HUMANITY 2.0
תחת הבשר כולנו אדם
UNDERNEATH WE ARE ALL THE SAME
מערכת מותג מלאה • אסטרטגיה • זהות • מסרים • תוכן • השקה
Created by NathanOr BenZvi | The universal expression of the BABASHUVA vision
NotebookLM

האנושות התקדמה
בטכנולוגיה,
אך הלב האנושי
נשאר מאחור.

(הפילוג, הפחד והתוויות
מפרידים בינינו)

Humanity 2.0 is not an upgrade of technology. It is an upgrade of the human heart.

אנושות 2.0 אינה עדכון של הטכנולוגיה.
היא עדכון של הלב האנושי.

אפשר לשמור על
זהות שונה
ולחיות מתוך כבוד
אנושי משותף.

(אנשים שרואים אדם לפני
תווית ובוחרים לבנות גשרים)

NotebookLM

Messiah Ben David Records
זרוע ההפקה המוזיקלית
(קרדיטים, הפצה והוצאה לאור)
HUMANITY 2.0
המותג האוניברסלי בחזית
(תנועה תרבותית, מדיה, קהילה ופעולה)
NathanOr BenZvi
המייסד, המחבר והקול המזוהה
(חזון, יצירה, הנהגה וסיפור אישי)
BABASHUVA
המקור הרוחני־פילוסופי
(תשובה, אחדות, אמת, שלום
וחיבור לאלוהים)
ההחלטה האסטרטגית:
Humanity 2.0 מוביל את החזית הציבורית,
BABASHUVA כמקור, ו-NathanOr BenZvi
כחתימת המייסד.

NotebookLM

The 30-Second Pitch:

Humanity 2.0 הוא חזון עולמי המבוסס על אמת פשוטה: "תחת הבשר כולנו אדם". דרך מוזיקה, סיפורים וכלים, הוא מעודד לראות אדם לפני תווית ולבנות עתיד של כבוד, אחדות ושלום.

שותפים / Middle Arc (Partners)

מי הם: מחנכים, אנשי טיפול, אמנים, פודקאסטרים ומובילי קהילה.
מה הם צריכים: כלים לסיפור, חינוך, שיחה וקהילה.

קהל הליבה / Inner Arc (Core)

מי הם: צעירים ומבוגרים פעילים ברשת, יוצרים, מחפשי דרך ואנשים רוחניים.
מה הם צריכים: שפה של משמעות, תקווה ואחדות שאינה מטשטשת זהות.

קהלי גישור / Outer Arc (Bridge)

מי הם: קהילות אמונה וקבוצות בין־תרבותיות.
מה הם צריכים: מסר גשר שמכבד אמונה ומפחית עוינות.

NotebookLM

הקוד הופך רעיון גדול להתנהגות יומיומית. כל קמפיין, שיר או סרטון חייב להמחיש לפחות עיקרון אחד.

NotebookLM

The Voice Matrix: הקול והשפה של המותג

כך זה נשמע	לא כך
משפטים קצרים, אמת אחת ברורה, דוגמאות אנושיות.	**בהיר** מורכב, מעורפל או מטיף.
אמיץ מול שנאה ועוול, אך שומר על כבוד האדם.	**אמיץ** מאשים ומבזה.
שקתה תקווה שמכירה בכאב, בגבולות ובאחריות.	**מלא תקווה** מתוק מדי או נאיבי.
שימוש ב-„אנחנו", "כולנו", "כל אדם יכול לבחור אחרת".	**משתף** מרוכו בדמות אחת.

NotebookLM

שם המותג (Brand Name)

אנושות HUMANITY 2.0 / 2.0

חזון עולמי (Global Vision)

תחת הבשר כולנו אדם

UNDERNEATH WE ARE ALL THE SAME

שורת תמיכה (Support Line)

אנושות אחת. לב אחד. שלום אחד. עתיד אחד.

ONE HUMANITY • ONE HEART • ONE PEACE • ONE FUTURE

שורת קמפיין (Campaign)

לא עדכון של הטכנולוגיה. עדכון של הלב.

קריאה לפעולה (Electro Action)

ראה את האדם. בנה גשר.

NotebookLM

סמל + HUMANITY 2.0
שימוש: אתר, עטיפות, באנרים ומסמכים רשמיים.

HUMANITY 2.0

בלבד Wordmark
שימוש: כותרות וקמפיינים רחבים.

סמל בלבד
שימוש: תמונת פרופיל, favicon, watermark ופתיח וידאו.

Founded by **NathanOr BenZvi**

Founded by NathanOr BenZvi
שימוש: עמוד אודות, מסמך מייסד והשקות נבחרות.

כלל מחייב: שם המייסד נכתב תמיד NathanOr BenZvi. המילה NathanOr היא מילה אחת.
אין לשנות יחס צבעים או לשלב סמלים דתיים בתוך הלוגו. מרחב ביטחון: גובה האות H.

