



198/C/SDAA

N° رقم

Alger, le 25 NOV. 2025 الجزائر في

Objet : Consultation restreinte.

Désignation : Conception et réalisation des éléments graphiques.

Messieurs;

Dans le cadre du besoin du programme « المشكاة », L'Etablissement Public de Télévision « EPTV » lance une Consultation pour la conception et la réalisation des éléments graphiques nécessaires à la réalisation du programme énumérer ci-après :

1- Création d'identité visuelle.

Objectif : Créer une identité graphique complète et cohérente pour l'émission « المشكاة »..
D'assoier son univers visuel, et son ADN auprès du public.

2- Média 2D & 3D

Objectif : Produire l'ensemble des éléments visuel animés nécessaires au stage design numérique et aux transitions broadcasta (générique, transition, habillage, animation de score, Buzzer visuels), simulation 3D, Animation 3D d'éléments symboliques.

3- Application interactive : floor & stage management + screens + Buzzer

Objectif : Développer une application intégrée pour gérer le déroulement technique du jeu, la régie, les Buzzers et les écrans et jingles

L'offre est constitué de:

- Copie de la carte d'identification fiscale (NIF).
 - Copie du registre de commerce électronique comprenant les codes d'activités ayant rapport avec l'objet de la consultation.
 - L'offre financière, daté, cachetée et signé.
- L'offre devra nous parvenir sous pli fermé anonyme portant la mention :

« Etablissement Public de Télévision »

« Consultation restreinte N°198/C/SDAA »

« Conception et réalisation des éléments graphiques »

« A ne pas ouvrir que par la commission d'ouverture des plis inférieurs aux seuils »

Lieu et date limite de dépôt des offres :

Les offres seront déposées au plus tard le 02/12/2025 à 12h00, à l'adresse suivante :

« Bureau d'Ordre Général (BOG) »

« Bureau N°525 5^{ème} étage bâtiment administratif »

« Siège de l'EPTV, 21, Boulevard des Martyrs, Alger »

Ouverture des plis :

Les soumissionnaires sont invités à assister à la séance d'ouverture des plis qui se déroulera au niveau du siège de l'EPTV le 02/12/2025 à 13h30.

Pour plus d'information vous pouvez nous contacter à l'adresse mail: sdaa@entv.dz

Meilleures salutations.

La Sous Direction des Achats et Approvisionnements



پیشانی و منہ

اعداد و تقدیم : خالی وسیم عبد الجلیل



أهداف ورؤية البرنامج

تقدير النخبة: تكريم وتقدير الكفاءات العلمية والدينية في الجزائر.

إثراء المحتوى: تقديم مادة ثقافية ودينية موثوقة في قالب ترفيهي جذاب.

خلق القدوة: تقديم نماذج شبابية ناجحة وملهمة للجمهور.

الريادة والابتكار: إنتاج برنامج تلفزيوني جزائري بمعايير إنتاج عالمية.

هيكل البرنامج وآلية التنافسية

تعتمد المسابقة على نظام تصفية تدريجي ومثير على مدار 4 براميات:

- البرام الأول (8 ← 6 متسابقين): يخوض المتنافسون الثمانية جميع الفقرات لتجميع النقاط. في نهاية البرام، يتم إقصاء متسابقين اثنين عبر فقرة "المواجهة الحاسمة".
- البرام الثاني (6 ← 4 متسابقين): تستمر المنافسة بين المتنافسين الستة بنفس هيكل الفقرات، مع زيادة مستوى صعوبة الأسئلة، ويتم إقصاء اثنين آخرين.
- البرام الثالث - نصف النهائي (4 ← 2 متسابقين): يتنافس الأربعة المتبقون في معركة فكرية حاسمة لتحديد هوية المتأهلين للنهائي الكبير.
- البرام الرابع - النهائي الكبير (2 ← فائز واحد): تتغير طبيعة المنافسة بالكامل إلى مواجهة ثنائية مباشرة، بفقرات خاصة ومختلفة لتتويج الفائز باللقب

شروط البرنامج

أ- فقرات البراميات الثلاثة الأولى:

المفهوم العام: تم تصميم فقرات البرنامج لتشكل رحلة متكاملة للمتسابق والمشاهد، تنتقل بسلاسة بين السرعة والعمق، وبين الحفظ والفهم، وبين التخصص والموسوعية. كل فقرة لها دور استراتيجي وهدف ترفيهي محدد لتحقيق تجربة مشاهدة لا تُنسى.

1. فقرة "سرعة البديهة"

- شرح الفقرة: هي الانطلاقة النارية للبرنامج. جولة سريعة من الأسئلة المتنوعة في الثقافة الإسلامية العامة، يجيب عليها المتسابقون عبر الضغط على أزرار تفاعلية (Buzzer).
- أهميتها وأبعادها:
 - كسر الجليد: تضع هذه الفقرة المتسابقين والجمهور مباشرة في جو المنافسة الحماسي.
 - تقييم الشمولية: تختبر هذه الفقرة اتساع ثقافة المتسابق العامة، وليس فقط عمق تخصصه، مما يضمن أن الفائز هو شخصية موسوعية.
 - تحديد الإيقاع: ترسي إيقاعاً عصبياً وسريعاً للبرنامج منذ البداية، وتؤكد أنه ليس برنامجاً تقليدياً بطيئاً.

