



שמירה על קשר עם התורם- אמצעים חזותיים בתקשורת הדיגיטלית

כלי זה נכתב בשיתוף פעולה של [NP Tech](#) ושיתופים

פתיחה:

בכלי הקודם ([גיוס תורמים: יצירת נוכחות במרחב האינטרנטי](#)) דנו בשלושה כלים בסיסיים לשמירה על קשר עם התורם/ת באמצעות יצירת נוכחות במרחב האינטרנטי: הדואר האלקטרוני, הבלוג והניוזלטר. שלושת הכלים נהוגים להיתפס כמילוליים בעיקרם, אולם שלושם טומנים בחובם אפשרות לשילוב אמצעים חזותיים, ובראשם תמונות וסרטי וידאו. תוכן ויזואלי הוא דרך יעילה ביותר להעברת מסר, לספר סיפור או למשוך עניין ולמקדו בעשייה של הארגון. בכלי זה נרחיב על הדרך לשילוב אמצעים חזותיים שכאלה על מנת למקסם את הרווח הארגוני מכך.

כמה הגדרות לפני שמתחילים:

יוטיוב - (שדר/י את עצמך) הינו אתר אינטרנט המאפשר למשתמשים להעלות, לראות ולשתף קטעי וידאו. כל אדם יכול להוסיף סרטים לאתר, לדרג ולכתוב הערות על סרטים אחרים. כיום ניתן לעשות חיפוש סרטים באתר גם מאתר גוגל וידאו שבעבר התחרה בו. ניתן לשבץ קליפים של YouTube בקלות בבלוגים ובאתרי אינטרנט אחרים. למרות שזהו אתר אמריקאי, 75% מהחומרים שנמצאים ביוטיוב מגיעים מחוץ לארצות הברית. זהו אתר תוכן הגולשים הגדול והנישתי ביותר בעולם. YouTube מדורג כאתר הרביעי הנצפה ביותר בעולם. יותר מ- 80% מהסרטונים שמוטמעים באתרים אחרים ובבלוגים פרטיים הם סרטוני יוטיוב.

רזולוציה - הפרדת (רזולוציית) תמונה מתייחסת למרחק בין האלמנטים המרכיבים תמונה, בתצוגה על המסך או בהדפסה. מקובל להשתמש במונח רזולוציה ביחס לכמות הפיקסלים בתמונות דיגיטליות. כשמתייחסים לרזולוציה ככמות פיקסלים בתמונה, מקובל לתאר את צפיפות הפיקסלים כשני מספרים שלמים, כשהראשון הוא מספר הטורים (רוחב), והשני מספר השורות (גובה), לדוגמה: 640X480. מושג חדש בתחום הרזולוציה הינו High Definition – HD המעיד על אבחנה גבוהה, לדוגמא 720x1280 פיקסלים.



גוף הכלי

תמונות

השימוש בתמונות שגור למדיי בבלוגים ובניוזלטר, כיוון שערכן של תמונות בהעברת מסר ידוע עוד מימי קדם, אז נוסח המשפט 'תמונה אחת שווה אלף מילים'. אין ספק כי כך הוא הדבר במקרים רבים, אך לעתים תמונה עלולה אף לפגוע, או במקרים רבים יותר- לא למלא את יעודה. גם כאשר החלטתם/ן להשתמש בתמונות, יש לדעת כיצד לבחור את התמונות שתציגו בכדי להשיג את מרב האפקט.

כשבחרים תמונה יש לזכור:

1. בחרו מעט תמונות מכל ארוע. אל תציפו את התורמים/ות בהמוני תמונות שישעממו אותם ויפגעו באפקטיביות של תמונה טובה אחת, או מספר מצומצם שלהן.
2. בחרו רק תמונות המצטיינות באיכות טובה- הן מבחינת הרזולוציה והן מבחינת הצילום (פוקוס, קומפוזיציה). זכרו כי תצלום חובבני משדר חובבנות.
3. אל תבחרו תמונות זהות זו לזו, שצולמו בהפרש של מספר שניות זו מזו ומראות את אותו אדם שזז מספר מילימטרים לימין או לשמאל. בחרו את הטובה מבין כל קובץ תמונות כזה.
4. בחרו תמונה שמדגישה את 'אלמנט ההנאה'- למשל, אנשים מחייכים בארוע של הארגון.
5. מיקוד במסר- נושא התמונה חייב להיות ברור וממוקד. למשל- כדאי לא לבחור תמונה עם אנשים רבים מדי, כיוון שאז המסר מתפזר.
6. חיזוק המסר- ראשית, חשבו מה ברצונכם להעביר בתמונה, ובחרו את התמונה לפי המסר שבחרתם: רווחת קהל היעד, מחקר, שיפור באיכות חיים וכו'.
7. מניפולציה על התמונה - כדאי בהחלט לערוך את התמונה בכדי למקסם את הרווח ממנה, או להתאימה לפורמט המידען או הבלוג. חיתוך, תיקון צבעים ושינוי גודל יתקבלו בברכה כאשר הם תורמים לחידוד המסר. מאידך, יש להיזהר מטיפול ומניפולציה יתר (הוספת אנימציות טורדניות, כיתוב מעיק וכו'). כדי לעשות כל זאת בקלות והיטב מן הראוי להשתמש בכלי שנועד לשם כך. כלי כזה גם מאפשר לארגן את כל בנק התמונות של הארגון ולחלוק אותם באופן מחושב ומושכל עם התורמים שלכם. (כמה דוגמאות חינמיות הן: [Pixlr](#), [Picnik](#), [Aviary](#)).

