

חשיבות הסיפור שלנו, הסיפור שאנו יוצרים בזהות של החברה הישראלית

החשיבות

1. עבורינו- לראות שאנו באמת מצליחים במשימה.
2. עבור תורמים וקרנות - שידעו שההשקעה שלהם מצליחה.
3. למשתתפים- להעלות למודעות שלהם מה הם חוו/למדו.

אבל אנשים לרוב לא יזמו לספר לכם, הם מתביישים, או לא מודעים לחשיבות לכן-

צריך לדובב אנשים, לרוב הם לא ידברו מעצמם!!

סיפור **הגיבן הקדוש/ ר' שלמה קרליבך** הוא דובב אותו ויצא
מזה סיפור מדהים שהשפיע על אלפי אנשים- זה הכוח של סיפור. והמסר:

הדבר הכי גדול בעולם הוא לעשות טובה למישהו אחר

<https://www.youtube.com/watch?v=tTkCn9ltWhc>

גם התורה -הזהות שלנו, עוברת דרך סיפורים. כי זה מה שמשפיע וגם עסקים היום
מחפשים סיפור כדי למכור ולכן היום מאוד מתפתח תחום ה **storytelling** ,

לרוב אנו לא שמים לב לסיפורים, אך הם כל הזמן קורים מסביבנו, **אנו משפיעים על
אנשים בפעילויות שלנו כל הזמן ויוצרים סיפורים חדשים רק צריך לפתח אנטנת
ורגישות כדי למצוא את הסיפורים האלו.** לכן צריך לשאול ולדובב, ולשאול, בפה, במייל
, בוואטסאפ

שיבי רייכנר

בעיתון מפרסמים מעניין ולא דווקא חשוב, אנו עושים דברים חשובים, צריך לספר
אותם בצורה מעניינת.
למצוא את הסיפור, מעניין, מפתיע, קונפליקט.
עיתוי- מספיק זמן לפני התאריך או מייד אחרי אירוע, הקשר אקטואלי. כמה ימים אחרי
חג כבר לא רלוונטי לספר עליו.
לספר בעצמינו ברשתות חברתיות את העשייה שלכם, מקומונים, להעזר
בנוער-אינסטגרם זה יפעיל את הנוער, הם יצירתיים.

מעניין יכול להיות מרגש, סיפור אישי, משהו מפתיע –
כל סטודנט בשנה א' בקולנוע יודע- סיפור טוב שרוצים לספר אותו יש בו קונפליקט יש בו מתח ומורכבות.

להסתכל על לוח השנה ולחשוב על הקשר אקטואלי.
אנשי התקשורת אלו אנשים עם זהות, אם הנושא נוגע להם אישית -הם יפרסמו, כגון כשלוקחים קבוצת עיתונאים
במסע לאתיופיה פתאום כולם כותבים על אתיופיה ולא רק בגלל חג הסיגד אלא כי זה נוגע אליו ומדבר אליו.

יה"צ אור תורה:

2 סוגים של דברים שאנו מחפשים תמיד:

- 1) אייטמים שנוכל להעביר לפרסום בתקשורת.
- 2) סיפורים שנוכל לשלוח כדיווח לתורמים

8 סוגי דברים שמעניינים את התקשורת:

