



# جائزة صناع المحتوى



من التكريم إلى  
بناء القيمة  
المؤسسية

قراءة تحليلية في تجربة اللجنة الوطنية  
لصنّاع المحتوى تحت مظلة  
اتحاد الغرف السعودية



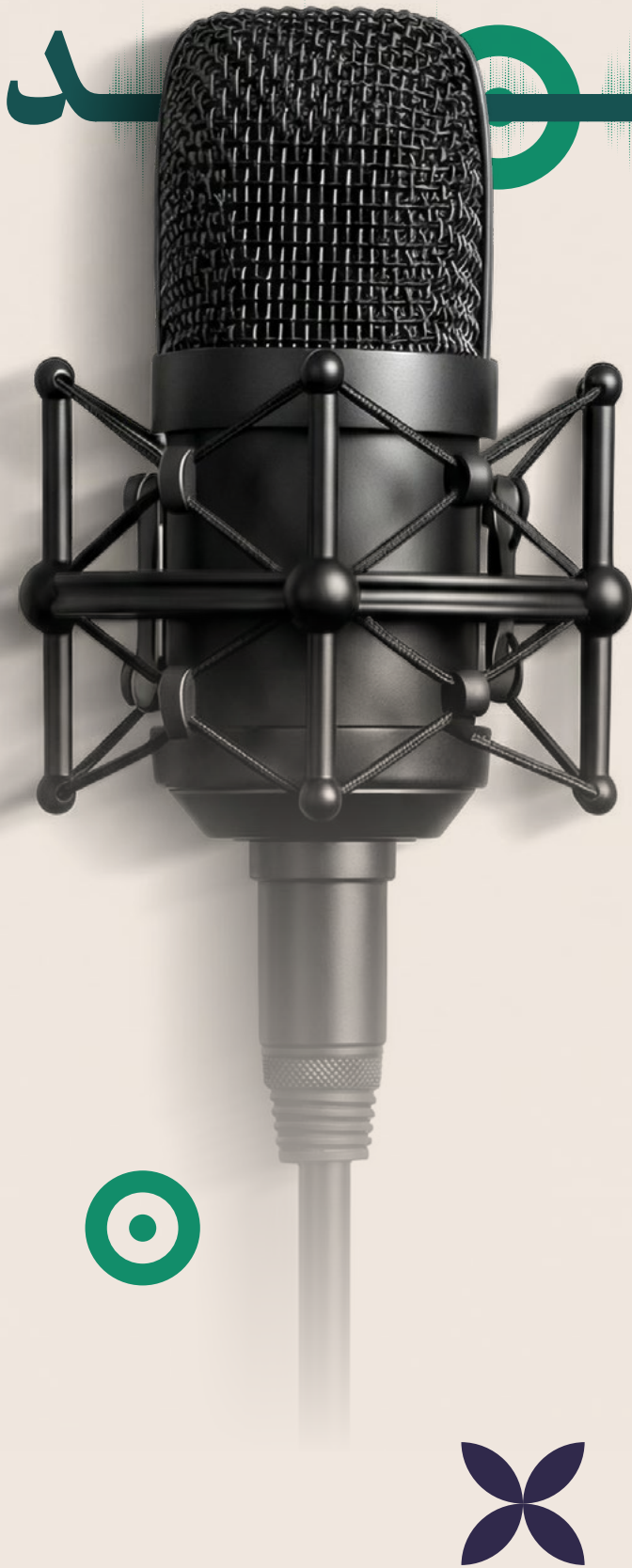
@touch

اتحاد الغرف التجارية السعودية  
Federation Of Saudi Chambers of Commerce



# تمهيد

يأتي هذا الملف ليقدم قراءة تحليلية لحفل تكريم صنّاع المحتوى، الذي نظّمته اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى التابعة لاتحاد الغرف السعودية، من زاوية تتجاوز المناسبة إلى القيمة؛ حيث يتحول الحدث إلى أداة مؤسسية، ويغدو التكريم لغة تعبّر بها الجهة عن رؤيتها، فيما تصبح النخبة المكرّمة جزءًا من سردية أوسع ترتبط بالمعايير والتأثير والمكانة والاقتصاد الإبداعي. وقد رُوّعي في بناء هذا الملف تقديم الحدث ضمن معالجة تجمع بين التحليل والوضوح والبعد الاتصالي، بما يعزّز القيمة المعنوية والمهنية للمبادرة، ويمنحها حضورًا يوازي أهميتها، ويجعل من هذا التكريم نقطة انطلاق قابلة للبناء والتطوير، لا مجرد مناسبة تنتهي بانتهاء لحظتها.



# مقدمة

لم تعد صناعة المحتوى في المملكة العربية السعودية ظاهرة رقمية عابرة أو نشاطًا فرديًا قائمًا على المبادرات الشخصية والانتشار اللحظي، بل تحولت خلال السنوات الأخيرة إلى مجال تأثير مرّكب يتقاطع فيه الإعلام بالاقتصاد، والتأثير الرقمي بالمسؤولية المجتمعية، والإبداع الفردي بالمنظومات المؤسسية. هذا التحول لم يكن تقنيًا بحثًا، وإنما جاء نتيجة نضج في وعي الجمهور، وتنامي الطلب المؤسسي على المحتوى، وازدياد حضور صناع المحتوى في تشكيل الرأي العام، وتوجيه السلوك الاستهلاكي، وبناء الصورة الذهنية للجهات والعلامات.

في هذا السياق، برزت الحاجة إلى الانتقال من منطق "الاحتفاء بالانتشار" إلى منطق "إدارة الأثر"، ومن التعامل مع صناع المحتوى بوصفهم أفراد مؤثرين إلى النظر إليهم بوصفهم فاعلين محتملين داخل منظومة اقتصادية وتنظيمية أوسع، وهو انتقال يفرض تساؤلات جوهرية حول معايير التقدير، وحدود التأثير، ودور الجهات المؤسسية في تنظيم هذا القطاع دون كبح إبداعه أو تفرغه من طبيعته.

من هنا، يأتي حفل تكريم صناع المحتوى الذي نظّمته اللجنة الوطنية لصناع المحتوى – التابعة لاتحاد الغرف السعودية – بوصفه حدثًا دالًا، لا من حيث كونه مناسبة احتفالية، بل من حيث كونه ممارسة مؤسسية تعبّر عن تحوّل في طريقة التفكير تجاه صناعة المحتوى ذاتها. فالتكريم، في هذا الإطار، لا يُقرأ بوصفه فعل رمزي أو مجاملة معنوية، وإنما أداة اتصال مؤسسي، ورسالة تنظيمية غير مباشرة، ومحاولة عملية لإعادة تعريف القيمة، والأثر، والاستحقاق في هذا القطاع.

وتنطلق من فرضية أساسية مفادها أن حفل التكريم يمثل نقطة التقاء بين ثلاثة أبعاد متداخلة: البعد التنظيمي لصناعة المحتوى، والبعد الاتصالي والتسويقي للجهة المنظمة، والبعد الاقتصادي المرتبط بإدماج المحتوى في منظومة الأعمال. وبناءً عليه، لا تتعامل القراءة مع الحدث بوصفه غاية في ذاته، بل باعتباره أصلًا إستراتيجيًا قابلاً للتحليل، والتطوير، والبناء عليه ضمن مسار مؤسسي طويل الأمد.

وعليه، فقد حاول التحليل تفكيك دلالات هذا الحدث وقراءة أثره واستكشاف إمكاناته المستقبلية من خلال مقارنة تحليلية تتجاوز الوصف إلى الفهم، ومن الرصد إلى الاستشراف بما يتيح تقديم نموذج قابل للتوظيف في تطوير دور اللجنة وتعظيم القيمة المؤسسية والاقتصادية لصناعة المحتوى.



