



תכנית תקשורת ללקוח:

עמותת "מבוי סתום"

מגישות: יובל יצחקי, נטע זכאי, ירדן פריאל, נוי רחמנוב

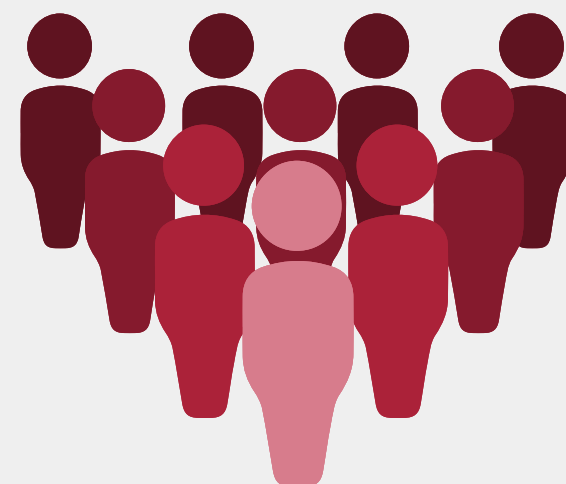
מבוי סתום, ארגון ללא מטרת רווח,

הוקם בשנת 1995, במטרה להעניק סיוע משפטי וסוציאלי לנשים מסורבות גט. הארגון פועל בגישה המשלבת טיפול אישי ופרטני יחד עם מהלכים ציבוריים לשינוי חברתי רחב.

ברמה האישית מושיט 'מבוי סתום' יד תומכת לנשים עגונות הנמצאות במצוקה ומציע להן מגוון שירותים: ייעוץ וייצוג משפטי, תמיכה נפשית, ליווי אישי ותוכניות העצמה ותרפיה.

ברמה הציבורית, חותר מבוי סתום לפתרון ולמניעת בעיית סרבנות הגט, באמצעות קידום פתרונות הלכתיים ושינויי חוקי הנישואין והגירושין בישראל, פעילות משפטית ופרלמנטרית, יצירת לובי אזרחי, פיתוח רשת של קשרים אסטרטגיים, העלאת קמפיינים למודעות ציבורית, חתירה לשינויי דפוסי עבודה בתוך בתי הדין הרבניים, עידוד הקמת בתי דין פרטיים ופעילות למען מינוי דיינים ראויים.

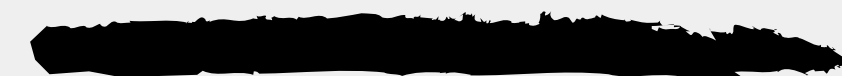
'מבוי סתום' שואף לחברה ישראלית הוגנת יותר, שבה נשים הרוצות להתגרש לא תיתקלנה עוד במבוי סתום ובאטימות לב.



הארגון צמח מתוך הציונות הדתית ורואה עצמו כמחויב להלכה האורתודוקסית, ועם זאת בעל ערכים ליברליים של שוויוניות, אותם הוא מקדם. ניתן להגיד שהארגון נמצא במתח שבין ההלכה לליברליות.



ערכי העמותה



הכאב והצורך של קהל היעד

אחת מכל חמש נשים המתגרשות בישראל נקלעת למצב של סרבנות גט כתוצאה ישירה של המדיניות הישראלית והחוק, המקנים סמכות בלעדית לבתי הדין הרבניים בענייני נישואין וגירושין.

לפי היהדות, כדי להתגרש:

- צריכה להתבצע פעולה משפטית שבה הגבר נותן לאישה מסמך שנקרא גט אותו היא צריכה לקבל
- גירושים יכולים להתקיים רק בהסכמה מלאה של שני הצדדים, כך שאם אחד מבני הזוג אינו מעוניין בביצוע אחת מהפעולות (מתן הגט או קבלתו), לא ניתן לצאת מהנישואים
- בן הזוג שרוצה לצאת מהנישואים, צריך להוכיח סיבה שמעניקה לו את הזכות לעשות זאת

הסנקציה החזקה, האלימה והמפלה ביותר המוטלת על נשים מסורבות גט היא הממזרות: אם אישה נשואה מתחילה זוגיות עם מישהו אחר, הזוגיות תיחשב לפסולה לפי ההלכה, וגם אם תצליח להתגרש, היא לא תוכל להתחתן עם בן זוגה החדש מפני שהתחילה את הקשר כאשר עוד הייתה נשואה. מעבר לכך, אם ייוולד ילד בזוגיות החדשה כאשר האישה עדיין לא התגרשה לפי ההלכה, הילד יחשב "ממזר", והמשמעות היא שלא יוכל להתחתן, וגם ילדיו וכך הלאה. לעומת זאת, ביהדות גבר יכול להתחתן עם מספר נשים כך שהסנקציה הזו לא חלה עליו.





