مجالس الشباب
YOUTH COUNCILS
مجلس شباب الإمارات للثقافة والهوية الوطنية
Emirates Youth Council for Culture and National Identity

دبي للثقافة
Culture

ورشة "فكـــــرة" لصناعة الأفـــكـــار

FIKRA - IDEA GENERATION
& DEVELOPMENT WORKSHOP

“An idea is not something we wait for...
it is something we learn how to find.”

“الفكرة ليست شيئاً ننتظره...
بل شيئاً نتعلم كيف نجده.”

ABOUT FIKRA

Ideas are not something we simply wait for — they are something we can learn to discover, shape and develop.

Led by Emirati filmmaker and writer Abdullah Al Junaibi, Fikra is a practical seven-day workshop that takes participants through the creative journey of developing ideas with a strong Emirati identity and transforming them into concepts across film, advertising, television and theatre.

Through interactive discussions, practical exercises and constructive feedback, participants will develop their ideas step by step and leave with a clearer, stronger concept ready for further development.

عن ”فكرة“

الفكـرة ليسـت شـيئاً ننتظره... بل شـيئاً نتعلم كيف نجـده ونطوره ونمنحه شكله الخاص.

يقدم المخرج والكاتب الإماراتي عبدالله الجنيبي ورشة «فكرة» على مدار سبعة أيام، في تجربة عملية وتفاعلية تأخذ المشاركين في رحلة لتطويـر أفـكار تحمل هويـة إماراتية واضحـة، وتحويلهـا إلى مفاهيم إبداعية في مجالات السينما والإعلان والتلفزيون والمسرح.

ومـن خلال النقاشـات والتطبيقـات العمليـة والنقـد البنّـاء، يعمـل المشـاركون على تطويـر أفكارهـم خطـوة بخطوة وصـولاً إلى صياغة أكثر وضوحاً وقوة وقابلية للتطوير.

DAY 1

What Is an Idea?

And how do we create an idea with an Emirati national identity that serves the nation and society?

Session Duration: 2 Hours

Objective of the Day

- Define a creative idea and distinguish it from a random thought.
- Understand the components of Emirati national identity in creative work.
- Generate an initial idea with a clear national perspective.

1. What Is an Idea?

A creative idea is not a passing thought, but a clear concept that can be developed and executed. A buildable idea begins by answering three questions:

- Why? Why is this work important now?
- For whom? Who is the audience that will be affected?
- What? What new value does it offer?

اليوم الأول

ما هي الفكرة؟

وكيف نخلق فكرة بهوية وطنية إماراتية تخدم الوطن والمجتمع

مدة الجلسة: ساعتان

الهدف من اليوم

- تعريف الفكرة الإبداعية وتمييزها من الفكرة العشوائية.
- فهم مكونات الهوية الوطنية الإماراتية في العمل الإبداعي.
- إنتاج أولى أفكاره برؤية وطنية واضحة.

أولاً: ما هي الفكرة؟

الفكــرة الإبداعيــة ليســت خاطــرة عابــرة، بل تصور واضح يمكن تطويره وتنفيذه. وتبدأ الفكرة القابلة للبناء بالإجابة عن ثلاثة أسئلة:

- لماذا؟ لماذا هذا العمل مهم الآن؟
- لمن؟ من هو الجمهور الذي سيتأثر؟
- ماذا؟ ما الجديد الذي تقدمه؟

2. Emirati National Identity in the Idea

Emirati national identity is not limited to symbols or heritage appearances. It is expressed through values, environment, the way characters think, their relationships, and their language. An idea can emerge from:

- Core Emirati values: generosity, hospitality and authenticity; ambition and future vision; unity and national belonging; respect for elders and humility; knowledge, work and building.
- Elements of the Emirati environment: desert, sea and mountains; falcon, palm tree and majlis; authentic Emirati dialect; national occasions and heritage; coexistence, diversity and openness.

3. Idea Areas That Serve Society

Each of these areas is a rich source of creative ideas that can serve the nation and society:

- Health & Awareness: ideas that promote health awareness, address negative behaviours and encourage a better life.
- Education & Knowledge: ideas that encourage reading and learning and present knowledge in an engaging creative way.
- Environment & Sustainability: ideas that protect the UAE's natural heritage and strengthen environmental awareness.
- Family & Society: ideas that reinforce family bonds, social values and national cohesion.

4. Model for Creating a National Idea – Steps

1. Identify the problem or need — Start from the reality of your community. What do you see that needs to change or be strengthened?

2. Add Emirati identity — Connect the issue to an authentic Emirati value.

3. Choose the target audience — Who are you speaking to: youth, children, families? The audience determines the language and style.

4. Express the idea in one sentence — For example: "A film about a young Emirati who discovers his true identity through a journey with his grandfather in the desert."

5. Test the idea with three questions — Is it authentic? Does it serve the audience? Can it be executed? If the answers are yes, you have an idea.

ثانياً: الهوية الوطنية الإماراتية في الفكرة

الهويـة الوطنيـة الإماراتية لا تختزل في الرموز أو المظاهر التراثية؛ بل تظهـر في القيـم، والبيئـة، وطريقـة تفكيـر الشـخصيات، وعلاقاتهـا، ولغتها. ويمكن أن تنبع الفكرة من:

- القيـم الجوهريـة الإماراتيـة: الكـرم والضيافـة والأصالـة؛ الطمـوح والرؤيـة المسـتقبلية؛ الوحـدة والانتمـاء للوطـن؛ احتـرام الكبيـر والتواضع؛ العلم والعمل والبناء.
- عناصـر البيئـة الإماراتية: الصحراء والبحـر والجبل؛ الصقر والنخلة والمجلـس؛ اللهجـة الإماراتيـة الأصيلـة؛ المناسـبات الوطنيـة والتراث؛ التعايش والتنوع والانفتاح.

