم الحاضنات الإعلامية في دعم وتطوير الإنتاج الصوتي العربي ضمن اقتصاد الإبداع الرقمي؟ وما هي محددات فعالية هذا الدور من حيث الشروط، والقيود، والإمكانات المتاحة؟ وللإجابة عن الإشكالية المطروحة، تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من الفرضيات النظرية، تتمثل في :

- إن الحاضنات الإعلامية تعد بني مؤسساتية بديلة تتيح للمبدعين في مجال الإنتاج الصوتي فضاءً داعماً لتطوير مشاريع إعلامية مبتكرة، بما يتماشى مع منطق اقتصاد الإبداع الرقمي ويستجيب لمتطلبات التحول الإعلامي.
- إن فاعلية هذه الحاضنات في تحقيق القيمة الاقتصادية للمحتوى الصوتي ترتبط بقدرتها على توفير أدوات التمويل، والتسويق، والتوزيع الرقمي، بما يعزز من فرص تحويل المبادرات الإبداعية إلى مشاريع قابلة للاستثمار ضمن السوق الرقمي.
- إن مدى تواافق الحاضنات مع الخصوصيات التقنية والسردية للإنتاج الصوتي يشكل عالماً حاسماً في مرافقة هذه المشاريع نحو الاستدامة، لا سيما فيما يتعلق ببناء الجمهور واستراتيجيات التوسيع داخل الفضاء الرقمي.
- تهدف هذه الدراسة إلى بناء تصور نظري حول الدور الذي تضطلع به الحاضنات الإعلامية في تمكين الإنتاج الصوتي العربي، انطلاقاً من التحولات التي فرضها اقتصاد الإبداع الرقمي، وسعياً لفهم كيفية مساهمة هذه الحاضنات في تحويل المشاريع الإبداعية إلى مبادرات قابلة للاستثمار والتطور داخل بيئه إعلامية متعددة. وبما أن هذه الدراسة تتأسس على منظور نظري استكشافي، فإنها تسعى إلى الإحاطة بالمرتكزات المفاهيمية والمنهجية التي تمكن من تحليل فاعلية

الحاضنات الإعلامية في دعم المحتوى الصوتي العربي. وانطلاقاً من هذه الخلفية، تهدف الدراسة إلى:

- تحليل الدور البنوي للحاضنات الإعلامية في دعم الإنتاج الصوتي العربي في ظل تحولات الاقتصاد الرقمي القائم على الإبداع والابتكار.
- استكشاف آليات تحويل المحتوى الصوتي الإبداعي إلى قيمة اقتصادية داخل بيئات الحاضنات، من خلال تبع أنماط الدعم المؤسسي والتقني والتسويقي.
- فهم العلاقة بين بنية الحاضنة الإعلامية ومتطلبات الإنتاج الصوتي المعاصر، لا سيما من حيث الجمهور المستهدف، استراتيجيات النشر، وإمكانات التوسيع ضمن السوق الرقمي العربي.

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تسعى إلى فهم الظواهر من خلال تحليل مكوناتها وأبعادها وتفسير علاقتها الداخلية وبعد هذا النوع من الدراسات مناسباً للظواهر الإعلامية المعقّدة، حيث يسمح بفهم السياقات النظرية والبنوية المحيطة بها. «إن البحث الوصفي مهدّف إلى التعرّف على الظاهرة كما هي، دون التدخل في تغييرها، مع محاولة شرحها وتحليلها ضمن بيئتها الخاصة.» (أنجرس، 2006، ص. 115)

تم توظيف المنهج الوصفي؛ فهو المنهج الذي «يهم بوصف الظواهر وصفاً دقيقاً من خلال جمع المعلومات عنها، وتحليلها، واستخلاص النتائج التي تسهم في تفسير الواقع أو تقديم حلول لمشكلات قائمة» (سالم، 2011، ص. 102)، وعليه ترکز هذه الدراسة على تحليل الأدبيات المتاحة حول الحاضنات الإعلامية وكيفية تأثيرها في دعم الابتكار والإنتاج الصوتي في الاقتصاد الرقمي. فاستخدام المنهج الكيفي في هذا السياق يمكن من استكشاف العوامل التي قد تؤثّر في المحتوى الإبداعي والتحول الرقمي في الإنتاج الصوتي العربي.

تعتمد هذه الدراسة، بصفتها مقاربةً نظريةً، على مراجعة أدبيات متعددة المصادر (أبحاث أكاديمية، تقارير مؤسساتية، وأدلة مهنية) وتقوم بتجميعها موضوعاتياً (التكوين، الدعم التقني، التمويل، التسويق والتوزيع) قصد بناء إطار مفاهيمي يسمح بفهم شروط تمكين الإنتاج الصوتي داخل الحاضنات.

انطلاقاً من الإشكالية والمعطيات المنهجية المشار إليها أعلاه، تقتضي الضرورة الأكاديمية ضبط المفاهيم الأساسية التي تشكل الأساس النظري للمداخلة، وذلك تفادياً لأي التباس دلالي، وضماناً لوضوح البناء المفاهيمي. وتمثل هذه المفاهيم في: الحاضنات الإعلامية، البوتوكاست، الاستثمار في المشاريع الإعلامية، والإبداع الإعلامي

تمثل إضافة هذا المقال في وصل مفهوم الحاضنة الإعلامية بسلسلة القيمة الخاصة بالمحظى الصوتي ضمن اقتصاد الإبداع الرقمي، واقتراح مؤشراتٍ تحليلية قابلة للاستخدام في توصيف نماذج الدعم وتقدير الاستدامة.

