



ירחי הווידאו החדש



אניטה אונדין
Seize the Media



מעמיק יותר:

צילום ב־360 מעלות, עם שכבות מידע מותאמות לגולש

מציאות חלופית (Alternate Reality Game או ARG), פתירת הרמזים הובילה לאתרים ולבלוגים סודיים, או לפרופילים פיקטיביים ברשתות חברתיות שבנו סביב עלילת הסרטונים, ובאמצעותם יכלו הגורשים להפוך לחלק מהסיפור.

וידיאו בהתאמה אישית

הסרטון עצמו יכול גם להיות הרבה יותר מווידיאו. "זהו תוכן שארוז במסגרת כלשהי ומופץ כך לכולם, בלי קשר למיקום או לזמן שבו רואים אותו", אומר צביקה נטר, מנכ"ל הסטארטאפ הישראלי InnoVid. "הבנו שיש פוטנציאל ארוך למשהו שקראנו לו וידיאו דינמי, ופיתחנו טכנולוגיה שממפה את הווידאו ומאפשרת לגאנר קריאטיבי ותוכן להלביש שכבת תוכן אינטראקטיבית על סרטונים".

הטכנולוגיה של InnoVid מאפשרת, למשל, להוסיף לסרטון משחק פינג פונג, להציג כותרות ערכניות מאתרי חדשות שונים על גבי קיר לבן, ואף להפוך כל גורם בסרטון לחפץ דינמי שאיתו הגולש יכול לבצע אינטראקציה. לא מרובי הכרח במידע שזוהו מראש, אלא זה יכול להיות מידע שמתערכך תדירות ומותאם אישית לגולש (<http://j.mp/aQ4oDD>).

בשלב זה החברה מתמקדת בעיקר בהפקת פרסומות אינטראקטיביות לחברות כמו דיסני, סוני ובאדווייז. "בפרט סומת רגילה משלמים לפי צפייה", אומר נטר. "אנחנו מודדים כמה גולשים ביצעו פעולה, ורואים סדר גודל של בין 5% ל-10% צפייה שנחשפים אליו מיליון איש למשל, 100 אלף איש ביצעו פעולה אחת כמו קניית כרטיסים, ציוף בטוויטר וחיפוש מידע. המפרסמים מקבלים ערך מוסף עצום, כי הם משלמים כמו על סרטי מיוזימים, המשלמים זה את זה. חברות כמו Seize the Media מנסות לקחת את עולם הסרטונים צעד קדימה. "אנחנו יוצרים עולם שהסיפור שכתובו קיים בהרבה פורמטים שונים, למשל וידיאו ברשת, משחק, סרט או תוכנית טלוויזיה, ואפילו אירוע חי", אומרת אניטה אונדין, מנכ"ל החברה. "אחד הפרויקטים המושקעים ביותר של החברה הוא Hope is Missing, ובמסגרתו סיפור של אדם המחפש אחר ארוסתו החטופה הופ. במרכז הפרויקט עמרו ארבע סרטונים רשת, ובהם מספר רב של רמזים מבוימים המהווים פתח לעולם של משחק

המושב הכי טוב במשחק של הלייקרס

שימוש אחר למערכת הוא מעין שדרוג לשירות גוגל Street View, שמספק תמונות סטילס ב־360 מעלות של חלקים נרחבים בארצה ובמדינות נוספות. "לא מוזמן להזמין להרצות בוועידת מיפוי בעמק הסיליקון, קשרנו את המערכת לגג מכר ניה, ונסענו בשכונה שלנו בלום אנג'לס. התוצאה היתה סרטון וידיאו של החובות השכונה ב־360 מעלות, כאשר הצופה יכול לבחור לאיזה כיוון להסתכל תוך כדי נסיעה, ממש כמו במכונית", אומר מאלין. פיילוט מעניין לא פחות שמקומת החברה הוא לשידור חי של משחקי ספורט או הופעות. "חלק מהחוויה של אירועים חיים היא היכולת לראות לא רק את המצלמות מופנות ישירות אל האובייקטים, במרכז של Social Animal נעשה שימוש במראות, מה שמאפשר להתמודד בהצלחה עם בעיות עיוות ופערים בוויזואליזציה. התוצאה שמתקבלת היא סרטון וידיאו שבו הגולש יכול לכוון את המצלמה לכל נקודה במרחב. למעשה, אפשר להפיק בעד רשת המערכת כמה גרסאות של אותו סרטון, כל אחת מוויזואלית אחרת.

הלקוחות הראשונים של החברה הם בני מלון. "מלונות רבים כבר משתמשים בצילום סטילס 360 כדי להראות למבקרים מה מצפה להם", אומר מנכ"ל החברה טיילר מאלין. "פנינו אליהם והצענו את הטכנר בווידיאו. הרעיון יצר עניין רב. קליפ אחד כבר צולם בשביל מלון בפאלם ספרינגס (<http://j.mp/91O5u6>), וקליפים נוספים יושלמו בקרוב".