# الأهداف:

تهدف هذه القراءة التحليلية إلى التعامل مع حفل تكريم صنّاع المحتوى بوصفه أصلًا إستراتيجيًا قابلاً للبناء والتطوير، لا فعالية احتفالية منتهية، وذلك من خلال:



تقييم أثر الحفل في بناء الصورة الذهنية وتعزيز المكانة المؤسسية للجنة داخل منظومة اتحاد الغرف السعودية.



تحليل الحفل بوصفه أداة اتصال مؤسسي تعكس توجه اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى ودورها التنظيمي.



تحليل انعكاسات الحفل على طبيعة العلاقة بين اللجنة وصنّاع المحتوى والشركاء من القطاعين العام والخاص.



استشراف إمكانات توظيف الحفل مستقبلاً بوصفه منصة مستدامة، سواء في بناء سردية مؤسسية متماسكة، أو تطوير امتدادات إعلامية وتنظيمية، أو استخدام مخرجاته لتكون أساساً لمبادرات لاحقة تخدم أهداف الاتحاد واللجنة.

# المنهجية

اعتمدت المنهجية على تحليل تكاملي يجمع التحليل السياقي والقراءة المؤسسية والتقييم الاتصالي والتسويقي، لإحاطة الحدث من زواياه المختلفة، ومنع اختزاله في بعد واحد وتقديم قراءة قابلة للبناء والتطوير.

## أولاً: التحليل السياقي لصناعة المحتوى

تم تحليل صناعة المحتوى داخل السياق الوطني السعودي ورصد انتقالها من مبادرات فردية إلى قطاع مؤثر متعدد الأبعاد مع التركيز على انعكاساته على التنظيم والمعايير والاعتماد المؤسسي.

## ثانياً: القراءة المؤسسية لدور اللجنة الوطنية لصناع المحتوى

تم تحليل موقع اللجنة ضمن اتحاد الغرف السعودية بوصفها مظلة تنظيمية عند تقاطع المحتوى وقطاع الأعمال، وتحديد دلالات هذا الموقع وفرص الانتقال من التنسيق والتمثيل إلى القيادة وبناء المرجعية.

## ثالثاً: التحليل الاتصالي والتسويقي لحفل التكريم

تم التعامل مع الحفل بوصفه أداة اتصال مؤسسي، مع تحليل رسائله العلنية والضمنية وتصميمه ومعايير الاختيار، وتقييم إسهامه في بناء الصورة الذهنية للجنة وتعزيز مكانتها.

## رابعاً: التحليل النوعي للنخبة المكرّمة

تمت قراءة نوعية للنخبة المكرّمة من حيث تنوع المجالات والمنصات وأنماط التأثير ونوعية القيمة المقدمة. باعتبارهم العنصر المحوري في تجسيد رسالة الحدث وتحقيق أثره.





# صناعة المحتوى..

من المبادرة الفردية  
وفجوة التنظيم إلى  
الممارسة المؤسسية

.5 1x

Swipe to try a Lens



Snap Video



على الرغم من النضج المتزايد الذي بلغته صناعة المحتوى في المملكة العربية السعودية واتساع نطاق تأثيرها في الإعلام والاقتصاد وبناء الرأي العام، إلا أن هذا النضج لم يُترجم بعد إلى منظومة تنظيمية متكاملة تضبط العلاقة بين التأثير الرقمي والقيمة المؤسسية، فقد ظل التعامل مع صناع المحتوى، في كثير من الحالات، محكومًا بمنطق المبادرات الجزئية أو الاستخدام الاتصالي القصير المدى دون إطار مرجعي واضح يحدد معايير الاستحقاق وحدود المسؤولية ومسارات التطوير.

على الرغم من نضج صناعة المحتوى في المملكة العربية السعودية واتساع نطاق تأثيرها في الإعلام والاقتصاد وبناء الرأي العام، إلا أن هذا النضج لم يُترجم بعد إلى منظومة تنظيمية تضبط العلاقة بين التأثير الرقمي والقيمة المؤسسية.



وهذه الفجوة لا تعكس ضعفاً في القطاع بقدر ما تكشف عن غياب أدوات تنظيم ناعمة قادرة على توجيه التأثير دون مصادرتة، وتحويله من جهد فردي متفرق إلى قيمة اقتصادية ومجتمعية مستدامة، ومن هنا تبرز أهمية المبادرات التي تنتقل من مستوى الخطاب إلى مستوى الممارسة وتُجسّد التنظيم في صورته العملية لا التشريعية، فقد جاء تنظيم حفل تكريم صنّاع المحتوى بوصفه إحدى الأدوات التنفيذية التي استخدمتها اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى لترجمة دورها من مستوى الرؤية إلى مستوى الممارسة، فلم يُقدّم الحفل بوصفه فعالية احتفالية مستقلة، وإنما جزء من مسار مؤسسي أوسع يعكس توجّه اللجنة نحو اعتماد معايير واضحة في التقدير والاعتراف وربط التكريم بمفاهيم الأثر والجودة والمسؤولية.

ويكتسب هذا الحدث دلالاته من كونه يندرج ضمن فئة «الأحداث الدالة» التي لا تُقاس أهميتها بحجمها التنفيذي بل بما تكشفه من تحوّل في طريقة تفكير الجهة المنظمة وفي موقع القطاع الذي تمثّله، فتكريم صنّاع المحتوى في هذه الحالة لم يكن استجابة ظرفية لنجاحات فردية، ولكن تعبيراً عن إدراك مؤسسي بأن المحتوى أصبح أصلاً مؤثراً في الاقتصاد وبناء الثقة وتشكيل الصورة الذهنية للجهات والأسواق.

ويتعزز هذا المعنى من خلال موقع اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى داخل منظومة اتحاد الغرف السعودية، وهو موقع يمنحها وضعا مختلفاً جذرياً عن المبادرات المستقلة أو الكيانات المهنية غير المرتبطة بالاقتصاد المؤسسي، فاللجنة لا تتحرك في فراغ إعلامي، وإنما ضمن إطار اقتصادي يعنى بتمثيل قطاع الأعمال وتنمية القطاعات وبناء قنوات الشراكة مع الجهات الرسمية والخاصة ما يضعها في موقع «المنظّم الممكن» لا «المنفذ فقط»، وبالتالي تمتلك اللجنة القدرة على ربط صنّاع المحتوى بسوق الأعمال والمساهمة في وضع معايير غير مباشرة للجودة والتأثير وتحويل النشاط الرقمي إلى مورد اقتصادي منضبط، لذا فإن أي نشاط يصدر عن اللجنة، بما في ذلك حفل التكريم، أصبح يحمل بالضرورة دلالات مؤسسية أوسع من حجمه التنفيذي، ويُقرأ بوصفه جزءاً من خطاب اقتصادي وإعلامي متكامل يعكس توجّه اتحاد الغرف نحو استيعاب القطاعات الحديثة وإدماجها ضمن الإطار المؤسسي بدل تركها خارج منظومة التنظيم والتمثيل.



# الرسائل الاتصالية للحدث

لم يكن حفل تكريم صنّاع المحتوى مجرد منصة للاحتفاء، بل أداة اتصال مؤسسي حملت مجموعة من الرسائل الموجّهة بعناية إلى دوائر مختلفة من أصحاب المصلحة، وقد تميّزت هذه الرسائل بأنها لم تُطرح بصيغة مباشرة أو خطابية، بل جاءت مضمّنة في تصميم الحدث، ومعايير التكريم، وطبيعة النماذج التي تم إبرازها، وهو ما منحها مصداقية أعلى وأثراً أعمق.



## الرسائل الداخلية الموجّهة إلى صنّاع المحتوى



01

عكس الحفل انتقال قطاع صناعة المحتوى إلى مرحلة النضج المؤسسي، حيث لم يعد الاعتراف قائماً على الانتشار فقط، بل على القيمة المضافة، وجودة التأثير، والالتزام بالمسؤولية المهنية، بما يعيد تعريف صانع المحتوى ليكون عنصرًا فاعلاً داخل منظومة لها معايير وقواعد واضحة.