## 1. الإطار المفاهيمي وتقديم المشروع

### 1.1. الحاضنات الإعلامية

هي منظمات تدعم المشاريع الإعلامية الناشئة عن طريق توفير الدعم المالي والتدريبي والمساعدة الاستشارية، مما يساعد الشركات الناشئة على التغلب على التحديات الاقتصادية والتقنية. فالحاضنات الإعلامية تساهم في تحفيز الابتكار في الإعلام الرقمي، من خلال توفير موارد تعليمية وتقنية مهمة مثل برامج التدريب والاستشارات. (leighton) (R. & 12

وتذهب اليونسكو إلى تعريفها « كفضاءات حرة تشجع على الابتكار وتدعم الإعلام المستقل، خصوصاً المشاريع الصغيرة ذات الإمكانيات الوعادة في الفضاء الرقمي ». (UNESCO. 2021)

وتعد الحاضنات الإعلامية بني مؤسساتية توفر بيئة دعم متكاملة للمشاريع الإعلامية الناشئة، من خلال توفير التمويل، التأطير، والموارد التكنولوجية، بما يسهم في تحويل الأفكار الابتكارية إلى منتجات إعلامية قابلة للحياة الاقتصادية. (الربابعة، 2019، ص. 112)

في حين يرى الشامي (الشامي، 2022، ص. 66) أن الحاضنات الإعلامية هي « وحدات استراتيجية توفر دعماً تحريرياً وتقنياً وإدارياً للمبدعين الإعلاميين بهدف مرافقة مشاريعهم من الفكرة إلى التوزيع التجاري الرقمي. »

انطلاقاً من هذه التعريف، نلاحظ أن الحاضنات الإعلامية تؤدي دوراً محورياً في دمج الإنتاج الإعلامي بالمقومات الاقتصادية الرقمية، لذا يمكننا تعريفها إجرائياً ضمن هذه الدراسة على النحو التالي :

الحاضنة الإعلامية هي مؤسسة منظمة تعمل على احتضان مشاريع إعلامية ناشئة، عبر توفير البنية التحتية والخبرة والإسناد المالي والتكنولوجي، بهدف مرافقة هذه المشاريع نحو النضج والاستدامة ضمن منطق اقتصاد الإبداع الرقمي.

### 2.1. البودكاست (Podcast)

يعرف البودكاست على أنه شكل من أشكال البث الرقمي يعتمد على نشر حلقات صوتية أو مرئية عبر الإنترنت، يمكن الوصول إليها وتحميلها حسب الطلب، وغالباً ما ينشر عبر منصات متخصصة ويستمع إليه في أوقات مرتنة. (الخطيب، 2020، ص. 88)

ويقدمه جيك شايبيرا (Jake Shapiro)، أحد مؤسسي Radio Public، على أنه وسيط إعلامي جديد يعيد توزيع القوة من المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى الأفراد، بفضل انخفاض تكاليف الإنتاج وحرية التوزيع. (Shapiro, 2018, p. 5)

في المقابل، يعتبر نويل فريديلي (Noel Friedline) البوتوكاست «بيئة تفاعلية تُعيد خلق التجربة الإذاعية التقليدية ضمن أنماط سردية أكثر حرية وشخصاً، ما يمنحك الجمهور إحساساً أكبر بالشخصي والمشاركة.» (Friedline, 2017, p. 91)

إذن البوتوكاست هو وسيلة بث رقمية مرنّة، تتيح إنتاج محتوى صوتي متخصص وقابل للاشتراك، يعتمد على السرد الإبداعي ويتسق مع خصائص الإعلام الجديد من حيث التفاعلية، قابلية التخصيص، والاستدامة الاقتصادية.

### 3.1. الدعم الاستثماري للمشاريع الإعلامية :

يقصد بالدعم الاستثماري في الحقل الإعلامي «مجموعة المساعدات المالية والتقنية والإدارية التي تقدم للمشاريع الإعلامية الناشئة من قبل مؤسسات أو جهات حكومية وخاصة، بهدف تمكينها من الانطلاق والنمو وتحقيق استدامة اقتصادية.» (رقية، 2021، ص. 141)

ويشير Yves Gassot إلى أن الاستثمار في الإعلام الرقمي يرتكز على «توفير بيئة ملائمة للإنتاج الإبداعي عبر التمويل، الحاضنات، ودعم القدرات التكنولوجية والتسويقيّة.» (Gassot, 2017, p. 23)

كما تعبّر KPMG Media Outlook Report (2019) أن تمويل المبادرات الإعلامية الناشئة «أحد مفاتيح بناء اقتصاد رقمي متكامل، يربط بين المحتوى الإبداعي والطلب السوقي عليه، ضمن رؤية استثمارية قابلة للقياس والربح.» (KPMG, 2019)

وعليه في سياق هذه الدراسة، يفهم الدعم الاستثماري على أنه الآلية التي تربط بين الإبداع الإعلامي والإمكانات الاقتصادية التي تتيح له التحول من مبادرة فردية أو جماعية إلى مشروع إعلامي رقمي مستدام، من خلال توفير أدوات التمويل، التطوير، التوزيع، والتسويق.

### 4. الإبداع الإعلامي

يشير الإبداع الإعلامي إلى القدرة على إنتاج محتوى إعلامي جديد، أصيل، وفعال في التأثير، باستخدام أفكار غير تقليدية وأساليب عرض مبتكرة. ( سعد الدين، 2017، ص. 86)

ويعرفه Terry Flew بأنه استخدام الإبداع في صناعة المحتوى الإعلامي بحيث ينبع أشكال جديدة أو رسائل مبتكرة أو طرق تفاعل فريدة، ويكون ذلك غالباً مدعوماً بالتقنيات الرقمية. (Flew, 2012, p. 34)

كما يوضح (McIntyre, 2008) أن الإبداع في العمل الإعلامي لا يخترق في الفكرة فقط، بل يشمل العملية كلها من إنتاج وتوزيع واستقبال، إذ يتم فيه تفاعل بين المهارات الفردية والبنية المؤسسية والتكنولوجية.