NotebookLM

Color System

#071A2F Midnight Navy
רקע, סמכות, עומק.

#DCE5EE Future Silver + #F7F2E8 Human Warmth
עתיד, ניקיון, רכות ואנושיות.

#C9A85C Humanity Gold + #4EA3D8 Electric Blue
אור, תקווה, חדשנות. (זהב הוא צבע הדגשה — לא לטקסט קטן על לבן).

Typography Specs

כותרות (Headlines)
(אנגלית) Montserrat SemiBold / (עברית) Heebo Bold
קווים נקיים ורחבים.

כותרת לדוגמה | Sample Headline

טקסט שוטף (Body)
(אנגלית) Inter Regular / (עברית) Heebo Regular
פשוט, חם וקריא.

טקסט שוטף וקריא להעברת מידע בצורה נעימה.
Sample body copy designed for clean readability and warmth.

גיבוי אוניברסלי
Arial
גופן גופן גיבוי | Arial Backup Font

NotebookLM

סדר העדיפויות: האדם ראשון. העולם שני. הטכנולוגיה שלישית.

קומפוזיציה (Composition)

כללים:

פשטות
(מסר אחד חזק),

יוקרה רגועה
(מרחב נשימה רחב),

אוניברסליות (ירושלים שייכת לסיפור המקור, לא חובה בכל פורמט עולמי).

תמונת המייסד אינה נדרשת בכל יצירה קהילתית.

עתיד ואחדות (Future & Unity)

להימנע: סמלים דיגיטליים קרים או תעמולת ניצחון של צד אחד

להציג: כדור הארץ, אור, חיבורים עדינים, ידיים ושיתוף פעולה

אנושיות (Humanity)

להימנע: המון גנרי וחסר פנים

להציג: דיוקנאות אמיתיים, מבט ישיר, רגש וכבוד

NotebookLM

חשיפה והשראה - Short formats

סרטון 20–45 שניות: מסר חד שניתן לשיתוף.

סדרת 'לפני התווית' (Before the Label): מי האדם שמאחורי ההגדרה?

העמקה והזדהות - Long & Audio

וידאו/פודקאסט 5–12 דקות + Visualizer/שיר.

סדרת 'עדכון הלב' (The Heart Update) + 'סיפור אנושי אחד' (One Human Story): החזרת האמון וכבוד.

קהילה ופעולה - Interaction

שאלה שבועית + אתגר 7/30 ימים. מעבר מהשראה לפעולה.

סדרת 'עתיד אחד' (One Future): מעשה קטן שבונה עתיד משותף.

MASTER SOUND: פופ עתידני מעורר השראה,
הפקה אלקטרונית קולנועית, סביב 100 BPM. (לא ראפ כבד או דאנס מהיר כצליל ראשי).

NotebookLM

30-Day Activation Curve (השקת המותג)

קריאת ההשקה: איזה חלק בלב האנושי הגיע הזמן לשדרג?

ימים 1–3: הבנה (Understanding)

Reveal. סרטון „לא עדכון של הטכנולוגיה", מניפסט קצר.
(הקהל מבין את הרעיון במשפט אחד).

ימים 4–7: היכרות (Familiarity)

סיפור NathanOr, הקשר למקור (BABASHUVA), שיר Humanity 2.0 נוצר.

שבוע 2: הזדהות (Identification)

ארבעה סיפורי אדם, ציטוטים, השקת סדרת „לפני התווית".
(הקהל רואה את עצמו).

שבועות 3–4: פעולה וקהילה (Action & Community)

חמשת עקרונות הקוד, אתגר יומי, Live שאלות קהל, סרטון סיכום וקריאה להצטרף.
(המסר הופך להתנהגות).

NotebookLM

עדיפות ראשונה
(Immediate Must-Haves)

- לוגו וקטורי מלא (AI, SVG, PDF) בגרסאות פוזיטיב, נגטיב וסמל.
- תמונת פרופיל, באנר (2560x1440), תבניות 1:1, 9:16, 16:16.
- וידאו מניפסט (30-45 שניות) + שיר הדגל הרשמי.

עדיפות שנייה
(Secondary Assets)

- פתיח תנועה (3 שניות) וחתימה קולית (5 שניות).
- תבניות תוכן: ציטוט, סיפור אנושי, קרוסלת קוד Humanity 2.0.

עדיפות שלישית
(Community Engine)

- דף נחיתה מותאם.
- טופס הצטרפות לקהילה.
- מערכת אתגר 30 יום.

הניסוח הרשמי לתקשורת:
Humanity 2.0 הוא מותג ותנועה עולמית מאת נתן אור בן צבי, הקוראים לשדרוג הלב האנושי דרך כבוד, אמת, חמלה, אחדות ושלום.

NotebookLM

"אנחנו לא מבקשים מאנשים להיות זהים.
אנחנו מזכירים להם להיות אנושיים."

הבטחת המותג | BRAND PROMISE

NotebookLM