

"وينامب" يعود إلى الحياة بعد سنوات من الغياب لمنافسة عمالقة البث الموسيقي



الجمعة 31 يوليو 2026 09:30 م

بعد أكثر من عقدين على تحوله إلى أحد أشهر برامج تشغيل ملفات الموسيقى الرقمية في العالم، يستعد برنامج وينامب للعودة إلى واجهة المنافسة من جديد، لكن هذه المرة بصورة مختلفة تمامًا عما عرفه المستخدمون في بدايات عصر ملفات MP3.

فالشركة المالكة للعلامة التجارية تسعى إلى إعادة إطلاق البرنامج كمنصة موسيقية متكاملة تجمع بين خدمات البث الحديثة والمكتبات الموسيقية الشخصية، في محاولة لاستعادة جزء من السوق الذي تسيطر عليه اليوم منصات البث العالمية.

وتأتي هذه العودة في وقت يشهد فيه قطاع الموسيقى الرقمية منافسة غير مسبوقة، حيث تهيمن خدمات مثل "سبوتيفاي" و"أبل ميوزيك" و"يوتيوب ميوزيك" على مئات الملايين من المستخدمين حول العالم، وهو ما يجعل مهمة "وينامب" الجديدة واحدة من أكثر التحديات صعوبة في سوق التكنولوجيا والترفيه.

شراكة استراتيجية مع "ديزر"

أعلنت شركتا Winamp وDeezerg عن توقيع شراكة استراتيجية تهدف إلى إطلاق خدمة اشتراك موسيقي مدفوعة تحمل علامة "وينامب"، على أن تتولى "ديزر" توفير البنية التقنية الخاصة بخدمة البث.

وبموجب الاتفاق، سيستخدم "وينامب" تقنية White Label التي توفرها "ديزر"، والتي تسمح بإطلاق خدمة بث موسيقي كاملة تحت هوية وعلامة تجارية مستقلة، مع الاستفادة من المكتبة الموسيقية الضخمة والمرخصة التي تمتلكها "ديزر"، دون أن يفقد "وينامب" شخصيته أو واجهته المميزة التي ارتبط بها ملايين المستخدمين على مدار سنوات.

وتمنح هذه الشراكة "وينامب" فرصة دخول سوق البث الموسيقي دون الحاجة إلى بناء شبكة تراخيص موسيقية عالمية من الصفر، وهي واحدة من أكثر العقبات تعقيدًا أمام أي منصة جديدة.

إطلاق رسمي خلال 2027

تخطط الشركة لإطلاق النسخة الجديدة من البرنامج خلال النصف الأول من عام 2027، في إطار استراتيجية جديدة تستهدف الجمع بين مزايا تشغيل الملفات المحلية وخدمات البث الحديثة داخل تطبيق واحد.

وتؤكد الشركة أن النسخة المقبلة لن تكون مجرد مشغل موسيقي تقليدي، وإنما منصة متكاملة لإدارة جميع مصادر الصوت التي يستخدمها المستمع، سواء كانت ملفات مخزنة على الحاسب الشخصي، أو مكتبات سحابية، أو محطات إذاعية عبر الإنترنت، أو برامج بودكاست، أو خدمات اشتراك موسيقي مدفوعة.

وترى الشركة أن هذه الرؤية قد تمنح المستخدمين تجربة أكثر تكاملاً مقارنة بالاعتماد على تطبيقات متعددة لكل خدمة.

تجربة استخدام أكثر مرونة

ورغم عدم الكشف عن جميع تفاصيل المنصة الجديدة، فإن "وينامب" أوضح أن المشروع يركز بصورة كبيرة على تخصيص تجربة المستخدم، من خلال واجهة قابلة للتعديل بما يتناسب مع تفضيلات كل مستخدم، إلى جانب أدوات ذكية لاكتشاف الموسيقى وتنظيم قوائم التشغيل وإدارة المحتوى الصوتي بسهولة

كما ستضم المنصة مزايا اجتماعية تسمح بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين، بالإضافة إلى وسائل جديدة لمشاركة المحتوى الموسيقي، بما يجعل التجربة مختلفة عن خدمات البث التقليدية التي تعتمد في الأساس على تشغيل الأغاني فقط

وتؤكد الشركة أن الهدف ليس مجرد توفير مكتبة موسيقية ضخمة، وإنما تقديم تجربة استماع أكثر شخصية ومرونة، تستفيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي في اقتراح المحتوى المناسب لكل مستخدم