من خلال هذه الدراسة، نرى أن الإبداع الإعلامي لا يتعلق فقط بجمالية المضمون، بل هو أساس في التحول نحو اقتصاد الإبداع. فنجاح البوتوكاست كمشروع إعلامي داخل الحاضنات، مرهون بمدى توفر الإبداع في الفكرة، المعالجة، والإخراج، بما يتماشى مع متطلبات الجمهور الرقمي.

## 2. الحاضنات الإعلامية كفضاء بديل لدعم الإنتاج الصوتي.

في عصر الإعلام الرقمي، أصبحت الحاضنات الإعلامية مراكز حيوية لدعم المشاريع الإعلامية المبدعة مثل البوتوكاست، حيث تشكل بيئة مثالية لتنمية الأفكار الإعلامية وتحويلها إلى مشاريع قابلة للاستدامة والنمو. تدعم الحاضنات الإعلامية المبدعين في مراحلهم الأولى من خلال توفير الدعم المالي، التقني، والتدريسي، بالإضافة إلى تسهيل الاتصال بشبكات احترافية تساعدهم على التوسيع والنمو في سوق الإعلام الرقمي. في هذا السياق، فإن دعم البوتوكاست من خلال هذه الحاضنات لا يقتصر فقط على الدعم المادي، بل يشمل أيضاً التوجيه الأكاديمي والإبداعي الذي يساهم في جعل البوتوكاست وسيلة إعلامية ناجحة وذات تأثير كبير على الجمهور.

## 1.2 دعم الحاضنات الإعلامية في البحث والتعليم

إذ تسهم الحاضنات الإعلامية في تعزيز الدور الأكاديمي للبوتوكاست عبر عدة طرق :

- التدريب الأكاديمي : تقدم الحاضنات الإعلامية برامج تدريبية وورش عمل مخصصة لتطوير المهارات الأكademية والإعلامية للمبدعين في مجال البوتوكاست. يشمل التدريب عادة مجالات مثل كتابة السيناريوهات الإعلامية، تقنيات المونتاج الصوتي، استراتيجيات التسويق الرقمي، وفهم تحليلات الجمهور. هذه الدورات تهدف إلى تحسين جودة البوتوكاست وزيادة مستوى الاحترافية في الإنتاج. فالخبرة العملية تعد جزءاً أساسياً من البرامج الأكاديمية في الإعلام، حيث يُطلب من الطلاب الانخراط في تدريب عملي داخل مؤسسات إعلامية متنوعة في مجالات مثل الإعلام الرقمي، التلفزة، الإذاعة، الصحافة، تحت إشراف

أكاديمي. هذا التدريب يمكن الطلاب من تطبيق معارفهم النظرية في بيئة عمل حقيقة، مما يعزز من مهاراتهم العملية في إنتاج المحتوى الإعلامي، بما في ذلك البوتاست. (القدس م، 2020، ص. 55)

البحث الأكاديمي: تعلم الحاضرات الإعلامية على ربط المشاريع الإعلامية الأكادémie مع الصناعات الإعلامية المبتكرة. من خلال التعاون بين الأكاديميين والمبدعين، يمكن توظيف البوتاست في الأبحاث الأكادémie في مجالات متعددة، مثل الإعلام الاجتماعي، الثقافة الرقمية، وتحليل الإعلام. ولذلك يعد البحث الأكاديمي حجر الزاوية في تطوير الحاضرات الإعلامية، حيث يُسهم في تحليل الاتجاهات الحديثة من تقنيات جديدة في مجال الإعلام الرقمي والبوتاست. وإمكانية تقييم فعالية البرامج التدريبية، ومدى فعالية البرامج التدريبية المقدمة داخل الحاضرات. بالإضافة إلى ابتكار نماذج عمل جديدة، فالبحث يساهم في تطوير نماذج عمل مبتكرة تتماشى مع التغيرات السريعة في صناعة الإعلام. (أحمد، 2020، ص. 3775-3776)

الشراكات مع المؤسسات التعليمية: تقوم العديد من الحاضرات الإعلامية بتكوين شراكات مع الجامعات والمؤسسات التعليمية لتعزيز البحث والتطوير في مجال الإعلام الرقمي. من خلال هذه الشراكات، يتمكن المبدعون من الحصول على إشراف أكاديمي مستمر من الخبراء في المجال الإعلامي، مما يعزز من فعالية مشاريعهم، إذ تعلم الحاضرات على جذب الأفكار والمختبرات العلمية الجديدة، وتحوילها إلى مشاريع تسهم في دفع الاقتصاد الوطني.

## 2.2. نشر المعرفة

يعتبر البوتاست وسيلة فعالة لنقل المعرفة الأكادémie إلى جمهور واسع. تعلم الحاضرات الإعلامية على توفير بيئة تسمح للمبدعين الأكادémie باستخدام البوتاست لنشر الأفكار الجديدة والبحوث العلمية، مما يعزز من تأثيرها على المجتمع العلمي والجمهور العام. (فدوة ن. ر. 2024، ص. 10)

يتضح مما سبق أن تطور الحاضرات الإعلامية لم يكن ولد المصادفة، بل جاء استجابةً لتحولات عميقة في بنية المعرفة، وسياقات إنتاجها، وتوزيعها، واستهلاكها في البيئة الرقمية المعاصرة. فقد أفرز التمازن بين الإعلام والبحث العلمي مسارات جديدة لإنتاج المعرفة، لم تعد حكراً على المؤسسات الأكادémie، بل أصبحت مجالاً رقمياً تفاعلياً تديره جهات متنوعة تتقاطع فيها التخصصات وتتفاعل فيما الأدوار. عليه، فإن فهم

خصائص هذه الحاضنات، وأنماط اشتغالها، وشروط فعاليتها، يعد ضرورة لفهم آليات تشكل السلطة المعرفية الجديدة في الفضاء الرقمي، كما يضعنا أمام تحديات نظرية ومنهجية في دراسة العلاقة بين الإعلام وإنتاج المعرفة الأكademie.