2. فقرة "آيات بينات"

- شرح الفقرة: هذه الفقرة هي جوهرة البرنامج التي تحتفي بإتقان حفظ القرآن الكريم. لا تكتفي بالسميع التقليدي، بل تقدم تحديات مثل ربط الآيات المتشابهة في سور مختلفة، أو ذكر آية بناءً على كلمة مفتاحية.
- أهميتها وأبعادها:
 - إبراز الإتقان: هي الفقرة التي تميز البرنامج وتكرم حفظة القرآن، وتظهر للجمهور أن الحفظ ليس مجرد ترديد، بل هو استحضار وفهم عميق لبنية القرآن.
 - قيمة روحانية: تضيف على البرنامج جواً من السكينة والخشوع، وتذكر بالهدف الأسمى للعلم وهو القرآن الكريم.

3. فقرة "اختر بابك"

- شرح الفقرة: فقرة استراتيجية تظهر فيها "أبواب العلم" (فقه، سيرة، تفسير...). يختار كل متسابق باباً المفضل، ليجيب على أسئلة متخصصة وعميقة فيه.
- أهميتها وأبعادها:
 - العمق العلمي: تضمن هذه الفقرة وجود محتوى علمي رصين وعميق في البرنامج.
 - العدالة الاستراتيجية: تمنح كل متسابق فرصة للتألق في مجاله الأقوى، مما يضيف بعداً من التخطيط للمنافسة.

4. فقرة "استدلال وبرهان"

- شرح الفقرة: هي الفقرة الفكرية الأرقى. تُعرض قضية من واقعنا المعاصر (عبر فيديو قصير)، ويقوم المتسابق بتحليلها وربطها بمنهج الإسلام وقواعده، مستنداً بالقرآن والسنة.
- أهميتها وأبعادها:
 - ربط الدين بالحياة: هي الفقرة التي تجيب على سؤال "كيف نعيش الإسلام اليوم؟". إنها تجسد حيوية الشريعة وصلاحياتها لكل زمان ومكان.
 - قياس الفهم: تميز هذه الفقرة بين الحافظ والمفكر، وتكشف عن قدرة المتسابق على التحليل والتفكير النقدي.

5. فقرة "المواجهة الحاسمة"

- شرح الفقرة: هي ذروة التوتر في نهاية كل حلقة. يتواجه المتسابقون المهددون بالإقصاء في جولة أسئلة خاطفة ومباشرة، والبقاء للأسرع والأكثر تركيزاً.
- أهميتها وأبعادها:
 - التصفية الدرامية: تقدم آلية واضحة ومثيرة لخروج المتسابقين، وتضمن أن نهاية كل حلقة تكون قوية ومشدودة الأعصاب.
 - اختبار الثبات: تقيس قدرة المتسابق على الأداء تحت أقصى درجات الضغط النفسي.

ملاحظة: الفقرات قابلة للتعديل وهذه تسميات أولية فقط.

ب- فقرات البرنامج النهائي:

المفهوم العام للنهائي: بعد رحلة طويلة وشاقة، يصل عملاقان فقط إلى المرحلة النهائية. يتحول البرنامج هنا من منافسة جماعية إلى مواجهة فكرية ثنائية، مصممة لاختبار كل جوانب موهبتهما وتوزيع بطل واحد يستحق لقب برنامج مشكاة والجائزة الكبرى.

المرحلة الأولى: "عاصفة المعرفة"

جولة افتتاحية سريعة وخاطفة، مصممة لاختبار اتساع المعرفة وسرعة الاستحضار لدى المتنافسين، ووضعهم مباشرة تحت ضغط المنافسة النهائية.

طريقة اللعب:

1. يطرح المنشط سلسلة من الأسئلة المباشرة والسريعة في مجالات متنوعة (قرآن، سيرة، أنبياء، صحابة، فقه...).

2. يتم توجيه الأسئلة بالتبادل بين المتنافسين.

3. أمام كل متنافس 5 ثوانٍ فقط للإجابة. إذا فشل في الإجابة أو أخطأ، يحصل على علامة "خطأ" (سترايك).

4. المتنافس الذي يجمع ثلاثة أخطاء أولاً، يخسر الجولة وتذهب نقاطها كاملة لخصمه.

هذه الفقرة تخلق جواً من التوتر الفوري. علامات الخطأ التي تتراكم على الشاشة أمام الجمهور هي عداد ضغط مصري يزيد من إثارة الجولة، ويظهر من هو الأكثر ثباتاً وهدوءاً تحت الضغط.

المرحلة الثانية: "المزاد"

الفكرة: فقرة فريدة من نوعها تختبر ثقة المتنافس بنفسه وقدرته على تقدير حدود معرفته. هي ليست مجرد إجابة على سؤال، بل هي رهان على المعرفة.

طريقة اللعب:

1. يطرح المنشط سؤالاً صعباً يتطلب إجابات متعددة (مثال: كم اسماً يمكنك ذكره من الصحابة في 30 ثانية؟).

2. يبدأ "المزاد" بين المتنافسين، حيث يزايد كل منهما بعدد الإجابات التي يعتقد أنه يستطيع تقديمها (مثلاً: "أنا أستطيع ذكر 3"، فيرد الآخر: "أنا أستطيع ذكر 4").

3. من يرسو عليه المزاد بأعلى عدد، يحصل على فرصة الإجابة.

4. إذا نجح في ذكر العدد الذي التزم به، يحصل على نقاط الجولة. أما إذا فشل أو أخطأ، فتذهب النقاط إلى خصمه مباشرة.

