

משרד החינוך  
המינהל למדע ולטכנולוגיה  
הפיקוח על מגמת טכנולוגיות תקשורת

יום ראשון 24 אפריל 2022

לרכז/ת עיתונאות ופרסום בדיגטאל (3120) שלום רב,

לקראת איחוד שתי ההתמחויות בשנה"ל תשפ"ג, להלן מסמך מאוחד המתייחס לשלושה נושאים:

1. מתווה הדרישות להתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגטל: לפרוייקטון ולפרוייקטי הגמר ב 3 יח"ל ול 5 יח"ל.
2. פירוט התפקידים הראשיים בכל צוות, תחום אחריותו של כל בעל תפקיד ואופן הערכתו.
3. מודל תיק ההפקה משולב: לפרוייקטון י"א ולפרוייקט הגמר בי"ב.

**1. מתווה דרישות מאוחד להתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגטל 3120 תשפ"ג**

הרציונל

אחד הערכים המרכזיים של המגמה מכוון, להניע את התלמיד להגדיר לעצמו את תפיסת עולמו החברתי, הערכי והפוליטי ומשם להניעו לשינוי המציאות בהתאם לעמדותיו תוך כיבוד כללי השיח הדמוקרטי, גילוי סובלנות לדעות מנוגדות, ולהגדרות מגדריות ואתניות, הבנת החשיבות של המדיה כאמצעי קריטי להבטחת שלטון הנשען על יסודות דמוקרטיים איתנים. ערך זה מתבטא בין היתר בערך חשוב ביותר: אקטיביזם חברתי.

ההבחנה שהייתה קיימת במשך למעלה מעשרים שנים בעולם אנלוגי בין שתי התמחויות, בין עולם הפרסום והשיווק לבין עולם העיתונות, הולך ומטשטש. עולם המדיה במיוחד בהקשר לפעילות ברשתות החברתיות, הוא מרחב שבו 'חיים' תלמידנו ובו מתבצעת עיקר הפעילות של המדיה. נתון זה מחייב התאמת תפיסת ההפעלה של שתי ההתמחויות ביצירת ליבה משותפת של ידע תיאורטי ומעשי להתנהלות בעולם המדיה ולצורך יצירת טקסטים תקשורתיים בעלי משמעות ואפקטיביות. זאת גם ברקע מדיניות המשרד המבקש לאחד ולקדם שתו"פ בתוך המגמות ובניהן.

מתוך הבנה כי ההתמחות בפרסום ויח"צ בדיגטל וההתמחות בעיתונאות בדיגטל, מדברות על עולמות משיקים, הנדרשים לאותו הידע ולאותן המיומנויות, הכישרים והאוריינויות, ומכוונות לאותה מטרה של חינוך לביקורתיות ואקטיביזם חברתי. ומתוך הבנה שמטרת ההתמחויות הללו היא לא להכשיר מקצועית את בוגרינו להיות עיתונאים וגם לא פרסומאים, אלא בוגרים השולטים בשפת התקשורת, במאפייניה ובאמצעים האפקטיביים כדי לקדם את עמדותיהם למעורבות ולשינוי חברתי, יאחדו שתי ההתמחויות לתלמיד כיתות י"א בתשפ"ג, כאשר נייצר דגשים שונים להוראה וללמידה בי"א ובי"ב שיביאו את התלמידים לתוצר סופי

אחיד של אתר אינטרנטי המאגד בתוך **מגזין com**. קמפיין תקשורת בנשא חברתי, הכולל ידע ומיומנויות של פרסומאי. ת. ושל עיתונאי. ת.

בהתמחות זו יבואו לידי ביטוי מלא והדוק, הידע והתובנות הנרכשות בזירות המקצוע 'תקשורת וחברה', הכוללות את אוריינות המדיה והאוריינות האזרחית.

מטרתנו בהתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגיטל לקדם ולשפר את מיומנויות התלמידים ואת כישוריהם העיתונאיים כעיתונאים עצמאים, אקטיביסטים וכאנשי פרסום שידעו לייצר קמפיין חברתי ולקדם בעזרתו את האג'נדה החברתית שלהם כאזרחים תבוניים, מודעים במדינה דמוקרטית. הלימודים בהתמחות זו מכוונים להקנות להם כלים עיוניים ומעשיים, מיומנויות ונקודות מבט ביקורתיות ואחריות לאופן פרסום מידע ברבים על מכלול ההיבטים. יישום אוריינות ביקורת מדיה ואקטיביזם חברתי בפלטפורמות הדיגיטליות, בהן צורך ומפיץ הנוער את המידע, הוא מנשמת אפה של התמחות זו!

אחת הדרישות המהותיות בהתמחות, היא הדרישה והצורך לעיסוק שוטף וסדיר בסיקור, בדיווח, בדיון ובהתייחסות ביקורתית, אם כי מאוזנת בדעות מגוונות, למה שהוא חדש ומעניין בתחום שאותו בחר התלמיד לסקר. חשוב מאוד להקפיד שהנושא או התחום אותו יבחרו התלמידים בכל קבוצה, לפרויקט הגמר שלהם יהיה מספיק רחב שיאפשר לתלמיד למצוא בו עניין וסקרנות במהלך השנתיים (יא-יב), כך שיהיה בעל מוטיבציה להמשיך לעדכן ולהתעדכן בהתפתחויות בתחום שבחר באופן שוטף ולפעול באופן אקטיבי לקידומו למודעות או להביא בו לשינוי חיובי. אנו רואים חשיבות בכך שהתלמידים יהיו פעילים ויעברו תהליך מעמיק, משמעותי ובעל ערך של שנתיים ולא יתייחסו לעבודתם רק "כמטלת בגרות".

מטרתנו היא כי תלמידי ההתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגיטל, יתחברו לעבודה העיתונאית והפרסומאית, כאזרחים איכפתיים המעוניינים לתרום לחברה ולסביבה. לכן אנו רואים חשיבות רבה לכך שבפרויקט הגמר יהיה דגש לכתבות תחקיר שמטרתן היא חשיפה של מידע בעל חשיבות ועניין לציבור. אשר על כן חובת כל המורים לוודא שערך זה בא לידי ביטוי בולט בפרויקט הגמר ושהחומרים הכלולים בו הם תוצאה של פעילות "בשטח" ולא בין כותלי ביה"ס (אלא אם כן ביה"ס הוא רלוונטי לנושא).