### 3. تحويل المحتوى الصوتي إلى مشاريع استثمارية رقمية

#### 1.3. البوودكاست كمنصة إبداعية مستقلة

أصبح البوودكاست اليوم من أكثر الوسائل الإعلامية مرونة وحرية، إذ يتيح لصانعي المحتوى التعبير الإبداعي بعيداً عن قيود النماذج التقليدية للإعلام. يُعتبر البوودكاست وسيلة فعالة لنقل الأفكار بطرق مبتكرة، من خلال توظيف السرد القصصي، التأثير الصوتي، والحوار المفتوح. وقد أشار تقرير (Deloitte, 2023) إلى «أن المحتوى الصوتي الإبداعي يشهد نمواً متزاًداً، ويجدب جمهوراً يبحث عن العمق والتجربة الشخصية.». فقد بلغت قيمة سوق البوودكاست العالمي حوالي 2.22 مليار دولار في عام 2022، ومن المتوقع أن تصل إلى 17.59 مليار دولار بحلول عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 29.8 % خلال فترة التوقعات. (Entertainment, 2025)

#### 2.3. دور الحاضنات في احتضان بودكاستات إبداعية

يعد التدريب والتأهيل المهني من أهم أدوار الحاضنات الإعلامية، إذ تسعى إلى تمكين صناع البوودكاست عبر ورشات تقنية وتكوينية تدمج بين السرد الصوتي والتسويق الرقمي، بما يحول المبدع إلى رائد أعمال رقمي من خلال : (حجاج ع, 2021، ص. 72)

- توفير التدريب والتأهيل المهني : تقدم الحاضنات الإعلامية برامج تدريبية متخصصة لصناع البوودكاست، تشمل :

1. تقنيات الإنتاج الصوتي : تعلم استخدام المعدات والبرمجيات الازمة لتسجيل وتحرير الحلقات.

2. مهارات السرد القصصي : تطوير القدرة على بناء محتوى جذاب وشيق.

3. التسويق الرقمي : استراتيجيات نشر الحلقات والوصول إلى الجمهور المستهدف.

مثال على ذلك، حاضنة «سماوة» لصناع البوودكاست (AMAWH Podcast., 2025)، التي تقدم ورش عمل نظرية وتطبيقية بإشراف خبراء في مجال إنتاج المحتوى، بهدف دعم وتطوير المحتوى الصوتي والمرئي للبوودكاست.

- ويمثل بذلك هذا النوع من التأهيل مدخلاً مهماً لتحويل المبدع الصوتي إلى رائد أعمال رقمي، إذ إن المهارات التقنية وحدها لا تكفي مالم تقترن بهم ديناميكيات السوق.

- توفر الموارد التقنية والدعم اللوجستي: تسهم البنية التحتية التي تقدمها الحاضنات في تحسين جودة الإنتاج، وتوفير بيئة احترافية للمبدعين، خاصة من خلال استوديوهات مجهزة ودعم فني متواصل إذ تتيح الحاضنات لصناع البودكاست الوصول إلى: (UNESCO, 2022).

1. استوديوهات تسجيل مجهزة: بيئة احترافية لتسجيل الحلقات بجودة عالية.
2. معدات حديثة: مثل الميكروفونات، وأجهزة المونتاج، والبرمجيات المتخصصة.
3. دعم فني: مساعدة تقنية مستمرة لضمان سير عملية الإنتاج بسلامة.

بناء شبكات تواصل وتبادل الخبرات: تسهم الحاضنات في ربط صناع البودكاست ببعضهم البعض، كما تتيح فرصاً للتواصل بين صناع البودكاست، بما يعزز من ثقافة التعاون، ويساهم في بناء منظومات إبداعية تشاركية. من خلال: (الشريف ر، 2023 ص. 89)

1. تبادل الخبرات: مشاركة التحديات والحلول بين المبدعين.
2. فرص التعاون: إنشاء مشاريع مشتركة وتوسيع نطاق التأثير.
3. الوصول إلى جمهور أوسع: من خلال الترويج المتبادل والتعاون في التسويق.

• دعم المحتوى المتنوع والمستقل: تشجع الحاضنات على إنتاج محتوى يعكس التنوع الثقافي والاجتماعي، وتُوفر بيئة داعمة للمبادرات المستقلة. على سبيل المثال، مبادرة «أصواتنا بودكاست» تهدف إلى ربط مقدمي البودكاست في منطقة شمال إفريقيا وغرب آسيا، وتقديم الدعم لهم لإنشاء شبكة عابرة للأوطان لتبادل الخبرات والأفكار.(Podcast, 2022).

تحفيز الابتكار في المحتوى: فمن خلال الدعم المستمر، تحفز الحاضنات صناع البودكاست على الابتكار والتجريب، سواء في أساليب السرد أو في الموضوعات والقضايا التي يطرحونها، وهو ما يشكل لبنة أساسية في بناء اقتصاد إعلامي تنافسي من خلال: (Jenkins, 2020, p. 154)

1. أنماط السرد: تجربة أساليب جديدة في تقديم القصص والمعلومات.
2. الموضوعات: تناول قضايا جديدة و مهمة تهم المجتمع.

3. التقنيات : استخدام أدوات وتقنيات حديثة لتحسين جودة المحتوى.