חולשות W

- נושא כבד שלא נעים לחשוב עליו
- נושא בעל מורכבות משפטית שלא ברור לאזרח הפשוט
- קהלי יעד מגוונים
- קושי בהסדרת פעילות יח"צ מול התקשורת (המנכ"לית הקודמת היתה בעלת קשרים אישיים עם עיתונאיים)
- קושי בתחזוק הרשתות החברתיות, מעט עוקבים



חוזקות S

- פתרון שלם ומקיף
- עובדות העמותה הן נשות מקצוע (עו"ד, עו"ס)
- תורמים חזקים ובעלי אמצעים
- פנייה נפרדת עם אלטרנטיבה שוויונית למי שאינם נשואים - "נישואים פרטיים כהלכה"
- אתר חדש בהקמה



איומים T

- תקופת בחירות (מפלגות דתיות קיצוניות, העברת חוקים חדשים)
- הפסקת מימון מתורמים
- רב מוכר יצא נגד הארגון



הזדמנויות O

- תקופת בחירות (העלאת הנושא לסדר היום הציבורי, שינוי שלטוני)
- תקופה עם סיקור תקשורתי נרחב יחסית על אלימות נגד נשים
- סדרה "מתיר עגונות", סרט דוקומנטרי "מסורבות"
- ימים מיוחדים - יום האישה, יום השוויון לנשים וכו'
- "עונת החתונות" בקיץ, העלאת מודעות אצל זוגות

קהלי יעד



נשים מסורבות גט

פעילות השיווק לא פונה לקהל זה באופן ישיר, מתוך ההבנה שהשקעת מירב מאמצי השיווק בהעלאת המודעות לנושא בקרב כלל הציבור, כוללת בתוכה גם פנייה עקיפה לנשים שבמצוקה, ויותר מהן ישמעו על הארגון וידעו לפנות אליו.

תורמים

עיקר התורמים הם ארגונים יהודים בחו"ל, שהסיבה המרכזית לתמיכתם היא הרצון לעצב את הזהות היהודית באופן שנראה להם ראוי וערכי. גיוס הכספים מול ארגונים גדולים עובד בהתאם לתכתיביהם - כלומר בתאריכים שהם קובעים ובאמצעות טפסים ספציפיים. תורמים פרטיים - כל התהליך שכולל איתור, הכנת פיצ'ינג ייעודי ועוד נעשה ע"י פרילנסרית של הארגון.

רגולטורים

- מחד חברי כנסת - במסגרת הפעילות המשפטית והפרלמנטרית של הארגון, מתבצעת פנייה לחברי כנסת במטרה לרכוש את אהדתם ואמונם במטרה, כדי שיתמכו בחוקים רלוונטיים ויקדמו אותם.
- מנגד, בתי הדין הרבניים - אמנם הארגון פועל כנגדם, אך הם מהווים קהל יעד שחשוב לעבוד על אופן ההסברה מולו, כלומר לשמור שרמת התקיפות תהיה מאוזנת כדי שלא ייאטמו בפנינו לגמרי

הציבור:

1. כל היהודים במדינה

הפנייה היא לכולם, ללא פנייה נפרדת לחילונים, מתוך התפיסה שזוהי בעיה שנוגעת לכולם - אלו שנשואים, שעומדים להתחתן, שיתחתנו בעתיד, ואלו שפשוט אכפת להם מאפלייה ואלימות במוסדות הממשלה, ויש בהם את הרצון שהמדינה ומוסדותיה ישקפו את אמונתם, זהותם וערכיהם.