שני כלים פשוטים לארגון, עריכה ופרזנטציה של תמונות הם [Picasa](#) של גוגל ו- [Flickr](#) של יאהו. Flickr מאפשר למשתמשיו גם לשבץ קטעי וידאו, והוא אף משמש מעין רשת חברתית שחבריה חולקים ביניהם תמונות. שני הכלים מוצעים חינם. השימוש בשניהם פשוט ואינטואיטיבי. למידע על איך להירשם ולהשתמש בשני כלים אלה:



[לחץ/י כאן לסקירת תוכנת Picasa והורדת התוכנה \(בעברית\)](#)

[לחץ/י כאן לסקירת אתר Flickr והרשמה לשירות \(אנגלית\)](#)

סרטי וידאו

כמו תמונה, גם סרט וידאו הוא מסר לכל דבר, לכן יש להשתמש בו רק כשהמסר הוא נכון ואמין. סרטי וידאו הם דרך אפקטיבית ביותר לספר את סיפור העשייה שלכם. כיום ניתן לרכוש מצלמות וידאו נוחות לשימוש, מהן ניתן בקלות להוריד את חומר הגלם למחשב. ישנן גם מצלמות שמגיעות עם תוכנות שמאפשרות עריכת הסרט בתוך המצלמה ומשלוח הסרט הגמור בדוא"ל לרשימת תפוצה, אבל למי שרוצה להכין סרט חובבני פחות ומהוקצע יותר מומלץ לערוך על מחשב. כתיבה, הפקה ועריכת סרט זוהי טריטוריה מקצועית לא פשוטה. בהחלט מומלץ לשקול לקבל עזרה מקצועית, אולם זו יכולה להיות יקרה ולכן יותר ויותר אלכ"רים החלו לקפוץ למים העמוקים האלה. למדריך מצוין לחשיבה על הפקת סרטי וידאו לאלכ"רים והפצתם המקוונת כדאי מאד לצפות במדריך של [See3](#). בנוסף, כתולדה של החיבור בין הוידאו והאינטרנט והוידאו ו-Flash, נולד גם הוידאו האינטראקטיבי שהוא סרט וידאו שיש בו אלמנטים אינטראקטיביים שמאפשרים לצופה/תורם להיות שותף דינמי בהתרחשות ואף לתרום. לדוגמה לווידאו אינטראקטיבי, הנה [הראשון](#) שהועלה ליוטיוב ועוד אחד [אפקטיבי ביותר](#). לאחר שצילמתם/ן את חומר הגלם המשימות מתחלקות לשתיים: כלים לעריכת הסרט וכלים להפצתו. שני כלים לעריכת סרטי וידאו שהם ידידותיים למשתמש הם [Windows Movie Maker](#) שהוא חינמי ומגיע עם מערכת ההפעלה של Windows, ו- [Adobe Premier](#) שהוא אומנם לא חינמי אבל גם לא מאד יקר. יושב באחד מאתרים אלה אל תשכחו לשבצו בתוך האתר שלכם, ולהוסיף אליו לינקים בדוא"ל שלכם /, במידעון ובבלוג.

אם אתם/ן רשומים למטרות גיוס בארצות הברית (IRS 501(c)(3) status), בריטניה, קנדה, או אוסטרליה, אתם יכולים להצטרף לתכנית המיוחדת של ["יו טיוב לאלכ"רים](#). הערוץ מתכנן להרחיב את התוכנית למדינות אחרות, אבל עד שיכללו גם אותנו מומלץ לקרוא כמה שיותר מחומר העזר שהכין הערוץ לאלכ"רים, במיוחד את כל מה שמופיע תחת Tips and Tricks, כגון:

- איך להתאים את השימוש ביוטיוב למטרות הארגון שלכם/ן
- איך ליצר תוכן אפקטיבי ומשכנע
- איך להפיץ את החומר שאתם/ן מעלים/ות ליוטיוב



לקידום החברה האזרחית
Sheatufim The Israel Center for Civil Society

- איך לתכנן ולבצע קמפיין וידאו
 - איך להתרים עבור הארגון מתוך הסרט שלכם ביוטיוב (לרשומים במדינות שצוינו קודם בלבד)
- לדוגמאות של סרטי וידאו טובים, אחד [קצר](#) ואחד [ארוך](#):