- 1) מדובר באירוע או נושא חדש שלא קרה בעבר.
 - 2) נושא ששנוי במחלוקת.
 - 3) שובר שיא כלשהו (מספר משתתפים וכו)
 - 4) יש סיפור חזק באירוע (סיפור אנושי מרגש מאחד המשתתפים, יוסיף מאוד שם ותמונה, מקום..סיפור אמין, מהלב. (אם מתנגדים לספר בעילום שם) קוריוז אחר- למשל האישה הכי מבוגרת בעולם (משתתפת)
 - 5) נוגע לאקטואליה – נושאים שמדוברים בתקשורת והפעילות קשורה למה שקורה.
דוגמה: אם יש שיח בתקשורת על ילדים בסיכון ויש לנו יוזמה מקורית שמעניקה מענה לאתגרים איתם מתמודדת המערכת.
יוזמות מעניינות שקורות לרגל החגים שבפתח ומשלבות כמה מהאלמנטים שצינינו כאן: סיפור מרגש, יוצא דופן שלא אירע בעבר...
 - 6) השתתפות של סלבס ו/או אנשים מפורסמים ממגוון עולמות התוכן. מכוכב ריאליטי ועד מנהלים של חברות מובילות במשק וספורטאים.
 - 7) סיפור של שת"פ בין גורמים שבד"כ לא משתפים פעולה
 - 8) סיפורי עולים חדשים...ועוד....
- אם 'לא פרסמת לא עשית'. צריך לפרסם את העשייה הטובה שלנו וליידע את הציבור הרחב על הדברים הטובים שנעשו ושניתן לקחת מהם דוגמה.

סוגי סיפורים שמראים שינוי בזהות:

- פעם ראשונה בחיים ששמעתי מגילת אסתר... שהתפללתי ביום כיפור, ששמעתי תקיעת שופר, ליל הסדר...
- סיפורי שינוי תפיסה או הרגשה: תמיד... סלדתי מ... לא אהבתי... חשבתי שהתורה..... בעקבות שיעור/פעילות מבין ש...
- השפעה על ההתנהגות בעקבות פעילות/אירוע וכו... החלטתי שמכאן והלאה אני ומשפחתי עושים סעודת שבת בלי ניידים. מתנדבים פעם בשבוע ב....
- חיבור מחדש - כבר ... שנים שלא עשיתי/ הלכתי/ חגגתי.. ועכשיו התרגשתי....
- שינוי - עשינו שינוי קהילתי, לקהילה, לקבוצה.....
- שייכות - בעקבות האירוע אני מרגישה/ יותר שייך לעם שלי, מחובר למסורת....

בדיוק כמו שבסרט קודם גורמים לך להכיר את הגיבור/ה ואז להזדהות איתו ורק אז אפשר לספר את העלילה, כך גם אם לגיבור הסיפור שלנו יש שם, ותמונה, וכמה מילים עליו זה מוסיף המון.

יש לזכור-חייבים לבקש רשות מהבן אדם לפרסם את הסיפור ואת התמונה, להגיד לו שזה יעזור לחזק אחרים או את הפעילויות, או שזה רק לתורמים, אם הוא לא מסכים אז לפרסם בעילום שם.

כדי שסיפור ישפיע חשוב מאוד לצרף תמונה.

תמונות:

תמונות חשובות מאוד – תמונה שווה אלף מילים... התקשורת רוצה תמונות של האירוע חשוב מאוד לצלם תמונות טובות.

תמונות חדות, ברזולוציה גבוהה, עם קרדיט צילום. אם יש פרצופים של ילדים חייב אישור הורים. או שאנו נטשטש.

כמות ואיכות בתמונות.- כמות משתתפים, איכות- של פעילות/ השפעה.

עדיף להעריך ולעדכן מראש. אחרי שאירוע כבר קרה, לעיתים אפשר להעביר עדיין ידיעת סיכום אך עשוי להיחשב כישן.

התקשורת אוהבת דברים חדשים. הודעה מוקדמת נותנת כלים והזדמנויות רבות יותר לפרסם את האירוע.

תמונה אחת שווה אלף מילים, ושווה הרבה יותר כאשר היא מלווה בטקסט מרגש. אם מטרתנו ליצור סיפור מעניין ולאפשר לגולש להתעכב ולבדוק את העניין, עלינו לצרף לתוכן הנכתב תמונה מיוחדת שתעכב את הקורא וגם תגרום לו לקרוא את

הסיפור שלנו.

ככל שנעביר מסר יותר נוגע, יותר רגשי, ואמיתי, כך הם יזכרו אותנו בצורה חיובית ופשוט יתחברו אלינו

תכנון את הסיפור שלכם וחברו אותו בחכמה.