ثالثاً: مجالات الفكرة التي تخدم المجتمع

كل مجال من هذه المجالات هو منجم من الأفكار الإبداعية التي تخدم الوطن والمجتمع:

- الصحة والتوعية: أفكار تنشر الوعي الصحي وتحارب الظواهر السلبية وتعزز حياة أفضل.
- التعليم والمعرفة: أفكار تحفز القراءة والتعلم وتقدم المعرفة بأسلوب إبداعي جذاب.
- البيئة والاستدامة: أفكار تحمي التراث الطبيعي الإماراتي وتعزز الوعي البيئي.
- الأسرة والمجتمع: أفكار تعزز الروابط الأسرية والقيم الاجتماعية والتماسك الوطني.

رابعاً: نموذج خلق فكرة وطنية — الخطوات

1. حدد المشكلة أو الحاجة — ابدأ من واقع مجتمعك — ما الذي تراه يحتاج تغييراً أو تعزيزاً؟

2. أضف الهوية الإماراتية — اربط المشكلة بقيمة إماراتية أصيلة.

3. اختر الجمهور المستهدف — من الذي تتحدث إليه؟ الشباب؟ الأطفال؟ الأسرة؟ — الجمهور يحدد اللغة والأسلوب.

4. صِغ الفكرة في جملة واحدة — «فيلم يحكي قصة شاب إماراتي يكتشف هويته الحقيقية عبر رحلة مع جده في الصحراء».

5. اختبر الفكرة بثلاثة أسئلة — هل هي أصيلة؟ هل تخدم الجمهور؟ هل يمكن تنفيذها؟ إذا كانت الإجابات نعم — عندك فكرة!

مثال تطبيقي: فكرة وطنية ناجحة

مثال تدريبي: فيلم اجتماعي عن شاب إماراتي يواجه قضية محلية مسكوتاً عنها. تظهر الهوية من البيئة والشخصيات والعلاقات، لا من الرموز المضافة إلى القصة.

Practical Example: A Successful National Idea

Training example: a social film about a young Emirati confronting an unspoken local issue. The identity comes through the environment, characters and relationships, not through symbols added onto the story.

أجندة الجلسة — ساعتان

0:20–0:00	المقدمة: ما هي الفكرة؟ وما الفرق بين الفكرة والخاطرة؟ (شرح تفاعلي).
0:40–0:20	الهوية الوطنية الإماراتية في الإبداع — نقاش جماعي بأمثلة حقيقية.
1:00–0:40	مجالات الفكرة الوطنية — عرض واستكشاف تفاعلي.
1:30–1:00	ورشة التطبيق: كل مشارك يكتب فكرته الوطنية الأولى باستخدام النموذج الخماسي.
1:50–1:30	عرض الأفكار وتغذية راجعة جماعية.
2:00–1:50	الخلاصة والمهمة للجلسة القادمة.

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:20	Introduction: What is an idea, and what is the difference between an idea and a thought? Interactive explanation.
0:20–0:40	Emirati national identity in creativity – group discussion with real examples.
0:40–1:00	Areas for national ideas – interactive presentation and exploration.
1:00–1:30	Application workshop: each participant writes their first national idea using the five-step model.
1:30–1:50	Idea presentations and group feedback.
1:50–2:00	Summary and assignment for the next session.

DAY 2

The Emirati Awareness Film

How do you build an idea that changes behaviour or stirs the conscience?

Session Duration: 2 Hours

اليوم الثاني

الفيلم التوعوي الإماراتي

كيف تبنى فكرة تُغير سلوكاً أو تُحرك ضميراً؟

مدة الجلسة: ساعتان

What Is an Awareness Film?

An awareness film is a short work that draws attention to an issue or behaviour and proposes a way to understand or change it through a clear human situation, rather than direct preaching.

- A successful awareness film tells a genuine human story, makes you feel before you think, delivers its message through the character, and ends with an image or decision that reinforces the impact.
- An unsuccessful awareness film preaches directly, uses characters as types rather than people, makes the message clearer than the story, and tells instead of showing.

Model for Building an Awareness Film Idea

1. Choose the issue — What social or national issue do you want to address? Technology addiction, bullying, neglect of the elderly, reckless driving, environmental protection, etc.

2. Move away from preaching – move closer to the human story — Instead of saying “phone addiction is harmful,” show a father missing an important moment with his son because he is distracted by a screen.

3. Design the central character — One character + one flaw + one situation = the heart of the film.

4. Draw the arc of change — The character begins in one state, experiences a revealing moment, and ends in a different state.

5. Define the final moment — The strongest ending is the image that stays in the mind, not the sentence that is spoken.

Complete Practical Example – “Absent”

Issue: the family’s neglect of its elder. Character: a grandfather prepares the majlis every week, waiting for his children to visit. Change: the grandson decides to put away his phone and sit with him, discovering family memories he never knew. Ending: the grandson records the grandfather’s story while the rest of the phones remain outside the majlis. The message appears through action, not a direct speech.

