מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

- להכיר את שלבי בניית קמפיין מסר בטיחותי
- לתרגל בחירת קהל יעד, פורמט וסלוגן מתאימים
- לנסח מסר קצר ומשכנע מבוסס עובדות

גרסת עולים חדשים – מילון מילים בראש הדף, משפטים קצרים ושפה פשוטה. אפשר לאפשר מילון אישי ועבודה בזוגות.

חלק א' – הבנת מושגי יסוד

- 1. ב – הקבוצה שאליה מכוון המסר
- 2. ב – להיות משפט קצר שקל לזכור
- 3. ג – סרטון קצר
- 4. ב – כדי שהמסר יהיה משכנע ואמין

חלק ב' – נכון או לא נכון

- 1. נכון – קסדה מפחיתה משמעותית את הסיכון לפגיעה בראש בתאונה
- 2. לא נכון – שני רוכבים על קורקינט אחד פוגעים בשיווי המשקל והשליטה
- 3. נכון – נראות טובה בלילה מפחיתה סיכון לתאונות
- 4. לא נכון – הסחת דעת ממסך מקטינה תשומת לב לסכנות בדרך
- 5. לא נכון – חגורה חשובה בכל נסיעה, גם קצרה

חלק ג' – השלימו את המשפט

- 1. סלוגן
- 2. יעד
- 3. עובדה
- 4. קסדה
- 5. בהירים

חלק ד' – התאימו נושא לפורמט מתאים

- 1 – ד (פוסטר במסדרון)
- 2 – א (סרטון של 15 שניות)
- 3 – ה (סטיקר לטלפון)
- 4 – ב (הצגה קצרה בהפסקה)
- 5 – ג (שיחה עם חברים בכיתה)

חלק ה' – סדרו את שלבי בניית הקמפיין

- 1. בחירת נושא הקמפיין
- 2. הגדרת קהל היעד
- 3. בחירת פורמט מתאים
- 4. ניסוח סלוגן קצר
- 5. הוספת עובדה אחת משכנעת
- 6. יצירת כרטיס הקמפיין המוגמר

חלק ו' – כתיבה יצירתית

- 1. תלמיד יבחר נושא ברור, קהל יעד מתאים, פורמט הגיוני, סלוגן קצר וממוקד ועובדה נכונה הקשורה לנושא
- 2. הסבר הגיוני המתייחס להרגלי הקהל ולדרך הכי יעילה להגיע אליו

כרטיס יציאה – מה לחפש

- נושא, קהל יעד, פורמט, סלוגן
- למשל: רוב התאונות בלילה קורות כשהולך רגל לא נראה
- סלוגן הוא המשפט, פורמט הוא הדרך להציג אותו

טיפים להפעלה:

- אפשר לחלק לקבוצות קטנות ולתת לכל קבוצה נושא שונה מהרשימה
- כדאי לעודד תלמידים להציג את כרטיס הקמפיין בעל פה בכיתה
- לשים דגש על כך שהעובדה המשכנעת צריכה להיות נכונה ולא מוגזמת

דף תרגול: יוצרים קמפיין זהירות בדרכים

דף התלמיד/ה **עולים חדשים**

שם: _____ **כיתה:** _____ **תאריך:** _____

קמפיין הוא דרך להעביר מסר חשוב. בדף הזה נתרגל איך בונים קמפיין קצר על זהירות בדרכים.

📖 מילון קטן:

קמפיין	פעולה מתוכננת כדי להעביר מסר לקהל
קהל יעד	הקבוצה שאליה מכוון המסר
סלוגן	משפט קצר וקולע שקל לזכור
מסר	הרעיון המרכזי שרוצים להעביר
פורמט	הצורה שבה מעבירים את המסר, למשל סרטון או פוסטר
נראות בלילה	היכולת של נהגים לראות הולכי רגל ורוכבים בחושך
שכנוע	הצגת עובדות וטיעונים כדי לשנות דעה או התנהגות

1 חלק א' – הבנת מושגי יסוד

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. קהל היעד הוא...

א) הנושא של הקמפיין ב) הקבוצה שאליה מכוון המסר ג) הסלוגן הסופי ד) העובדה המשכנעת

2. סלוגן הוא...

א) להסביר את כל הנושא בפירוט ב) להיות משפט קצר שקל לזכור ג) להחליף את הפורמט

ד) להיות ארוך ומורכב

3. בחרו דוגמה לפורמט

א) עובדה משכנעת ב) קהל יעד ג) סרטון קצר ד) סלוגן

4. למה עובדה אמיתית חשובה?

א) כדי שהסלוגן יהיה ארוך יותר ב) כדי שהמסר יהיה משכנע ואמין ג) כדי להחליף את קהל היעד

ד) זה לא באמת חשוב

2 חלק ב' – נכון או לא נכון

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	קסדה מגנה על רוכב אופניים או קורקינט מפציעות ראש	☐	☐
2	רכיבה על קורקינט עם שני אנשים יחד בטוחה יותר	☐	☐
3	לבישת בגדים בהירים או מחזירי אור עוזרת לנהגים לראות הולכי רגל בלילה	☐	☐
4	חצייה עם טלפון ביד ומבט במסך בטוחה כמו חצייה בלי מסך	☐	☐

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
5	חגורת בטיחות חשובה רק בנסיעות ארוכות	☐	☐

3 חלק ג׳ – השלימו את המשפט

השלימו את המילה החסרה.

1. קמפיין טוב בוחר נושא אחד, קהל יעד, פורמט ו _____

2. הקבוצה שאליה מכוון המסר נקראת קהל _____

3. כדי לשכנע קהל, כדאי להציג _____ אמיתית

4. רכיבה על אופניים או קורקינט דורשת שימוש ב _____

5. כדי שנהגים יראו אתכם בחושך, כדאי ללבוש בגדים _____

4 חלק ד׳ – התאימו נושא לפורמט מתאים

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. חצייה בלי מסך	___	**א.** סרטון של 15 שניות
2. קסדה בכל רכיבה	___	**ב.** הצגה קצרה בהפסקה
3. לא רוכבים שניים על קורקינט	___	**ג.** שיחה עם חברים בכיתה
4. רואים ונראים בלילה	___	**ד.** פוסטר במסדרון
5. אומרים לא ללחץ חברתי	___	**ה.** סטיקר לטלפון

5 חלק ה׳ – סדרו את שלבי בניית הקמפיין

מספרו את השלבים לפי הסדר הנכון (1, 2, 3...).

☐	הגדרת קהל היעד
☐	יצירת כרטיס הקמפיין המוגמר
☐	בחירת נושא הקמפיין
☐	הוספת עובדה אחת משכנעת
☐	ניסוח סלוגן קצר
☐	בחירת פורמט מתאים

6 חלק ו׳ – כתיבה יצירתית

כתבו תשובה מלאה במשפטים שלמים.

1. בחרו נושא אחד מתוך הרשימה, קהל יעד ופורמט, וכתבו סלוגן קצר עד שש מילים ועובדה אחת שתשכנע את הקהל

2. הסבירו מדוע בחרתם דווקא בפורמט הזה עבור קהל היעד שבחרתם

כרטיס יציאה

מהם ארבעת השלבים בבניית קמפיין?

תנו דוגמה לעובדה שיכולה לשכנע בנושא נראות בלילה

מה ההבדל בין סלוגן לפורמט?

איך הרגשתי בשיעור? ☹ 😐 🙂 😀