ממש כמו בכתיבת ספר, לספר סיפור בצילום זה עניין שדורש קצת **תכנון מראש**. אתם צריכים להחליט מה אתם רוצים להעביר בתמונה, מה אתם רוצים שיהיה מצב הרוח של התמונה ולאיזה כיוון הסיפור יתפתח.

לזהות רגעים מכריעים, תחושות, הבעות פנים וסיפורים, תהיו ערניים לסביבה ולנושא שלכם, סיפור טוב הוא כזה שמעורר רגש ותחושות אצל הצופה.

לכן לא להסתובב באירוע וסתם לצלם אלא לחפש בעיניים תמונה טובה ורק אז לצלם. צריך לחשוב מראש ולתכנן תמונה, רק אז יוצאת תמונה ששווה אלף מילים!!

טכני:

תמונה שמטרתה לספר סיפור צריכה להיות נקייה מאלמנטים מיותרים ומהסחות דעת מיותרות. ודאו שהנושא שלכם בולט מספיק על פני שאר התמונה, ודאו שאלמנטים אחרים שקיימים בפריים הם רק כאלו שתורמים לחיזוק של הנושא ולא מפריעים לו, ו-ודאו שאין אלמנטים אחרים היכולים לשמש כנושא ולקחת את תשומת הלב מהנושא האמיתי שלכם.

דוגמא לתמונה שתוכננה מראש ושווה אלף מילים:



אין ספק שתמונה עם סיפור טוב זה עניין מאתגר, אבל אם זו המטרה שלכם אז תלכו איתה עד הסוף, תחפשו סיפורים ותעקבו אחריהם עד שתצליחו לספר אותם

מה אפשר לעשות כדי להגיע לסיפור?

- **באירוע קטן** - לעשות אסיף אחרי האירועים כדי לדובב משתתפים על ההשפעה שזה עשה להם, לזהות מהאסיף סיפור מעניין, לגשת אל האדם אחרי האסיף לשאול עוד שאלות ולפתח את הסיפור מה השם שלו, מה הרקע? ומה הקונפליקט שהיה או מה ההשפעה של מה שלמד עכשיו, במה זה עזר לו?
- **באירוע גדול** - להסתובב בסיום האירוע ולשאול אנשים איך היה?, להקליט תשובות, / סרטון, ניתן כך לגייס פעילים וסיפורים. לקבל רעיונות נוספים. להיעזר בפעילים נוספים כדי להגיע ליותר אנשים.
- באירוע גדול שנרשמים אליו, אפשר לייצר משוב קצר במייל/וואטסאפ שימלאו לאחר האירוע.
שאלונים קצרים על השפעה של העשייה בוואטסאפ /פייסבוק
לבדוק מה עובר בוואטסאפ של הרכזים ולראות מה אפשר להוציא מזה לסיפור. לקשר סיפור ותמונה.

תכנון עתידי:

לתכנן מראש לגבי אירועים, שיכול להיות שיהיה שם סיפור. אפשר מראש לעניין תקשורת וכו'... שימוש במדיה חברתית עוקבים בפייסבוק

תורמים

אפשר לשלוח הרבה יותר דברים לתורמים מאשר לתקשורת. בניגוד לתקשורת שדואגת "למכור יותר עיתונים" – התורמים רוצים להבין מה אנחנו עושים עם הכסף שלהם ולכן גם סיפור נחמד שלא מעניין מספיק לתקשורת יתקבל בברכה. (עליה במספר משתתפים/ מוקדים, הפיכה של אירוע למסורת...)

סיפורים שמראים שהם עוזרים לעשות שינוי בחברה הישראלית, משפיעים על חיזוק הזהות היהודית של המדינה, מקשרים ישראלים למורשת ולשורשים, מחזקים קהילות יהודיות ללא הדתה/כפייה באווירה של סובלנות ואהבה.