ما هو الفيلم التوعوي؟

الفيلم التوعوي عمل قصير يلفت الانتباه إلى قضية أو سلوك، ويقترح زاوية للفهم أو التغيير من خلال موقف إنساني واضح، لا عبر الوعظ المباشر.

- الفيلم التوعوي الناجح: يحكي قصة إنسانية حقيقية؛ يجعلك تشعر أولاً ثم تفكر؛ رسالته تأتي عبر الشخصية؛ ينتهي بصورة أو قرار يرسّخ أثر الفكرة.
- الفيلم التوعوي الفاشل: يعظ ويُلقن مباشرة؛ شخصياته نماذج لا بشر؛ رسالته أوضح من قصته؛ يُخبر بدل ما يُري.

نموذج بناء فكرة الفيلم التوعوي

1. اختر القضية — ما القضية الاجتماعية أو الوطنية التي تريد معالجتها؟ — إدمان التقنية / التنمر / إهمال كبار السن / قيادة الطيش / الحفاظ على البيئة.

2. ابتعد عن الوعظ — اقترب من الإنسان — بدل أن تقول: «الإدمان على الهاتف مضر» — أرنا أباً يفوّت لحظة مهمة مع ابنه بسبب انشغاله بالشاشة. الصورة أقوى من الكلام.

3. صمم الشخصية المحورية — شخصية واحدة + عيب واحد + موقف واحد = قلب الفيلم.

4. ارسم قوس التحول — الشخصية تبدأ في حالة، تمر بلحظة كاشفة، وتنتهي في حالة مختلفة. هذا القوس هو قلب التوعية الحقيقية.

5. حدد اللحظة الختامية — أقوى ختام في الفيلم التوعوي هو الصورة التي تبقى في الذهن — لا الجملة التي تُقال.

مثال تطبيقي كامل — ”غائب“

القضية: انشغال الأسرة عن كبيرها. الشخصية: جد يهيئ المجلس كل أسبوع منتظراً زيارة أبنائه. التحول: يقرر الحفيد إغلاق هاتفه والجلوس معه، فيكتشف ذاكرة عائلية لم يعرفها. الختام: الحفيد يسجل الحكاية بصوت الجد، بينما تبقى بقية الهواتف خارج المجلس. الرسالة تظهر في الفعل، لا في خطاب مباشر.

Viewing & Analysis Exercise

Choose a trusted short awareness film and identify: Who is the character? What behaviour is meant to change? Where is the moment of transformation? Did the message come through action or explanation?

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:15	Watch three successful short awareness films – group analysis.
0:15–0:35	Explain the difference between preaching and influence – interactive discussion.
0:35–0:55	Step-by-step model for building an awareness idea.
0:55–1:25	Application: each participant writes an idea for an Emirati awareness film.
1:30–1:50	Present and analyse ideas: Where is the preaching? Where is the story?
1:50–2:00	Summary: the Emirati awareness film we are missing.

تمرين مشاهدة وتحليل

اختر فيلماً توعوياً قصيراً موثوق المصدر، ثم حدّد: من الشخصية؟ ما السلوك المطلوب تغييره؟ أين لحظة التحول؟ وهل وصلت الرسالة من خلال الفعل أم عبر الشرح؟

أجندة الجلسة — ساعتان

0:15–0:00	مشاهدة 3 أفلام توعوية قصيرة ناجحة — تحليل جماعي.
0:35–0:15	شرح الفرق بين الوعظ والتأثير — نقاش تفاعلي.
0:55–0:35	نموذج بناء الفكرة التوعوية خطوة بخطوة.
1:25–0:55	تطبيق: كل مشارك يكتب فكرة فيلمه التوعوي الإماراتي.
1:50–1:30	عرض الأفكار وتحليلها بسؤال: أين الوعظ؟ أين القصة؟
2:00–1:50	الخلاصة: الفيلم التوعوي الإماراتي الذي ينقصنا.

DAY 3

The Commercial Advertising Film

How do you sell an Emirati product through a story people choose to watch?

Session Duration: 2 Hours

اليوم الثالث

الفيلم الإعلاني التجاري

كيف تبيع منتجاً إماراتياً بقصة تُشاهَد باختيار؟

مدة الجلسة: ساعتان

Model for Building an Awareness Film Idea

Direct advertising explains the product; story-led advertising connects the product to a need, feeling or situation the audience can remember.

- Traditional ad: talks directly about the product, repeats the product name, sells the feature, and is easy to ignore when there is no compelling idea.
- Smart ad: tells a story or creates emotion, places the product naturally within life, sells a feeling and sense of belonging, and gives the audience a reason to watch, remember and share.

Model for Building an Emirati Advertising Idea

1. Know the product from the inside — What single thing makes this product genuinely Emirati? Start from the product's identity, not its specifications.

2. Define the feeling, not the feature — Do not sell "honey"; sell "a warm family moment." Do not sell "dates"; sell "the taste of roots and belonging."

3. Choose the human moment — At what human moment does the product meet people: breakfast, welcoming a guest, returning home after a long trip?

4. **Add surprise or reversal —** The best ads contain a moment that makes you smile or feel something. This is often what gets shared.

5. End with the product, not an announcement — The product appears at the end as the natural solution and must make sense within the story and campaign objective.

الفرق الجوهري في الإعلان الحديث

الإعلان المباشر يشرح المنتج؛ أما الإعلان القصصي فيربط المنتج بحاجة أو شعور أو موقف يمكن للجمهور تذكّره.

