قمة قطر الأولى للذكاء الاصطناعي والتميز المؤسسي

" نحو مؤسسات أكثر ذكاءً وكفاءةً واستدامة "

25–26 سبتمبر 2026 | الدوحة – دولة قطر

نحو دراما قيمية قصيرة بالذكاء الاصطناعي

تجربة «رواد القيم» وأثرها المجتمعي

ورقة عمل مقدمة لقمة قطر الأولى للذكاء الاصطناعي والتميز المؤسسي

محمد عبدالناصر الفخراني

ماجستير في الدعوة والتنمية البشرية

مدير إدارة مشاريع الإعلام القيمي بشركة رواد القيم للإنتاج الفني

اعتماد الملف العلمي

رئيس اللجنة العلمية – قمة قطر الأولى للذكاء الاصطناعي والتميّز المؤسسي

د. أمل علاونة

سبتمبر 2026

فهرس المحتويات

الملخص 3
الكلمات المفتاحية..... 3
المقدمة 4
الإطار النظري 5
المحور الأول: الإقناع السردي وبناء الوعي 5
المحور الثاني: الدراما بوصفها قوة ناعمة 5
المحور الثالث: الدراما القصيرة والمنصات الرقمية..... 6
المحور الخامس: الذكاء الاصطناعي والإبداع المنضبط..... 7
التحليل والنتائج 8
تمهيد: التعريف بالحالة المؤسسية 8
أولًا: الملاحظات المستخلصة من التجربة 9
ثانيًا: الفجوات..... 11
ثالثًا: الفرص 12
رابعًا: النتائج الرئيسة 12
التوصيات 13
الخاتمة 14
المراجع والمصادر 15

الملخص

تتناول هذه الورقة توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الدراما القيمية، في ظل فجوة صارخة بين الحجم الاقتصادي الهائل لصناعة الدراما عالميًا وعربيًا وضآلة ما يخصص فعليًا للمحتوى القيمي؛ فبينما تقترب صناعة الإعلام والترفيه العالمية من 3 تريليونات دولار، وتتجاوز سوق الدراما العربية نصف مليار دولار سنويًا، لا تحظى الدراما القيمية بأي تصنيف استثماري مستقل.

تعتمد الورقة منهج دراسة حالة نوعية لتجربة شركة «رواد القيم للإنتاج الفني» بالشراكة مع «مجلة المجتمع الكويتية»، في ضوء مفاهيم الإقناع السردي والدراما بوصفها قوة ناعمة، مع تحليل موثّق لأسباب التحول نحو الدراما القصيرة، ومراجعة نقدية لحدود فعالية الدراما القيمية استنادًا إلى التحليلات العلمية والشواهد الميدانية العربية.

وتبين التجربة أن الذكاء الاصطناعي سرّع الإنتاج وجعله أكثر انتظامًا، بينما ظل نجاح العمل مرهونًا بوضوح القضية وقوة الحبكة والمعالجة الإنسانية. وتخلص الورقة إلى أن التميز المؤسسي يتحقق بدمج التقنية في منظومة تقودها الرسالة ويظل الإنسان مسؤولًا عن جودتها وسلامتها القيمية.

الكلمات المفتاحية

الذكاء الاصطناعي التوليدي – الدراما القيمية – الإعلام القيمي – الإقناع السردي – الدراما القصيرة – الحوكمة الأخلاقية.

المقدمة

يتسارع تحول الإعلام بفعل الذكاء الاصطناعي التوليدي والقصص البصرية القصيرة. وتقدّر PwC حجم صناعة الإعلام والترفيه عالميًا بنحو 3 تريليونات دولار عام 2024، مع توقع وصوله لـــ 3.5 تريليون دولار بحلول 2029 (PwC, 2025). وفيما تجاوزت سوق الدراما العربية 500 مليون دولار سنويًا يتركز أغلبها في رمضان (صحيفة النهار، 2025)، تغيب الإحصاءات الرسمية لحصة «الدراما القيمية»؛ بوصفها قطاعًا مستقلًا، مما يصعّب تقدير حجم الإنفاق والاستثمار المخصص لها.