תמונות – אותם כללים כמו לתקשורת,

להראות חילונים ולא כיפות/כיסויי ראש, התרומה לחיזוק זהות יהודית וקשר למורשת בקרב האוכלוסייה החילונית הישראלית (אלא אם כן האירוע אמור להיות חילוני-דתי)

תוספת מאליהו גליל

למה אנחנו בכלל רוצים קשר עם יח"צנים או עיתונאים? חוץ מאשר להגיע לתורמים. יש לנו מטרת: לאחות שסעים, להעמיק זהות ישראלית. אנחנו רוצים להגדיל את ההשפעה, ולכן מביאים לפירסום. היחצ"ן מטרתו להזין את העיתונאים. אני כעיתונאי מקבל מלא הודעות יח"צ יש כאלה שאני מסנן אותם כי הם משעממים. יש כאלה שנופלים לי בזמן טוב כי זה בדיוק האירוע שמדובר כרגע בעיתונות.

כשאתם מזינים את היחצ"ן תזינו אותו בדברים מעניינים. גם אם הזנתם בדברים מעניינים כדאי שזה יהיה במידה כי אם לא שרפתם את עצמכם לגמרי.

מקומונים ועיתונים קטנים שהם ארציים כמו עלוני שבת. אלה עיתונים שמחפשים מודעות יח"צ בשביל מודעות יח"צ זה טוב כי לפעמים יש להם אינטרס לסמן על זה וי. בד"כ אנשים לא קוראים את כל הכתבה ולכן מה שצריך זה תמונה טובה ולהגדיל את המילה "יחד".

מקומונים – פה זה כבר יותר רלוונטי, הרף שלהם להכניס סיפורים הוא נמוך יותר מעיתונות ארצית. יש סיפורים שמזווית מסוימת הוא ממש לא מעניין, ויש סיפורים שאם מספרים מזווית אחרת הוא ממש יכול להצליח.

מדד לדבר הזה, האם הייתי עושה **שתף** לסיפור. כלומר האם **אותי** הסיפור היה מעניין?

עיתונאים מחפשים היום כמה שיותר טראפיק – תנועה. כמה שיותר קליקים וכמה שיותר לייקים.

טיימינג – קריטי קריטי קריטי. עד לרמת העשר דקות חצי שעה.

מצאנו סיפור עם כל הקריטריונים, לשלוח באותו רגע ליח"צ של יחד. או למנהל.

בלעדי – אם שלחת אייטם לאנשים נוספים, זה מוריד את היוקר של הכתבה לעיתונאי.

עובדות ונתונים – לספק לאיש יח"צ נתונים מרשימים ומפתיעים.

נתונים פיקנטיים, בן 113 מניח תפילין. בן 66 מניח תפילין פעם ראשונה בחיים שלו.

כשנתנים ליח"צ את הדברים, לתת לו גם איש קשר ותמונות. כדי שאם יצטרכו עוד ראינות וכו' יפנו אליהם. זה מקצר תהליכים.

חמשת הממים – תמצית הפרטים שצריך להעביר לאיש היח"צ:

מי מעורב במקרה? , מה קרה? , מתי? , איפה? למה?

סיפורים לדוגמא וכיצד להפוך אותם לסיפורים משמעותיים:

1. סיפור בגינה- באחד המפגשים החודש קטפנו את היבול הראשון- ירקות מכל מני סוגים והכנו סלט. לפני שהכנו הסברתי למשתתפים על הפרשת תרומות ומעשרות, לרובם זה היה חידוש גדול. עלו שאלות רבות כמו למה, מתי, על מה ואיך מפרישים תרומות ומעשרות. - **זה סיפור על דרך מקורית ללמד יהדות, כדי שיהיה מעניין חשוב להוסיף תמונות. טוב לתורם.**
2. ניהלתי שיחה עם אחד ממתנדבי המתנס אשר מגיע למפגשים חודשיים איתי סביב מעגל השנה. ניצול שואה שהתחנך בקיבוץ השומר הצעיר ומנהל יחסים דואליים עם המסורת היהודית והאמונה בכלל. במפגש האחרון הוא סיפר שהתחדדה לו הזהות היהודית בעיקבות מפגשי מעגל השנה ועתה