منافسة شرسة أمام الكبار

ورغم الحماس الذي أثارته أخبار عودة "وينامب"، فإن الطريق أمامه لن يكون سهلاً، إذ يدخل سوقاً يهيمن عليه عدد محدود من الشركات العملاقة التي تمتلك قواعد مستخدمين بالمئات من الملايين، فضلاً عن استثمارات ضخمة في تطوير الخوارزميات والتوصيات الموسيقية وإنتاج المحتوى الحصري

وتسيطر منصات مثل "سبوتيفاي" و"أبل ميوزيك" و"يوتيوب ميوزيك" على الجزء الأكبر من سوق البث الموسيقي العالمي، ما يعني أن "وينامب" سيحتاج إلى تقديم قيمة مضافة حقيقية إذا أراد جذب المستخدمين ودفعهم للاشتراك في خدمة جديدة

ويرى محللون أن الجمع بين الملفات المحلية والبث السحابي داخل منصة واحدة قد يكون أحد أبرز عناصر التميز التي تراهن عليها الشركة

40 مليون مستخدم ما زالوا يستخدمون البرنامج

ورغم سنوات الغياب عن المنافسة المباشرة، تشير الشركة إلى أن النسخة المجانية من برنامج "وينامب" على أجهزة الكمبيوتر لا تزال تضم أكثر من 40 مليون مستخدم نشط حول العالم

ويمثل هذا الرقم نقطة انطلاق مهمة بالنسبة للشركة، إذ تمتلك بالفعل قاعدة جماهيرية كبيرة يمكن أن تتحول إلى مستخدمين للخدمة الجديدة بمجرد إطلاقها رسمياً

كما تراهن الشركة على أن اسم "وينامب" لا يزال يحتفظ بقيمة كبيرة لدى المستخدمين الذين ارتبطوا به خلال بدايات انتشار الموسيقى الرقمية

موجة الحنين تدعم العودة

تتزامن عودة "وينامب" مع موجة عالمية من الاهتمام بالتقنيات الكلاسيكية، حيث شهدت السنوات الأخيرة عودة ملحوظة لاستخدام أشرطة الكاسيت، وأجهزة تشغيل MP3، وحتى أجهزة "آيبود" القديمة، مدفوعة برغبة شريحة واسعة من المستخدمين في استعادة تجربة الاستماع التي سبقت هيمنة خدمات البث

ويرى مراقبون أن هذه الموجة قد تمنح "وينامب" فرصة للاستفادة من الحنين إلى الماضي، مع تقديم تجربة حديثة تناسب متطلبات المستخدمين في الوقت الحالي

محاولات متعددة لإحياء العلامة التجارية

لم تكن هذه هي المحاولة الأولى لإعادة "وينامب" إلى السوق، فقد شهدت السنوات الماضية عدة استراتيجيات مختلفة لإحياء العلامة التجارية

وخلال موجة تقنيات Web3، أعلنت الشركة عن دمج تقنيات NFT داخل البرنامج، بما يسمح للمستخدمين بربط مقتنياتهم الرقمية بالموسيقى، إلا أن هذه الفكرة لم تحقق الانتشار المتوقع

كما كشفت الشركة لاحقاً عن خطط لتحويل "وينامب" إلى منصة صوتية متعددة الخدمات تستهدف الفنانين وصناع المحتوى، مع توفير أدوات لتحقيق الدخل، والتواصل مع الجمهور، وتوزيع الأعمال الموسيقية بصورة مستقلة

عودة إلى الجذور برؤية جديدة

يبدو أن "وينامب" اختار في النهاية العودة إلى الفكرة التي صنعت شهرته، وهي توفير تجربة استماع متكاملة للموسيقى، لكن بأسلوب يناسب عصر البث الموسيقي والذكاء الاصطناعي

وتراهن الشركة على أن المزج بين الإرث التاريخي للبرنامج والتقنيات الحديثة قد يمنحها فرصة للعودة إلى المنافسة، خاصة إذا نجحت في تقديم تجربة مختلفة تتجاوز النموذج التقليدي لخدمات البث الموسيقي، وتلبي احتياجات المستخدمين الذين يرغبون في إدارة جميع مصادريهم الصوتية من خلال منصة واحدة