وفي بيئة رقمية شديدة التنافس على الانتباه، تحوّل نحو 58% من إجمالي وقت مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي عالميًا إلى محتوى قصير (Vidico, 2026)، وتراجع متوسط طول الفيديو المفضّل إلى ما دون الدقيقة. وتتزاحم الرسائل القيمية في هذه البيئة مع محتوى سريع الاستهلاك، أمام مؤسسات إعلامية ذات مرجعية دينية يظل إنتاجها التقليدي مرتفع الكلفة وبطيء التنفيذ.

وأتاحت الأدوات التوليدية فرصًا لتجاوز هذه العوائق، غير أنها تثير في الوقت ذاته قضايا تتصل بجودة السرد، والأصالة، والضبط الشرعي والأخلاقي، ومسؤولية الإنسان عن المنتج. وتندرج الورقة ضمن محور القمة «قصص النجاح والتجارب المؤسسية الرائدة»، وتتقاطع مع محوري «الذكاء الاصطناعي والتحول المؤسسي» و«الحوكمة الرقمية وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي»، عبر تحليل تجربة شركة «رواد القيم» في بناء نموذج يجمع بين الكفاءة التقنية والقوة السردية والمرجعية القيمية.

الإطار النظري

يتناول الإطار النظري خمسة محاور تفسر فاعلية الدراما القيمية، وملاءمتها للمنصات الرقمية، ودور الذكاء الاصطناعي في تطوير إنتاجها.

المحور الأول: الإقناع السردي وبناء الوعي

تستند فاعلية الدراما إلى قدرة السرد على إدماج المتلقي في عالم القصة وتقليل مقاومته للرسالة. ويوضح نموذج احتمالية التوسع الممتد أن الاستغراق في الأحداث والتماهي مع الشخصيات يحدان من التفكير المضاد، فيصبح المتلقي أكثر تقبلاً للرسائل الضمنية (Slater & Rouner, 2002). كما تؤكد الدراسات أن دمج الرسائل التوعوية في قوالب قصصية يمكن أن يدعم المعرفة والمواقف والنوايا والكفاءة الذاتية (Doré et al., 2025). فيما توصلت دراسات أخرى إلى أن الدراما يمكن أن تسهم في البناء القيمي للإنسان، بشرط اشتمالها على مضمون هادف (عبدالظاهر، 2019). ومن ثم، تنبع قوة الدراما القيمية من تحويل المبدأ المجرد إلى اختيار وصراع ونتيجة، بما يتيح للمشاهد إدراك أثر القيمة دون تلقين مباشر، ليتحول الفن إلى مرآة تعكس صراع الضمير الإنساني، وتنتصر للقيم المثلى الصادقة بعيدًا عن الوعظ أو التدين المظهري الزائف (مجلة المجتمع، 2026).

المحور الثاني: الدراما بوصفها قوة ناعمة

تتجاوز الدراما وظيفتها الترفيهية؛ إذ تسهم القصص والشخصيات المتكررة في تشكيل التصورات المتعلقة بالأسرة والنجاح والمسؤولية والهوية. ولهذا أصبحت الصناعات السردية مجالًا للقوة الناعمة والتأثير الثقافي، لا مجرد منتج فني (Borum Chattoo, 2021; Bae et al., 2024) لذا وصفت دراسة (عيد، 2023) الدراما بأنها «أكثر فنون الاتصال الجماهيري تأثيرًا»، مستشهدة

بفيلم «أريد حلًا» بوصفه سببًا في تغيير قانون الأحوال الشخصية المصري. ويؤكد (شرف الدين، 2019) هذا الحضور بوصف الدراما أحد المؤثرات الأساسية بعد الأسرة والمدرسة في التنشئة الاجتماعية.

المحور الثالث: الدراما القصيرة والمنصات الرقمية

أعادت المنصات الرقمية تشكيل طرائق إنتاج القصص واستهلاكها، وعززت حضور المقاطع القصيرة الملائمة للمشاهدة عبر الهاتف والتداول السريع. غير أن قصر المدة يفرض تكثيف الحبكة، وتقليل الشخصيات، وبناء العمل حول رسالة مركزية واحدة. وتشير دراسات المحتوى القصير إلى أن الوصول وحده لا يكفل فاعلية الرسالة؛ إذ تتأثر الاستجابة بالتأطير العاطفي، ومصداقية المصدر، وملاءمة المعالجة للجمهور (Jerin et al., 2024; Hu et al., 2024). لذلك تناسب الدراما القصيرة القضايا القابلة للتجسيد البصري، بينما قد تتطلب القضايا الفكرية والشرعية المركبة حوارًا أو صيغًا أطول.