לחיות את העלילה

חויית הווידאו לא חייבת להתחיל ולהיגמר במסך המחשב. אחד התחומים המעניינים ביותר, המכונה Transmedia, עוסק בביצירת סיפור המשתרע על פני כמה מיוזימים, המשלמים זה את זה. חברות כמו Seize the Media מנסות לקחת את עולם הסרטונים צעד קדימה. "אנחנו יוצרים עולם שהסיפור שכתובו קיים בהרבה פורמטים שונים, למשל וידיאו ברשת, משחק, סרט או תוכנית טלוויזיה, ואפילו אירוע חי", אומרת אניטה אונדין, מנכ"ל החברה. "אחד הפרויקטים המושקעים ביותר של החברה הוא Hope is Missing, ובמסגרתו סיפור של אדם המחפש אחר ארוסתו החטופה הופ. במרכז הפרויקט עמרו ארבע סרטונים רשת, ובהם מספר רב של רמזים מבוימים המהווים פתח לעולם של משחק

מי אמר שווידאו ברשת צריך להיות מוגבל למסגרת הקטנה שעל מסך המחשב ולזוויות צפייה שנבחרו מראש? חידושים טכנולוגיים וקריאטיביים כאחד מאפשרים לווידיאו לשבור את המסגרת המוכרת ולקבל ממדים חדשים. מי שצופה במשחק כדורגל, למשל, נאלץ להסתפק בוויזואליזציה שמכתיב כיוון המצלמה. אולם, כיום כבר קיימת הטכנולוגיה לצילום ב־360 מעלות, שמאפשרת לגולש לסובב את המצלמה על צירה ולבחור את הנקודה שבה הוא רוצה להתמקד. אחת החברות הבולטות בתחום היא Social Animal מלוס אנג'לס, שעם מייסדיה נמנה הישראלי גיא שיפר. החברה פיתחה מערכת של תשע מצלמות שמאפשרת צילום ב־360 מעלות ובאיכות קולנועית. בניגוד למערכות אחרות, שבהן המצלמות מופנות ישירות אל האובייקטים, במרכז של Social Animal נעשה שימוש במראות, מה שמאפשר להתמודד בהצלחה עם בעיות עיוות ופערים בוויזואליזציה. התוצאה שמתקבלת היא סרטון וידיאו שבו הגולש יכול לכוון את המצלמה לכל נקודה במרחב. למעשה, אפשר להפיק בעד רשת המערכת כמה גרסאות של אותו סרטון, כל אחת מוויזואלית אחרת.

הלקוחות הראשונים של החברה הם בני מלון. "מלונות רבים כבר משתמשים בצילום סטילס 360 כדי להראות למבקרים מה מצפה להם", אומר מנכ"ל החברה טיילר מאלין. "פנינו אליהם והצענו את הטכנר בווידיאו. הרעיון יצר עניין רב. קליפ אחד כבר צולם בשביל מלון בפאלם ספרינגס (<http://j.mp/91O5u6>), וקליפים נוספים יושלמו בקרוב".

הלקוחות הראשונים של החברה הם בני מלון. "מלונות רבים כבר משתמשים בצילום סטילס 360 כדי להראות למבקרים מה מצפה להם", אומר מנכ"ל החברה טיילר מאלין. "פנינו אליהם והצענו את הטכנר בווידיאו. הרעיון יצר עניין רב. קליפ אחד כבר צולם בשביל מלון בפאלם ספרינגס (<http://j.mp/91O5u6>), וקליפים נוספים יושלמו בקרוב".



InnoVid

תחום פעילות: טכנולוגיה ליצירת סרטונים אינטראקטיביים

הקמה: 2007

משרדים: ניו יורק (מטה) ותל אביב (מו"ם)

מייסדים: צביקה נטר, טל חלוזין וצחי זיגרון

השקעות: כ־5 מיליון דולר מקרן ההון סיכון ג'נסיס, ומשקיעים פרטיים

Seize the Media

תחום פעילות: יצירת תוכני טרנס מדיה

הקמה: 2005

משרדים: ניו יורק (מטה), לונדון וסייני

מייסדים: אלאן וויילר ודיוויד בירד

השקעות: הון עצמי

תוך פרויקט Hope is Missing

Social Animal

תחום פעילות: פיתוח מערכת לצילום וידיאו ב־360 מעלות, והפקת פרויקטים למערכת זו

הקמה: 2007

משרדים: לוס אנג'לס (מטה), תל אביב ומילאנו

מייסדים: גיא שיפר וג'ייסון טרוקו

השקעות: 750 אלף דולר מאנג'לים פרסמות המאפשרת צפייה ב־360 מעלות

פרסמות המאפשרת צפייה ב־360 מעלות

חושבים שווידאו ברשת זה רק ללחוף על Play ביוטיוב? תחשבו שוב • הסרטונים עוברים לטכנולוגיות חדשות שמאפשרות לבחור את זווית הצפייה או את התפתחות העלילה • הם כוללים שכבות של מידע כמו עדכוני חדשות ומזג אוויר ומאפשרים לציין בטוויטר ולציטט עם חברים • וזו רק ההתחלה • בקרוב תוכני הווידאו ייפכו לאינטראקטיביים ולחברתיים יותר, ולא יוגבלו רק למסך המחשב • **כלכליסט** מביא תמונת מצב של טכנולוגיות הווידאו החדשות – ואת הסטארט־אפים הישראליים שמפתחים אותן < **עומר כביר**