2. הציונות הדתית

- ציבור מפתח עבור הארגון - החברה הישראלית היא יחסית מסורתית, ולכן רואה בציונות הדתית כציבור ש"מגדיר" מה לגיטימי ונכון מבחינת היהדות. הפנייה אליהם היא ברזולוציה נמוכה יותר מפני שמכירים את חוקי הדת וההלכה. יחד עם זאת, ישנה נטייה להתגונן ולכעוס כאשר הארגון חושף בעייתיות במוסדות הדתיים, ולכן הפנייה צריכה להיות מחושבת וזהירה - שיח במונחים הנכונים, שאינו קיצוני מדי.
- רבים בציבור זה שונאים את הארגון ומכפישים אותו. מנגד, קבוצת פייסבוק 'פדלח"שיות' (פמיניסטיות דתיות ללא חוש הומור) - דתיות מירושלים, תומכות נלהבות של הארגון. קבוצה מאוד חשובה במאבק.
- בתוך קהל יעד זה נכנס גם דגש מרכזי שהוא פניית הארגון לרבנים וניסיון לרתום אותם למאבק כמובילי דעה עיקריים עבור הציבור.

מטרות תקשורתיות

- העלאת המודעות הציבורית לארגון ולמטרותיו
- מיצוב הארגון כבעל היכולת להילחם כשצריך ולהביא לתוצאות בפועל, ומחיקת תפיסתו כ-"סתם ארגון פמיניסטי מתלהם"
- הגדלת והסדרת החשיפה באמצעי התקשורת השונים



מסרים

- המסר המרכזי - הנושא רלוונטי לחיים של כולם ולא רק לנשים מפלח דמוגרפי מסוים, ולכן השינוי צריך לבוא מהציבור
- אפשר וצריך לנקוט פעולות אקטיביות, מונעות ואוחרות, למען שינוי ושיפור המצב
- הפיקוח על מקבלי ההחלטות (הרבנות והכנסת) הוא חשוב ומשמעותי - אם יפעלו בדרכים לא ראויות, הארגון יחשוף אותם ויפעל כנגדם
- הארגון פועל גם במישור הפרטי וגם במישור הציבורי

CASE STUDY

במאי 2019, אישרה מושלת אלבמה חוק האוסר על הפלות גם במקרה של אונס וגילוי עריות, חוק שאושר ברוב של 25 גברים. ע"פ החוק, לא ניתן לבצע הפלה בשום שלב של ההיריון ורופא שיבצע הפלה כזו ייחשב לפושע. אישור החוק עורר סערה והתנגדות רבה בקרב ארגוני זכויות אדם בארה"ב ובקרב נשים בכל המדינה. רבים יצאו למחות נגד אישור החוק והסיקור התקשורתי היה בקנה מידה עולמי.

אחת המחאות הייתה על ידי פולטיקאיות משפיעות אשר שיתפו בסיפורן האישי על מקרי אונס שחוו. חלקן לא חשפו את הסיפורים הללו מעולם, אך הרגישו חובה מוסרית לשתף עכשיו, מתוך רצון להשפיע על שינוי החוק ולהעלות את המודעות לצדדים השליליים, בלשון המעטה, של החוק.



המשך - CASE STUDY

מחאה בולטת נוספת יצרה הקבלה בין המצב בארה"ב לבין "רפובליקת גלעד", מדינה טוטליטרית תאוקרטית נוצרית אדוקה, מתוך הסדרה המפורסמת "סיפורה של שפחה". בסדרה, הנשים משועבדות ומדוכאות תחת השלטון הגברי וחלקן מקבלות מעמד של שפחה כאשר מטרתן היחידה היא ללדת ילדים עבור בני המעמד הגבוה. הנשים אשר מחו בארה"ב על העברת חוקים נגד הפלות, יצאו לרחובות במדי השפחות מהסדרה. (https://www.youtube.com/watch?v=v_VGT5kZHbk) **סיקור**

חדשותי של ABC News

מהלך זה מתקשר למסרים ולמטרות של עמותת "מבוי סתום" - נשים מסורבות גט תלויות בהחלטות של גברים ואין להן שליטה על חייהן שלהן. המחאה שנעשתה בעקבות אישור החוק נגד הפלות נועדה לזעזע והקישור לסדרה המפורסמת "סיפורה של שפחה" יצר באזז תקשורתי ותחושת הזדהות בקרב נשים בכל רחבי העולם. התובנה מההלך שניתן ליישם גם עבור העמותה היא לא לחשוש מיצירת זעזוע על מנת לנסות ולהביא לשינוי במצב הקיים. בנוסף, קישור לתכנים פופולריים וויראליים יכול

לתרום רבות להעלאת המודעות לנושא בקרב הציבור.