المحور الرابع: الدراما والاستثمار الاقتصادي

يكتسب قطاع الدراما القصيرة (Micro-Drama) عالميًا زخمًا استثماريًا متسارعًا؛ إذ قفزت إيراداته من 178 مليون دولار في الربع الأول 2024 إلى نحو 700 مليون في الربع الأول 2025، مع توقع مضاعفة إيراداته السنوية من 3.8 إلى 7.8 مليار دولار بين 2025 و2026 (Deloitte, 2026).

عربيًا، يتسم الإنتاج بتفاوت حاد في التمويل؛ فقد قُدّر إنفاق موسم رمضان بنحو 210–270 مليون دولار موزعة على 45 عملاً بمتوسط 1.6 مليون دولار للعمل، باستثناء إنتاجات تاريخية ضخمة استأثرت بميزانيات تجاوزت 100 مليون دولار مثل مسلسل «معاوية» (صحيفة النهار، 2025).

وتبرز الفجوة في غياب أي رصد مستقل لحصة «الدراما القيمية»؛ ما يجعلها مبادرات متفرقة لمؤسسات دينية وخيرية –مثل «رواد القيم» و «مجلة المجتمع» – لا قطاعًا استثماريًا برأس مال مستقل، وهو ما يعزز أهمية استكشاف حلول إنتاجية أكثر كفاءة من حيث الوقت والكلفة، ومنها توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي في بعض مراحل الإنتاج.

المحور الخامس: الذكاء الاصطناعي والإبداع المنضبط

يُعيد الذكاء الاصطناعي التوليدي تنظيم دورة الإنتاج الدرامي وتكامل مراحلها؛ إذ يتدخل بدءًا من رصد الفجوات والظواهر القيمية واستلهام الأفكار، مرورًا بتطوير المعالجة البصرية، وتصميم الشخصيات والبيئات، وصولًا إلى التحريك، وهندسة الصوت، والمونتاج. وبذلك يتحول في المراحل التنفيذية إلى ما يشبه «المخرج المساعد» الذي يمد المخرج البشري بحلول إخراجية وبدائل مبتكرة لزوايا التصوير، وتناسق الألوان، واللغة البصرية؛ ما يعزز كفاءة القرار الفني دون مصادرة القيادة الإبداعية للإنسان.

غير أن الدراسات الواردة في الورقة لا تسند تصورًا يجعل التقنية مصدر الإبداع أو التأثير بذاتها؛ فقد أكدت المراجعات المنهجية الحديثة أن القصص والسرديات تمتلك أفضلية إقناعية واضحة مقارنة بالرسائل المباشرة أو الإحصاءات الجافة، خاصة في مجالات التثقيف وتعديل السلوك (Ma & Nan, 2025). كما يطرح (Hemraj, 2025) توظيف المخرجات الآلية بوصفها قوالب أولية يعيد المبدع تفسيرها وتكييفها، وبناءً عليه، توسّع التقنية البدائل وتسرّع التنفيذ، بينما يحدد الإنسان القضية والقيمة والحبكة ويتحمل مسؤولية المنتج النهائي؛ فيصبح الذكاء الاصطناعي أداة داخل منظومة تقودها الرسالة، لا بديلاً عن المبدع.

التحليل والنتائج

ينطلق التحليل من توصيف سير العمل في شركة «رواد القيم»، وفحص نماذج أُنتجت بالتعاون مع شريكها التنفيذي «مجلة المجتمع» الكويتية، وتحليل مؤشرات المشاهدة والتفاعل على الحسابات الرسمية للمجلة، وذلك في ضوء أطر الإقناع السردي، والدراما القصيرة، والتكامل بين المبدع البشري وأدوات الذكاء الاصطناعي.