هذه الفقرة هي معركة نفسية بامتياز. قد تدفع المتنافس للمخاطرة أو لارباك خصمه. لحظة الإجابة بعد الفوز بالمزاد هي لحظة حبس أنفاس خاصة مع تفاعل الجمهور والمنشط ، فالخطأ فيها مكلف جداً، مما يجعلها فقرة مثيرة للغاية.

المرحلة الثالثة: "نبرية الجرس"

وهنا نعود للمواجهة كلاسيكية والمحبوبة التي تعتمد على ردة الفعل وسرعة التفكير. هنا، المعرفة وحدها لا تكفي، بل يجب أن تفتن بالسرعة

طريقة اللعب:

1. يطرح المنشط سؤالاً واحداً للجميع.
 2. المتسابق الأول الذي يضغط على الجرس (Buzzer) يحصل على حق الإجابة.
 3. إذا كانت إجابته صحيحة، يفوز بالنقاط.
 4. أما إذا أخطأ، فيتم تجميده، ويحصل خصمه على فرصة للتفكير والإجابة بهدوء.
- هذه الفقرة قادرة على قلب نتيجة النهائي في لحظة واحدة. قد يكون متسابق متأخراً في النقاط، لكن سرعته في هذه الفقرة تمكنه من العودة بقوة. إنها فقرة المفاجآت واللحظات غير المتوقعة.

المرحلة الرابعة: "ظل المعلم"

الفكرة: **فقرة هادئة وعميقة، تختبر القدرة على التحليل والربط بين المعلومات المتفرقة لاكتشاف شخصية إسلامية عظيمة غامضة.

طريقة اللعب:

1. يعرض على شاشة كل متسابق اسم شخصية دينية مثلاً نبي أو صحابي بحيث يمكن للمنافس فقط والمنشط رؤيتها
 2. يبدأ المتنافسان بمحاولة تخمين الشخصية من خلال طرح أسئلة لمنافسه فمثلاً يقول هل شخصيتي نبي أو صحابي هل كان في عهد النبي صلى الله عليه وسلم أم من الخلفاء الراشدين ... الخ
 3. من يخمن شخصيته بشكل صحيح أولاً يتحصل على النقطة.
- هي مسك الختام الذي يتطلب هدوءاً وتركيزاً وعمقاً معرفياً لتحديد هوية الفائز النهائي بلقب "مشكاة".

الهيئة العامة (إشارة برنامج مشكاة)

الطابع المقترح : الملحمي الأوركسترا (The Epic Orchestral)

هذا هو التوجه الأكثر فخامة وقوة، ويتناسب مع الإنتاج الضخم الذي نخطط له.

- **الطابع العام:** أنشودة سينمائية تشبه موسيقى الأفلام العالمية الكبرى. الفكرة هي خلق إحساس بالعظمة، الرحابة، وأهمية الحدث.
- **الآلات الموسيقية:** يعتمد بشكل أساسي على أوركسترا سيمفوني كامل، خاصة الآلات الوترية (Violins, Cellos) التي تبني التوتر والفخامة، مع دعم من كورال (Chorus) يمكن أن تبدأ المقدمة بألة شرقية منفردة مثل الناي أو العود لإعطاء لمسة من الأصالة
- **المقام المقترح: مقام النهاوند (Nahawand)**
 - لماذا هذا المقام؟ النهاوند هو أحد أكثر المقامات قدرة على التعبير عن الشجن الممزوج بالفخامة والعظمة. إنه مقام مؤثر، يلامس الروح، وفي نفس الوقت قادر على حمل جمل موسيقية قوية وملحمية. هو الخيار الأمثل لخلق قطعة موسيقية تعلق في ذهن المستمع وتمنحه شعوراً بالأهمية والترقب.

أقترح المنشد : عبد الرحمان بوحبيبة

الهيئة العامة (إشارة برنامج مشكاة)

تصميم شعار مشكاة Logo :

- تُكتب كلمة "مشكاة" بالخط الكوفي المربع أو الكوفي الهندسي الحديث. هذا النوع من الخطوط يعطي إحساساً معمارياً وصلباً، كأن الكلمة مبنية كجدار أو بناء.
- **اللمسة الذكية:** حرف "التاء المربوطة" (ة) في نهاية الكلمة هو مفتاح التصميم. النقطتان فوق التاء لا تكونان نقطتين عاديتين. النقطة الأولى تكون عادية، لكن النقطة الثانية يتم استبدالها بنجمة ثمانية صغيرة ومضيئة، أو شكل شرارة ضوء بسيطة.
- كما يتم تصميم نسخة متحركة من الشعار
- أما بخصوص لوحات الألوان **palettes de couleurs** المقترحة فتجدونها في الملف المرفق .

الفلسفة العامة لديكور البرنامج: "حلبة المعرفة الرقمية"

نبتعد عن أي لمسة كلاسيكية (كالرخام والخشب) ونتجه نحو تصميم مستقبلي وأنيق، حيث كل عنصر مرئي هو جزء من تجربة تكنولوجية غامرة. الديكور هنا ليس مجرد خلفية، بل هو لاعب أساسي في العرض.

الفكرة هي خلق بيئة بصرية غامرة ونظيفة، تشبه مسارح المؤتمرات التكنولوجية العالمية الكبرى. الأناقة هنا تكمن في جودة المواد، دقة الإضاءة، وبساطة التصميم، مما يضع التركيز الكامل على المحتوى والمتنفسين.