אסטרטגיה תקשורתית

נפנה לקהל הזוגות הצעירים שלפני חתונה

(חילוניים ודתיים) בתקופת "עונת החתונות"

דרך פלטפורמות דיגיטל ובאמצעות יח"צ (אתרים

ייעודיים+כלליים)

על מנת להעלות מודעות ולעודד הנעה לפעולה,

תוך דגש על מתן ערך מוסף ויצירת מעורבות



לוח שנה

היום הבינלאומי לאי אלימות 2/10

יום המאבק הבינלאומי למניעת אלימות נגד נשים 25/11

יום זכויות האדם 10/12

בחירות לכנסת

יום המשפחה 25/2

יום העגונה - תענית אסתר

- "מסיבת גט" לכל הנשים שקיבלו השנה גט בסיוע הארגון
- אירוע שנתי בסינמטק בירושלים - הרצאה/פאנל וסרט בנושא פמיניזם, 100-250 אנשים, פרסום דרך פייסבוק, מקומונים, עלון הסינמטק.


יום האישה 8/3

יום השוויון לנשים 26/5


סיפורים ליח"צ




שרה (שם בדוי) הייתה מסורבת גט במשך 30 שנה. בית הדין הרבני החליט שלא לחייב את הבעל במתן גט ולאורך השנים חיו בני הזוג בנפרד כששרה מגדלת את ילדיהם לבדה. בשנת 2018, לאחר שילדיה עזבו את הבית, החליטה להילחם שוב על חירותה והצליחה להשיג גט.




סיפורה של מסורבת גט שהרשויות קבעו כי היא נמצאת בנישואים אלימים, אך בית הדין הרבני דן אותה לעד בנישואיה וסגר סופית את התיק. לאחר פניה נוספת, נקבע כי אם תשלם סכום כסף מסוים, ידונו בתיקה ועמותת "מבוי סתום" עזרה לה לגייס את הכסף. לאחר ערעורים והחלפת הרכב השופטים בבית הדין, קיבלה גט אך נאלצה לוותר על תשלומי המזונות.



סיפור שיתכן ויפורסם ב-Ynet על חרדית ובידה הסכם גירושים חתום בפס"ד (מלבד הגט, כל התנאים סוכמו ועל מנת לערער יש להראות עדויות לשינויים קיצוניים), אך מתן הגט מעוכב עקב סרבנות הבעל. מלבד הסרבנות, נאבק הבעל על הזכות לילדים על מנת להזיק לאשתו ואף חטף את ילדיו מבית הספר.



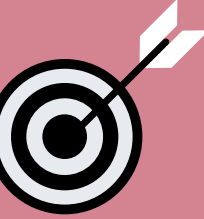
שנתיים לאחר חתונתה, נישואיה של אשרת אברג'יל עלו על שרטון. בן זוגה ברח לארה"ב והותיר אותה עגונה וממתינה לגט כבר 9 שנים. בשנה שעברה נכנסה אשרת להריון מגבר אחר ועל מנת להציל את בנה מלהיות ממזר, ניסתה להשיג ביטול נישואים בטענה כי אחד העדים בחתונה הוא עבריין מין מורשע.



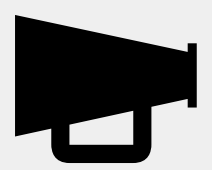
מעיין, צעירה דתיה, הרגישה לפני חתונתה כי קשה לה להיכנס באופן מודע למערכת הלכתית שאינה שוויונית כלפי נשים. לכן, מעיין ובן זוגה נתנאל, חיפשו פתרון שיציע להם חופה הלכתית וטקס מסורתי מחוץ לרבנות וכך הגיעו לעמותת "מבוי סתום" שהציעה להם את יוזמת "נישואים פרטיים כהלכה" שדוגלת בשוויון ובמטרה להגן על נשים מפני סרבנות גט ועגינות. חשוב לציין כי מעיין פירסמה את סיפורה בקבוצת הפייסבוק "פדלח"שיות".

פיתוח סיפור למהלך יח"צ מעיין ונתנאל, נישואים פרטיים כהלכה

המטרה התקשורתית של העמותה שהסיפור מקדם: העלאת המודעות הציבורית לארגון ולמטרותיו. ניתן לפרסם את הסיפור בפלטפורמות רבות ומגוונות מפני שנושא החתונה הוא מכנה משותף רחב ונושא שתמיד מעניין ורלוונטי. דרך פרסום סיפור אישי אמיתי נרצה לחשוף את הציבור לאופציה הנוספת העומדת בפני זוגות לפני חתונה ולמשמעויות הכרוכות בבחירה אופן הנישואים.