اعتمدت دراسة الحالة على مجموعة من المصادر المتكاملة، شملت السجلات الداخلية لشركة «رواد القيم»، وتقارير الأداء ووثائق المشروعات المرتبطة بمراحل التخطيط والإنتاج والمراجعة، إلى جانب بيانات المشاهدة والتفاعل ونتائج الحملات التسويقية المنشورة عبر المنصات الرسمية للجهات المتعاونة، وفي مقدمتها «مجلة المجتمع» الكويتية. كما استفادت الدراسة من الملاحظة المباشرة لسير العمل، والتحليل النوعي لتعليقات الجمهور واستجاباته، ومن الآراء والملاحظات التي جُمعت من عدد من المتلقين، بينهم متخصصون في التربية وتقنيات الذكاء الاصطناعي؛ بهدف تكوين قراءة تجمع بين مؤشرات الأداء الكمية والتقييم النوعي للتجربة.

تمهيد: التعريف بالحالة المؤسسية

تمثل «رواد القيم» شركة إنتاج إعلامي متكامل تحول القضايا المجتمعية إلى منتجات بصرية وسمعية هادفة، بالتعاون مع شريكها التنفيذي «مجلة المجتمع» الكويتية. وتشمل دورة عملها ابتكار الفكرة والبحث وكتابة السيناريو، والتدقيق الشرعي والتاريخي واللغوي، والتنفيذ البصري والصوتي، ثم النشر والتسويق وقراءة استجابة الجمهور. وتوظف الشركة الذكاء الاصطناعي في توليد التصورات والشخصيات والبيئات وتحريك الصور ومعالجة الصوت، ضمن فريق متعدد التخصصات يحتفظ بالاعتماد البشري في جميع المراحل؛ لتقدم تجربتها المشتركة حالة مؤسسية لدراسة العلاقة بين سرعة الإنتاج، وجودة السرد، والضبط القيمي.

أولًا: الملاحظات المستخلصة من التجربة

1. التحول إلى الإنتاج المنتظم

سبق التوسع في التجربة برنامج تدريبي مكثف للفريق استمر لمدة شهر، ثم استهدفت خطة 2026 بالتعاون مع مجلة المجتمع إنتاج مقاطع درامية شهرية لا تتجاوز دقيقتين في الغالب. وانخفض متوسط تنفيذ الفيلم إلى يوم أو يومين، مقابل أكثر من شهر لأعمال مماثلة بالأساليب الدرامية التقليدية. ولم يلغ الذكاء الاصطناعي الجهد البشري، بل نقله إلى هندسة الأوامر، وتوليد البدائل، وضبط ثبات الشخصيات والحركة، والمونتاج والمراجعة.

2. مركزية الفكرة والحبكة

بينت التجربة أن وضوح الهدف والتركيز على القيم المفقودة التي تمس الواقع الاجتماعي ومعالجتها بالحبكة الدرامية القصيرة والإبداعية تزيد من الاهتمام النوعي للجماهير وتحفزهم على التفاعل مع الفكرة ومشاركتها عبر منصاتهم الشخصية. ففي مقطع «حصاد البراشيم» الذي نفذته الشركة تحول الغش من مخالفة مدرسية إلى سلسلة تنتهي بخطأ مهني يهدد حياة الآخرين. واقترب الفيلم من نصف مليون مشاهدة بعد أيام، مقابل نحو ثلاثة آلاف مشاهدة لفيديو تقليدي سابق عن القضية نفسها وعلى ذات المنصة وهو بعنوان «فساد القيم وظاهرة الغش» (قناة مجلة المجتمع على يوتيوب)، وهو ما يظهر تفاوتًا واضحًا في مستوى الوصول والتفاعل بين المعالجتين، ويتسق مع ما تشير إليه الأدبيات حول أهمية الحبكة والسرد في جذب الجمهور، دون اعتبار عدد المشاهدات وحده دليلًا على العلاقة السببية.

3. الدراما القيمية في الإعلام الديني

كشفت التجربة أن الدراما حولت الحكم أو المعلومة المجردة إلى شخصية واختيار وصراع ونتيجة، ومن ثم قربت المسافة بين معرفة القيمة وإدراك أثرها. وهي لا تستبدل المقال أو المواد الإعلامية الأخرى، بل تكملها بلغة فنية تناسب الجمهور الرقمي، وتمكن المؤسسات القيمية من المشاركة في تشكيل المخيلة الاجتماعية بدل تركها لمضامين قد لا تنسجم مع مرجعيتها.