03

أسهم الحدث في ترسيخ شعور الانتماء إلى قطاع منظم ذي مظلة مؤسسية معترف بها، معززاً الرابط النفسي والمهني بين صنّاع المحتوى والجهة المنظمة، ومؤكداً وجود مسار داعم قائم على الاحتضان والتقدير لا المراقبة فقط.

02

قدّم التكريم بوصفه نتيجة لمسار مهني تراكمي لا مكافأة لحظة عابرة، ما عزّز مفهوم الاستدامة المهنية، وشجّع الصنّاع على تبني نماذج عمل أكثر نضجاً تقوم على التخطيط، وبناء السمعة، والتأثير طويل الأمد.



# الرسائل الاتصالية للحدث



## الرسائل الخارجية الموجهة إلى الشركاء والرأي العام

### إلى الشركاء المحتملين من القطاع الخاص

وجّه الحدث رسالة بأن التعامل مع صنّاع المحتوى يمكن أن يتم ضمن إطار مؤسسي احترافي يقلّل المخاطر ويعزّز فرص العائد، حيث تعكس معايير التكريم والاعتراف وجود رؤية تنظيمية واضحة، وتدعم الثقة في القطاع ليكون بيئة قابلة للشراكة والاستثمار.

### على المستوى الخارجي العام

قدّم الحفل صناعة المحتوى بوصفها قطاعاً ناشجاً يستحق التنظيم والدعم والاستثمار، وكوّس المحتوى كمورد اقتصادي وتأثيري، وليس نشاطاً إعلامياً طارئاً، مع إبراز دور اللجنة بوصفها جهة قادرة على تحقيق التوازن بين الإبداع والبعد الاقتصادي.

### على مستوى الرأي العام

أسهم الحدث في إعادة تشكيل الصورة الذهنية لصانع المحتوى، من شخصية رقمية تبحث عن الانتشار إلى فاعل مسؤول ذي قيمة مضافة وأثر إيجابي، بما يخدم أهدافاً أوسع تتعلق ببناء الثقة في المحتوى المحلي ورفع سقف التوقعات تجاه جودته وتأثيره.



# حفل التكريم نقطة انطلاق لمسار مؤسسي مستدام

لا تكمن أهمية حفل التكريم في كونه حدثًا سنويًا بحد ذاته، بل في كونه نقطة التقاء بين البعد التنظيمي، والإعلامي، والاقتصادي، ونموذجًا لكيفية ترجمة الأهداف الإستراتيجية للجنة إلى ممارسات عملية قابلة للقياس والبناء عليها.

لا تكمن أهمية التكريم في كونه حدثًا سنويًا، وإنما  
نقطة التقاء بين التنظيم والإعلام والاقتصاد

وهو ما يجعل هذا الحدث مدخلًا مناسبًا لتحليل أعمق لأثره التسويقي والمؤسسي، وفرص تعظيمه مستقبلاً، ليس بوصفه نهاية مسار، بل بداية يمكن تطويرها وتحويلها إلى برنامج مؤسسي مستدام، وهو ما يتضح في الأبعاد التالية:



02

تحويل الحدث إلى أداة تنظيم  
غير مباشرة

من خلال من كُرِّم ومن لم يُكْرَم، حيث أرسل الحدث إشارات واضحة للسوق حول أنماط التأثير المرغوبة، لتمثل هذه الإشارات شكلاً من أشكال التنظيم الناعم الذي يوجّه سلوك القطاع دون تدخل تشريعي مباشر.



01

تأسيس نموذج قابل للتكرار  
والتطوير

قدم التكريم نموذجًا عمليًا يمكن إعادة إنتاجه وتطويره مستقبلاً، من حيث آلية الاختيار، وهيكل الحدث، وطريقة ربط التقدير بالقيمة، ما يشكّل قاعدة تشغيلية يمكن البناء عليها بدل البدء من الصفر في كل دورة.



### 03 | إطلـاق مسـار تـراكمـي للأثر

ليس التكريم حدث منفصل، بل نقطة بداية لمسار يمكن قياس تطوره سنويًا، فكل نسخة لاحقة يمكن أن تبني على سابقتها، وتُظهر نضج القطاع وتحول معاييرها بمرور الوقت.

### 04 | تهيئة أرضية للتوسّع في المبادرات

يتيح نجاح التكريم للجنة توسيع نطاق تدخلها عبر مبادرات مكتملة، مثل البرامج المهنية، أو منصات الحوار، أو الشراكات التدريبية، مستندة إلى رصيد الثقة الذي أسسه الحدث.

### 06 | فتح نافذة لتطوير أدوات القياس والتقييم

يمهد التكريم لتطوير أدوات أكثر دقة لقياس الأثر والقيمة المضافة مستقبلاً، سواء عبر مؤشرات أداء، أو نماذج تقييم، أو تقارير دورية تعكس تطور القطاع.

### 05 | خلق مرجعية يمكن للقطاع الالتفاف حولها

أسس الحدث مرجعًا عمليًا لما يعنيه «التقدير المؤسسي» في صناعة المحتوى، وتمنح هذه المرجعية القطاع نقطة ارتكاز مشتركة، وتحدّ من التشتت في مفاهيم النجاح والاعتراف.

### 07 | تعزيز قابلية الحدث للتحوّل إلى برنامج مستدام

بفضل وضوح هدفه وقابليته للتطوير، يمكن تحويل التكريم من فعالية منفردة إلى برنامج مؤسسي دوري، يرتبط بخارطة زمنية واضحة، ويُدَار كأحد أصول اللجنة الإستراتيجية.

# عندما يصبح الحدث رسالة..

التكريم منصة  
لبناء الصورة المؤسسية  
وصناعة القيمة



107,1 K



342



565



لم تعد الفعاليات المؤسسية تُقاس بقيمتها التنظيمية أو بزخمها اللحظي، وإنما بقدرتها على إنتاج معنى وبناء صورة وتوليد قيمة قابلة للاستدامة، وفي هذا السياق يكتسب حفل تكريم صنّاع المحتوى دلالة تتجاوز كونه مناسبة احتفالية ليُقرأ بوصفه أداة اتصال وتسويق مؤسسي واعية صُمّمت بعناية لتخدم أهدافاً إستراتيجية تتعلق بالتموضع وتعزيز المصداقية وإعادة تعريف العلاقة بين التأثير الرقمي والمنظومة الاقتصادية.

وقد جاء تنظيم الحدث ضمن إطار مؤسسي واضح وتحت مظلة اتحاد الغرف السعودية، ما منح رسائله وزناً مضاعفاً وحوّل التكريم من فعل تقدير رمزي إلى منصة لبناء الصورة المؤسسية وصناعة القيمة، فمن خلال تصميم الحدث ومعايير الاختيار وطبيعة النماذج التي جرى إبرازها أسّس الحفل سردية مؤسسية متكاملة تعكس انتقالاً واعياً من الاحتفاء إلى التنظيم ومن الظهور الإعلامي إلى إدارة الأثر ومن النشاط الاتصالي إلى الاستثمار في رأس المال المعنوي والمؤسسي.