נעניק לתלמידנו מודעות, כלים, ומיומנויות להעלאת מגזין חברתי הכולל קמפיין חברתי בעל מסר אחיד, ברור ומדויק, שתחילתו בעבודת חקר תאורטי הכוללת סקירת הקיים בספרות המקצועית ( מאמרים, מחקרים, דוחות, ועוד), סקירת ייצוג הנושא במדיה ובטקסטים תקשורתיים, סקירת המתרחש בארץ ובעולם בתחום, ובסקר שוק מעמיק ומדויק הכולל בתוכו שאלות שבסופן ניתן להגיע למסקנות ותובנות שיבואו לידי ביטוי בפרויקט הגמר גם בכתבות וגם להסקת תובנה פרסומית לקמפיין. התלמידים יפיקו ויובילו קמפיינים חברתיים בדיגיטל, תוך מעורבות חברתית, פעילות אקטיביסטית, אפשרות לשיתופי פעולה עם עמותות/ארגונים רלוונטיים, וכתבות תחקיר ויח"צ שיעלו נושאים לסדר היום באתר הקמפיין החברתי.

## **דרישות פרויקטון ביא' (תחילת התהליך שיהווה חלק מפרויקט הגמר שיוגש לבוחן הגמר ביב')**

1. אתר - מגזין אינטרנטי (.com) בנושא מסוים.  
תפריט האתר (מייצג את דרישות ההגשה לבגרות): בראש האתר יהיה כתוב שם ביה"ס + לוגו + מגמת תקשורת-ניו מדיה + מגמות טכנולוגיות תקשורת, מנהל חינוך מדע וטכנולוגיה, משרד החינוך. באנר שיוביל לדף נחיתה עם מודעה וקריאה לפעולה. הסרגל יכלול את הלשוניות הבאות: דף הבית, אודות /עלינו, כתבות תחקיר, כתבות יח"צ, פרסומת חברתית, יוזמה אקטיביסטית, אקטואליה, תיק פרויקט, בנוסף יש להוסיף סרגל רשתות חברתיות הכולל: אייקונים של יוטיוב, פייסבוק, טיקטוק ואינסטגרם פעילים שנפתחו לטובת הקמפיין הדיגיטלי, אליהם יועלו פוסטים באופן שוטף בהתאם לקהל היעד ולאסטרטגיה שתוכננה מראש.
  2. תחקיר קבוצתי כללי בנושא - באחריות העורך הראשי לחלק את תחומי האחריות והתפקידים לפי הגדרת התפקידים בצוות. איתור מומחי דעת, חוקרים בתחום, מחקרים, עדי ראייה, סיכום דוחות ממשלתיים ודוחות של ארגונים ועמותות בתחום, סקירת מאמרים ומחקרים אקדמיים בתחום, סקירת ייצוג הנושא במדיה ובטקסטים תקשורתיים, סקירת המתרחש בארץ ובעולם בתחום, ובסקר שוק מעמיק ומדויק הכולל בתוכו שאלות שבסופן ניתן להגיע למסקנות ותובנות שיבואו לידי ביטוי בפרויקט הגמר גם בכתבות וגם להסקת תובנה פרסומית לקמפיין.
  3. כתבת תחקיר אישית כתובה בנושא המגזין, כאשר היציאה והקונטקסט בהקשר מתוך התחום עליו התלמיד אחראי (עמוד וחצי עד 2 עמודים) ויכלול תמונת סטילס חדשותית/מגזינית שהתלמיד צילם לדוגמא; במגזין לזכויות האישה, מנהל מדיה דיגיטלית יכתוב כתבה על תרומת המדיה הדיגיטלית להחפצת נשים. מעצב גרפי יכתוב על כרזות אפנה ותרומתם לדימוי גוף מוטעה אצל נערות.
  4. אקטואליה: **מאמרי עמדה וידיעות חדשותיות** שיועלו לאתר ולמדיה החברתית ( 5 פוסטים קבוצתיים).
  5. כתבת וידאו קבוצתית (4 דקות עם 2-3 מרואיינים לפחות) שתשולב באחת מכתבות התחקיר הכתובות.
- \* השימוש בחומרים שאינם מקוריים יעשה רק אחרי תשלום על קניין רוחני.**
6. פודקאסט קבוצתי (כתבה משודרת של 2-3 דקות עם 2-3 מרואיינים לפחות), שתשולב באחת מכתבות התחקיר הכתובות.
  7. **\* השימוש בחומרים שאינם מקוריים יעשה רק אחרי תשלום על קניין רוחני**
  8. שרטוט אסטרטגיה שיווקית ואסטרטגיה תקשורתית.
  9. **ניסוח בריף למגזין** + שרטוט האסטרטגיה העיצובית: לוגו והגדרת המיתוג והקו העיצובי.
  10. קמפיין במדיה הדיגיטלית
  11. תיק פרויקט (יכתב באופן שוטף לכל אורך העבודה על הקמפיין).

### דרישות פרויקט הגמר יב' 3 יח"ל

1. ניסוח בריף פרסומי לפרסומת
2. קומוניקט אישי
3. כתבת וידאו המסקרת את הנושא
4. כתבת תחקיר (של הכתב)
5. פרסומת וידאו באיכות שידור: כל קבוצה תפיק פרסומת קצרה של 30 שניות עד דקה, באיכות שידור (broadcast) ניסוח בריף פרסומי של המגזין שלכם ושל הערך שתקדמו בפרסומת
6. סרטונים ויראליים לאתר ולרשתות החברתיות (לפחות 5 פוסטים) בפורמט של רשתות חברתיות כגון פייסבוק /אינסטגרם/טיקטוק. חשוב לא למחזר חומרים מהפרסומת.
7. אקטואליה: מאמרי עמדה וידיעות חדשותיות שיועלו לאתר ולמדיה החברתית ( 5 פוסטים קבוצתיים).
8. יוזמה אקטיביסטית הכוללת שת"פ עם ארגונים עמותות ועוד. יש לתעד (בכתבה כתובה, כתבת וידאו וצילומי סטילס) יוזמה אקטיביסטית שיזמו וביצעו התלמידים בפועל (לדוגמא: גיוס נוער לניקוי חופים, שיעור בנושא לתלמידי חט"ב או יסודי, התנדבות בבית גיל הזה"ב ועוד).
9. קמפיין במדיה הדיגיטלית
10. תיק פרויקט (ייכתב באופן שוטף לכל אורך העבודה על הקמפיין).
11. התלמידה ת.יבחר 1 שאלת יסוד ערכית מתוך תכנית הלימודים בתקשורת וחברה. מתוך למעלה מ 60 שאלות יסוד המסכמות את הלימוד של 3 זירות התקשורת במקצוע המוביל, העיוני "תקשורת וחברה" (יש לציין את שם הזירה), תוך יצירת ההקשר שלה לפרויקט הגמר.