- إعلان تقليدي: يُخبر عن المنتج مباشرة؛ يكرر اسم المنتج كل ثانية؛ يبيع الميزة؛ يسهل تجاهله عند غياب الفكرة الجاذبة.
- إعلان ذكي: يحكي قصة أو يخلق مشاعر؛ المنتج جزء من الحياة؛ يبيع الشعور والانتماء؛ يمنح الجمهور سبباً للمشاهدة والتذكّر والمشاركة.

نموذج بناء فكرة الإعلان الإماراتي

1. اعرف المنتج من الداخل — ما الشيء الواحد الذي يجعل هذا المنتج إماراتياً حقيقياً؟ ابدأ من هوية المنتج لا من مواصفاته.

2. حدد الشعور لا الميزة — لا تبع «عسلاً» — بع «لحظة الدفء مع الأسرة». لا تبع «تمراً» — بع «طعم الجذور والانتماء».

3. اختر اللحظة الإنسانية — أي لحظة إنسانية يلتقي فيها المنتج بالناس؟ الإفطار؟ ضيافة الضيف؟ العودة للبيت بعد سفر طويل؟

4. أضف عنصر المفاجأة أو الانقلاب — أفضل الإعلانات تحمل لحظة انقلاب تجعلك تبتسم أو تتأثر. هذه اللحظة هي ما يُشارَك على وسائل التواصل.

5. اختم بالمنتج لا بالإعلان عنه — المنتج يظهر في النهاية كأنه الحل الطبيعي — لا كأنه هدف الإعلان. ويجب أن يكون ظهوره منطقياً داخل القصة ومتسقاً مع هدف الحملة.

أمثلة إعلانية بهوية إماراتية

- منتج: تمر سكري من ليوا — جد يعود من السفر الطويل، ولا شيء ينتظره في المنزل إلا طبق تمر وضعته حفيدته الصغيرة بنفسها. الختام: «من ليوا إلى قلبك». الشعور المُباع: الانتماء والدفء الأسري.
- منتج: قهوة عربية إماراتية — اجتماع عمل متوتر، وفي الخلفية فنجان قهوة عربية. بعد الفنجان يتغير الجو وتسترخي الوجوه ويُتخذ القرار الصحيح. الشعور المُباع: الحكمة والتوازن.
- منتج: عسل جبلي إماراتي — حفيدة ترافق جدتها إلى منحل جبلي، وتتعلم منها كيف تُختار الخلية ويحفظ النحل. الختام: «من الجبل إلى مائدتنا». الشعور المُباع: الثقة بالمصدر واستمرار المعرفة بين الأجيال.

Advertising Examples with Emirati Identity

- Liwa Sukkari dates: a grandfather returns from a long trip. Nothing is waiting for him at home except a plate of dates placed by his young granddaughter. Ending: “From Liwa to your heart.” Feeling sold: belonging and family warmth.
- Emirati Arabic coffee: three moments around a tense work meeting; after the coffee, the atmosphere changes, faces relax, and the right decision is made. Feeling sold: wisdom and balance.
- Emirati mountain honey: a granddaughter accompanies her grandmother to a mountain apiary and learns how to choose the hive and care for the bees. Ending: “From the mountain to our table.” Feeling sold: trust in the source and continuity of knowledge across generations.

أجندة الجلسة — ساعتان

0:20–0:00	مشاهدة 3 إعلانات ناجحة (إماراتية وعالمية) — ما الذي جعلها تنجح؟
0:35–0:15	شرح نموذج الإعلان الذكـــي — الشعـــور لا الميزة.
0:55–0:35	اختر منتجاً إماراتياً حقيقياً من قائمة مقترحة.
1:25–0:55	كـــل مشارك يكتب فكرة إعلانه الإماراتي خطوة بخطوة.
1:50–1:30	عـــرض الأفكـــار: ما الشعـــور الذي يبيعه كل إعلان؟
2:00–1:50	نقاش: لماذا المنتج الإماراتي يستحق إعلاناً يليق به؟

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:20	Watch three successful ads (Emirati and international) – what made them work?
0:15–0:35	Explain the smart advertising model – feeling, not feature.
0:35–0:55	Choose a real Emirati product from a suggested list.
0:55–1:25	Each participant develops their Emirati advertising idea step by step.
1:30–1:50	Present ideas: what feeling does each ad sell?
1:50–2:00	Discussion: why does an Emirati product deserve advertising worthy of it?

DAY 4

The Emirati Feature Film

Its genres and how to choose what best suits your idea

Session Duration: 2 Hours

اليوم الرابع

الفيلم السينمائي الإماراتي

أنواعه وكيف تختار ما يناسب فكرتك

مدة الجلسة: ساعتان

What Makes an Emirati Film Distinctive?

It is not enough for a film to be produced in the UAE for it to carry an Emirati identity. Identity is embodied in the choices of characters, their relationships and language, the details of the environment, and the effect of place on the conflict.

Genres of Emirati Cinema

- Social drama: explores Emirati family and social realities with depth and honesty.
- Action & thriller: uses Emirati environments such as the desert, modern cities and airports within a suspenseful form.
- Crime & investigation: explores security and social dimensions such as cybercrime, human trafficking and major cases in a Gulf setting.
- Biographical & historical: reintroduces major Emirati figures or events through a contemporary cinematic approach and requires documented research and dramatic treatment.
- Social comedy: addresses everyday Emirati situations with gentle humour and affection, from the majlis to the family WhatsApp group.
- Science fiction & the future: imagines the UAE 50 years from now, combining heritage and the future in an unprecedented visual dialogue.