# قيمة التكريم المؤسسية والإستراتيجية:

ولم يقتصر أثر حفل تكريم صنّاع المحتوى على نتائجه المباشرة بوصفه حدثًا احتفاليًا بل أسهم في توليد قيمة مؤسسية مضافة للجنة الوطنية لصنّاع المحتوى، ذات طابع إستراتيجي طويل الأمد، فقد أتاح الحدث للجنة الانتقال من إدارة مناسبة إلى بناء أصل غير ملموس قابل للتراكم والتوظيف يعزز مكانتها المرجعية ويدعم دورها القيادي في تنظيم قطاع صناعة المحتوى، وتكمن أهمية هذه القيمة في كونها ناتجة عن ممارسة مؤسسية واعية، لا عن نشاط اتصالي عابر ما يجعلها أساسًا يمكن البناء عليه في المبادرات المستقبلية إذا ما أدير ضمن رؤية متكاملة لإدارة الأثر، وتتجلى عناصر هذه القيمة المؤسسية في المحاور الآتية:



## ترسيخ صورة اللجنة بوصفها جهة اعتماد وتنظيم

حيث أسهم الحفل في تثبيت صورة اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى بوصفها جهة اعتماد وتنظيم، لا مجرد منصة تنسيقية، حيث عكس اعتماد معايير «الأثر والقيمة المضافة» مقارنة مؤسسية نوعية قائمة على الجودة والتأثير القابل للقياس. وقد عزّز ذلك الثقة المؤسسية بدور اللجنة، ورشّح موقعها لتكون مرجعًا عند الحديث عن معايير الاحتراف والمسؤولية المهنية في قطاع المحتوى.



## إعادة تموضع صناعة المحتوى داخل منظومة اتحاد الغرف التجارية السعودية

إذ أسهم التكريم في تقديم صناعة المحتوى باعتبارها قطاعًا ذا قيمة اقتصادية وإعلامية حقيقية، قابلاً للتنظيم والدعم والاستثمار. ومن خلال إدراج الحدث ضمن أجندة الاتحاد ورعايته على مستوى القيادة، جرى دمج صناعة المحتوى في خطاب الأعمال المؤسسي وربطها بمفاهيم الاستثمار والعائد والقيمة المضافة، في تموضع مؤسسي يوسّع مفهوم «قطاع الأعمال» ليشمل الاقتصاد الإبداعي، ويعكس تحولًا نوعيًا في النظرة إلى المحتوى بوصفه أصلًا اقتصاديًا مولّدًا للقيمة وبانيًا للثقة في السوق.



## إعادة تعريف صانع المحتوى بوصفه شريك اقتصادي محتمل

فقد أعاد التكريم الانتقائي تعريف صانع المحتوى ضمن هذا الإطار بوصفه شريكًا اقتصاديًا محتملاً، يمتلك القدرة على التأثير في سلوك السوق، وبناء الثقة، وصناعة الرأي العام. ولم يُقدّم الصنّاع باعتبارهم مؤثرين رقميين فقط، وإنما نماذج مهنية يمكن دمجها ضمن منظومة الشراكات المؤسسية، وهو ما ينقل طبيعة العلاقة من الرعاية الطرفية إلى الشراكة القائمة على القيمة، ومن التقدير الرمزي إلى الأثر العملي القابل للاستدامة.



## بناء رأس مال معنوي مؤسسي قابل للتراكم

أسهم الحفل في تعزيز الرصيد المعنوي للجنة عبر ربط اسمها بنخبة منتقاة من صنّاع المحتوى ذوي الأثر الإيجابي والحضور الجماهيري، بما كوّن رأس مال قائمًا على الثقة والاعتراف والسمعة، وقابلًا للتراكم والتوظيف في المراحل اللاحقة.



## توسيع شبكة العلاقات مع فاعلين مؤثرين

شكّل الحدث منصة عملية لبناء شبكة علاقات نوعية مع صنّاع محتوى يمثلون مجالات وتخصصات متنوعة، ما عزّز قدرة اللجنة على الوصول إلى شرائح جماهيرية متعددة عبر وسطاء موثوقين، وفتح آفاقًا أوسع للتعاون والشراكات والمبادرات المشتركة.



## تعزيز المصداقية في الخطاب المؤسسي والإعلامي

نقل الحفل خطاب اللجنة من الترويج النظري لأهمية صناعة المحتوى إلى تقديم نموذج تطبيقي ملموس، ما منح رسائلها وزنًا أكبر لدى الجمهور والشركاء، وعزّز الثقة في قدرتها على قيادة القطاع برؤية واضحة وأدوات تنفيذية فعّالة.



# تعزير الدور المؤسسي لاتحاد الغرف وتوسيع موقعه في الاقتصاد الإبداعي



لم يقتصر الأثر المؤسسي لحفل تكريم صنّاع المحتوى على اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى، فقد امتد بصورة مباشرة إلى اتحاد الغرف السعودية حيث شكّل الحدث أداة عملية لتعزيز دور الاتحاد بوصفه مظلة شاملة للقطاعات الاقتصادية التقليدية والحديثة على حد سواء، وأسهمت رعاية الاتحاد للحدث واحتضانه مؤسسيًا في إعادة تأكيد موقعه باعتباره فاعل إستراتيجي قادر على التفاعل مع التحولات المتسارعة في بنية الاقتصاد الوطني واستيعاب القطاعات الناشئة ضمن منظومة الأعمال بدل تركها على هامش التنظيم والتمثيل، ومن أهم مظاهر الأثر المتحقق على اتحاد الغرف السعودية بعد هذا التكريم

أسهم الحدث في توسيع الخطاب المؤسسي للاتحاد ليعكس دوره في تمثيل القطاعات الاقتصادية الراسخة، بالإضافة إلى احتضان القطاعات الحديثة ذات الطابع الرقمي والإبداعي بما يعزّز صورتها لمواكبة التحولات البنوية في الاقتصاد الوطني.

## تعزيز الدور المؤسسي وتوسيع مفهوم قطاع الأعمال



أظهر الحفل اتحاد الغرف بوصفها جهة مبادرة في دعم القطاعات الحديثة، وعلى رأسها صناعة المحتوى، من خلال الانتقال من دور التابع إلى دور الداعم والمنظّم وإرسال رسالة واضحة مفادها أن دعم الاتحاد يمتد ليشمل المجالات الجديدة ذات الأثر المتنامي، ولم يقتصر على الأنشطة التقليدية.

## إبراز الدور القيادي في دعم القطاعات الناشئة



فقد أسهم الحدث في إعادة صياغة مفهوم «قطاع الأعمال» داخل خطاب الاتحاد عبر إدراج صناعة المحتوى ضمن القطاعات التي تستحق التنظيم والتمثيل بما يعكس تحولاً في النظرة إلى القيمة الاقتصادية، حيث يُنظر إلى المحتوى بوصفه أصلاً إبداعياً قادراً على توليد العائد وبناء العلامات وتعزيز الثقة في السوق.

## إعادة تعريف القيمة الاقتصادية عبر إدماج الاقتصاد الإبداعي



من الناحية الاتصالية عزّز الحفل صورة الاتحاد بوصفه مؤسسة تدرك طبيعة التحول في أدوات التأثير والاتصال، وتسعى إلى توظيفها ضمن إطار مؤسسي منظم ليدعم ثقة الشركاء والقطاعات المختلفة في قدرة الاتحاد على استيعاب التحولات المستقبلية والتفاعل معها بمرونة ووعي إستراتيجي.

## تعزيز الصورة الذهنية للإتحاد بوصفها مؤسسة مواكبة للتحول الرقمي





# صنّاع المحتوى المكرمون..

اختيار إستراتيجي  
لا احتفاء شكلي

.5 1x

Swipe to try a Lens



Snap Video



# لم يكن تكريم صنّاع المحتوى في هذا الحفل فعل احتفاء رمزي أو استجابة لزخم الانتشار الرقمي

وإنما جاء بوصفه اختيارًا إستراتيجيًا واعيًا يعكس فهمًا ناضجًا لطبيعة المرحلة التي بلغها قطاع صناعة المحتوى، فقد انطلق التكريم من منطق إعادة تعريف الاستحقاق عبر الانتقال من إبراز الشهرة الفردية إلى اعتماد القيمة، ومن قياس الحضور الرقمي إلى تقييم الأثر الفعلي، ومن منطق الظهور إلى منطق المسؤولية، وفي هذا السياق، لم يسع الحدث إلى تقديم قائمة أسماء لامعة بقدر ما سعى إلى تثبيت معايير جديدة للاعتراف، تعكس انتقال صناعة المحتوى من فضاء فردي مفتوح إلى مجال مهني قابل للتنظيم وتضع أسسًا أكثر وضوحًا لما يعنيه التأثير المستحق في السياق المؤسسي والاقتصادي.