### דרישות פרויקט הגמר יב' 5 יח"ל

כל מה שנכתב לעיל לגבי 3 יח"ל בתוספת הדרישות הבאות:

1. כתבת יח"צ אישית משולבת וידאו וכתובה (עמוד), המסקרת באופן נרטיבי סובייקטיבי את הנעשה בתחום, עמותות, ארגונים, אנשים המקדמים את התחום בחברה ועוד.
2. כתבה עיתונאית משולבת וידאו וכתובה (באחריות הכתב והמפיק).
3. חיבור עם החלק העיוני של "תקשורת וחברה": כל תלמיד ינתח את הכתבות שלו ואת סה"כ מרכיבי/תוצרי הקמפיין באופן המחבר ומקשר בין הנלמד במקצוע העיוני, 'תקשורת וחברה' לבין ההתמחות המעשית בפרסום ועיתונאות בדיגיטל 5 יח"ל.
- 3.1 כל תלמידה ת.יבחר 3 שאלות יסוד ערכיות מתוך תכנית הלימודים בתקשורת וחברה. מתוך למעלה מ 60 שאלות יסוד המסכמות את הלימוד של 3 זירות התקשורת במקצוע המוביל, העיוני "תקשורת וחברה", מתוכן שאלה אחת מזירת העל ועוד שתי שאלות נוספות מיתר הזירות אחרות (יש לציין את שם הזירה), תוך יצירת ההקשר שלהן לפרויקט הגמר.
- 3.2 יש לנתח את כל אחד ממרכיבי/תוצרי הקמפיין, להשתמש ולהיעזר ב 4 מושגים מתוך המקצוע 'תקשורת וחברה' ולהסביר כיצד הם באים לידי ביטוי בתהליך ההפקה ובתוצר עצמו.













**3.3** יש להעלות דילמות ושאלות דילמה שעלו ונתקלת בהם במסגרת הכנת הקמפיין והכתבה. על התלמידים לזהות דילמה, קונפליקט, שאלות אתיקה ו/או התנגשות בין ערכים וזכויות שעלו במהלך העבודה על פרויקט הגמר.












- המטרה המרכזית של פרק זה היא לעודד למידה אקטיבית והבנת עבודת משרד הפרסום ואיש יחסי הציבור, באופן המעודד את הלומדים לחשוב, לנקוט עמדה ולהביעה בצורה מושכלת ורציונלית תוך קישור וחיבור לחומר העיוני בתקשורת הנלמד במשך 3 שנים. ובליוי מקורות השראה לתוצר הגמר מתוך האקטואליה או מתוצרים קודמים שנלמדו בכיתה תוך יישום החומר התיאורטי במעשי.
1. מחייב את התלמידים להבין לעומק את התהליכים שעברו ובהם יצרו את הקמפיין החברתי. חשיבות המחקר והקשריו. על התלמיד לנסח עמדה אישית מעמיקה, תוך בחינת נקודות מבט מגוונות ורחבות על התחום ועל נושא הכתבה חשיבותו ומשמעותיותו.
  2. מחייב את המורים העיוניים להכיר את היצירה המעשית של תלמידיהם ושל פרסומאים ועיתונאים (חוקרים) אחרים. לרדת לעומק ולסייע להם לחברה לעולם התוכן התאורטי הנלמד בכיתה, כמו כן מחייב את המורים המעשיים להכיר את חומר הלימוד העיוני ולעשות בו שימוש מושכל ויצירתי.



### **רשימת סה"כ הדרישות לפרויקט גמר דו-שנתי (יא-יב') בהתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגיטל**

#### **תשפ"ג: מגזין חברתי המנהל קמפיין חברתי**

מס'	הרכיבים	דרישות בגרות 3 יח"ל	דרישות בגרות 5 יח"ל
1	יצירת אתר אינטרנטי: מגזין חברתי שמהווה פלטפורמה מרכזית לקמפיין חברתי		
2	בחירת נושא חברתי אותו התלמידים רוצים להעלות למודעות ו/או לגרום בו לשינוי. תחקיר עיתונאי מעמיק בתחום/בנושא הנבחר. הגדרת אג'נדה, חזון (מטרת על), יעדים, מסר.		
3	כתבת תחקיר כתובה (2 מהן משולבות וידאו/פודקאסט): בפורמט כתוב משולבת בוידאו ובפודקאסט: 800 - 1200 מילה	כתבה קבוצתית (עמוד וחצי עד 2 עמודים)	הכתבה הכתובה תהיה אישית ותכתב בידי כל תלמידי באופן עצמאי (עמוד וחצי עד 2 עמודים)
4	כתבת וידאו קבוצתית (4 דקות עם 2-3 מרואיינים לפחות שמביאים מידע חדש		

		ורלוונטי) שתשולב באחת מהכתבות הכתובות. * השימוש בחומרים שאינם מקוריים יעשה רק אחרי תשלום על קניין רוחני.	
		5 פודקאסט קבוצתי (כתבה משודרת של 2-3 דקות עם 2-3 מרואיינים לפחות), שתשולב באחת מהכתבות הכתובות. * השימוש בחומרים שאינם מקוריים יעשה רק אחרי תשלום על קניין רוחני	
		6 אקטואליה: מאמרי עמדה וידיעות חדשותיות שיצולמו ויעברו עריכה בטלפון באופן מותאם לשפת הרשתות. הפוסטים יועלו לאתר ולמדיה החברתית של הקבוצה ושל קהילת "המשפיעים" של המגמה ( לפחות 5 פוסטים לכל קבוצה).	
		7 תחקיר שוק: חקר מתחרים, סקר שוק, הגדרת קהל היעד תיאור פרסונה לקהל היעד. הגדרת התובנה הפרסומית. שרטוט אסטרטגיה שיווקית ואסטרטגיה תקשורתית.	
		8 ניסוח בריף <a href="#">נסחו בריף פרסומי של המגזין שלכם ושל הערך שתקדמו בפרסומת</a>	
		9 פרסומת וידאו באיכות שידור: כל קבוצה תפיק פרסומת קצרה של 30 שניות עד דקה, באיכות שידור (broadcast) <a href="#">נסחו בריף פרסומי של המגזין שלכם ושל הערך שתקדמו בפרסומת</a>	
		10 בחירת עמותה או ארגון לשת"פ. התלמידים ישתפו פעולה עם ארגונים/עמותות מהתחום לאחר שביצעו את החקר ומצאו את הארגון/עמותה המתאימים להם ביותר ויצרו עימם שיתופי פעולה שיכללו עבודה מעשית	