4. وهكذا يتضح أن التحول من مجرد إنتاج صوتي إلى مشروع رقمي استثماري يتطلب أكثر من موهبة سردية أو تقنيات تسجيل حديثة؛ بل يستدعي منظومة دعم متكاملة تشمل التأهيل المهني، التمكين المعرفي، وتوفير البيئة الحاضنة للابتكار. وفي ظل هذا الواقع، أصبحت الحاضنات الإعلامية بمثابة رافعة حقيقة تُسهم في نقل المبادرات الفردية إلى فضاءات ريادة الأعمال الرقمية. وفي هذا الإطار، يبرز التساؤل حول الأبعاد الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لهذا التحول، وهو ما سنحاول مقارنته من خلال المحور الثالث.

#### 4. آليات الاستدامة والتوزيع في مشاريع البوودكاستت داخل الحاضنات الإعلامية

في خضم التحول الرقمي الذي يعيد تشكيل المشهد الإعلامي العالمي، تبرز الحاضنات الإعلامية بوصفها آلية مؤسساتية داعمة للمبادرات الإعلامية المستقلة، خاصة في مجال الإنتاج الصوتي الرقمي، فقد أصبح البوودكاستت أكثر من مجرد وسيط بديل؛ بل هو امتداد حي للاقتصاد الإبداعي القائم على المعرفة والمحتوى النوعي، الأمر الذي تطلب تطوير بيئات احتضان تمكن صناعه من أدوات الإنتاج والتوزيع والتمويل.

في هذا السياق، لا تقتصر مهام الحاضنات الإعلامية على الدعم التقني، بل تتعدها إلى توفير رؤية استراتيجية للمشروع الإعلامي الناشئ، وذلك من خلال التدريب على تقنيات السرد، الترويج الرقمي، التمويل الجماعي، والربط بمنصات التوزيع العالمية، بما يحول البوودكاست من تجربة فردية إلى مشروع إعلامي مستدام. (Martin Spinelli, 2021.)

(90-pp. 88)

ولذلك استدامة مشاريع البوودكاستت داخل الحاضنات الإعلامية متعلقة بالمستويات الآتية :

- على مستوى الاستدامة: تعتمد الحاضنات على توفير دعم مباشر عبر تقديم منح إنتاجية أو احتضان تقني مجاني، إضافة إلى تأطير صناع البوودكاستت لإطلاق حملات تمويل جماعي (Crowdfunding)، أو البحث عن رعاة تجاريين ومعلنين يشاركون في دعم المحتوى ذي الطابع المتخصص. (Barrett J., 2022, p. 37)

- على مستوى التوزيع: فتسعى الحاضنات إلى تمكين المنتج الصوتي من الوصول إلى جمهور أوسع من خلال ربطه بمنصات نشر عالمية، والتي تعمل على توسيع نطاق البوودكاست من مثيل Apple Podcasts، Spotify (Google Podcasts) ومع

دعم صناع المحتوى في إعداد مواد ترويجية مناسبة للنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، مقاطع قصيرة لزيادة التفاعل والمشاركة. (Spinelli, 2019, p. 82)

لذلك تسهم بعض الحاضنات كذلك في تعزيز هذه الآليات من خلال شراكات استراتيجية مع جامعات، ومؤسسات مجتمع مدني، ومهرجانات إعلامية، مما يتيح للمحتوى فرضاً أكبر للاحتراف والاستمرارية، كما هو الحال مع حاضنة « إنكيوب ميديا » في تونس، (Yahia, 2021) ومنصة « صوت » في الأردن التي تعد نموذجاً لنجاح البوتوكاست في بيئة احتضان إبداعي وإعلامي. (Abujbara, 2020)

1.4. الجزيرة بوتكاست - نموذج رائد لتمكين البوتوكاست في بيئة احتضان إعلامي مؤسسي

يُستخدم مثال « الجزيرة بوتكاست » في هذا المقال بصفته مثالاًً توضيحيًّا/إرشادياً على نمط احتضان مؤسسي، ولا يرقى إلى « دراسة حالة » مكتملة الأدوات ما لم يُعدَّ بوثائق أولية/ثانوية محددة ومعايير مقارنة صريحة.

تمثل تجربة « الجزيرة بوتكاست » إحدى أبرز النماذج في العالم العربي التي تعكس التفاعل المتكامل بين المؤسسات الإعلامية الكبرى وبيئة ريادة الأعمال الإبداعية. إذ أطلقت شبكة الجزيرة الإعلامية في سنة 2019 منصتها الصوتية تحت عنوان « الجزيرة بوتكاست »، وذلك ضمن رؤية استراتيجية للتحول الرقمي والاستثمار في المحتوى السمعي الذي يواكب تطورات المشهد الإعلامي العالمي، ويخاطب جمهوراً عربياً متزايد الاهتمام بالبوتوكاست كمصدر بديل للمعرفة والتنقيف والترفيه.

في مرحلتها الأولى، ضمت المنصة برنامجين رئيسيين :

- « رموز » : يروي سيرة شخصيات تاريخية ذات تأثير، مع التركيز على الجوانب غير المألوفة في حياتهم ومسارتهم.
  - « لحظة » : يستعرض لحظات حاسمة في التاريخ الإنساني من خلال مقابلات مع شهود أو خبراء على صلة مباشرة بالأحداث. (قلالة، 2019)
- 2.4 دور الحاضنات الإعلامية في دعم المنصة.