ما الذي يميز الفيلم الإماراتي؟

لا يكفي أن يُنتج الفيلم في الإمارات ليحمل هوية إماراتية. تتجسد الهوية في اختيارات الشخصيات، وعلاقاتها، ولغتها، وتفاصيل البيئة، وأثر المكان في الصراع.

أنواع الأفلام السينمائية الإماراتية

- الدراما الاجتماعية: يعالج واقع الأسرة والمجتمع الإماراتي بعمق وصدق.
- الأكشن والإثارة: يستثمر البيئة الإماراتية — الصحراء، المدن الحديثة، المطارات — في قالب تشويقي.
- الجريمة والتحقيق: يستعرض الجانب الأمني والاجتماعي — الجرائم الرقمية، الاتجار بالبشر، القضايا الكبرى في بيئة خليجية.
- السيرة الذاتية والتاريخي: يعيد تقديم شخصيات إماراتية عظيمة أو أحداث تاريخية بأسلوب سينمائي معاصر، ويتطلب بحثاً موثقاً ومعالجة درامية.
- الكوميديا الاجتماعية: يعالج مواقف يومية إماراتية بسخرية خفيفة وحب — من المجلس إلى الواتساب العائلي.
- الخيال العلمي والمستقبل: يتخيل الإمارات بعد 50 سنة، ويجمع التراث بالمستقبل في حوار بصري غير مسبوق.

نموذج بناء فكرة الفيلم السينمائي

1. اختر النوع الذي تعشقه — لا تكتب نوعاً لأنه مطلوب — اختر نوعاً تفهم أدواته ويخدم فكرتك؛ ثم اختبر ملاءمته للجمهور والإمكانات المتاحة.

2. ابدأ من شخصية لا من حبكة — أفضل الأفلام تبدأ بسؤال: من هذا الإنسان؟ ما الذي يريده؟ ما الذي يمنعه؟ — الحبكة تنمو من الشخصية.

3. حدد الصراع الجوهري بدقة — صراع داخلي + صراع خارجي = فيلم بعمق حقيقي.

4. اختر البيئة الإماراتية المناسبة — الصحراء، البحر، المدينة الحديثة، القرية القديمة — البيئة ليست ديكوراً بل شخصية تؤثر في الأحداث.

5. صِغ فكرتك في الجملة السينمائية — "فيلم [نوع] عن [شخصية] تريد [هدف] لكن [عائق] في بيئة [مكان] تحمل [قيمة إماراتية]".

أمثلة إعلانية بهوية إماراتية

- "فيلم تاريخي عن مطوّع إماراتي في الستينات يحاول الحفاظ على تعليم أبناء قريته رغم شح الموارد، في بيئة صحراء شاسعة تحمل قيمة المثابرة والتعلم.» — هذه الجملة الواحدة تكفي لتبدأ كتابة فيلم كامل.

أجندة الجلسة — ساعتان

0:20–0:00	نظرة على تاريخ السينما الإماراتية — من أين جئنا؟ وأين نحن الآن؟
0:45–0:20	شرح أنواع الأفلام مع أمثلة من أفلام إماراتية وعربية وعالمية.
1:05–0:45	نموذج بناء الفكرة السينمائية — تطبيق مع المجموعة.
1:35–1:05	كل مشارك يختار نوع فيلمه ويبني فكرته بالجملةالسينمائية.
1:50–1:35	عرض وتغذية راجعة: هل الشخصية واضحة؟ هل الصراع حقيقي؟
2:00–1:50	نقاش: ما الفيلم الإماراتي الذي يجب أن يُصنع الآن؟

Model for Building a Feature Film Idea

1. Choose the genre you love — Do not write a genre simply because it is in demand. Choose one whose tools you understand and that serves your idea, then test its suitability for the audience and available resources.

2. Start from a character, not a plot — Who is this person? What do they want? What stands in their way? The plot grows from the character.

3. Define the core conflict precisely — Internal conflict + external conflict = a film with genuine depth.

4. Choose the right Emirati environment — Desert, sea, modern city, old village — the environment is not decoration; it is a character that affects events.

5. Express your idea in a cinematic sentence — "A [genre] film about [character] who wants [goal] but faces [obstacle] in [place], carrying [Emirati value]."

Application – The Cinematic Sentence

"A historical film about an Emirati mutawa in the 1960s who tries to preserve the education of his village's children despite scarce resources, in a vast desert environment that embodies perseverance and learning." This single sentence is enough to begin developing a full film.

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:20	A look at the history of Emirati cinema – where did we come from and where are we now?
0:20–0:45	Explain film genres with Emirati, Arab and international examples.
0:45–1:05	Model for building a cinematic idea – group application.
1:05–1:35	Each participant chooses a genre and builds their idea using the cinematic sentence.
1:35–1:50	Presentation and feedback: Is the character clear? Is the conflict real?
1:50–2:00	Discussion: What Emirati film should be made now?

DAY 5

The Emirati TV Series

How do you build a dramatic world that can continue across multiple episodes?

Session Duration: 2 Hours

اليوم الخامس

المسلسل الإماراتي

كيف تبني عالماً درامياً قابلاً للاستمرار عبر حلقات متعددة؟

مدة الجلسة: ساعتان

The Essential Difference Between a Film and a Series

- Film: limited duration, one central path, complete ending; usually one central character; one idea that escalates; starts close to the climax.
- Series: multiple episodes, an expandable world; an interconnected system of characters; multiple dramatic storylines; each episode raises a new question.