		עם הארגון ושילובו בקמפיין הדיגיטלי שלהם.	
		עבודה שוטפת על תיק הפקה (ספר פרויקט) יכתב לכל אורך העבודה על הפרויקט בהתאם להנחיות ולבעלי התפקידים בצוות, החל מיא' ועד יב'. <b>איפיון פרויקט יוגש עד ל 30.1 של כל שנה"ל.</b>	11
		קמפיין כולל בדיגיטל: הגדרת האסטרטגיה התקשורתית והשיווקית (יעדים ומדדים). הגדרת המיתוג והקו העיצובי, כולל לוגו.	12
השתתפות פעילה בפרלמנט הצעיר ובפעילויות קהילת "המשפיעים" של תלמידי פרסום ועיתונאות בדיגיטל		מאמר עמדה וידיעות חדשותיות אקטואליות (יועלו לאתר ולרשתות החברתיות של קהילת המשפיעים)	13
כתבת יח"צ אישית משולבת וידאו וכתובה (עמוד וחצי), המסקרת באופן נרטיבי סובייקטיבי את הנעשה בתחום, עמותות, ארגונים, אנשים המקדמים את התחום בחברה ועוד.	כתבת יח"צ קבוצתית כתובה ומצולמת/פודקאסט	כתבת יח"צ: בפורמט כתוב, בוידאו ובפודקאסט	14
		כתבה עיתונאית משולבת וידאו/כתובה וכתובה (באחריות הכתב והמפיק).	15
		פרסומת חברתית	16
		סרטון ויראלי: יופק ויועלה לאתר ולרשתות החברתיות.	17

		<p>כל קבוצה תפיק פרסומת מיוחדת לאינטרנט ותפיץ אותו באתר המגזין, בעמודי הטיקטוק, והפייסבוק של המגמה (ארצי) וברשתות חברתיות נוספות, כדי שיהפוך לווריאלי. הסרט יהיה בפורמט של רשתות חברתיות כגון פייסבוק /אינסטגרם/טיקטוק. חשוב לא למחזר חומרים מהפרסומת.</p>	
		<p>18 יוזמה אקטיביסטית: יש לתעד בוידאו ובצילומי סטילס, יוזמה אקטיביסטית שיזמו וביצעו התלמידים בפועל (לדוגמא: גיוס נוער לניקוי חופים, שיעור בנושא לתלמידי חט"ב או יסודי, התנדבות בבית גיל הזה"ב ועוד). את הצילומים והתעוד בוידאו יש להעלות בפוסט לאתר ולרשתות החברתיות.</p>	
<p><b>כל תלמידה תיבחר 3 שאלות יסוד ערכיות מתוך תכנית הלימודים בתקשורת וחברה. מתוך למעלה מ 60 שאלות יסוד המסכמות את הלימוד של 3 זירות התקשורת במקצוע המוביל, העיוני "תקשורת וחברה", מתוכן שאלה אחת מזירת העל ועוד שתי שאלות נוספות מיתר הזירות אחרות (יש לציין את שם הזירה), תוך יצירת ההקשר שלהן לפרויקט הגמר.</b></p>	<p><b>התלמידה תיבחר 1 שאלת יסוד ערכית מתוך תכנית הלימודים בתקשורת וחברה. מתוך למעלה מ 60 שאלות יסוד המסכמות את הלימוד של 3 זירות התקשורת במקצוע המוביל, העיוני "תקשורת וחברה".</b></p>	<p>19 חיבור למקצוע העיוני ולמושגים מיתקשורת וחברה'. <u>בחירת שאלות מתוך שאלות המפתח במקצוע המוביל</u> לחבר אותן לעבודה על פרויקט הגמר ולנתח בעזרתן את הקמפיין ותוצריו ראו הרחבה מעלה: הנחיות שונות ל 3 יח"ל ול 5 יח"ל</p>	



## **2. פירוט התפקידים הראשיים בכל צוות, תחום אחריותו של כל בעל תפקיד ואופן הערכתו**

פרוייקט הגמר יכלול 5 תפקידים מרכזיים ו 5 תפקידים משניים (שכל התלמידים יוכלו להתנסות בהם לבחירתם)

### **1. עורך ראשי**

אחראי על פעולת התיאום בין כל תת - המערכות של המגזין ומנצח עליהם. מהות תפקידו- לפקח על הפעילות העיתונאית השוטפת, ולשמש ערוץ מרכזי שבאמצעותו מנותבות ההנחיות לשאר חברי הצוות במערכת המגזין התיאום בין חברי צוות המגזין מתבצע בישיבות מערכת, המשמשות בימה לקביעת מדיניות הפרסום של המגזין ולתיאום בין הזרועות השונות של המערכת. ישיבת המערכת הבסיסית ביותר תתקיים אחת לשבוע ותשמש כמסגרת להעלאת נושאים לכתבות ולתכנון הפקת כתבות הוידאו, הפודקאסטים והפרסומות. העורך הראשי ינהל את העבודה והלו"ז בלוח גאנט, בישיבות הצוות יכנס דיונים בנושא הכתבות ויערוך בקרה עליהן. העורך הראשי, יחד עם חברי קבוצתו חייבים לערוך תחקיר מעמיק, לחשוב ולתכנן בקפידה את שלבי העבודה על הכתבות ועל המגזין הדיגיטלי בשלמותו, תוך שמירה על תחקיר מעמיק והצלבת עובדות ונתונים עבור כל אחת מהכתבות, שמירה על אתיקה עיתונאית ועל עניין עיתונאי, עדכניות, רלוונטיות וחדשנות. אחראי על מילוי מאפייני הפרוייקט עם חברי הצוות וחותרם עליו. אחראי על הפקת ועריכת המגזין והקמפיין החברתי. אחראי על מילוי שוטף של תיק ההפקה, מתעד את ישיבות הצוות ובוהן את התקדמות העבודה בתאם ללו"ז, למטרה וליעדים שהוגדרו באפיון הפרוייקט. לתכנן, לארגן, לנהל ולפקח על עבודת הפרוייקט, עמידה בלוח הזמנים, כללי כתיבה עיתונאית באינטרנט. מעורבות לשינוי. השקעה ועניין עיתונאי. הגהה לשונית. מיומנות מקצועית. שמירה על כללי זכויות יוצרים, עריכה לשונית (דיקדוק, ניסוח, משלב לשוני). תחקיר מעמיק. הקפדה על מגוון מרואיינים בכל כתבה (דעות ועמדות שונות ומגוונות ביחס לנושא, נקודות מבט שונות, עדי ראיה שונים...) ושציטוטים ואמירות יבואו בשם אומרם. רלוונטיות למתרחש באקטואליה בהקשר לתחום בו בחרה הקבוצה לחקור ולעסוק.