في سياق التحولات العميقية التي يشهدها المشهد الإعلامي العربي، تبرز منصة « الجزيرة بوتكاست » بوصفها تجربة رائدة في مجال إنتاج المحتوى الصوتي الرقمي، مدروسة بنية مؤسسية متكاملة تجمع بين التكوين المنهي والدعم الاقتصادي والتكنولوجي. ومن أجل فهم دينامية هذا النموذج، من المهم الوقوف عند ثلاث ركائز أساسية شكلت مركبات هذه التجربة: أولاً، دور معهد الجزيرة للإعلام في بناء الكفاءات السردية والتقنية من خلال برامج تدريبية متخصصة ومبادرات داعمة للإعلام المستقل؛ ثانياً، الشراكة مع حاضنة

قطر للأعمال التي وفرت فضاءً اقتصادياً ومؤسساتياً حاضنًا لمشاريع الإعلام الناشئة؛ وثالثًا، أثر هذه المقاربة التكاملية على استدامة المنصة وتعزيز جودة الإنتاج. فيما يلي، نستعرض هذه المحاور بشيء من التفصيل، لإبراز كيف نجحت «الجزيرة بودكاست» في التموضع كنموذج مرجعي في اقتصاد الإبداع الصوتي العربي.

#### - معهد الجزيرة للإعلام :

يعد معهد الجزيرة للإعلام الذراع التدريبي والتطويري للشبكة، حيث يقدم برامج تدريبية متخصصة في إنتاج البوڈکاست، تشمل :

1. تقنيات السرد الصوتي.
2. إعداد وتحرير المحتوى.
3. استخدام أدوات التسجيل والмонтаж الحديثة.

كما أطلق المعهد مشروع «سند»، وهو برنامج دعم يستهدف المبادرات الإعلامية المستقلة في العالم العربي، ويوفر لها تدريباً، واستشارات، وتمويلًا جزئياً، مع تركيز واضح على دعم البوڈکاست كأداة تعبيرية جديدة. (للإعلام، 2021)

#### - حاضنة قطر للأعمال :

عززت شبكة الجزيرة الإعلامية شراكتها في بيئة ريادة الأعمال من خلال توقيع اتفاقية مع حاضنة قطر للأعمال قطر Business Incubation Center - QBIC)، ما أتاح إطلاق حاضنة متخصصة في دعم شركات الإعلام الناشئة. وقد شمل هذا التعاون :

1. توفير الدعم المالي والتقني للمشاريع الإعلامية.
- 2.ربط الشركات الناشئة بمراكز الابتكار في الدوحة وسان فرانسيسكو.
3. تحويل الأفكار الإعلامية المبتكرة إلى مشاريع قابلة للتنفيذ والاستدامة. (مصطفى، 2019)

#### - الأثر على استدامة المنصة ومهنية الإنتاج :

ساهم هذا الدعم المزدوج - التدريبي والمالي - في تمكين «الجزيرة بودكاست» من :

1. الدعم المالي واللوجستي: تأمين الموارد الالزامية للإنتاج والتوزيع.
2. التدريب والتطوير المهني: رفع كفاءة الفرق العاملة وضمان جودة المحتوى.
3. الوصول إلى جمهور واسع: الاستفادة من البنية التحتية الرقمية والشبكات الاجتماعية للمؤسسة. (2021، UNESCO)

هذا النموذج يعد دليلاً حياً على فاعلية الحاضنات الإعلامية المؤسسية في تحويل الأفكار الإبداعية إلى محتوى رقمي مستدام، حيث تلتقي عناصر التدريب، التمويل، التوزيع، والدعم اللوجستي داخل منظومة واحدة.

تمثل تجربة الجزيرة بودكاست نموذجاً مركزاً لتحول المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى فواعل حاضنة لمبادرات الإعلام الرقمي الصوتي. فمن خلال الدمج المتقن بين البنية التحتية المتطورة والدعم التكيني والمرافق التمويلية، رسخت الشبكة مقاربة تشاركية في إنتاج المحتوى، تتجاوز منطق البث التقليدي إلى فلسفة التمكين الإعلامي. إن توافر بيئه احتضان ذات بعد مزدوج (مهني-اقتصادي)، أتاح لنهاية «الجزيرة بودكاست» تحقيق شروط الاستدامة عبر تكوين جمهور وفي، وتطوير صيغ سردية مبتكرة تُعيد تعريف علاقة المتلقي بالمادة الصوتية. كما تكشف هذه التجربة عن وعي مؤسسي بأهمية اقتصاد الإبداع الصوتي في المشهد الإعلامي العربي، مما يجعلها حالة مرجعية قابلة للتحليل والتعميم، خاصة في سياقات تبحث عن نماذج لانتقال من البث إلى التمكين الإعلامي.

### خاتمة

سعت هذه الدراسة إلى مقاربة دور الحاضنات الإعلامية في دعم وتطوير الإنتاج الصوتي العربي ضمن سياق اقتصاد الإبداع الرقمي، من خلال تحليل بنيتها الوظيفية، وأدبياتها المؤسسية، وإمكاناتها التمكينية. وانطلقت الدراسة من فرضيات ترى في هذه الحاضنات كيانات بديلة تيسّر لمبادرات البوذكاست لانتقال من الهواية إلى الاحتراف، عبر توفير بيئه حاضنة تراعي الخصوصيات التقنية والسردية للإنتاج الصوتي.

اعتمد البحث على مقاربة نظرية جمعت بين مدخل اقتصاد الإبداع والإعلام الرقمي، مع تحليل نموذجي لحاضنة «الجزيرة بودكاست» باعتبارها إحدى أبرز التجارب العربية في هذا المجال. وقد تم التوصل إلى جملة من النتائج، أبرزها:

- أن الحاضنات الإعلامية تتيح للمبدعين فضاءً مؤسساتياً بديلاً للتكون، والتجريب، والتوزيع، في ظل غياب بيئات إعلامية تقليدية مرنة.
- أن فاعلية الحاضنة في تحقيق القيمة الاقتصادية يرتبط بمدى توفيرها لأدوات التمويل، والدعم التقني، والتسويق الرقمي، لا بمجرد الاحضان الرمزي.
- أن التوافق بين الحاضنة وخصوصيات الوسيط الصوتي (من حيث تقنيات الإنتاج، وأشكال السرد، وأساليب التفاعل مع الجمهور) يشكل شرطاً أساسياً لضمان الاستدامة.