4. الدراما الصامتة والمنصات الرقمية

عزز قصر مدة الدراما القيمية وغياب السرد القصصي المطول من قابليتها للمشاهدة وسرعة الانتشار والتداول الرقمي. وفرض القالب الصامت التكثيف البصري، والاعتماد على شخصيات محدودة، وبناء العمل حول رسالة مركزية واحدة وتحول درامي واضح؛ في حين يظل الحوار والتعليق الصوتي والسرد الأطول متطلبًا ضروريًا لمعالجة القضايا الفكرية والشرعية المركبة.

5. الاستجابة السريعة المنضبطة

جاء إنتاج قصة "رسالة طفل إلى البطل الكويتي عايض العتيبي" في سياق الأحداث التي شهدتها دولة الكويت في 3 يونيو 2026، ونُشر الفيلم في 5 يونيو بعد جمع المعلومات والحصول على الموافقات وتنفيذ المعالجة. وحقق العمل تفاعلًا واسعًا وإشادة من أسرة البطل، متجاوزًا 200 ألف مشاهدة على إنستغرام خلال الساعات الأولى، فضلًا عن 10 آلاف تعليق ومشاركة (حسب تقرير المنصات)؛ ما يبرهن على ميزة تقليص زمن الإنتاج دون الإخلال بمتطلبات التحقق والمراجعة.

6. الحوكمة البشرية وضبط الجودة

يخضع مسار العمل لمنظومة حوكمة دقيقة تُبقي قيادة المعنى واعتماد المخرج النهائي تحت الإشراف البشري الكامل؛ إذ تُلزم بالتحقق المسبق من الوقائع، واستيفاء الموافقات، وحظر استنساخ الأصوات أو الوجوه الحقيقية دون إذن، ومراجعة الدلالات الضمنية، والإفصاح عن المعالجة التوليدية. ويوضح الجدول التالي بوابات هذا المسار، مقترنةً بأبرز أدوات الذكاء الاصطناعي الموظفة في كل مرحلة:

البوابة	الوصف والضوابط المرتبطة بها	أدوات الذكاء الاصطناعي المستخدمة AI Tools
1. رصد القضية	تحديد القضية والتحقق من واقعيتها إن استندت لحادثة حقيقية	Google Trends - Analytics Research Tab - المتابعة المستمر للمستجدات
2. تحديد الزاوية	اختيار زاوية المعالجة الأنسب للجمهور المستهدف	ChatGPT- Gemini - Claude من خلال برومبت توليدي محدث ومدقق بشكل دوري
3. بناء الحبكة	كتابة السيناريو وتحديد الشخصيات والصراع والنتيجة	ChatGPT- Gemini - Claude من خلال برومبت توليدي محدث ومدقق بشكل دوري
4. الاعتماد الأولي	مراجعة شرعية وتاريخية ولغوية والحصول على الموافقات	يخضع للتدقيق البشري بشكل كامل
5. الإنتاج التكراري	توليد التصورات والشخصيات بالذكاء الاصطناعي وتحسين المخرجات	Higgsfield - Magnific - Veo 3 - Suno - Vocal Remover من خلال برومبت توليدي محدث ومدقق بشكل دوري
6. المراجعة متعددة التخصصات	مراجعة الرسائل الضمنية، والتحقق من أذونات استخدام الوجوه والأصوات، وإجراء تدقيق شرعي وقيمي لضمان خلو العمل من أي مخالفات شرعية	يخضع للتدقيق البشري بشكل كامل
7. النشر والتعلم	النشر مع الإفصاح عن الذكاء الاصطناعي وقراءة استجابة الجمهور	Social Media Channels / Networks ChatGPT- Gemini - Claude من خلال برومبت توليدي محدث ومدقق بشكل دوري

ثانيًا: الفجوات

تكشف التجربة أربع فجوات رئيسة:

1. فجوة سردية بين أهمية الرسالة وقدرتها على جذب الجمهور وسط المحتوى الهابط.
2. فجوة تقنية بين إمكانات أدوات الذكاء الاصطناعي ومستوى الثبات المطلوب في الشخصيات.