الفرق الجوهري بين الفيلم والمسلسل

- الفيلم: مدة محدودة — مسار مركزي — نهاية مكتملة؛ شخصية مركزية واحدة؛ فكرة واحدة تتصاعد؛ تبدأ قريباً من الذروة.
- المسلسل: حلقات متعددة — عالم قابل للتوسع؛ منظومة شخصيات متداخلة؛ خطوط درامية متعددة؛ كل حلقة تطرح سؤالاً جديداً.

Components of a Successful Emirati Series Idea

1. The dramatic world – Universe — Where does your series live? The Gulf in the 1970s, a modern Emirati airport, a desert tribe? The world contains everything.

2. The major central character — One character against whom everything is measured — compelling, deep and contradictory.

3. The supporting character system — Each supporting character represents a different perspective on the main theme. Together they create a fuller picture of Emirati society.

4. The main unanswered question — A season needs a dramatic question that continues across episodes and renews itself through character decisions.

5. The full-season arc — Episode one establishes the world; the midpoint escalates the conflicts; the final episode resolves the season's question and may open a new extension.

مكونات فكرة المسلسل الإماراتي الناجح

1. العالم الدرامي — Universe — أين يعيش مسلسلك؟ الخليج في السبعينات؟ مطار إماراتي حديث؟ قبيلة في الصحراء؟ — العالم هو الحاضن الذي يعيش فيه كل شيء.

2. الشخصية المحورية الكبرى — شخصية واحدة يُقاس عليها كل شيء — جذابة وعميقة ومتناقضة.

3. منظومة الشخصيات الثانوية — كل شخصية ثانوية تمثل وجهة نظر مختلفة للموضوع الرئيسي. معاً يصنعون الصورة الكاملة للمجتمع الإماراتي.

4. السؤال الرئيسي الذي لا يُجاب — يحتاج المسلسل إلى سؤال درامي يمتد عبر الموسم، ويتجدد عبر قرارات الشخصيات لا بتكراره في الحوار.

5. قوس الموسم الكامل — الحلقة الأولى = تأسيس العالم. المنتصف = تصعيد الصراعات. الحلقة الأخيرة = حسم سؤال الموسم، ويمكن أن تفتح امتداداً جديداً.

مكونات فكرة المسلسل الإماراتي الناجح

- الدراما العائلية: نزاع على إرث يكشف اختلاف الأبناء حول المسؤولية والانتماء وحدود السلطة داخل الأسرة.
- الدراما البيئية: فريق إماراتي يدخل عالم مهرجان ليوا وسباقات صعود التلال، فتتحول التعديلات والاختبارات إلى ضغط يكشف شخصيات أفراده.
- التشويق والجريمة الإماراتية: فريق رقابي في منفذ جوي يلاحق شبكة تهريب، بينما تكشف القضية تعارضاً بين الواجب والعلاقات الشخصية.

أجندة الجلسة — ساعتان

0:20–0:00	تحليل مسلسلات إماراتية ناجحة — ما العالم الدرامي؟ ما السؤال؟
0:40–0:20	شرح مكونات فكرة المسلسل — العالم والشخصيات والسؤال.
1:00–0:40	نقاش: ما المسلسل الإماراتي الذي تريد رؤيته ولم يُصنع بعد؟
1:30–1:00	كل مشارك يبني العالم الدرامي لمسلسله وشخصياته الرئيسية.
1:50–1:30	عرض: ما العالم؟ من الشخصية؟ ما السؤال الكبير؟
2:00–1:50	خلاصة: الصفحة الأولى من مشروعك — فكرتك صارت حقيقية.

Types of Emirati Series – Training Examples

- Family drama: an inheritance dispute reveals differences between siblings over responsibility, belonging and the limits of authority within the family.
- Environment-based drama: an Emirati team enters the world of the Liwa Festival and hill-climb racing, where modifications and tests place pressure on the team and reveal their personalities.
- Emirati thriller & crime: an inspection team at an air entry point pursues a smuggling network while the case exposes tension between duty and personal relationships.

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:20	Analyse successful Emirati series – what is the dramatic world? What is the question?
0:20–0:40	Explain the components of a series idea – world, characters and question.
0:40–1:00	Discussion: What Emirati series do you want to see that has not yet been made?
1:00–1:30	Each participant builds the dramatic world of their series and its main characters.
1:30–1:50	Presentation: What is the world? Who is the character? What is the big question?
1:50–2:00	Summary: the first page of your project – your idea has become real.

DAY 6

Emirati Theatre

The oldest art form tells our newest issues from a single stage

Session Duration: 2 Hours

اليوم السادس

المسرحية الإماراتية

الفن الأقدم يروي أحدث قضايانا من على خشبة واحدة

مدة الجلسة: ساعتان

Why Is Theatre Different from Every Other Medium?

- Live and direct: the actor and audience breathe in the same space — something no screen can replicate.
- Dialogue is king: every word is heard clearly; weak writing cannot hide behind editing.
- Immediate and impactful: the audience reaction is instant — laughter, silence, tears — and becomes part of the performance.

الفرق الجوهري بين الفيلم والمسلسل

- حي ومباشر: الممثل والمشاهد يتنفسان في نفس المكان — هذا ما لا تستطيع أي شاشة تقليده.
- الحوار ملك: في المسرح كل كلمة تُسمع بوضوح — الكتابة الرديئة لا تختبئ خلف المونتاج.
- فوري ومؤثر: ردة فعل الجمهور فورية — ضحك، صمت، دموع — وهي جزء من العرض.