التصميم الإضاءة

1. الأرضية: منصة الضوء الهادئ (The Ambient Light Floor)

- التصميم: تتكون أرضية الحلبة الدائرية من ألواح زجاجية معالجة أو plexiglass عالية الجودة، ذات لون داكن وممدخن (Smoky) عند إطفاء الإضاءة.
- التأثير البصري: هذه الأرضية مضاءة بالكامل من الأسفل بإضاءة LED ناعمة ومنتشرة (Soft, diffused LED lighting) بلون البرنامج الرئيسي
- الرمزية: هذه الأرضية هي التجسيد الحرفي لاسم "مشكاة". هي الفضاء الذي يحتضن النور، ويشعر المتسابقون وكأنهم يقفون على منصة من المعرفة المضيئة.

2. الشاشة الكبيرة: العقل البصري للبرنامج

الشاشة العملاقة والمقوسة هي المركز البصري لعرض المحتوى الديناميكي:

- دورها: هي المسؤولة عن عرض كل شيء: الأسئلة، شعار البرنامج، الفواصل الجرافيكية، أسماء الفائزين، وكل المحتوى البصري المتحرك.
- النتيجة عند موافق الحسم: هذا القرار يبقي بقية الديكور نظيفاً وراقياً، ويجعل عين المشاهد تتوجه بشكل طبيعي إلى حيث توجد المعلومة، دون أي تشتيت بصري من الأرضية أو الجدران.

3. محطات المتسابقين: كبسولات المعرفة

- التصميم: لكل متسابق "كبسولة" أو محطة وقوف (Pod) فردية بتصميم مستقبلي أنيق، مصنوعة من مادة حديثة، مع حواف مضيئة. التصميم بسيط ونظيف للغاية.

- الشاشة الشخصية: الجزء الأمامي من كل محطة هو شاشة رقمية عالية الوضوح. هذه الشاشة تعرض بشكل دائم:
 - اسم المتسابق: مكتوب بالخط العربي الرسمي للبرنامج.
 - نقاطه الحالية: تتحدث وتتغير مباشرة مع كل إجابة.
 - مؤقت خاص: عند توجيه سؤال مباشر له، يظهر عد تنازلي على شاشته.
- التأثير: هذه الشاشات تجعل المعلومات واضحة للجمهور في الاستوديو، وتضيف طبقة من التكنولوجيا الشخصية، وتعزز الشعور بأن كل متسابق في مركز تحكم خاص به.

4. المنشط: قائد الأوركسترا

- حرية الحركة: المنشط هو سيد المسرح، لا تقيدته منصة أو مكان ثابت. هو يتجول بحرية وأناقة في المساحة المركزية، مسلحاً فقط بجهاز لوحي (Tablet) بتصميم خاص، يدير منه إيقاع البرنامج.
- التفاعل الحي: حريته تسمح له بأن يكون الرابط الديناميكي بين كل عناصر الفضاء. تراه يقترب من متسابق ليشجعه، ثم يتجه نحو الجمهور ليأخذ رأيهم، ثم يعود ليتمركز أمام الشاشة الكبيرة لي طرح سؤالاً حاسماً. هو ليس مجرد مقدم، بل هو سيد هذا المجلس المعرفي.
- الجمهور: يجلس الجمهور في مدرجات دائرية تحيط بحلبة المنافسة 360 درجة، بتصميم يشبه مدرجات الأحداث التكنولوجية الكبرى (مثل مؤتمرات Apple). هذا التصميم يضع الجمهور في قلب الحدث، يشعرون بأنهم جزء من الحلبة وليسوا مجرد متفرجين. تفاعلهم وتصفيقهم يتردد صدها في كل أرجاء الفضاء الدائري.

الخطّة الكاملة للشراكات والرعايات لبرنامج "مشكاة"

المفهوم العام:

تعتمد استراتيجية الرعاية في برنامج "مشكاة" على بناء شراكات ذات قيمة مضافة، حيث لا يكون الراعي مجرد معن، بل هو شريك في نجاح التجربة وتقديم قيمة حقيقية للجمهور والمتسابقين.

1. الشريك الاستراتيجي الرقمي (Digital Strategic Partner)

- الرعاية المقترحوّن: اتصالات الجزائر بالتعاون مع إحدى شركات الهاتف النقال (موبيليس، جيزي، أو أوريدو).
- دور الشريك:
 - بناء وتطوير منصة رقمية متكاملة (موقع إلكتروني أو تطبيق هاتف ذكي) خاصة بالبرنامج (يتم التفصيل فيه أدناه).
 - تفعيل مشاركة الجمهور عبر المسابقات اليومية الحصرية على التطبيق.
 - تقديم جوائز رقمية أسبوعية للمشاركين عبر التطبيق (اشتراكات إنترنت، رصيد مكالمات، إلخ).
- القيمة للراعي: ارتباط علامته التجارية بالحدث الثقافي الأبرز في رمضان، وصول مباشر لملايين المستخدمين، وصورة ذهنية إيجابية كداعم للمحتوى الهادف.

2. شريك الأناقة والمظهر (Style & Appearance Partner)

- الرعاية المقترحوّن: علامة تجارية (براند) جزائرية أو عربية راقية متخصصة في تصميم الأزياء العصرية الإسلامية.
- دور الشريك:
 - تصميم وتوفير مجموعة أزياء حصرية للبرنامج تحت اسم "مجموعة مشكاة".
 - إلباس جميع المتسابقين طوال حلقات البرنامج، مما يضمن مظهراً بصرياً متناسقاً وفخماً.
 - يتم تصميم الأزياء لتتوافق مع الهوية البصرية وألوان البرنامج، مع لمسات فردية لكل متسابق.
- القيمة للراعي: عرض حصري ومستمر لتصاميمه في أوقات الذروة التلفزيونية، ارتباط علامته بالأناقة والثقافة والنخبة، ويعتبر أفضل ترويج بصري ممكن للمنتج.
- الظهور في البرنامج: يتم ذكر اسم العلامة التجارية في شارة النهاية "أزياء المتسابقين مقدمة من..."، مع إمكانية شكر المنشط للراعي بشكل خاص.