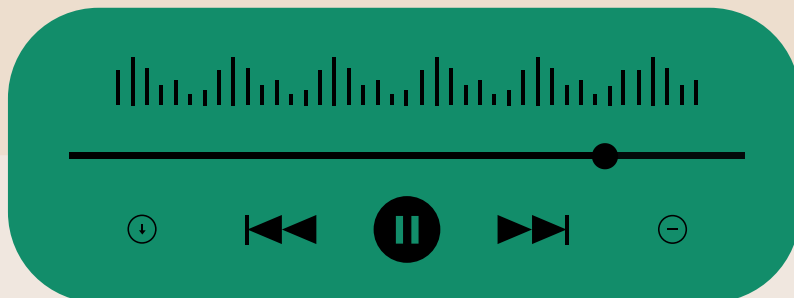
# الفئة المكرّمة.. نماذج معيارية لنضج القطاع

تحوّل صنّاع المحتوى المكرّمون في هذا الحفل من مجرد مستفيدين من التكريم إلى جوهر رسالته وأداته الأساسية في بناء المعنى، فلم يُقدّموا بوصفهم حالات نجاح فردية معزولة وإنما حالات ممثلة لمرحلة جديدة في تطور صناعة المحتوى، وهي مرحلة يلتقي فيها الإبداع بالمسؤولية والتأثير بالمنفعة والحرية الرقمية بالالتزام المهني.

وتكمن القيمة الحقيقية لهذه الفئة المكرّمة في كونها تجسّد عمليًا ما تسعى اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى إلى ترسيخه من خطاب جديد يقوم على أن المحتوى المؤثر هو ذاك القادر على الاندماج ضمن منظومة مؤسسية أوسع، وأن صانع المحتوى الفاعل هو من يمتلك أثرًا قابلاً للبناء والتوظيف وليس مجرد حضور رقمي واسع.

كما تكشف قائمة صنّاع المحتوى المكرّمين عن تنوّع نوعي في مجالات المحتوى يعكس وعيًا متقدّمًا بطبيعة صناعة المحتوى بوصفها منظومة متعددة الوظائف والأدوار، فالمحتوى لم يُنظر إليه باعتباره أداة ترفيه أو جذب جماهيري فقط وإنما بوصفه وسيط معرفي وثقافي واقتصادي وقيمي.

وقد شمل هذا التنوع مجالات تعليمية وتربوية وتقنية واستهلاكية وثقافية وسردية وقيمية ومجتمعية بما يعكس إدراكًا مؤسسيًا بأن لكل نوع من المحتوى وظيفة مختلفة وجمهورًا مختلفًا وأثرًا مختلفًا، كما يؤكد هذا التنوع أن معيار الاختيار لم يكن مرتبًا بطبيعة المجال بقدر ارتباطه بجودة التأثير ومدى انسجام المحتوى مع احتياجات المجتمع والسوق، وذلك على النحو التالي:



## 01 المجال التعليمي والتربوي

ويضم صنّاع محتوى يقدّمون معرفة متخصصة وإرشادًا تربويًا قائمًا على أسس علمية، ويسهمون في رفع الوعي الأسري والمجتمعي كما في نموذج



### د. سارة العبد الكريم

التي ركّز محتواها على قضايا الطفولة والتعليم والإرشاد التربوي وقدمت خطابًا توعويًا يجمع بين الخبرة الأكاديمية والتطبيق العملي.



## 02 المجال التقني والاستهلاكي

ويشمل صنّاع محتوى يركّزون على التقنية والأدوات والمنتجات والخدمات، ويساعدون الجمهور على اتخاذ قرارات أكثر وعيًا بما ينعكس على ثقافة السوق وسلوك الشراء، ويمثل هذا المجال نماذج مرجعية كما في نموذج



### فيصل بن فهد

الذي بنى حضوره على تبسيط المفاهيم التقنية وتعزيز وعي المستهلك العربي باختيار الأجهزة والتعامل مع التكنولوجيا.



## 03 المجال الثقافي والسردى

وبضم صنّاع محتوى حوّلوا المعرفة التاريخية والثقافية إلى مادة سردية جذابة قادرة على الوصول إلى شرائح واسعة وتعزيز الارتباط بالهوية والسياق الحضارى، ويبرز في هذا السياق نموذج



### ● نايف حمدان

الذي جعل السرد التاريخى قصصًا مشوقة ذات انتشار جماهيري واسع.



## 04 المجال القيمي والمجتمعي

ويشمل صنّاع محتوى قدّموا خطابًا إنسانيًا وقيميًا يعزّز السلوك الإيجابي ويخاطب الوعي الجمعي بلغة هادئة ومؤثرة، كما في نموذج



### ● إبراهيم محمد

الذي يمزج بين الروحانية المعاصرة والوطنية والتحفيز الذاتي بما يعزز الوعي الاجتماعى ويصنع أثرًا إيجابيًا ممتدًا.



## 05 المجال الصحي والتوعوي

ويضم صنّاع محتوى يقدّمون تبسيطًا للمعرفة الصحية ويركزون على الوقاية وتصحيح المفاهيم ومحاربة الشائعات الطبية، بما يحول المحتوى إلى منفعة عامة قابلة للتطبيق اليومي، ويبرز هنا نموذج

### أ.د. فهد بن محمد الخيزري

الذي قدّم محتوى توعويًا مبنياً على أسس علمية مع حضور واسع وتأثير واضح في رفع الوعي الصحي.



## 06 المجال النفسي والأسري

ويشمل صنّاع محتوى يعالجون قضايا العلاقات الإنسانية والوعي النفسي والاستقرار الأسري بمنهجية تفسيرية وتطبيقية، بما يدعم بناء سلوك اجتماعي أكثر اتزانًا، ويظهر في هذا المجال نموذجان

### د. الهنوف الحقييل

التي ركزت على الإرشاد الأسري والوعي النفسي عبر محتوى حوارى ومنتج معرفي (بودكاست)،

### د. محمد الخالدي

الذي قدّم محتوى علم نفس ولغة جسد وتطوير ذات بأسلوب هادئ ومنطقي يحول المعرفة إلى أدوات عملية لفهم الشخصيات وتحسين العلاقات.



## 07 مجال الرحلات والتراث والقصص

ويضم صنّاع محتوى يوظفون الرحلة بوصفها وسيلة معرفية لتوثيق الأمكنة والعادات والقصص التاريخية بصورة بحثية وبصرية، بما يعزز الوعي بالتراث ويحفّز الاهتمام بالمناطق، ويبرز في هذا السياق نموذج

### عبدالله الدخيل



الذي جمع بين السياحة والسرد التاريخي والقصصي بأسلوب هادئ قائم على البحث والتدقيق وجودة التوثيق.



## 08 المجال الأدبي والشعري

ويضم صنّاع محتوى يحولون الأدب والشعر إلى حضور رقمي تفاعلي، يوازن بين الأصالة واللغة المعاصرة ويعيد تقديم الموروث الثقافي في قوالب جماهيرية، كما في نموذج

### محمد السكران



الذي دمج الشعر الشعبي بالإعلام والفعاليات وقدم محتوى متنوعًا يتقاطع فيه الأدب مع التفاعل المجتمعي.



ويشمل صنّاع محتوى ينقلون الخبرات المهنية ويحللون بيئة السوق ويقدمون المعرفة التطبيقية عبر اللقاءات الصوتية والحوارات، بما يرفع وعي الجمهور بقطاع الأعمال وريادة المشاريع، ويبرز فيه نموذج

### مشهور الديان

الذي راكم خبرة طويلة في المحتوى التقني والترفيهي ثم طورها إلى محتوى أعمال وبودكاست يركز على نقل الخبرة وتحليل القضايا الاقتصادية والتقنية.