3. فجوة الصياغة حيث ينحصر النضج التقني في الأعمال الصامتة لصعوبة ضبط اللهجات العربية والتزامن الحواري المعقد آليًا.
4. فجوة بيانات لعدم تكامل مؤشرات المنصات وقصورها عن رصد إعادة التداول.

ثالثًا: الفرص

تتيح معالجة الفجوات تحويل بوابات الإنتاج السبع إلى دليل تشغيلي قابل للنقل، يجمع بين القيمة والحبكة الجاذبة وضبط الجودة. كما تفتح المجال لإنشاء مكتبة قصص قيمية قابلة للتوزيع، وتوحيد مؤشرات الإكمال والحفظ والمشاركة لتحسين المحتوى، مع بقاء القيمة والاعتماد مسؤولية بشرية لا خوارزمية.

رابعًا: النتائج الرئيسة

1. تمنح الدراما القيمية المؤسسات الدينية والتوعوية أداة استراتيجية لتجسيد القيم في قصص إنسانية جاذبة ومؤثرة.
2. يخفض الذكاء الاصطناعي عوائق الإنتاج القصير المنتظم، دون أن يكون العامل الحاسم في النجاح.
3. أهمية الرسالة وحدها لا تكفي؛ فالدراما القيمية تنافس المحتوى الهابط بالحبكة الجاذبة لا بالموضوع الأخلاقي فقط.
4. تلائم الدراما الصامتة القصيرة بيئة المنصات، بشرط رسالة واحدة، مع اختلاف الصيغة للقضايا المركبة.
5. الحوكمة البشرية والشرعية والفنية شرط لجودة المنتج وسلامته القيمية.
6. يقابل الحجم الاستثماري الكبير لصناعة الدراما عالميًا وعربيًا غياب بيانات مستقلة وواضحة حول حجم التمويل والاستثمار المخصص للدراما القيمية.

التوصيات

في ضوء التحليل والنتائج، توصي الورقة بما يلي:

1. إدراج الدراما القيمية ضمن الخطط السنوية للمؤسسات الدينية والتوعوية، بتحديد القضايا والجمهور والميزانية، والبدء في مشروعات تجريبية قبل التوسع.
2. تشكيل فريق مؤسسي يجمع البحث والسيناريو والإخراج والذكاء الاصطناعي والتدقيق الشرعي، مع تدريب مستمر يحفظ القرار البشري.
3. اعتماد دليل مؤسسي لمراحل المراجعة، وضوابط الملكية الفكرية والخصوصية والإفصاح عن المحتوى المولّد، مع تحديثه دوريًا.
4. اختيار القضايا من احتياجات الجمهور، وإعطاء الحبكة أولوية تسبق التوليد التقني، وبناء كل عمل حول صراع إنساني ورسالة واحدة.
5. متابعة نسب الإكمال والحفظ والمشاركة لتحسين الحبكة والتوزيع، دون اتخاذ كثرة المشاهدات وحدها معيارًا للجودة.
6. بناء رصيد مؤسسي من القضايا والقصص القابلة للتحول إلى سلاسل وصيغ ولغات متعددة، وتعزيز الشراكات لتوسيع الإنتاج.
7. تخصيص حصة استثمارية معلنة للدراما القيمية القصيرة، بالاستفادة من انخفاض كلفة الإنتاج ونمو سوق الدراما المصغّرة.

الخاتمة

تخلص الورقة إلى أن الدراما القيمية تمنح المؤسسات الإعلامية ذات المرجعية الدينية والتوعوية وسيلة استراتيجية لتحويل القيم من توجيهات مجردة إلى تجارب إنسانية جاذبة وقابلة للتداول، في وقت تتجاوز فيه صناعة الدراما عالميًا تريليونات الدولارات، مع غياب بيانات مستقلة توضح حجم الاستثمار المخصص للدراما القيمية.