הוא מגדיר את עצמו "חילוני אורטודוקסי". כשביקשתי שיחדד את הכוונה אמר שביום יום הוא לא בוחר בחיי הלכה והוא רואה עצמו כחילוני גמור אולם כאשר הוא כבר מתחבר למסורות של החגים דרך לימוד וחוויה, הוא מעדיף לדעת שזו אותה הדרך שהייתה נהוגה שהייתה בבית הוריו וסביו, אותה מסורת שמחברת את כל עם ישראל. -**שם ותמונה היה מרגש וגורם להזדהות.**

3. "שמחה שייצרתם מסגרת שמאפשרת לי חוויה משמעותית עם ילד אחד על אחד" (אמא לארבעה שבחרה לבוא עם ילד אחד לפעילות הורים ילדים והחליטה שזה יהיה ה"יחד" שלהם).
כדי להזדהות צריך שם, תמונה, וקצת סיפור חיים על העומס היום יומי ומה הפעילות נתנה לה.
4. אחת המשתתפות בשיעור בשבתות הייתה מגיעה עם מכנסיים, שואלת שאלות על החיים קיום המצוות וכו', בזכות שאלותיה היינו לומדים נושאים מגוונים, השבוע בישרה לי שהיא התחלה ללמוד במדרשיה בחיפה. - **זה סיפור לתורם**

5. משתתפת ממקורוק סיפרה שלא נגעה בתנ"ך מאז גיל תיכון ועכשיו מאז תחילת פרויקט מקורוק חזרה לעיין לבד ולהעמיק בקריאה במקרא. - **סיפור לתורם.**

6. זוג חילוני שמשתתפים בסדנת זוגיות אמרו לי " פעם ראשונה שאנו מפנים זמן לטובת זוגיות והורות מרוב מרוצת שגרת החיים ולא שמים לב לכל השחיקות שנוצרים". הם הודו לי על היוזמה מבורכת. - **שם ותמונה-יהיה טוב לתורמים.**

7. במהלך המפגשים של נר מחבר - בניין מדליק. היו שתי משפחות שגילו שיש ביניהם קירבה משפחתית רחוקה וזה לכשעצמו ריגש אותנו. - **עם שמות ותמונות זה יכול להיות סיפור לתקשורת מקומית.**

8. אור גדול על אלפי אנשים שנפגשים רק במקלטים, ועכשיו האירו את הלב בלובי הבניין אחד המשתתפים באירוע אנרם חבר אמר שזה היה היום המשמח ביותר בחייו ואף ראש העיר שיתף את הסיפור הזה בפייסבוק שלו. - **לתקשורת מקומית. עם תמונה.**

9. "ההופעה והסיפור של מתי (שריקי) נגעו בי באופן אישי.. למדתי לא לפחד לחלום ולהאמין בעצמי , לא לוותר לעצמי" - **אם נברר איתו , נגלה שמסתתר כאן פחד ממהו ובזכות האירוע הוא קיבל כח לעשות....**

10. "דברי הרב קוק עזרו לי לקבל באופן עמוק את הבן האוטיסט שלי כי 'אין איש שאין לו נר'"
אם מדובבים את האדם אפשר להבין שיש כאן סיפור עם קונפליקט עם בנו ובזכות הלימוד יש שינוי גישה ואולי גם שינוי התנהגות- עם תמונה וסיפור מרגש זה יכול להיות בעיתונות מקומית ואולי גם בארצית.

11. אחת המשתתפות אמרה " בזכותכם אני חוגגת לבני בר מצווה מה שלא עשיתי לאחיו הגדול".
אני מתרגשת לראות את בני מעוטר בציצית ובתפילין מודה לכם". **מצויין לתורם-עם שם ותמונה**