تبقى هذه النتائج نظريةً وتحتاج إلى تدعيمٍ ميداني (مقابلات، تحليل وثائق، أو بيانات منصات) وإلى مقارنة نماذج حضانة مختلفة داخل العالم العربي من أجل تعميم أكثر صرامة.

وبناء على هذه النتائج، توصي الدراسة بما يلي :

- تطوير برامج تدريبية متخصصة في إنتاج المحتوى الصوتي داخل الحاضنات بالتعاون مع الجامعات، لتعزيز التكوين الأكاديمي والتطبيقي في هذا المجال.
  - إطلاق شراكات استراتيجية بين الحاضنات الإعلامية والمنصات الرقمية العالمية مثل Apple Podcasts و Spotify لتوسيع نطاق الوصول والتوزيع.
  - تأسيس صناديق دعم وتمويل للمشاريع الصوتية الثقافية والتعليمية، خاصة تلك التي تفتقر إلى طابع تجاري لكنها تحمل قيمة مجتمعية.
  - تعزيز البحث الأكاديمي في موضوع الحاضنات الصوتية من خلال تشجيع مشاريع التخرج ووسائل الماجستير والدكتوراه في هذا المجال.
  - وضع مؤشرات تقييم نوعية لقياس تأثير الحاضنات على جودة المحتوى واستدامتها، لتوجيه السياسات الإعلامية والاستثمارية المستقبلية.
- وبهذا، يفتح البحث آفاقاً نظريةً وميدانيةً لمزيد من الدراسات حول بيئة الاحضان الرقمية، ودورها في إعادة تشكيل اقتصاديات الإعلام العربي في العصر الرقمي.

#### المراجع

- الدين، ح. س. (2017). الإعلام والإبداع: رؤى نظرية وتطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- الربابعة، ن. ا. (2019). ريادة الأعمال في الإعلام الرقمي: مدخل إلى الابتكار والاستثمار في المحتوى. عمان: دار حامد للنشر.
- الشريف، ر. (2023). الاقتصاد الإبداعي وصناعة المحتوى العربي. بيروت: مركز دراسات المعرفة.
- بن رقية، س. (2021). اقتصاد الإعلام الرقمي: آليات وتحديات الاستثمار في البيئة الإعلامية الجديدة. الجزائر: دار الهدى.
- حجاج، ع. ا. (2021). التحول الرقمي وريادة الأعمال في الإعلام الجديد. القاهرة: دار الفكر العربي.
- سالم، ن. (2011). مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. عمان: دار اليازوري العلمية.
- القدس، م. (2020). الحاضنات الإعلامية ودورها في تطوير الإنتاج الرقمي. مجلة علوم الإعلام، 3.(15)

أميرة محمد محمد سيد أحمد. (2020). تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الواحد والعشرين. مجلة البحوث الإعلامية، 6، 54). [https://jsb.journals.ekb.eg/article\\_110189\\_59b139e9bf3003113b318dafce5bbfa5.pdf](https://jsb.journals.ekb.eg/article_110189_59b139e9bf3003113b318dafce5bbfa5.pdf)

معهد الجزيرة للإعلام. (2021). مشروع سند: تمكين المبادرات الإعلامية المستقلة. <https://insti.aljazeera.net/ar/media-development/work-areas/> معهد الجزيرة للإعلام يطلق مشروع دعم المبادرات المستقلة « سند ». (2023). <https://www.aljazeera.net/misc/2023/8/9>

الشريف، ح. (ب.ت). مبادرات البودكاست في العالم العربي مهارات. <https://maharatfoundation.org/media/2109/podcast-study-ar.pdf>

حجاج، ب. (ب.ت). مجال صناعة المحتوى: 10 طرق لاكتساب أفكار جديدة وإبداعية. <https://naaktob.com/the-best-ways-to-gain-new-content-creation-ideas/>

فدوة، ن. ر. (2024). حاضنات الأعمال كآلية لتحقيق التنمية المستدامة في إطار الدور الحديث للجامعة: دراسة ميدانية. مجلة العلوم الاجتماعية، 43(3). [https://iso.journals.ekb.eg/article\\_354420\\_df3d38c9ec3e831dc4b54f9118eed467.pdf](https://iso.journals.ekb.eg/article_354420_df3d38c9ec3e831dc4b54f9118eed467.pdf)

فلالة، م. (2019). الجزيرة بودكاست. عندما يروي الصوت ما لا تبوح به الصورة. <https://www.aljazeera.net/audio/podcasts>

Barrett, J. (2022). Podcasting and the creative industries: Production, platforms and power. London: Routledge.

Flew, T. (2012). The creative industries: Culture and policy. London: SAGE Publications.

Friedline, N. (2017). Digital storytelling and podcasting: The evolution of audio media. New York: Routledge.

Gassot, Y. (2017). Investir dans les médias numériques : Stratégies et enjeux. Paris: La Documentation Française.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2020). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York: NYU Press.

McIntyre, P. (2008). Creativity and cultural production: Issues for media practice. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Shapiro, J. (2018). Podcasting and the new audio age. Cambridge, MA: Harvard Kennedy School.

Spinelli, M., & Dann, L. (2021). Podcasting: The audio media revolution. London: Bloomsbury Academic.