3. شريك الجائزة الكبرى (Grand Prize Partner)

- الرعاية المقترحة: إحدى شركات السيارات الكبرى في الجزائر FIAT أو Geely
- دور الشريك: تقديم الجائزة الكبرى والأكثر ترقباً: سيارة جديدة للفائز باللقب.
- القيمة للراعي: ربط علامته التجارية بالنجاح والتفوق وتحقيق الأحلام، مع عرض بصري مباشر للسيارة في البرامب النهائي مما يشكل إعلاناً قوياً ومؤثراً.

4. شريك الرحلة الروحية (Spiritual Journey Partner)

- الرعاية المقترحة: وكالة أسفار كبرى ومعروفة وموثوقة.
- دور الشريك: تقديم جائزة رمزية وعاطفية عظيمة: رحلة عمرة مدفوعة التكاليف بالكامل لشخصين.
- القيمة للراعي: بناء ارتباط إنساني وعاطفي عميق مع الجمهور، وتعزيز صورة الوكالة كجهة موثوقة ومحقة للأمنيات الدينية.

مقدمة الجوائز والكأس (Trophy)

- كأس "تاج مشكاة": تحفة فنية مصممة خصيصاً للبرنامج بقاعدة رخامية، وجسم كريستالي على هيئة مشكاة، وفي قلبه كلمة "اقرأ" محفورة بالليزر.
- جوائز الفائز بالمركز الأول:
 - لقب "حامل تاج مشكاة".
 - كأس "تاج مشكاة" الحصري.
 - السيارة الجديدة.
 - رحلة العمرة لشخصين.
 - جائزة مالية كبرى.
- جوائز باقي المتسابقين:
 - يحصل الوصيف على جائزة مالية قيمة وهدية تقديرية.
 - لا يغادر أي متسابق خالي الوفاض، حيث يتم تقديم جوائز مالية وتقديرية لجميع المشاركين تقديراً لعلمهم ومشاركتهم.

الجانب التشبيهي والافتراضي للبرنامج :

1 = المنصة الرقمية لبرنامج "مشكاة" (تدريسي مشكاة)

الفلسفة العامة: بما أن برنامج "مشكاة" سيتم تسجيله مسبقاً، فإن التجربة التلفزيونية هي مجرد بداية للرحلة. نقترح برمجة وتصميم منصة رقمية تكون هي الوجهة التي يذهب إليها الجمهور بعد انتهاء كل حلقة، ليعيشوا في عالم "مشكاة" طوال الأسبوع، ويتفاعلوا مع محتواه بطريقة شخصية .

أقسام المنصة الرئيسية ووظائفها:

1. قسم "عالم مشكاة" (ما وراء الكواليس): هذا هو القسم الذي يشبع فضول الجمهور ويخلق رابطاً عاطفياً مع البرنامج والمتسابقين.

● المحتوى:

- فيديوهات حصرية: مقاطع قصيرة وعالية الجودة تعرض لحظات لم تُعرض على الشاشة:
- استعدادات المتسابقين قبل التصوير، أحاديثهم العفوية، جولة في تفاصيل البلاطو والديكور المذهل.
- مقابلات: بعد خروج أي متسابق من المنافسة، يتم نشر مقابلة حصرية معه على المنصة، يتحدث فيها عن تجربته وطموحاته.
- بطاقات المتسابقين: ملف شخصي لكل متسابق، يعرض قصته الملهمة، مسيرته في طلب العلم، وصور حصرية له.

2. قسم "تحدي الجمهور الأسبوعي": هذا هو قلب التفاعل وجوهر الشراكة مع الراعي الرقمي. إنها مسابقة الجمهور الخاصة والمستقلة.

● آلية العمل:

- الانطلاق: مباشرة بعد انتهاء عرض كل حلقة "برايم" على التلفزيون، يتم إطلاق "تحدي الأسبوع" الجديد على التطبيق.
- المحتوى: يتكون التحدي من 10-15 سؤالاً في الثقافة الإسلامية، مستوحاة من أجواء الحلقة التي عُرضت.
- نظام النقاط: كل إجابة صحيحة تمنح المستخدم نقاطاً. يمكن إضافة نقاط إضافية للإجابة السريعة.
- لوحة الصدارة (Leaderboard): توجد لوحة صدارة أسبوعية حية، تعرض أسماء أفضل المشاركين على مستوى الجوائز، مما يخلق جوّاً من المنافسة الشريفة والممتعة.
- إعلان الفائزين: قبل ساعات من عرض الحلقة الجديدة في الأسبوع التالي، يتم إغلاق التحدي وإعلان أسماء الفائزين الذين حققوا أعلى النقاط.

- الجوائز (مقدمة من الشريك الرقمي اتصالات الجزائر - موبيليس/جيزي/أوريدو):
 - جوائز بسيطة وفورية تصل مباشرة للمستخدمين، مثل: اشتراكات إنترنت مجانية (1 جيجا، 5 جيجا...)، رصيد مكالمات، خدمات رقمية حصريّة من الراعي.
 - هذا النظام يضمن أن آلاف المستخدمين يمكن أن يفوزوا بجوائز صغيرة كل أسبوع، مما يشجع على المشاركة الدائمة.