وتبين تجربة «رواد القيم» بالتعاون مع «مجلة المجتمع» أن الذكاء الاصطناعي يكسر حواجز الكلفة الإنتاجية ويضمن استدامة الدراما القصيرة اقتصاديًا، دون أن يُلغي مركزية الإبداع البشري. وتؤكد التجربة أن الحوكمة الصارمة والمراجعة الشرعية والتحريرية ليست قيدًا على الابتكار، بل ركيزة أساسية لجودته وأصالته. وبذلك تتكامل نتائج الورقة مع محاور القمة؛ إذ لا ينبع التميز المؤسسي من مجرد تبني التقنية، بل من توظيفها كأداة تنفيذية داخل منظومة تحكمها الرسالة، ويظل الإنسان فيها صانع المعنى والمسؤول الأول عنه.

المراجع والمصادر

أولًا: مراجع أكاديمية أجنبية محكّمة

Bae, Y. H., Jun, J. W., & Lee, H. M. (2024). Cross-cultural TV drama viewing, parasocial acculturation, and host country branding: Empirical evidence and implications. *International Journal of Communication, 18*, 5448–5470. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20163

Borum Chattoo, C. (2021). Entertainment-education as social justice activism in the United States: Narrative strategy in the participatory media era. In L. B. Frank & P. Falzone (Eds.), *Entertainment-education behind the scenes: Case studies for theory and practice* (pp. 39–59). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2_4

Doré, A., Rebitschek, F. G., Morello, K., Stierstädter, E., Thiemann, K. J., & Kubiak, T. (2025). A systematic review and meta-analysis of the effects of entertainment-education interventions on persuasive health outcomes. *Scientific Reports, 15*, Article 27939. https://doi.org/10.1038/s41598-025-11012-y

Hemraj, S. (2025). AI and the future of creative development: Redefining digital media production. *AI and Ethics, 5*(5), 5105–5119. https://doi.org/10.1007/s43681-025-00765-x

Hu, S., Kirkpatrick, C. E., Lee, N., Hong, Y., Lee, S., & Hinnant, A. (2024). Using short-form videos to get clinical trial newcomers to sign up: Message-testing experiment. *Journal of Medical Internet Research, 26*, Article e49600.

https://doi.org/10.2196/49600

Jerin, S. I., O'Donnell, N., & Mu, D. (2024). Mental health messages on TikTok: Analysing the use of emotional appeals in health-related #EduTok videos. *Health Education Journal, 83*(4), 395–408. https://doi.org/10.1177/00178969241235528

Ma, Z., & Nan, X. (2025). The persuasive effects of narratives: A systematic review of reviews. *Annals of the International Communication Association, 49*(3), 159–176. https://doi.org/10.1093/anncom/wlaf007

Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory, 12*(2), 173–191. https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x

ثانيًا: مراجع عربية محكمة

عبدالظاهر، و. (2019). الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث الدراما الدينية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (69)، 653–737.

عيد، هـ. (2023). سيميولوجية تناول قضايا المرأة المطلَّقة في الدراما التلفزيونية: دراسة حالة مسلسل فاتن أمل حربي. مجلة البحوث الإعلامية، 65(2)، 1137–1188.

شرف الدين، ع. (2019). دراما الأطفال التلفزيونية: دراسة تحليلية نقدية. مجلة الطفولة العربية، 20(79)، 10–37.

ثالثًا: تقارير مؤسسية

PwC. (2025). Global entertainment and media industry revenues to hit US$3.5 trillion by 2029. https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2025/pwc-global-entertainment-media-outlook.html

Deloitte. (2026). Tiny episodes, massive appeal: Short-form serials are gaining viewers and empowering independent studios. https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/2026/short-form-video-series.html

رابعًا: صفحات بيانات إلكترونية

Vidico. (2026). 60+ short-form video statistics for 2026. Vidico. https://vidico.com/news/short-form-video-statistics/

صحيفة النهار. (2025). سوق الدراما العربية في رمضان 2025 يتخطى ربع مليار دولار. موقع صحيفة النهار.

https://annah.ar/204092

قناة مجلة المجتمع على يوتيوب.

https://youtu.be/gLEZaRQ8vQA?si=4LBgAokhKMvRuvnn

موقع مجلة المجتمع. (2026). الدراما والدين.. الوقوع في فخ النمطية

https://mugtama.com/a/az5LmdXj