### **2. כתבת**

עורך משנה, מסייע לעורך הראשי לבקשתו, אחראי לסייע בתחקיר ובכתיבת הכתבות הכתובות והעריכה הלשונית של כלל הכתבות הכתובות. שימת לב לכללי כתיבה עיתונאית: כותרת, כותרת משנית, פתיח, גוף הכתבה וסיכום.

### **3. מעצבת גרפית**

ניבחן על אפיון עיצובי ברור ומוגדר לאתר ברמת אסטרטגיה עיצובית שתואמת את התובנה והמסקנה הפרסומית ואת ההבטחה הפרסומית. עיצוב מותאם לקהל היעד ולמסר. רמה ומיומנות מקצועית, השקעה, חדשנות, עניין ומקוריות. עיצוב לוגו, הגדרת תפריט תוך שימת לב לכללי נגישות באתרים. ממשק וחווית גלישה נוחה וידידותית למשתמש.

תכנון עץ האתר, תפריטים, קטגוריות, בחירת פלטפורמה ליצירת אתרים-בלוגים ובחירת תבנית

מנומקת. כללי כתיבה עיתונאית באינטרנט מבחינה גרפית: כותרת, כותרת משנית וגוף הכתבה. עימוד הפוסטים במגזין, צילום עיתונאי מקורי לכל אחת מהכתבות ולאתר בכלל, שמירה על כללי זכויות יוצרים. מעורבות לשינוי. עיצוב הבאנר ודף הנחיתה של האתר ושל הרשתות החברתיות.

#### **4.מפיקה בפועל**

אחראי על הפקות ועריכת תוצרי הסטילס, הווידאו והפודקאסט (כתבות וידאו ופודקאסט, פרסומת, צילומי סטילס) ועל עריכת הפוסט פרודקשן (עריכה, פסקול, קריינות אפקטים ...) **עליו לשים לב לכך שהשימוש בחומרים שאינם מקוריים יעשה רק אחרי תשלום על קניין רוחני.** תמיד העדיפות היא לחומרים מקוריים שיצרו התלמידים.

תאום הפקה, תכנון, ארגון וניהול הלו"ז של כל אחד מהתוצרים האודיוויזואלים (פודקאסט, וידאו, צילום סטילס). נבחן על האינטראקטיביות של האתר. אחראי על הפקת תוצרי הווידאו, צילום סטילס והפודקאסט, באופיין, בסגנון המגוון ובמיומנות המקצועית שהפגינה הקבוצה בכל אחד מהם. השקעה, חדשנות, עניין ומקוריות. מיומנות מקצועית, מעורבות לשינוי.

#### **5.מנהל/ת מדיה דיגיטלית**

עליו לתכנן אסטרטגיה תקשורתית ושיווקית ולציין בה את אופן הפרסום והשיווק בדיגיטל תוך ציון יעדים ברורים ומדידים. לבחור במדיות החברתיות בהתאם לקהל היעד, ולבנות אסטרטגית שיווק והפצה בהתאם להרגלי המשתמשים – קהל היעד במדיה. לכל מדיה חברתית ולאתר עצמו יש לעצב באנר (תפקיד המעצבת הגרפית) בהתאם למידות ולפורמטים שמותאמים אליה ולחבר אליו קישור שישלח לדף הנחיתה – המודעה. על מנהל.ת המדיה הדיגיטלית ליצור נוכחות של קהילה תומכת ועוקבת באופן קבוע, קידום אורגני בעזרת שימוש במילות מפתח בקמפיין עצמו ובתגיות תואמות, אוצרות ושיתופי פעולה עם ארגונים/עמותות, משפיעני רשת ועוד גורמים רלוונטים. קידום האתר והאג'נדה ברשת, ניתוח לפי גוגל אנאליטיקס ו/או אמצעים אחרים תוך תיוג עקבי בבלוג/אתר ובכל הרשתות החברתיות. השקעה וחדשנות. מיומנות מקצועית. אחראי על הפקת תוצרים למדיה הדיגיטלית ע"י כל חברי הצוות (יחד עם המפיק בפועל).

#### **תפקידים משניים:**

תסריטאי - קופירייטר, צלם, במאי, מקליט, עורך פוסט פרודקשן

### מבנה תיק ההפקה יכלול שישה חלקים:

1. מאפייני פרויקט הגמר 3-5 יח"ל בהתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגיטל
2. יומן ניהול עבודה שוטפת פרויקטון יא'
3. סיכום המסקנות - רפלקציה קבוצתית על עבודת הפרויקטון (יא'), קבוצתי ואישי.
4. יומן ניהול עבודה שוטפת המשך פרויקט ביב'
5. סיכום ומסקנות יב'
6. נספחים (טפסים ואישורים)

הפרויקט המשותף מדמה פעילות של מגזין דיגיטלי הכוללת את עולמות התוכן המקצועיים בהם מתאפיין: עיתונאות, עיצוב גרפי, שיווק ופרסום במדיה הדיגיטלית, הפקת תוכן אודיו-ויזואלי.

בראש מערכת המגזין עומד עורך ראשי, תפקידו להניע את אנשי הצוות ולעקוב אחר כל שלב בתהליך. תחתיו פועלים הכתב כעורך המשנה, המפקד על עריכת החומר ושיכתובו, ומעצבים גרפיים, האחראים לעיצוב עמודי העיתון ולעימודם, מנהלי המדיה הדיגיטלית האחראים על כל הקמפיין בדיגיטל, המפיק בפועל שאחראי על הפקת כלל התוצרים בוידאו ובפודקאסט (כתבות, פרסומות ועוד). את פירוט דרישות התפקידים הראשים והמשניים בעמודים 9-10 של המסמך.

### חלק ראשון: מאפייני פרויקט הגמר 3-5 יח"ל בהתמחות בפרסום ועיתונאות בדיגיטל

יש להגיש את החלק הראשון הנ"ל לאישור וחתמת רכז המגמה/מורה ההתמחות (לאחר ביצוע התחקיר הראשוני - כללי בנושא/תחום הפרויקט לפי ההנחיות לעיל) **ולאישור הפיקוח עד ל 30.01 של כיתה יא'\***.  
 על העורך הראשי למלא את מאפייני הפרויקט לחתום עליו ולהקפיד בהמשך על מהלך העבודה וניהול הזמנים של העבודה על פרויקט הגמר - המגזין הדיגיטלי ועל עמידה בהצהרת הכוונות שמילא ועליה חתם.