3. قسم "مكتبة المعرفة": هذا القسم يحول المنصة إلى مرجع ثقافي دائم ويزيد من قيمتها التعليمية.

- المحتوى:
 - أرشيف الحلقات: جميع حلقات البرنامج متاحة للمشاهدة في أي وقت.
 - بطاقات معرفية: بعد طرح سؤال مهم في البرنامج، يتم نشر "بطاقة معرفية" على التطبيق تشرح الإجابة بتوسع وتضيف معلومات إثرائية حول الموضوع.
 - مجلس النقاش: منتدى خاص وآمن يمكن للمستخدمين فيه مناقشة فقرات البرنامج، تبادل المعلومات، والتعبير عن إعجابهم بالمتسابقين.

القيمة الاستراتيجية لهذه المنصة:

- لبرنامج "مشكاة":
 - إبقاء البرنامج حياً طوال الأسبوع: يصبح "مشكاة" حديث الناس ومحور تفاعلهم الرقمي طوال أيام الأسبوع، وليس فقط في يوم العرض.
 - بناء ولاء الجمهور: المستخدم الذي يشارك ويفوز بجوائز ويتابع الكواليس يصبح من أشد الموالين للبرنامج.
 - خلق فرصة رعاية جديدة وقيمة: هذه المنصة هي منتج جذاب بحد ذاته يمكن تقديمه للشريك الرقمي كفرصة استثمارية حصريّة.
- للشريك الرقمي (الراعي):
 - تفاعل مباشر وحقيقي: بدلاً من الإعلان السلبي، يصبح الراعي جزءاً من تجربة ممتعة يقدم من خلالها قيمة مباشرة (جوائز) لآلاف المستخدمين.
 - بيانات قيمة: توفر المنصة بيانات دقيقة حول تفاعل الجمهور، مما يساعد الراعي على فهم السوق بشكل أفضل.

ملاحظة: يمكن مناقشة فلسفة واجهة وتصميم تجربة المستخدم للتطبيق (UI/UX) لتكون سلسلة وجديدة.

2 - التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي marketing strategy

لن نسوق لـ "مشكاة" على أنه مجرد برنامج مسابقات، بل سنسوق له على أنه حدث فكري مرموق ومنافسة بين عمالقة مجهولين. سنعتمد على استراتيجية الغموض والتشويق، والكشف التدريجي عن المعلومات لبناء فضول لا يقاوم لدى الجمهور.

تفعيل حملة "ما هو مشكاة؟" الميدانية:

الهدف الاستراتيجي: خلق لغز بصري في الأماكن العامة يدفع الناس للتساؤل والتصوير والنشر على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يحول الجمهور من مجرد متلقين للإعلان إلى مشاركين في صناعة الغموض.

المرحلة الأولى: التصميم والتحضير (قبل 4 أسابيع من رمضان)

• تصميم الملصق:

- البساطة هي القوة: الملصق عبارة عن ورقة بيضاء أو بلون كريمي فاخر (A4 أو A3).
- العناصر:

1. في المنتصف، وبخط كبير وأنيق (باستخدام الخط الرسمي للبرنامج)، يكتب شعار كلمة: "مشكاة".
2. تحتها مباشرة، وبخط أصغر، تُكتب كلمة: "قريباً...".
3. في الأسفل، وبشكل صغير ومرتب، توضع الشعارات: ، شعار التلفزيون الجزائري، وشعارات الرعاية الرئيسيين.

الفكرة العامة: تكمن القوة هنا في تحويل التسويق من مجرد إعلان رقمي إلى لغز حقيقي في الواقع. لن نكتفي بنشر صور، بل سنصنع محتوى فيديو سينمائي قصير ومثير للفضول، مصمم خصيصاً لمنصات التواصل الاجتماعي (Reels, TikTok, Shorts).

خطوات التنفيذ:

1. اختيار المواقع: يتم تحديد أماكن عامة حيوية ومميزة في مختلف المدن الجزائرية الكبرى (الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة...). أماكن مثل محطات الترامواي المزدهمة، الساحات العامة، أمام الجامعات، وفي المراكز التجارية العصرية.
2. التصوير السينمائي:
 - يتم تصوير فيديوهات قصيرة (15-20 ثانية) بجودة عالية، مع موسيقى تصويرية غامضة ومثيرة.
 - يظهر في هذه الفيديوهات مجموعة من الشباب (رجال ونساء) يرتدون ملابس أنيقة وبسيطة وموحدة (مثلاً: معطف داكن أو قميص أبيض).

- دون الكشف عن هوياتهم، يتم تصويرهم بأسلوب فني وظلي، مع التركيز على أيديهم وهم يثبتون الملصق، أو تصويرهم من الخلف. الهدف هو إضافة الغموض وجعل التركيز على الرسالة نفسها.
- نشاهد أحد الشباب وهو يدخل إلى مكان عام، يختار جداراً أو عموداً، ويثبت ملصق "مشكاة" بأناقة وهدوء، ثم ينسحب، تاركاً الملصق ليثير فضول المارة.

3. رصد ردود الفعل:

- يمكن تضمين لقطات سريعة لأشخاص عاديين في الشارع وهم يلاحظون الملصق، يتوقفون، يشيرون إليه، أو يلتقطون له صورة بهواتفهم، مما يضيف مصداقية وواقعية للفيديو.