Abujbara, R. (2020). The growth of Sowt: A podcasting network from the Arab world. Arab Media & Society. <https://www.arabmediasociety.com/the-growth-of-sowt>

- Barrett, M. (2021). Podcasting production and sustainability. *Journal of Media Innovation*, 8(1). <https://www.journalofmediainnovation.org/article/view/1185>
- Deloitte. (2023). 2023 media and entertainment industry outlook: Audio entertainment trends. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/telecommunications/audio-entertainment-industry-trends.html>
- KPMG. (2019). India's digital future: Media and entertainment report. <https://home.kpmg/in/en/home/insights/2019/08/media-and-entertainment-report.html>
- UNESCO (2021). Supporting independent media through media incubators. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379872>
- UNESCO (2022). Podcasting for media development: A toolkit. <https://en.unesco.org/podcasting-toolkit>
- Fortune Business Insights. (2025, May 5). Podcasting market size, share & COVID-19 impact analysis <https://www.fortunebusinessinsights.com/podcasting-market-107055>
- Samawh. (2025, May). Podcast Incubator. <https://www.samawh.com>
- Incubmedia. (2023). Tunisian media incubator initiatives. <https://incubmedia.tn>
- Our Voices Podcast. (2022, May). Cross-border podcasting in MENA region. <https://ourvoicespodcast.org/resources>
- Yahia, R. B. (2021). Incubating change: How Inkubator Media is empowering Tunisia's podcasters. <https://www.dw.com/en/inkubator-media-tunisia/a-58625993>

---

## ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة ظاهرة البوتوكاست في العالم العربي، من خلال تحليل كيفية تطور هذا الشكل الجديد من الإنتاج الإعلامي الرقمي، ودوره في تعزيز العددية الصوتية وتمكين الأفراد من التعبير عن قضاياهم بعيداً عن الأطر المؤسساتية التقليدية. وقد تم التركيز على البوتوكاست المستقل كمجال خصب لإنتاج المحتوى الثقافي والسياسي والاجتماعي، وذلك عبر توظيف منهج وصفي تحليلي ومقارني ببنية تجمع بين علوم الإعلام والاتصال والدراسات الثقافية. وقد توصلت الدراسة إلى أن البوتوكاست العربي يشهد نمواً متسارعاً بفضل تطور المنصات الرقمية والدعم الذي توفره بعض المبادرات الحاضنة للمشاريع الإعلامية الناشئة. كما أبرزت النتائج أن هذا الوسيط الرقمي يوفر فضاءً حرّاً للتعبير، ويساهم في صناع المحتوى إمكانية أكبر لبناء سردية بديلة، تعكس تمثاليتهم للذات والمجتمع، وهو ما يعزز مكانة البوتوكاست كأداة فعالة في المشهد الإعلامي الجديد بالمنطقة العربية. وتُبرّز هذه المساهمة، ضمن منظور اقتصاد الإبداع الرقمي، أن الحاضنات الإعلامية تُشكّل حلقةً تمكّن (تكوين/ تقنيات/تمويل/تسويق/توزيع) تسمح بتحويل الأفكار الصوتية إلى مشاريع قابلة للاستدامة داخل السوق الرقمي.

**الكلمات الرئيسية**

الإعلام الرقمي، بودكاست، الحاضنات الإعلامية، العالم العربي، اقتصاد الإبداع الرقمي، الاتجاه الصوتي العربي

**Résumé**

Cette recherche vise à étudier le phénomène du podcast dans le monde arabe, à travers une analyse de l'évolution de cette forme émergente de production médiatique numérique, et de son rôle dans la promotion de la pluralité des voix et l'autonomisation des individus à exprimer leurs préoccupations en dehors des cadres institutionnels traditionnels. L'accent est mis sur les podcasts indépendants comme champ fertile pour la création de contenus culturels, politiques et sociaux, en adoptant une méthode descriptive et analytique, ainsi qu'une approche interdisciplinaire croisant les sciences de l'information et de la communication avec les études culturelles. L'étude conclut que le podcast arabe connaît une croissance rapide grâce au développement des plateformes numériques et au soutien offert par certaines initiatives incubatrices de projets médiatiques émergents. Les résultats montrent que ce média numérique constitue un espace libre d'expression, permettant aux créateurs de contenu de construire des récits alternatifs reflétant leurs représentations de soi et de la société, renforçant ainsi le rôle du podcast comme un outil efficace dans le paysage médiatique contemporain du monde arabe. Elle montre également, dans la perspective de l'économie de la créativité, que les incubateurs médiatiques fonctionnent comme une chaîne de valeur (formation, outillage, financement, marketing, distribution) permettant de rendre l'audio arabe durable et monétisable.

**Mots-clés**

Médias numériques, Podcast, Incubateurs médiatiques, Monde arabe, économie de la créativité, production audio arabe

**Abstract**

This research aims to study the phenomenon of podcasting in the Arab world by analyzing how this new form of digital media production has evolved, and its role in promoting vocal plurality and empowering individuals to express their concerns outside traditional institutional frameworks. The focus is placed on independent podcasting as a fertile ground for producing cultural, political, and social content. A descriptive-analytical method and an interdisciplinary approach combining media and communication studies with cultural studies were employed. The study found that Arab podcasting is experiencing rapid growth due to the development of digital platforms and the support provided by incubator initiatives for emerging media projects. The results highlighted that this digital medium offers a free space for expression and enables content creators to build alternative narratives that reflect

their self-representations and perceptions of society, thereby strengthening the podcast's role as an effective tool in the new media landscape of the Arab region. It also argues, from a creative-economy lens, that media incubators operate as a value chain (training, tooling, funding, marketing, distribution) that can turn Arab audio projects into sustainable digital ventures.

---

### **Keywords**

Digital media, Podcasting, Media incubators, Arab world, creative economy, Arab audio production