# مؤشرات الأداء والتفاعل من الوصول إلى الأثر المستدام



لم تنحصر الفئة المكرّمة في منصة رقمية واحدة أو نمط جماهيري محدد بل توزّعت بوعي على منصات متعددة لكل منها منطقتها الاتصالي وجمهورها الخاص، ويعكس هذا التوزيع فهماً دقيقاً لطبيعة كل منصة واختلاف أنماط التفاعل فيها، سواء من حيث العمق أو السرعة أو نوع العلاقة مع الجمهور.

وتكمن أهمية هذا التنوع في قدرة صنّاع المحتوى المكرّمين على موازنة الرسالة مع المنصة وبناء علاقة مستمرة مع الجمهور تقوم على الثقة والمتابعة لا على الاستهلاك العابر أو الانتشار المؤقت، وهو ما يمنح تأثيرهم بعداً أفقيّاً أوسع ويجعلهم فاعلين قادرين على الوصول إلى شرائح مجتمعية متعددة بطرق متباينة ومدروسة.

كما تعكس مؤشرات الأداء والتفاعل المرتبطة بصنّاع المحتوى المكرّمين حضوراً رقمياً ناضجاً لا يقتصر على حجم الوصول أو عدد المتابعين، وإنما يمتد إلى طبيعة التفاعل واستمراريته، فقد ارتبط المحتوى الذي يقدّمونه بمستويات مرتفعة من النقاش وطرح الأسئلة وتبادل الآراء، مع غلبة واضحة للانطباعات الإيجابية ومحدودية التفاعلات السلبية.

ويشير هذا النمط من التفاعل إلى علاقة قائمة على المصداقية والتراكم المهني حيث يظهر التأثير في صورة استشارات معمّقة أو إعادة توظيف للمحتوى في سياقات مجتمعية وتعليمية واستهلاكية أوسع، وبذلك يُقرأ الأداء الرقمي لهذه الفئة بوصفه نتاج استمرارية في تقديم قيمة حقيقية، لا نتيجة ظرفية لحملة أو موجة اهتمام مؤقتة.

# التكريم اعتماد مؤسسي يعيد تموضع المكرّمين

استند اختيار صنّاع المحتوى المكرّمين إلى معيار القيمة المتحققة والأثر المسؤول حيث جرى اعتماد محتوى يلبي احتياجًا حقيقيًا أو يضيف معرفة نوعية أو يسهم في تعديل سلوك أو يعالج إشكالية قائمة ضمن سياق مجتمعي أو مهني واضح، ويعكس هذا التوجّه فهماً مؤسسيًا لدور المحتوى بوصفه أداة تأثير ذات وظيفة لا مجرد وسيلة للظهور أو الانتشار.

كما شكّل اتساق المحتوى مع المصلحة العامة عاملاً حاسماً في عملية الاختيار، سواء على مستوى الرسائل المطروحة أو أسلوب التقديم أو القيم الضمنية التي يحملها، ويؤكد ذلك التعامل مع التأثير الرقمي بوصفه مسؤولية مهنية تستلزم وعياً بما يُقال، وكيف يُقدّم، ولن يُوجّه، وما الأثر المتوقع منه ضمن إطار يوازن بين حرية التعبير ومتطلبات الصالح العام.

ويتجاوز أثر التكريم كونه اعترافاً معنويًا إلى كونه اعتماداً مؤسسيًا يعيد تموضع صنّاع المحتوى المكرّمين داخل المشهد العام، فهذا الاعتماد لا يغيّر فقط نظرة الآخرين إليهم وإنما يعيد تعريف طبيعة أدوارهم المحتملة ونوعية الفرص التي تُفتح أمامهم وحدود المسؤولية المتوقعة منهم بوصفهم فاعلين معتمدين.

فبعد التكريم يُنظر إلى المكرّم بوصفه نموذجًا يُحتذى، وصوتًا موثوقًا يمكن الاستناد إليه في النقاش العام والمبادرات والبرامج ذات البعد المؤسسي أو المجتمعي، وبهذا المعنى ينتقل موقعه من منتج محتوى فردي إلى عنصر تأثير ضمن منظومة منظمة ذات معايير واضحة.

بعد التكريم يصبح المكرم نموذجًا  
يحتذى وصوتًا موثوقًا داخل النقاش  
العام والمبادرات



11:11



# قراءة في التغطية الإعلامية

لحفل تكريم صنّاع  
المحتوى



Like



Dislike



111



Share



Remix



صنّاع المحتوى

subscribe



Home



Shorts



Subscriptions



Library



**أظهر الرصد الإعلامي** أن التغطية الإعلامية لحفل تكريم صنّاع المحتوى كانت محدودة جدًا، واقتصرت في الغالب على الحسابات الرسمية للجهة المنظمة وبعض التغطيات الإخبارية المتفرقة، إضافة إلى منشورات فردية نشرها عدد من المكرّمين عبر حساباتهم الشخصية، ولا يعود هذا الضعف إلى أهمية الحدث أو قيمته، بل إلى غياب تنظيم إعلامي مخصص، وخطة نشر واضحة قبل وأثناء وبعد الحفل، إلى جانب عدم وجود إدارة تسويق واتصال تتولى تحويل المناسبة إلى قصة إعلامية قابلة للانتشار.



كما أن الاعتماد على الحسابات الرسمية والزخم الذاتي للمكرّمين - رغم قوته- لم يكن كافيًا لتعويض غياب إطار إعلامي منظم قادر على توحيد الرسائل واستقطاب الإعلام وتعظيم الأثر بعد انتهاء الحدث.

وبناءً عليه، فإن تحليل التغطية الإعلامية للحفل لا يهدف فقط إلى قياس حجم الحضور الإعلامي، بل إلى فهم طبيعته ومستوى تنظيمه، ومدى قدرته على نقل الحدث من مناسبة داخلية إلى رسالة عامة ذات أثر وطني وإعلامي ممتد.

## التغطية المؤسسية الرسمية للحفل

اقتصرت التغطية الإعلامية لحفل تكريم صنّاع المحتوى على التوثيق الرسمي عبر حسابات اتحاد الغرف السعودية، ما منح الحدث حضورًا إعلاميًا أساسيًا دون أن يرتقي إلى تغطية حديثة متكاملة، ورغم القوة البصرية للمحتوى، لم تُستثمر أدوات السرد الإعلامي في إبراز قصص المكرّمين أو ربط التكريم بالأثر المجتمعي والاقتصادي، كما جاء الحضور عبر المنصات المهنية - وعلى رأسها لينكد إن- محدودًا وغير مبني على خطة موجهة.

## التغطية الإعلامية لحفل تكريم صنّاع المحتوى كانت محدودة جدًا

ومن منظور تسويقي، لم يتم إدارة الحفل بوصفه منتج إعلامي قابل للتسويق وبناء القيمة، بل مناسبة يتم توثيقها فقط، ما خلق فجوة بين قيمة الحدث وإمكاناته الإعلامية والتسويقية، وفي المقابل كشف عن فرصة واضحة لتحويله مستقبلاً إلى منصة إعلامية وتسويقية ذات أثر وصورة ذهنية مستدامة.