المرحلة الثانية: الإطلاق الرقمي للحملة (الأسبوع الثالث قبل رمضان)

- النشر: تُنشر هذه الفيديوهات القصيرة والمؤثرة على جميع صفحات البرنامج الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الهاشتاغ الموحد: كل فيديو وكل منشور يتعلق بهذه الحملة الميدانية يجب أن ينتهي بهاشتاغ واحد وواضح: #ما_هو_مشكاة.
- التفاعل: عندما يبدأ الناس بنشر صور الملصقات التي وجدوها في الشارع باستخدام الهاشتاغ، يقوم مديرو الصفحات بإعادة نشرها، والتعليق عليها بعبارات غامضة مثل "النور يقترب..." أو "الجواب سيظهر قريباً..."، مما يشجع المزيد من الناس على البحث والمشاركة.

النتيجة: بهذه الطريقة، أنت لا تقوم بحملة إعلانية تقليدية، بل تخلق حدثاً ثقافياً غامضاً. أنت تجعل الجمهور يشعر بأنه اكتشف سرّاً، وتدفعه ليكون هو نفسه جزءاً من الحملة التسويقية عبر مشاركاته وتساولاته. إنها الطريقة المثلى لإثارة ضجة حقيقية وجعل "مشكاة" حديث الشارع حتى قبل عرض أولى لقطاته.

المرحلة الثالثة: الأسبوع الثاني قبل رمضان: "الكشف عن الحملة"

- الإجراء: التركيز على إظهار قوة الإنتاج.
- المحتوى: نشر فيديو قصير (Reel/Short) يعرض جولة سريعة في "البلاطو" باستخدام كاميرا درون صغيرة، تظهر حجم المكان وتصميمه المستقبلي. بالتزامن، يتم نشر صور فوتوغرافية احترافية للديكور.
- الرسالة: هذا ليس أي استوديو، هذه حلبة معرفية لم تشهدها من قبل.

المرحلة الرابعة: الأسبوع الأول قبل رمضان: "الإعلان الرسمي"

- الإجراء: إطلاق المقطع الدعائي الرسمي (Official Trailer) للبرنامج.
- المحتوى: فيديو متقن مدته 90 ثانية، بإيقاع سريع وموسيقى ملحمية. يعرض لقطات خاطفة ومدرسة:
 - ومضات لوجوه المتسابقين المليئة بالتركيز (دون إظهار إجاباتهم).
 - المنشط وهو يتجول بثقة في البلاطو.
 - ردود فعل الجمهور المندهشة والمصنفة.
 - أصعب الأسئلة تظهر وتختفي على الشاشة.
 - الاعلان عن التطبيق او الموقع الالكتروني
- الرسالة: هذا هو الحدث الذي سنتابعه في رمضان. لا تفوته!

پود کاسٹ و شنگل

اعداد و تقویم : خالی وسیم عبد الجلیل

ملحق البرنامج التثقيفي: مشروع بودكاست "مشكاة"

المفهوم العام والفلسفة

إذا كان برنامج "مشكاة" الرمضاني هو الحدث السنوي الكبير الذي يجمع النخبة في حلبة معرفية مضيئة، فإن بودكاست "إضاءات مشكاة" هو النبض الأسبوعي المابعد رمضاني الذي يبقى ذلك النور متقدًا في قلوب وعقول الجمهور طوال العام.

يهدف البودكاست إلى الانتقال من إطار المنافسة إلى فضاء الحوار الهادئ والعميق. هو الجسر الذي يربط بين موسم وآخر، يغذي العقول، يثري الأرواح، ويبني مجتمعًا فكريًا وفنيًا للعلامة "مشكاة". سيكون بمثابة التحضير الروحي والمعرفي المستمر، الذي يجعل المشاهد لا يكتفي بانتظار المسابقة الكبرى، بل يعيش في عالمها ويتشبع من قيمها أسبوعًا بعد أسبوع.

شعار البودكاست المقترح: "مشكاة... نورٌ يمتد طوال العام".

الخطّة التثقيفية البودكاست

- النوع: بودكاست حوار (Talk-Show) / ديني / علمي / ثقافي.
- الفئة المستهدفة: نفس الجمهور العائلي العام للبرنامج، مع تركيز أكبر على الشباب الباحث عن محتوى هادف وعميق بلغة عصرية.
- المدة: 30 - 40 دقيقة (مثالية للاستهلاك عبر يوتيوب والمنصات الصوتية).
- وتيرة البث: حلقة أسبوعية.
- المقدم: وسيم عبد الجليل خالي (للحفاظ على هوية وروح العلامة التجارية). هنا، يظهر في دور المحاور العميق والمستمع الجيد، ليكمل صورته كقائد للحلبة المعرفية في البرنامج الرئيسي.

شهادة الدكتور والخبير

كل حلقة تستضيف شخصية مؤثرة (عالم دين، مفكر، أكاديمي، مبتكر شاب، فنان هادف) لمناقشة موضوع واحد بعمق، يلامس اهتمامات الشباب والأسرة. تتنوع المواضيع لتغطي محاور رئيسية، مثل:

1. إيمانيات معاصرة: ربط المفاهيم الدينية الكبرى بأسئلة الحياة اليومية (مثل: اليقين في عصر الشك، فن إدارة الابتلاءات، الجمال في منظور الإيمان).
2. العلم بعيون مؤمنة: استضافة علماء وأكاديميين للحديث عن مواضيع علمية (الفلك، البيولوجيا، الذكاء الاصطناعي) وإبراز عظمة الخلق والتوافق بين العلم والإيمان.
3. بناء الذات والمجتمع: استضافة خبراء في التنمية البشرية وعلم النفس والاجتماع لمناقشة مواضيع مثل (الصحة النفسية، بناء أسرة متماسكة، ريادة الأعمال بأخلاق).
4. منارات من التاريخ: استضافة مؤرخين لإعادة إحياء قصص شخصيات إسلامية عظيمة وربط إنجازاتهم بتحدياتنا وأقننا.