Types of Emirati Theatre

- Social comedy: affectionately satirises everyday Emirati life, from the diwaniya and family WhatsApp to generational conflict.
- Psychological drama: explores identity, belonging and the tension between values and modernity.
- Historical theatre: re-presents an Emirati historical period in a contemporary way, bringing real figures to the stage.
- Interactive theatre: breaks the barrier between actor and audience, allowing the audience to influence the course of events.

أنواع المسرحيات الإماراتية

- الكوميديا الاجتماعية: تسخر بحنان من مواقف الحياة الإماراتية اليومية — من الديوانية إلى الواتساب العائلي إلى صراع الأجيال.
- الدراما النفسية: تستكشف أعماق الإنسان الإماراتي — الهوية، الانتماء، الصراع بين القيم والحداثة.
- المسرح التاريخي: يعيد تقديم حقبة تاريخية إماراتية بأسلوب معاصر — شخصيات حقيقية على خشبة المسرح.
- المسرح التفاعلي: يكسر الحاجز بين الممثل والجمهور — الجمهور يؤثر في مجرى الأحداث.

Model for Building an Emirati Theatre Idea

1. Choose the constraint – theatre is a creative constraint — Theatre takes place in a defined place and time with a limited number of characters. Begin by deciding: where, when and how many characters?

2. The conflict must be seen, not told — There is no narrator. The conflict happens in front of the audience through dialogue, body and silence.

3. Dialogue is the script — Every spoken word must carry weight. Authentic Emirati dialogue is a powerful tool, and each character should have a distinct rhythm.

4. The silent moment is the strongest — The most powerful theatrical moment is often the silence after a striking line. Plan three moments of silence.

5. The theatrical ending – answer or question? — Will your play end with a reassuring answer or a question that stays with the audience after the performance?

نموذج بناء فكرة المسرحية الإماراتية

1. اختر القيد — المسرح قيد خلاق — المسرح يدور في مكان محدد وزمن محدد وعدد محدود من الشخصيات. ابدأ بتحديده: أين؟ متى؟ كم شخصية؟

2. الصراع يجب أن يُرى لا يُحكى — في المسرح لا يوجد راوٍ — الصراع يجري أمامك في الحوار والجسد والصمت.

3. الحوار هو السيناريو — كل كلمة تُنطق على المسرح يجب أن تحمل وزنها. الحوار الإماراتي الأصيل هنا سلاحك الأقوى — كل شخصية لها إيقاع كلامي مختلف.

4. اللحظة الصامتة هي الأقوى — أقوى لحظة في تاريخ المسرح غالباً هي الصمت الذي يأتي بعد جملة مدوية. خطط لثلاث لحظات صمت في مسرحيتك.

5. الختام المسرحي — إجابة أم سؤال؟ — هل تنتهي مسرحيتك بإجابة مريحة (كلاسيكي) أم بسؤال يبقى مع الجمهور بعد انتهاء العرض (معاصر)؟

مثال: مسرحية إماراتية مقترحة — «المجلس الأخير»

"المجلس الأخير" — كوميديا اجتماعية. أربعة أشخاص من أجيال مختلفة يجلسون في مجلس قديم يُهدد بالهدم لبناء برج حديث. الصراع: الذاكرة والهوية في مواجهة التطوير والتغيير. الحوار باللهجة الإماراتية — كل جيل بإيقاعه الخاص. الختام المفتوح: هل يوقّعون على ورقة الهدم؟

Suggested Emirati Play – "The Last Majlis"

A social comedy. Four people from different generations sit in an old majlis threatened with demolition to make way for a modern tower. Conflict: memory and identity versus development and change. Dialogue is in Emirati dialect, with each generation carrying its own rhythm. Open ending: Will they sign the demolition paper?

أجندة الجلسة — ساعتان

0:00–0:20	قراءة مشهد من مسرحية إماراتية — تحليل الحوار والصراع.
0:20–0:40	أنـــواع المسرحيـــات وما يناسب البيئـــة الإماراتية اليوم.
0:40–1:05	نموذج بناء الفكرة المسرحية — القيد الخلاق والصراع المرئي.
1:05–1:30	كل مشارك يكتب فكرة مسرحيته — المكان والشخصيات والصراع.
1:30–1:50	تمثيل قصير: مشاركان يقرآن حوار فكرتهما — كيف تبدو على الخشبة؟
1:50–2:00	خلاصـــة: ما المســـرح الإماراتـــي الذي يستحقه الجمهور؟

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:20	Read a scene from an Emirati play – analyse dialogue and conflict.
0:20–0:40	Types of plays and what suits today's Emirati environment.
0:40–1:05	Model for building a theatre idea – creative constraint and visible conflict.
1:05–1:30	Each participant writes their play idea – place, characters and conflict.
1:30–1:50	Short performance: two participants read dialogue from their idea – how does it feel on stage?
1:50–2:00	Summary: What Emirati theatre does the audience deserve?

DAY 7

Discussion & Constructive Critique Day

Your idea is tested before fresh readers, then rewritten with greater clarity

Session Duration: 2 Hours

اليوم السابع

يـــوم المناقشـــة والنقـــــد البنّـــــاء

فكرتك تُختبر أمام قرّاء جدد — ثم تُعاد صياغتها بوضوح اكبر

مدة الجلسة: ساعتان

Why Is Group Discussion Essential?