انحداد العرف السعودية @FSC\_KSA

انحداد العرف السعودية يعلن عن تشكيل أول لجنة وطنية من نوعها لصناع المحتوى وانتخاب المستشار يحيى الشهراني رئيساً للجنة وأ. زياد بن نعيد نائباً للرئيس، وذلك للدورة (1447-1444)

#انحداد\_العرف\_السعودية

0:28 م ٢٤ نوفمبر ٢٠٢٤ • مرات مشاهدة ١١,٩ ألف

انحداد العرف السعودية @FSC\_KSA

يحضور رئيس انحداد العرف السعودية أ.حسن الجوزي اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى برئاسة أ.يحيى الشهراني تنظم حفل تكريم صنّاع المحتوى الأكثر تميّزاً في عام 2025 للاحتفاء بمن ساهموا في تشكيل وعي المجتمع وصنّاعه الأثر

#انحداد\_العرف\_السعودية

٣:٣٠ م ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٥ • مرات مشاهدة ١٤,١ ألف



## التغطية الإعلامية التقليدية:

نظرًا لمحدودية التغطية الإعلامية لحفل تكريم صنّاع المحتوى، اقتصر تناول الإعلام على مواد خبرية متفرقة ركّزت على توثيق الحدث دون تحليل أو متابعة لاحقة، ولم يتم إبراز الأبعاد الثقافية أو الاقتصادية للحفل، رغم ما يحمله من قيمة مرتبطة بصناعة المحتوى ودورها في تشكيل الوعي ودعم الاقتصاد الإبداعي.

## الضعف سببه غياب تنظيم إعلامي و خطة نشر قبل وأثناء وبعد الحفل، وغياب تحويل المناسبة إلى قصة قابلة للانتشار

ويعكس هذا النمط غياب التنسيق الإعلامي المسبق مع وسائل الإعلام، وعدم توفير زوايا معالجة ورسائل أساسية تساعد على تحويل الحفل من خبر عابر إلى قصة إعلامية قابلة للتوسّع؛ وبناءً عليه، فإن ضعف الحضور الإعلامي التحليلي لا يعكس ضعف الحدث ذاته، بل يكشف عن فجوة في إدارة التغطية الإعلامية مقارنة بالقيمة الفعلية للحدث ومخرجاته.



## نبض

عروض البث المباشر دول - منوعات - صحة - إقتصاد - بطولات و دوريات - رياضة - العالم - مصر

منذ 13 أسبوع

التي صحيفة الرأي الإلكترونية - السعودية

وسط أجواء وداعية مؤثرة مع ختام أعمال الدورة الـ15... رئيس اتحاد الغرف السعودية أحسن الحويضي، يكرم رؤساء اللجان الوطنية ومجالس الأعمال وصنّاع المحتوى، ويلقي كلمة ختامية مع انتهاء رئاسته لاتحاد الغرف السعودية الإلكترونية متابعه سعيد آل هطلاء #اتحاد\_الغرف\_السعودية

الأربعاء، 21 ديسمبر / كانون الأول 2016



## لم يدر الحفل باعتباره منتجًا إعلاميًا قابلاً للتسويق وبناء القيمة، ولكن مناسبة يتم توثيقها فقط



### التغطية الذاتية من المكرّمين:

يُظهر تحليل التغطية أن الزخم الإعلامي الأوضح لحفل تكريم صنّاع المحتوى تحقق من خلال منشورات المكرّمين أنفسهم عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، وليس عبر القنوات المؤسسية المنظمة، فقد اتسمت هذه المنشورات بالعفوية والمصادقية والبعد الإنساني، وهو ما انعكس في مستويات تفاعل أعلى مقارنة بالمحتوى الرسمي. ويؤكد هذا الواقع أن التأثير الإعلامي للحفل نتج أساسًا عن قوة الأشخاص المكرّمين وقدرتهم الذاتية على صناعة التأثير والوصول إلى جماهيرهم، أكثر مما نتج عن إدارة إعلامية مخططة، ما يعكس فجوة واضحة بين إمكانات الأفراد العالية وضعف توظيفها ضمن إطار إعلامي موحد يخدم الحدث بشكل أشمل.

أحمد بن أحمد السهيان @Sohyyan

تنسرفت اليوم بتركمي ضمن حفل تكريم صنّاع المحتوى ورؤساء مجالس الأعمال ورؤساء اللجان الوطنية، من رئيس مجلس إدارة اتحاد الغرف التجارية السعودية الأستاذ حسن الجويري.

هذا التكريم أعتبر به، وأقدره بوصفه تقديرًا للدور المؤسسي والعمل ضمن منظومة مجالس الأعمال، وما يمثّله ذلك من مسؤولية في دعم المصالح الاقتصادية وتعزيز التعاون وبناء الأثر.

الشكر والتقدير لاتحاد الغرف التجارية السعودية @CSC\_SA على هذه المبادرة الكريمة

٢:٢١ م - ٢٤ ديسمبر ٢٠٢٥ - ٢٠٧٥ مشاهدة ١٢١,٦ ألف

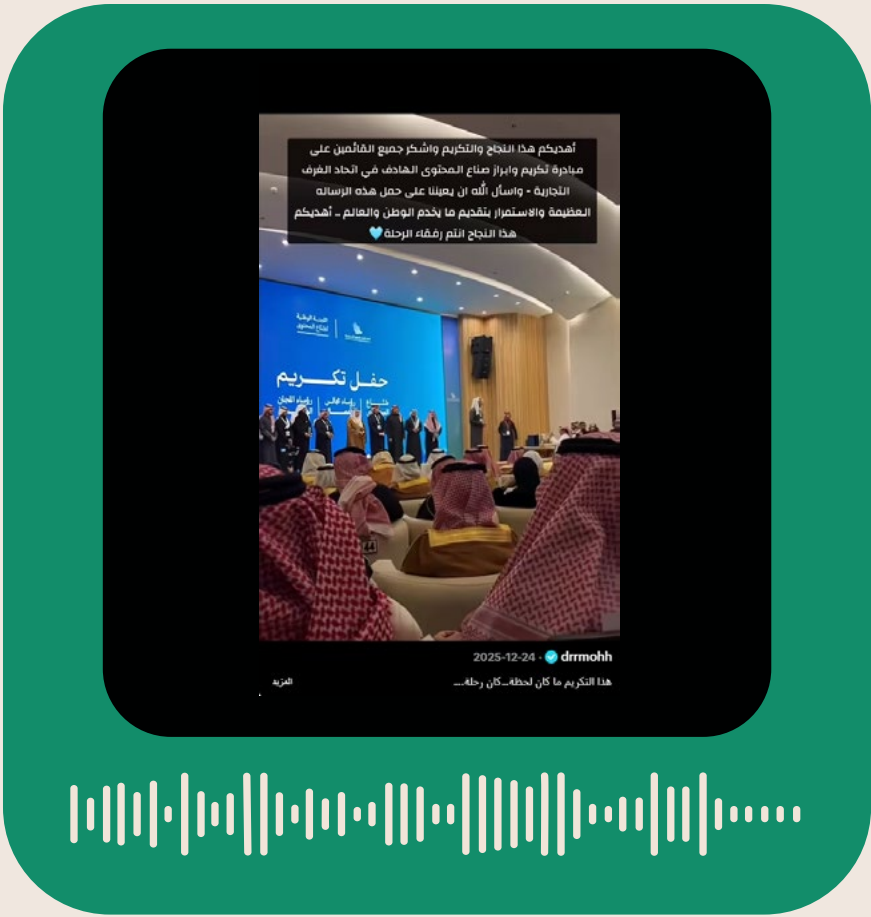
ابراهيم محمد @imec

2025  
حتامها مسك، هذي والله الأخبار الزينة ❤️

٨:٤١ م - ٢٣ ديسمبر ٢٠٢٥ - ٢٠٧٥ مشاهدة ١٢٠,٢ ألف







# التوصيات

استنادًا إلى تحليل تنظيم الحفل، وآليات الاختيار، وطبيعة الفئات المكّمة، تم إعداد هذه التوصيات بهدف تطوير حفل التكريم ضمن حدوده الفعلية وصلاحيات الجهة المنظمة.