استراتيجية التوزيع متعدد المنصات (Synergy Strategy)

الهدف هو خلق تجربة متكاملة حيث كل منصة تخدم الأخرى:

- البث التلفزيوني:
 - تُعرض الحلقة الكاملة أسبوعياً على القناة ، مما يمنح البودكاست صفة رسمية وقيمة إنتاجية عالية، ويصل إلى الجمهور العائلي الذي قد لا يتابع اليوتيوب بانتظام.
- قناة اليوتيوب (المكتبة الدائمة) + التطبيق:
 - تُرفع الحلقة الكاملة بجودة عالية بعد بثها تلفزيونياً.
 - يتم تقسيم الحلقة إلى مقاطع قصيرة (Clips) حسب المواضيع الفرعية التي نوقشت، مما يسهل مشاركتها والوصول إلى نقاط محددة. (مثال: "5 دقائق عن كيفية التعامل مع قلق المستقبل مع د. فلان").
- ريلز وتيك توك (شرارات التشويق):
 - هذه هي الأداة الأقوى لخلق الضجة والفضول.
 - قبل بث الحلقة، يتم نشر "ريل" تشويقي مدته 15-20 ثانية يطرح فيه الضيف سؤالاً قوياً ومثيراً للجدل دون تقديم الإجابة، مع عبارة "الإجابة الكاملة في حلقة الغد من #إضاءات_مشكاة".
 - بعد بث الحلقة، يتم اقتطاع 3-4 مقاطع فيديو قصيرة (Reels) من كل حلقة، تحتوي على أقوى الأفكار، اللحظات المؤثرة، أو النصائح العملية.
 - النتيجة: هذه المقاطع القصيرة لا "تحرق" المحتوى، بل تعمل كأعلان فيروسي viral marketing يدفع ملايين المشاهدين للبحث عن الحلقة الكاملة على يوتيوب أو انتظار عرضها على التلفاز.

نموذج الرعاية والإشراف

إضافة شريك خاص بالبودكاست:

○ شريك الانتعاش (The Refreshment Partner):

- الراعي المقترح: شركة مشروبات IFRI.
- طبيعة الرعاية: رعاية بسيطة وأنيقة (Simple Sponsorship). لا يتم إقحام إعلانات تجارية صاخبة.
- أسلوب الظهور:

■ إشارة البداية والنهاية: "هذا البرنامج برعاية [IFRI]".

■ حضور بصري راقى (Product Placement): يوضع منتج المشروب بشكل أنيق على الطاولة بين المقدم والضيف.

- القيمة للراعي: ربط علامته التجارية بلحظات الحوار الهادف، والجلسات الراقية. إنها صورة ذهنية إيجابية للغاية وبعيدة عن الإعلانات التقليدية.

بهذه الطريقة، يتحول "مشكاة" من حدث رمضاني سنوي إلى منظومة إعلامية متكاملة ومستدامة، تضيء العقول على مدار العام، وتجعل من المسابقة الكبرى الترويج المنتظر لرحلة معرفية وإيمانية استمرت لشهور.

تصميم بلاطوي يومية است "إضافات مشكاة": المجلس الرقمي

الفلسفة العامة للتصميم: "الدواء يلتقي بالتكنولوجيا"

الهدف هو خلق مساحة حوار حميمية ودافئة تشجع على النقاش العميق، وفي نفس الوقت تعكس الطابع العصري والراقي لعلامة "مشكاة". نتجنب أي ديكور مزدحم أو مشتت للانتباه. التركيز الكامل يجب أن يكون على الإنسان والحوار. البساطة هنا تعني الفخامة الهادئة.

وهذه صورة لتصميم ستوديو أحد البودكاست التي يمكن البناء عليها:

الان قد بات واضحاً سبب اختيار اسم "مَشْكَاة"

انها ليست مجرد كلمة، بل مفهوم عميق وملهم، مستوحى مباشرة من آية النور في القرآن الكريم لقوله تعالى: "كَمِشْكَاةٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ".

وهذا تماماً ما يفعله برنامجنا:

- المتسابقون هم "المصباح" بعلمهم ومعرفتهم.
- والبرنامج هو "المَشْكَاة"؛ الوعاء الأنيق والراقي الذي يحتضن هذه العقول النيرة، ويقدمها للمشاهدين في أبهى صورة، ليعم نورها وفائدتها الجميع.

لقد تم وضع كل حجر في مكانه، ورُسمت كل تفاصيل هذا العالم بدقة وشغف في هذه البطاقة الفنية.

عالم "مَشْكَاة" لم يعد مجرد فكرة على ورق، بل أصبح خطة عمل متكاملة، ورؤية واضحة لمشروع تلفزيوني استثنائي، جاهز للانتقال من صفحات هذا الملف إلى قلوب الملايين.

نحن على ثقة بأن "مَشْكَاة" سيكون بصمة مضيئة في تاريخ البرامج الدينية الثقافية، وحدثاً رمضانياً سيصنع الفارق ويبقى في الذاكرة طويلاً.

الضوء جاهز... والمَشْكَاة تنتظر فقط من يوقد مصباحها.

تم الانتهاء بفضل الله يوم :

14/09/2025