

שנה"ל תשע"ט

תיק הפקה בהתמחות ניו מדיה הנחיות לרכזים ולמורים בהתמחות ניו מדיה

תיק ההפקה יוגש כעמוד באתר הגמר של כל קבוצה.
באתרי וורדפרס ישנה אפשרות לקבוע שהעמודים יהיו קבועים או מוצגים כבלוג (כך שכל פוסט שעולה הוא הראשון שנמצא בראש הבלוג). יש להשתמש באפשרות זו ולהגדיר את העמוד של תיק ההפקה כעמוד קבוע ולתת לו את הכותרת "תיק הפקה".
על הרפלקציות לעלות בהתאם למתבקש בתיק ההפקה במהלך העבודה, כלומר דיווח בזמן אמת, כך שהמורה והבוחן יוכלו לעקוב אחר אופן העבודה השותף.

עליכם להציג לבוחן את האישורים הבאים:

1. אישור זכויות יוצרים
2. אישור הורים לפירסום צילומי בנם/בתם באתר או אישור פירסום הצילום והכתבה מאדם שמעל גיל 18 ואינו לומד או עובד בבית הספר.
3. שימו לב !!! חובה להחתיים את כל הורי תלמידי בית הספר, המורים והעובדים על אישור צילומים ופירסומם לצרכי בית הספר בתחילת כל שנת לימודים כדי להמנע מאי נעימויות ותביעות לאחר פירסום פעילויות בית הספר שתועדו במסגרת המגמה ו/או העיתון הדיגיטלי של בית הספר.

תפקידי חברי הצוות (בהתאם למצויין בטבלה שבדרישות פרויקט הגמר בהתמחות בניו מדיה):

עורך ראשי מתפקידו לנהל ולנצח על עבודת חברי קבוצתו (סופר ווייזר). הוא מתאם בין כל חברי הקבוצה ודואג שהעבודה תעשה בהתאם לקונספט ולאפיון עליהם החליטו בתחילת העבודה על האתר. עבודתו נעשית בשיתוף פעולה מלא עם כל אחד מחברי הקבוצה. זהו תפקיד בעל אחריות גדולה לתלמיד עם יכולות ניהוליות, ראייה כוללת יחד עם ראיית כל הפרטים הקטנים. על התלמיד להכיר ולהבין את כלל ההתמחויות באופן מקצועי.

מפיק אודיוויזואל מתפקידו להפיק את כתבות הוידאו והפודקאסט ולערוך את החומרים לאתר. להעלותם לאתרי האיחסון כמו you tube, vimeo, אינסטגרם וכו' (מה שתבחרו) לאחר שערך אותם ועיבד אותם לתוצר הגמור המותאם לאתר.
תלמיד זה, לא חייב להיות היחיד אשר מצלם, מקליט ועורך אך הוא האחראי על תחום זה ועליו להפיק את הכתבות הוידאו והפודקאסט ולפקח על ביצוע העבודה ולנהל אותה שתעשה כפי הנדרש.

עורך גרפי: מתפקידו לעצב את האתר, לארגן את חוויית המשתמש שתהיה נוחה ונעימה, כגון התפריטים, הפוסטים, בחירת תבנית עיצוב ועוד.

כתב (הגהה ועריכת תוכן של הכתבות הכתובות): אחראי על הכתבות הכתובות והאלקטרוניות. אחראי על התחקיר, על החתמת המצטלמים, המרואיינים לכתבות, מראיין, כותב, ועורך יחד עם העורך תוכן אודיוויזואלי את הכתבות האלקטרוניות ועורך יחד עם עורך התוכן את הכתבות הכתובות. תלמיד זה לא חייב להיות המראיין היחיד ו/או הכתב היחיד, אך הוא האחראי על תחום זה ועליו לפקח על ביצוע העבודה ולנהל אותה שתעשה כפי הנדרש. לבדוק הגאה של הניסוח והדיקדוק בכתבות.

מנהל מדיה: מתפקידו לוודא שלכל כתבה ופוסט (כולל וידאו ותמונות) שעולים לאתר, ליוטיוב, לפייסבוק או לכל רשת חברתית אחרת, ניתנות מילות מפתח מתאימות, מקשר את האתר לרשתות החברתיות וכך מפיץ את הכתבות והפוסטים שעולים לאתר ברשתות החברתיות, תוך ניהול נכון וחשיבה שמטרתה קידום האתר ושיווקו. הוא בוחר את הרשתות החברתיות המתאימות ואת הכלים המתאימים על-פי תכנית אסטרטגיית שיווק שמכין מראש לפי המטרה, מסר, קהל יעד של האתר והתכנים שלו. שיקול דעתו חייב להיות מקצועי והוא עובד בשיתוף פעולה עם יתר חברי הקבוצה. עליו לחפש ולהתאים אתרים עמם יוכל ליצור אוצרות להתקשר עמם על-ידי קישורים הדדיים ושיתופי פעולה שיווקיים. לנתח בגוגל אנאליטיקס ו/או אחרים את הצפיות והקריאות באתר ואת קידומו ברשת.