تركز التوصيات على تحسين الحوكمة، وتعزيز عدالة ووضوح المعايير، ورفع القيمة المؤسسية للحدث، وبناء استمرارية تنظيمية قابلة للتحسين السنوي. كما تلتزم بعدم تحميل الحفل أدوارًا تتجاوز نطاقه، أو تحويله إلى منصة قطاعية موسعة دون موارد أو تفويض واضح. وعليه، فإن ما يلي يمثل إطارًا عمليًا لتطوير الحفل تدريجيًا، مع الحفاظ على هويته، وتعزيز أثره، وترسيخ مصداقيته المؤسسية.

يمكن تحويل التكريم إلى برنامج مؤسسي دوري يدار بوصفه أحد أصول اللجنة الإستراتيجية

⏪ ⏸ ⏩ ⏹

01 بناء إطار تصنيفي تشغيلي للفئات

اعتماد إطار تصنيفي داخلي واضح لأنماط التأثير والقيمة (جماهيري، تخصصي، معرفي، مؤسسي...)، ويستخدم باعتباره أداة تنظيمية للجنة التحكيم، بهدف منع اختزال الاختيار في معيار الشهرة، وضمان تمثيل متوازن لأنماط التأثير، وتعزيز قابلية الدفاع عن قرارات الاختيار.

ويمكن تنفيذ ذلك من خلال إعداد دليل مختصر للفئات يتضمن تعريفًا ومعايير قياس لكل فئة، مع إلزام لجان التحكيم بتحديد الفئة التي ينتمي إليها كل مرشح قبل التقييم، ومراجعة التوزيع النهائي للفئات للتأكد من عدم هيمنة نمط واحد دون مبرر موضوعي.



## 02 توثيق قرار الاختيار بمنطق منهجي

02

يوصى بإقرار نموذج موحد لتوثيق أسباب اختيار كل مكرّم، يتضمن طبيعة التأثير، ونوع القيمة المقدمة، وسبب الترجيح مقارنة بمرشحين مماثلين، بهدف رفع مستوى الحوكمة الداخلية، وتقليل الجدل الخارجي، وتوفير مرجعية لتطوير المعايير في الدورات اللاحقة.



## 03 إدماج مؤشرات نوعية إلى جانب المؤشرات الرقمية

03

عدم الاكتفاء بعدد المتابعين أو معدلات المشاهدة باعتبارها مؤشرات رقمية خالصة، وإدراج مجموعة من المؤشرات النوعية مثل: استمرارية الإنتاج، وجودة الطرح، واتساق الهوية، والأثر التراكمي، مع إدراج بند نوعي إلزامي في استمارة التقييم يمنح وزنًا نسبيًا محددًا للمؤشرات (مثلًا 40% للمؤشرات غير الرقمية).



## 04 تحويل التكريم إلى علاقة مؤسسية محدودة ومنظمة

04

ينبغي ألا ينتهي دور الجهة المنظمة عند لحظة التكريم، بل يُستكمل بإجراء تنظيمي بسيط ومحدد، مثل: لقاء تعريفى مغلق بعد الحفل، وإرسال خطاب رسمي يتضمن آلية تواصل واضحة، بهدف تثبيت العلاقة المؤسسية دون تحميل الجهة برامج تمكين موسعة خارج نطاقها.



## 05 إنشاء سجل مهني للمكترمين

05

إعداد قاعدة بيانات داخلية تتضمن المجال، ونوع التأثير، والفئة التصنيفية، وبيانات التواصل المهنية، بحيث تكون بمثابة مرجعية تنظيمية للدورات القادمة، وتسهل التواصل عند الحاجة، مع التأكيد على أن هذا السجل ليس أداة تصنيف عام للسوق، وإنما مرجعاً إدارياً داخلياً.



## 06 تطوير سردية إعلامية قائمة على القيمة

06

ينبغي أن تركز التغطية الإعلامية على «لماذا تم الاختيار» لا «من تم اختياره» فقط، وذلك من خلال إعداد بطاقة تعريف لكل مكترّم توضح نوع القيمة التي يمثلها، وإبراز التنوع في أنماط التأثير ضمن الرسائل الإعلامية.



## 07 اعتماد دورة تحسين مغلقة

07

بعد كل دورة، يتم إعداد تقرير تحسين يشمل تقييماً داخلياً يتناول: آلية الترشيح، وآلية الفرز، وتجربة الحفل تنظيمياً، وردود الفعل العامة، وذلك للاستخدام في عملية التخطيط للدورة التالية.



## 08 تثبيت هوية الحفل مع تطوير تدريجي

يراعى عدم تغيير هوية الحفل سنويًا بشكل جذري، واعتماد إطار ثابت للفئات مع إمكانية وجود تطوير جزئي كل عام وفق الملاحظات، لبناء ذاكرة مؤسسية واستقرار في الصورة الذهنية.



## 09 تخصيص تركيز موضوعي سنوي محدود

يمكن أن تتضمن كل دورة تركيزًا إضافيًا على مجال محدد (مثل المحتوى المعرفي أو التنموي)، دون استحداث مسارات موازية بهدف تحقيق تطور مدروس ضمن حدود الحدث.



## 10 قياس الأثر ضمن نطاق الحدث

قياس تجربة المكرّمين من خلال استبيان بعد الحفل يقيس وضوح المعايير وجودة التنظيم وشعورهم بعدالة الاختيار، بالإضافة إلى تحليل التفاعل الجماهيري عبر رصد نوعية التعليقات ومستوى الجدل وطبيعة الخطاب العام حول الحدث، وذلك لاستخدام نتائج هذه القياسات في تطوير آليات العمل داخليًا، لا للاكتفاء بعرضها في تقارير ترويجية.



# خاتمة الدراسة

تُظهر القراءة التحليلية أن حفل تكريم صنّاع المحتوى ليس إنجازًا يُحتفى به ثم يُطوى، بل منصة إستراتيجية جاهزة للتشغيل، تمتلك اللجنة الوطنية لصنّاع المحتوى من خلالها فرصة نادرة للانتقال من إدارة حدث ناجح إلى قيادة منظومة وطنية لصناعة المحتوى، تضبط معاييرها، وتدير أثرها، وتحوّل تأثيرها الرقمي إلى قيمة اقتصادية ومجتمعية قابلة للقياس والاستدامة.

لقد أثبت التحليل أن عناصر النجاح الأساسية باتت متوفرة: رؤية مؤسسية واضحة، مظلة تنظيمية قوية، نخبة محتوى مؤثرة، وقبول متزايد من الشركاء والقطاع الخاص؛ ما يتبقى ليس التفكير في «ماذا نفع؟»، بل كيف نُدير ما تحقق، وكيف نبني عليه دون أن نفقد زخمه أو نتركه رهينة الاجتهادات الفردية.

إن القيمة الحقيقية التي يضعها التحليل أمام اللجنة لا تكمن في توصيف الواقع، بل في تقديم نموذج قابل للتنفيذ، يمكن من خلاله تحويل التكريم إلى برنامج مؤسسي مستدام، وصنّاع المحتوى إلى شركاء معتمدين، والقطاع إلى منظومة ذات مرجعية واحدة، وهذا النوع من التحول لا يتحقق بالقرارات وحدها، بل بإدارة إستراتيجية متخصصة قادرة على الربط بين الرؤية، والتشغيل، والقياس.

ومن هنا، تمثل هذه القراءة نقطة قرار بقدر ما هي وثيقة تحليل: إما الاكتفاء بنجاح الحدث بوصفه تجربة متميزة، أو استثماره بوصفه أصلًا إستراتيجيًا طويل الأمد يعيد تشكيل علاقة اللجنة بصناعة المحتوى، ويعزز موقعها القيادي داخل الاقتصاد الإبداعي الوطني.



ما قُدّم في هذا التكريم يثبت أن الرؤية موجودة.. والتحدي الآن ليس في الفكرة.. بل في إدارة الأثر وتحويله إلى منظومة مستدامة تقود قطاع صناعة المحتوى لا تحتفى به فقط





شكاوى



كلام