An idea that remains alone in your head remains incomplete. When you present it to others, you discover what you could not see on your own: weaknesses you missed and strengths you did not realise were there.

- See what you cannot see: others view your idea with fresh eyes, free from your own biases.
- Discover your strength: the group tests whether the idea's distinctiveness is clear to others.
- Let the idea grow: a good question can add more to an idea than a good answer.

Rules for Constructive Discussion

- Critique targets the idea, not the person.
- Every opinion begins by identifying one successful element with clear evidence.
- Questions are more welcome than direct solutions.
- The idea owner listens first and speaks last.
- Do not say "your idea is weak"; say "this aspect can be strengthened."
- Do not interrupt the idea owner while they are presenting.

Idea Presentation Model – 3 Minutes per Participant

1. Idea name and type – 30 seconds — "My idea is called [X]. It is a [type of work] targeting [audience]."

2. The core sentence – 60 seconds — "The work is about [character or issue] who wants [goal] but faces [obstacle] — and its national identity is expressed through [Emirati value]."

3. What makes it distinctive – 60 seconds — "What makes this idea different is [what is new]. I have not seen this work made before because [reason]."

4. Your question to the group – 30 seconds — "The one question I want the group to answer is: [one clear question]."

الفرق الجوهري في الإعلان الحديث

الفكرة التي تبقى في رأسك وحيدة تبقى ناقصة. حين تعرضها أمام آخرين، تكتشف ما لم تره وحدك — نقاط ضعف لم تلاحظها، وقوة لم تدرك أنها موجودة.

- تـــرى ما لا تـــراه: الآخرون يرون فكرتك بعيون جديدة خالية من تحيزاتك.
- تكتشـــف قوتـــك: المجموعة تختبر ما إذا كان تميّز الفكرة واضحاً للآخرين.
- تنمـــو الفكـــرة: السؤال الجيد يُضيف للفكرة أكثر من الإجابة الجيدة.

قواعد المناقشة البنّاءة

- النقد يستهدف الفكرة لا الشخص.
- كل رأي يبدأ بتحديد عنصر ناجح بدليل واضح.
- الأسئلة مرحّب بها أكثر من الحلول المباشرة.
- صاحب الفكرة يستمع أولاً ويتحدث أخيراً.
- لا نقول «فكرتـــك ضعيفـــة» — نقول «هذا الجانـــب يمكن تقويته».
- لا نقاطع صاحب الفكرة وهو يعرضها.

قواعد المناقشة البنّاءة

1. اسم الفكرة ونوعها (30 ثانية) — "فكرتي اسمها [X] وهي [نوع العمل]. تستهدف [الجمهور]."

2. الجملة الجوهرية (60 ثانية) — "العمل يحكي عن [شخصية أو قضية] تريد [هدف] لكن [عائق] — والهوية الوطنية فيها هي [قيمة إماراتية]."

3. ما يميزها (60 ثانية) — "ما يجعل هذه الفكرة مختلفة هو [الجديد]. ولم أجد هذا العمل مصنوعاً من قبل لأن [سبب]."

4. سؤالك للمجموعة (30 ثانية) — "السؤال الذي أريد إجابته من المجموعة هو: [سؤال واحد واضح]."

نموذج التغذية الراجعة — لكل مشارك في المجموعة

عند سماع فكرة زميلك، اكتب:

- أقوى شيء في الفكرة (جملة واحدة).
- السؤال الذي لم تجب عنه الفكرة.
- اقتراح واحد فقط لتقوية الفكرة.

Feedback Model – For Every Participant

When listening to a colleague's idea, write:

- The strongest thing in the idea (one sentence).
- The question the idea has not yet answered.
- One suggestion only to strengthen the idea.

أجندة الجلسة — ساعتان

0:10–0:00	شرح قواعد المناقشة، وتوزيع المشاركين على مجموعات من 4 إلى 8 أشخاص.
1:20–0:10	عرض الأفكار في مجموعات صغيرة: لكل مشارك 3 دقائق عرض + 5 دقائق تغذية راجعة.
1:40–1:20	نقاش مفتوح: أي الأفكار أكثر قابلية للتنفيذ؟ ولماذا؟
1:50–1:40	كل مشارك يعدّل فكرته بناءً على ما سمعه.
2:00–1:50	الخاتمة: من هنا تبدأ مشاريعك الحقيقية — خطواتك القادمة.

Session Agenda – 2 Hours

0:00–0:10	Explain the discussion rules and divide participants into groups of 4–8.
0:10–1:20	Small-group idea presentations: 3 minutes presentation + 5 minutes feedback per participant.
1:20–1:40	Open discussion: Which ideas are most executable, and why?
1:40–1:50	Each participant revises their idea based on what they heard.
1:50–2:00	Closing: This is where your real projects begin – your next steps.

مجالس الشباب
YOUTH COUNCILS
مجلس شباب الإمارات للثقافة والهوية الوطنية
Emirates Youth Council for Culture and National Identity

دبي للثقافة
Culture

”الفكرة التي خرجت من هذه الورشة ليست الفكرة نفسها التي بدأت بها. هي الآن أوضح، وأكثر تحديداً، وأقرب إلى الاختبار والتنفيذ“

“The idea that leaves this workshop is not the same idea you started with. It is now clearer, more specific, and closer to testing and execution.”