נושאים שיש להדגיש אותם בשיעורים:

- גלישה בטוחה ברשת.
- שמירה על זכויות יוצרים
- סדר העבודה על האתר
- תכנון האסטרטגיה השיווקית.
- אקטיביזם חברתי
- בחירת פרויקטים שמעודדים מעורבות חברתית.
- משמעות השיתוף ברשת.
- האחריות שבפרסום ברשת, כמקום ממנו לא ניתן למחוק דברים שפורסמו.
- איך מייצרים סרטונים שיזכו לצפיות רבות (ויראליים)?
- איך להשתמש ברשתות החברתיות ובמנועי החיפוש כדי לקדם את האתר שלך ולהפיץ את המסרים שלך?
- איך להשתמש ברשתות החברתיות ובמנועי החיפוש כדי לקדם סדר יום?
- קידום אתר ברשת
- קידום מסר ברשת

הקדמה לפרויקט

הפקות בתקשורת – התמחות בעיתונאות, בניו מדיה 3 יח"ל סמל שאלון
387-862

הפקות בתקשורת – התמחות בעיתונאות, בניו מדיה 5 יח"ל סמל שאלון
589-862

יש למלא הקדמה לפרויקט לכל צוות עד ה 12/15 ולשלוח אל ורד קורלנדר למייל
vkurlender@gmail.com

שם בית הספר _____
שם רכז המגמה _____
מייל _____
טלפון _____
שנה"ל _____
נושא העיתון _____

דף אנשי צוות

שם מלא	תפקיד בהפקה	סולארי	עיר	מספר ת"ז
	עורך ראשי			

			כתב-עורך לשוני	
			מפיק אודיו- יזואל	
			מעצב גרפי	
			מנהל מדיה דיגיטלית	

אגינדה – (אני מאמין בנושא הנדון)

חזון – איזה שינוי אני רוצה שיקרה בנושא זה

מדוע בחרנו בנושא זה, מה חשיבותו עבור קהל היעד.

מטרותנו

יעדים מרכזיים

מסר מרכזי

קהל יעד

נושאי הסקירה הספרותית ופרוט המקורות של כל סקירה ספרותית

כותרות / נושאי הכתבות

גוף תיק ההפקה:

יש לעצב את העמוד בהתאם לעיצוב האתר ולהכין כותרת קבועה אשר תכיל את המידע הבא באופן המתאים לכל אתר:

1. פרוט של תכנון האתר לפי הפרוט הבא:

הגדרת האתר ותרחישי השימוש בו לפי השאלות הבאות (יכתב על ידי עורך התוכן)

א. מהי מטרת האתר?

ב. מהו המסר?

ג. מי קהל היעד?

ד. נקודות שאסור שיחסרו באתר?

אפיון האתר (יכתב ע"י עורך התוכן)

קונספט ויזואלי ועיצוב (יכתב ע"י המעצב)

תכנון ממשק (חויית) משתמש (יכתב ע"י עורך התוכן והמעצב)

תאר והסבר איזו פלטפורמה נבחרה לאתר ומדוע (יכתב ע"י עורך תוכן)

מפת האתר (יכתב ע"י המעצב ועורך תוכן)

ה. נושאי הכתבות, מושאי הכתבות/ראיונות (יכתב ע"י המפיק האודיוויזואלי)

2. תיאור העבודה על הכתבות (מפיק אודיו ויזואלי + רפלקציה אישית של כל תלמיד על

הכתבה שבנושא שלה ביצע את התחקיר ואת עבודת החקר):

תיאור אופן העבודה על כל כתבה וכתבה מצולמת או כתובה (כתב ועורך תוכן)

תקציר על התחקיר שנעשה בכל כתבה. תיאור אופן איסוף החומרים (כתב)

תיאור התמונות שנבחרו לכל כתבה וכתבה, מדוע נבחרו, אופן התאמתם לאתר מבחינת גודל

ומשקל התמונה (עורך תוכן אודיוויזואלי, מעצב ועורך תוכן).