\* רק במקרים בהם יחולו שינויים בהרכבי הקבוצות ו/או בנושאי הפרויקט, ו/או בחלקים חשובים מיסודות הפרויקט (מאלו המצוינים בהמשך המסמך), הצוות יחויב להגיש עד ל 15.12 של כיתה יב' טופס חדש או מעודכן.

**בתיק ההפקה יינתן מענה לשאלות הבאות:**

1. מה האג'נדה של המגזין ( מה האני מאמין שלנו בנושא)

---



---



---



---

2. מדוע בחרנו בנושא זה? מה חשיבותו

עבורנו?

---



---



---

3. ספרו מה נושא הכתבה ומה תרצו לספר בה ( מה הסיפור של כל אחד מכם)? רישמו את הליין אפ של הכתבה ופרטו את כל האייטמים שיכנסו לכתבה ומדוע בחרתם בהם.

---



---



---

4. מה החזון שלנו? איזה שינוי / אימפקט נרצה שיקרא בתחום

---



---



---

5. מהו הקו האסטרטגי שיוביל את המגזין ( רצוי לסרט מפת חשיבה לכל אבני הדרך כולל במדיה הדיגיטלית)? מה המטרה? מה הם היעדים בעזרתם נגשים את המטרה?

---



---



---

6. אילו מקורות השראה ( מגזינים, קמפיינים) מהווים מודל לחיקוי ומדוע ( נתחו אותם)?

---



---



---

7. שרטטו את האסטרטגיה של המדיה דיגיטלית בה תנקטו. לאיזה קהל יעד תכוונו? באילו אמצעים, פעולות תנקטו ומדוע? מה תצפו לקבל כתוצאה לכל פעולה בה תנקטו? לאיזו קריאה לפעולה תקראו במדיה הדיגיטלית?

---



---



---



---

8. לוחות זמנים של העבודה על הפרויקט ( הציגו את אבני הדרך על לוח גאנט כולל חלוקת תפקידים )

---



---



---



---

9. סיכום תחקיר (עמוד וחצי עד 2 עמודים)

---



---



---



---

### חלק שני: יומן ניהול עבודה שוטפת פרויקטון

#### עורך ראשי:

יערוך יומן מעקב של כל פגישה שבועית ויתעד אותה בתיק הפקה  
 מה נעשה עד כה? מה יש לשפר? מה יש עוד לעשות? בהתאם יעדכן את לוח הגאנט וינהל ממנו את לוח הזמנים של הפרויקט.

#### מעצב גרפי:

יערוך יומן מעקב של כל מה שקשור אליו בפגישה השבועית ויתעד אותה בתיק הפקה  
 מה נעשה עד כה? מה יש לשפר? מה יש עוד לעשות?  
 תיאור של מקורות השראה ומדוע בחר בהם. מה מסמל הלוגו? תיאור התהליך שעבר בעיצוב הלוגו והרציונל מאחורי העיצוב שלו.  
 תיאור האסטרטגיה ה עיצובית ומדוע בחר בה. במה היא תורמת למגזין? מה העיצוב בה לספר על נושא המגזין? כיצד העיצוב מתחבר לנושא המגזין ומעצים אותו?

**מנהל מזדיה דיגיטלית:**

יערוך יומן מעקב של כל פגישה שבועית ויתעד אותה בתיק הפקה

מה נעשה עד כה? מה יש לשמר ומה לשפר? מה יש עוד לעשות?

תכנון אסטרטגית השיווק והפרסום במזדיה הדיגיטלית לפי הבריף הפרסומי של המגזין.

עליו לשרטט את האסטרטגיה של ניהול המזדיה הדיגיטלית בה ינקוט. להכין מפת חשיבה עם כל שלב. באילו רשתות

חברתיות בחרתם ולמה? כיצד תגיעו לקהל היעד בו בחרתם ולגרום ליצירת שיח בנושא וכיצד? באילו אמצעים, פעולות

ינקוט ומדוע? מה תצפו לקבל כתוצאה לכל פעולה בה תנקטו? יעדים ומדדים ברורים וראליים. יש לערוך מעקב ותיעוד

של הפעולות שננקטו ושל התוצאות אליהן הגיעו. כיצד תיצרו תוכן לרשתות וכיצד תפנו את התוכן של האתר שלכם

(מהאתר לרשתות החברתיות ובחזרה לאתר כדי להביא לקוראים רבים ככל האפשר)?

כיצד תשמרו את הנוכחות שלכם ברשת לאורך זמן? האם יצרתם קהילת עוקבים? האם תזמנתם את התוכן שלכם למועד

מיוחד לפי לוח הזמנים שקבעתם?

תארו את האופן בו יצרתם מיסגור ושת"פים עם עמותות/ארגונים בתחום?

**מפיק:**

יערוך יומן מעקב של כל מה שעליו לעשות ויתעד זאת בתיק הפרויקט

מה נעשה עד כה? מה יש לשפר? מה יש עוד לעשות?

תכנון ימי הצילומים וההקלטות של הכתבות וידאו פודקאסט והפרסומת.

טבלת אנשי קשר מרואיינים, ברייק דאון כולל לוח וצרכים לכל יום צילומים, פלור פלן (שרטוט) של אתר הצילומים לכל

סצנה בפרסומת ובכתבות הוידאו. תסריט לפרסומת, ליינ אפ של הכתבות. לאחר כל הפקה יש לעצור ולערוך ישיבת צוות

שתכלול רפלקציה ומשוב של מתאם ההפקה וכל חברי הצוות ולבחון את תהליך העבודה ואת התוצר.

**כתב:**

משמש כעורך משנה ומכאן מסייע לעורך הראשי לבקשתו, אחראי לכלל הכתבות הכתובות, להגהת התוכן הלשוני. הוא

הכתב לכתבות הכתובות הקבוצתיות

**חלק שלישי: סיכום המסקנות - רפלקציה קבוצתית על עבודת הפרויקטון (יא'), קבוצתי ואישי.****3.1 חלק קבוצתי**

בחלק זה חברי וחברות הקבוצה יעריכו את הפרויקט שלהם על פי הקריטריונים הבאים במטרה לבחון מה ניתן לשמר ומה

ניתן לשפר ולעשות טוב יותר במהלך יב'.

**יעדים שהצבתם בתחילת העבודה על הפרויקט**

האם עמדתם ביעדים שהצבתם בתחילת העבודה על המגזין הדיגיטלי?