אינטראקטיבי יותר:

הצופים נהפכים למשתתפים פעילים בעלילה

Kaltura

תחום פעילות: פלטפורמת קוד פתוח לניהול ולהפצת וידיאו

הקמה: 2006

משרדים: תל אביב, ניו יורק וסן פרנסיסקו

מייסדים: שן דוד וערן איטם

השקעות: קרנות ההון סיכון האמריקאיות 406 Avalon

רים, שילוב פס קול, אפקטים ומעברונים ויצירת שכבות אודיו ווידאו – כמעט כמו תוכנה מקצועית המותקנת על המחשב. היא משמשת יוצרי סרטונים כחלק מהליך ההעבודה, אבל גם כפלטפורמה ליצירת מבצעי שיווק חדשניים שמגייסים את מעורבות הגולשים. "לקראת הקרנה מיוחדת של 'צעצוע של סיפור' 1 ו-2 תלת־ממד יצרו המפיצים ספרייה של קטעי וידיאו מהסרט, ואפשרו לגולשים לקחת את הקליפים, לערוך אותם באמצעות המערכת שלנו, להוסיף אפקטים וקטעי קריינות וליצור סרילד משלהם לסרט", כך מספרת ר"ד מיכל צור, אחת ממייסדי החברת קלטורה (<http://j.mp/95axZY>).

מהלך רומה בוצע לקראת השקת אחת מהעונות של הסדרה "גיבורים". ביוני, המערכת זמינה באתר של קלטורה לשימוש חופשי (<http://j.mp/918Z31>), וגופים רבים מנצלים אותה לשימושים יומיומיים. "יש כמה משרדי פרסום גדולים בארצות הברית, שבמהלך סדרה עורמו מוחות הם משתמשים בממשק שלנו במקום להביא עורך וידיאו מקצועי", מספרת צור. "סטודנטים או תלמידים שצריכים לפעמים להגיש מטלת וידיאו גם עושים שימוש במערכת".

לערוך קליפ אלטרנטיבי
מי שבעברו מערכת עריכה מלאה היא מוכרכת מדי, ורוצה ליצור חוויות וידיאו אינטראקטיבית פשוטה, יתע

Kaltura

תחום פעילות: פלטפורמת קוד פתוח לניהול ולהפצת וידיאו

הקמה: 2006

משרדים: תל אביב, ניו יורק וסן פרנסיסקו

מייסדים: שן דוד וערן איטם

השקעות: קרנות ההון סיכון האמריקאיות 406 Avalon

רפתית עם האנתרופולוג קלוד לוי־סטראוס, שתורגם לאנגלית על ידי גולשים בעזרת הפתקיות וזכה לפופריות רבה לפני שהוסר בגלל בעיות זכויות יוצרים.

עריכה מתקדמת של וידיאו, גם לגולשים
פיתוח נוסף שחוצץ על ידי יוטיוב לאחרונה הנו מערכת מקוונת לעריכה בסיוע של סרטונים שמעלים הגולשים לקטורה הישראלית, שמפתחת ומפעילה פלטפורמת וידיאו בקוד פתוח שעם לקר חתיה נמנים ויקיפדיה, וינברסל (ויג), מספקת גם היא כלי לעריכה מקוונת, אך זה מתקדם הרבה יותר מו של יוטיוב. המערכת, שהושקה ב־2007, מספקת יכולות מתקדמות כמו חיתוך, רימיקס והוספת וידיאו ותמונות ממקורות אחר

Toy Story

תחום פעילות: פלטפורמת קוד פתוח לניהול ולהפצת וידיאו

הקמה: 2006

משרדים: תל אביב, ניו יורק וסן פרנסיסקו

מייסדים: שן דוד וערן איטם

השקעות: קרנות ההון סיכון האמריקאיות 406 Avalon

קמפיין יצירת טריילר אישי ל'צעצוע של סיפור'

צריכת וידיאו נתפסת כדרך כלל כחוויה מאוד פסיבית. בין אם מרובי בטלוויזיה או ביוטיוב, הצופה רשם תגובה או משתף את הסרטון במקרה הטוב. אבל לאחרונה הולכת וגוברת המגמה לשנות את המצב ולהגדיל את מעורבות הצופה בסרטון שמולו.

אחד הפיתוחים המוכרים בתחום זה הנו YouTube Annotations (או פתקיות ביוטיוב), תוצר של מרכז המ"פ של גוגל בישראל. הפיתוח מאפשר להצמיד לכל סרטון פתקיות טקסט צבעוניות בגדלים שונים, שמופיעות על גבי הסרטון לכל אורכו אך רק בנקודות זמן מסוימות, ושייכלות לשמש גם כליניקים. פרט למתן אפשרות לגולשים לשלב תגובות והערות בסרטון עצמו, כמו הסבת תשומת לב לפעולה ברקע, נוצרו לטכנולוגיה הזו גם הרבה שימושים מעניינים נוספים המקורי שבהם הוא זה של סוכנות