האם נעזרתם באפליקציה ו/ או בתכנת עריכת תמונות? אם כן, באיזו? ובאיזה אופן? (צלם,

עורך תוכן ומעצב)

תיאור אופן הצילום והעריכה של כל אחת מכתבות הווידאו (עורך תוכן אודיו ויזואלי ועורך תוכן)

תיאור והסבר, אילו סוגי סרטוני ווידאו הפקתם ומדוע (עורך תוכן אודיו ויזואלי ועורך תוכן)

הסבירו ונמקו למה אתם חושבים שיצפו בווידיאו שלכם (עורך תוכן אודיו ויזואלי ועורך תוכן)

תיאור אופן הכנת הפודקאסט (עורך תוכן אודיו ויזואלי, עורך תוכן).

רפלקציה אישית שלך על תיפקודך. הקשיים והפתרונות שמצאת. היכולות, כישורים ומיומנויות שגילית בעצמך.

3. מנהל מדיה דיגיטלית: אחראי שיווק, הפצה וקידום האתר

פירוט תכנון אסטרטגיית השיווק.

באיזה אופן משווק ומקודם האתר?

באילו רשתות חברתיות בחרת להשתמש ומדוע? מה הם מטרותיך ואופן עבודתך?

תאר והסבר כיצד השתמשת ברשתות החברתיות כדי לקדם את האתר שלכם.

תאר והסבר כיצד השתמשת ברשתות החברתיות כדי לקדם אג'נדה חברתית או כל רעיון או

פרוייקט אחר .

תיאור שותף של הפצת התכנים ברשתות החברתיות. באיזו רשת חברתית בחרת, מדוע ולשם

מה בחרת דווקא בה/ן.

תיאור שיתופי הפעולה והאוצרות שייצרתם עם אתרים אחרים, מדוע בחרתם בהם, ובמה תרמו

לכם. אופן העבודה עם מילות המפתח תיאור העבודה עם גוגל אנאליטיקס? תאר כיצד ולשם מה

השתמשת בכלי זה. פרט במה תרם לך כלי זה.

רפלקציה אישית שלך על תיפקודך. הקשיים והפתרונות שמצאת. היכולות, כישורים ומיומנויות שגילית בעצמך.

4. עורך גרפי: מתפקידו לעצב את האתר, לארגן את חוויית המשתמש שתהיה נוחה ונעימה, כגון התפריטים, הפוסטים, בחירת תבנית עיצוב, צבע הרקע וצבעי, גדלי וצורות הפונטים ועוד... רפלקציה אישית שלך על תיפקודך. הקשיים והפתרונות שמצאת. היכולות, כישורים ומיומנויות שגילית בעצמך.

5. כתב: אחראי על ההגה. עריכת התוכן, תיקון שגיאות כתיב, דיקדוק, ניסוח. רפלקציה אישית שלך על תיפקודך. הקשיים והפתרונות שמצאת. היכולות, כישורים ומיומנויות שגילית בעצמך.

6. עורך ראשי: תאר את אופן התפקוד של כל אחד מחברי הקבוצה. במה תרמו ובמה לא תרמו לעבודה המשותפת. תאר את חלוקת התפקידים בתוך הקבוצה. לפי אילו קריטריונים נעשתה והאם היתה יעילה מבחינתך. פרט והסבר מה הייתה משמרה ומה היית משפר בחלוקת התפקידים, בעבודת הצוות ובעבודה השוטפת ומדוע. רפלקציה אישית שלך על תיפקודך. הקשיים והפתרונות שמצאת. היכולות, כישורים ומיומנויות שגילית בעצמך.

7. רפלקציה אישית (סיכום חפשי) של כל אחד מחברי הצוות:

תאר את העדפתך מבחינת עבודה בצוות או עבודה אינדיבידואלית. פרט ונמק.

ספר מה היה תפקידך באתר. תאר את אופי העבודה תוך מתן משוב לאופן תפקודך.

הסבר ונמק מדוע בחרת להשתתף בהתמחות ניו מדיה.

מהי נקודת המוצא שלך כאיש תקשורת? האם את/ה רואה באתר אמצעי למסר אידיאולוגי

חברתי פוליטי / בידורי / מסחרי? פרט, נמק והבא דוגמאות מעבודתך.
מהו האתגר האמיתי שלך כאיש תקשורת? תאר ונמק בהרחבה.
מהו התחום המועדף עלי ביצירת אתרים ולמה תחום זה מתאים לי? תאר ונמק בהרחבה.
במה התמחות זו תרמה לי באופן אישי וכיצד אני רואה אותה תורמת לי בעתיד. ספר מה קיבלת מהתמחות זו. פרט מה תיקח עימך להמשך ומה לא תיקח עמך. תאר ונמק.