פרטו בטבלה את היעדים ואת המידה בה עמדתם ביעד. נתחו והסבירו מול אילו אתגרים ניצבתם במהלך העבודה על הפרויקט ותארו כיצד התמודדתם עם אתגרים אלו. תארו ותנו דוגמאות, כיצד עמדתם או לא עמדתם ביעד או בחלקו.

### מסר

האם המסר/ מסרים עברו באופן בהיר וממוקד? האם המסרים הגיעו לקהל היעד שלכם? נתחו את המידה בה המסר עבר באופן מיטבי / חלקי/ לא עבר, ואת הסיבות לתוצאה.

### אג'נדה

האם האג'נדה והמטרה הראשית מנוסחות היטב והאם הכתבות ורוח העיתון אכן משקפים אותם באופן מיטבי? נתחו והסבירו. תנו דוגמאות.

### ניתוח מהלך העבודה על הפרויקט:

**חוזקות:** ציינו את הדברים שיש לשמר כיוון שנעשו באופן טוב ואיכותי. עבודת צוות, תכנון פרויקט, עמידה בזמנים, איכות הפקה. בהקשר כללי של הפרויקט.

**חולשות:** ציינו את הדברים שיש לשפר ודרכים לשיפור. עבודת צוות, תכנון פרויקט, עמידה בזמנים, איכות הפקה. בהקשר כללי של הפרויקט.

### **3.2 חלק אישי**

רפלקציה אישית לפי תפקיד - התלמידים. ות יכתבו רפלקציה על תהליך העבודה על הפרויקט ועל אופן תפקודם בו במהלך כל שלבי העבודה על הפרויקט.

יש לציין את שם חברת הצוות ותפקידו.ה בצוות (במערכת המגזין)

### חיבור אישי לנושא הפרויקט:

הציגו באיזה אופן התחברת לנושא הפרויקט ולנושא הכתבה באופן אישי.

מאילו דברים נהנית במיוחד בזמן ביצוע הפרויקט? מדוע?

מאילו דברים לא נהנית במיוחד בעת ביצוע הפרויקט? מדוע?

מה תעשה/י באופן שונה כאשר תעבוד/י בעתיד על משימה מסוג זה?

מה למדת תוך ביצוע המשימה על עצמך?

מהן המיומנויות שרכשת/ שידרגת/ יישמת במשימה זו?

### ניתוח אופן מילוי התפקידי הראשי שביצעתי במערכת המגזין ובצוות:

מה נדרש ממני לביצוע התפקיד? מה עשיתי במסגרת התפקיד? טבלה של פעולות שביצעתי מול איכות הביצוע והמיומנויות המקצועית שלי במילוי התפקיד.

חוזקות - מה היו החוזקות שלך שהבאת/תרמת לצוות?

חולשות - דברים שיש עליך לשפר.

ניתוח אופן מילוי תפקידים נוספים בהם התנסיתי במהלך העבודה על הפרויקט? צילום, עריכה, כתיבה בימוי הקלטה קריינות ועוד...

בחלק זה התלמידים יכתבו רפלקציה בה הם יתארו גם את התפקידים הנוספים שמלאו במסגרת העבודה על הפרויקט וינתחו את האופן בו ביצעו את תפקידם ברמת האיכות והמיומנות המקצועית. אתגרים שעליהם התגברתם במהלך העבודה וכיצד עשיתם זאת? תארו באילו אתגרים נתקלת תוך ביצוע הפרויקט? ספרו כיצד התמודדתם עם אתגר?

#### נקודת המבט כאיש.ת תקשורת

מה למדת מהפרויקט? האם תרצו לעסוק בתחום העתיד ומדוע? אילו מיומנויות ואיזה ערך מוסף קיבלתם במהלך העבודה על הפרויקט?

חלק רביעי, יומן ניהול עבודה שוטפת יב' (מענה על 9 השאלות, ראו בחלק השני מעלה, כולל התייחסות מסכמת

לניסיון לאתגרים ולמסקנות במהלך השנתיים)

#### חלק המישי, סיכום מסקנות קבוצתית ואישית יב'

#### חלק קבוצתי

בחלק זה חברי וחברות הקבוצה יעריכו את הפרויקט שלהם על פי הקריטריונים הבאים במטרה לבחון מה ניתן לשמר ומה ניתן לשפר ולעשות טוב יותר במהלך יב' יעדים שהצבתם בתחילת העבודה על הפרויקט. האם עמדתם ביעדים שהצבתם בתחילת העבודה על המגזין הדיגיטלי? פרטו בטבלה את היעדים ואת המידה בה עמדתם ביעד. נתחו והסבירו מול אילו אתגרים ניצבתם במהלך העבודה על הפרויקט ותארו כיצד התמודדתם עם אתגרים אלו. תארו ותנו דוגמאות, כיצד עמדתם או לא עמדתם ביעד או בחלקו.

#### מסר

האם המסר/ מסרים עברו באופן בהיר וממוקד? האם המסרים הגיעו לקהל היעד שלכם? נתחו את המידה בה המסר עבר באופן מיטבי / חלקי/ לא עבר, ואת הסיבות לתוצאה.

#### אגי'נדה

האם האגי'נדה והמטרה הראשית מנוסחות היטב והאם הכתבות ורוח העיתון אכן משקפים אותם באופן מיטבי? נתחו והסבירו. תנו דוגמאות.

ניתוח מהלך העבודה על הפרויקט:



**חוזקות:** ציינו את הדברים שיש לשמר כיוון שנעשו באופן טוב ואיכותי. עבודת צוות, תכנון פרויקט, עמידה בזמנים, איכות הפקה. בהקשר כללי של הפרוייקט.

**חולשות:** ציינו את הדברים שיש לשפר ודרכים לשיפור. עבודת צוות, תכנון פרויקט, עמידה בזמנים, איכות הפקה. בהקשר כללי של הפרוייקט.

### **חלק אישי**

רפלקציה אישית לפי תפקיד - התלמידים. וכתבו רפלקציה על תהליך העבודה על הפרוייקט ועל אופן תפקודם בו במהלך כל שלבי העבודה על הפרוייקט. יש לציין את שם חבר הצוות ותפקידו בצוות (במערכת המגזין)

#### **חיבור אישי לנושא הפרוייקט:**

הציגו באיזה אופן התחברת לנושא הפרוייקט ולנושא הכתבה באופן אישי.

מאילו דברים נהנית במיוחד בזמן ביצוע הפרוייקט? מדוע?

מאילו דברים לא נהנית במיוחד בעת ביצוע הפרוייקט? מדוע?

מה תעשה/י באופן שונה כאשר תעבוד/י בעתיד על משימה מסוג זה?

מה למדת תוך ביצוע המשימה על עצמך?

מהן המיומנויות שרכשת/ שידרגת/ יישמת במשימה זו?

#### **ניתוח אופן מילוי התפקידי הראשי שביצעתי במערכת המגזין ובצוות:**

מה נדרש ממני לביצוע התפקיד? מה עשיתי במסגרת התפקיד? טבלה של פעולות שביצעתי מול איכות הביצוע והמיומנויות המקצועיות שלי במילוי התפקיד.

חוזקות - מה היו החוזקות שלך שהבאת/תרמת לצוות?

חולשות - דברים שיש עליך לשפר.

ניתוח אופן מילוי תפקידים נוספים בהם התנסיתי במהלך העבודה על הפרוייקט?

צילום, עריכה, כתיבה בימיו הקלטה קריינות ועוד...

בחלק זה התלמידים יכתבו רפלקציה בה הם יתארו את התפקידים הנוספים אותם ביצעו במסגרת העבודה על הפרוייקט

וינתחו את האופן בו ביצעו את תפקידם ברמת האיכות והמיומנות המקצועית. אתגרים שעליהם התגברתם במהלך העבודה

וכיצד עשיתם זאת? תארו באילו אתגרים נתקלת תוך ביצוע הפרוייקט? ספרו כיצד התמודדתם עם אתגר?

#### **נקודת המבט כאיש.ת תקשורת**

מה למדת מהפרוייקט? האם תרצו לעסוק בתחום העתיד ומדוע? אילו מיומנויות ואיזה ערך מוסף קיבלתם במהלך העבודה

על הפרוייקט?

בסיום העבודה על הפרוייקט על התלמידים לנתח בעזרת שאלות מובנות לבחירתם, מתוך בנק שאלות הנמצא בתיק הפקה,

את תהליך העבודה על הקמפיין ואת האפקטיביות שלו. ולמלא רפלקציה אישית.

כל תלמיד יבחר 5 שאלות מתוך הרשימה וינתחו בעזרתן את תהליך העבודה על המגזין הדיגיטלי ואת הכתבה שכתב.

1. על התלמיד לזהות ולהסביר מהו נושא הכתבה שלו, איזו תופעה הוא ניגש לחקור ולנסח בשתי פסקאות מהו הקשר הרחב וחשיבותו (חברתי, ציבורי, תרבותי, סביבתי). מהי שאלת/השערת התחקיר?
2. האם התופעה הינה תופעה חדשה? רחבה? ותיקה? מצומצמת? מהי ההשערה הנוגעת לתופעה המצוינת? האם היא תרחב או תצטמצם? מדוע ומה ההמלצות?
3. יש להביא ולסקר אירועים שהתרחשו בארץ ובעולם בהקשר לנושא ולבחון את האופן בו סוקרו לפי המושגים הבאים: תיאוריית סדר היום והדרה תקשורתית, הבניית מציאות, שיקוף המציאות.
4. תיעוד תהליך ההפקה מתייחס לנושאים הבאים:

- שיקולי בחירת הנושא.
- שיקולי העריכה.
- השלבים הקלים והאתגרים שהתגלו במהלך העבודה. האם היו דילמות אתיות וכיצד פתרת אותן?
- מבנה הכתבה.
- מדוע נבחרה כותרת זו לכתבת התחקיר?
- איזה מידע נבחר לכותרת המשנה ומדוע?
- איזה מידע נבחר לפתיח הידועה? ומדוע בחרת בו?
- על אילו מקורות מידע נשענה כתבת התחקיר (חובה לעשות שימוש בארבעה מקורות חיצוניים לפחות) מדוע? ומהו סוגם?

5. כיצד ביצעת את הסקר? כמה נסקרים השתתפו? מה גילם? מינם? כיצד עיבדת את תוצאות הסקר? כיצד שילבת את תוצאות הסקר בכתבה והאם הם חיזקו את השערתך או הפריכו אותה?

6. מי הם מומחי הדעת בכתבה והאם הם חיזקו את השערתך או הפריכו אותה? מה סוג השאלות ששאלת אותם?

7. מי הם המרואיינים בכתבה ומדוע נבחרו להיות מצוטטים באופן ישיר או עקיף?

8. מהם הממצאים החדשים שגילית? האם הם מתאימים להשערה הראשונית שלך?

9. מדוע בחרת צילום עיתונאי זה לכתבה?

10. מהם המסקנות בעקבות הכנת כתבת התחקיר?

11. מהן ההמלצות לעתיד בעקבות הכנת הכתבה?

12. התלמיד יבחר 2 תמונות עיתונאיות או מגזיניות מעולם התקשורת או מחומר הלימודים העיוני שנלמד לאורך השנים אשר מהוות מקור השראה לכתבה ולתמונה אשר צילם וינתח אותן בעזרת הכלים והמושגים שלמד בחומר העיוני (זירה 3) התלמיד יכתוב תקציר של מקור ההשראה

ויסביר באיזה אופן השפיעו התמונות על תהליך הפקת הכתבה שלו. הסתכלו על התמונות ועל

תהליך הצילום בעין ביקורתית - מה יכולתם לעשות אחרת? טוב יותר? ומה הייתם משאירים כפי

שעשיתם? אילו דילמות עלו בעת צילום התמונות מהוות מקור להשראתך?

13. התלמיד יבחר 2 כתבות תחקיר מעולם התקשורת (כתובה, פודקאסט, וידאו) אשר מהוות מקור

השראה לכתבה שכתב ולתהליך העבודה שלו עליה (כולל שלב התחקיר). וינתח אותן בעזרת הכלים והמושגים שלמד

בחומר העיוני. התלמיד יכתוב תקציר של מקור ההשראה ויסביר באיזה אופן השפיע על תהליך הפקת הכתבה שלו.

קראו/צפו/האזינו לכתבה ונתחו אותה ואת תהליך העבודה עליה בעין ביקורתית - מה יכולתם לעשות אחרת? טוב יותר?  
ומה הייתם משאירים כפי שעשיתם?  
14. אילו דילמות עלו בעת כתיבת והפקת הכתבות המהוות מקור להשראתך?

### חלק שישי: נספחים

להורדה קבצי אישורים לפני יציאה לצילומים ולפני פרסום

ורד פריאנטה קורלנדר

יוסף בר דוד

מנחה ארצית פרסום ועיתונאות בדיגיטל

מנהל תחום דעת