המסר שמעביר: המסר המרכזי של העמותה והוא שהנושא רלוונטי לחיים של כולנו ושינוי הנורמה המקובלת בנישואים צריכה לבוא מהציבור. בנוסף, הסיפור ממחיש שניתן לנקוט פעולות אקטיביות על מנת לשנות את המצב לשפר אותו ולמנוע בעיות אפשריות בהמשך. חתונה הלכתית מחוץ לרבנות היא פעולה אקטיבית למניעת אי שוויון בין בני הזוג ולמניעת סרבנות גט.



קהלי היעד אליהם פונה הסיפור: הסיפור פונה לציבור הרחב, דתיים וחילוניים, ומתמקד בעיקר בקהל הזוגות הצעירים לפני החתונה. קהל זה יכול להזדהות עם הסיפור וכך נוכל לייצר אצלנו הנעה לפעולה אקטיבית שיכולה לשנות את הנורמה החברתית הקיימת.



פיתוח סיפור למהלך יח"צ - המשך

הפלטפורמות בהן נפרסם: תחילה נפעל בפלטפורמות דיגיטליות המותאמות לזוגות צעירים לפני חתונה ושיש לנו גישה אליהן כבר עכשיו - פייסבוק (אורגני וממומן עם טרגוט קהל היעד, כולל פרסום בקבוצות של מתחתנים), אינסטגרם (בחינת אפשרות להיעזרות במשפיעניות), אתר העמותה (הפניה אליו דרך הרשתות).



המשך קידום הסיפור במהלך חוצה פלטפורמות: כתבות יח"צ - מכיוון שמדובר בנושא שתמיד מעניין ורלוונטי ניתן לגשת גם למקומות כמו Ynet, מאקו (וחדשות 12), גיא פינס, מוסף "זמנים מודרניים", וניתן לבצע גם פנייה ממוקדת באתרי חתונות ייעודיים (MyDay של Ynet, "כלות אורבניות" ובלוגים. אם להתחבר לקייס סטאדי שהצגנו, למדנו ששימוש בתכנים פופולאריים מעלה הזדהות, לכן כאן נוכל להיעזר בכוכבי "חתונה ממבט ראשון" תכנית שהייתה מאוד נצפית לאחרונה על מנת לקדם דרכם את המסרים, או באביב אלוש כוכב הסדרה "מתיר עגונות" שעוסקת בנושא ומשודרת בימים אלו ב"כאן 11".



דיגיטל

פלטפורמות קיימות



הייתה מחשבה לפתוח עמוד אינסטגרם, אך עקב הקושי לתפעל את עמוד הפייסבוק באופן שוטף והחשש שיתקשו לייצר תוכן ויזואלי שמתאים לפטפורמה, החליטו לוותר.



- עמוד ל-"מבוי סתום"
 - עמוד נפרד ל-"נישואים פרטיים כהלכה"
- לא מצליחות לתחזק את שני העמודים באופן פעיל לכן מתמקדות בעמוד הראשי של הארגון. התפעול מבוסס מתנדבים. יודעות איך לבצע קידום ממומן באופן בסיסי, אך מבצעות זאת רק באופן נקודתי אם נדרש לקדם אירוע מסוים למשל. קצת פחות מ-5000 עוקבים - לא מספיק בהתחשב בכך שקהל היעד להעלאת המודעות הוא כלל הציבור היהודי במדינה



אתר הארגון - אתר חדש נמצא בעבודה- עיצוב נעים יותר, פנייה לנשים תהיה בפרונט מתוך ההבנה שמי שמגיעה לאתר כנראה זקוקה לעזרתו של הארגון. מטרה נוספת של האתר, וחשובה לא פחות, היא הנגשת המידע באופן ברור לציבור הרחב.

אתר "נישואים פרטיים כהלכה" - אתר נפרד אך יש אליו קישור מהאתר הראשי, עיצוב צעיר יותר.

גוגל- גוגל מספקת לעמותות מענק כספי לטובת קידום ממומן ומילות חיפוש, אך לשם כך יש צורך באתר שבנוי היטב, לכן יפנו לגוגל עם השלמת האתר.



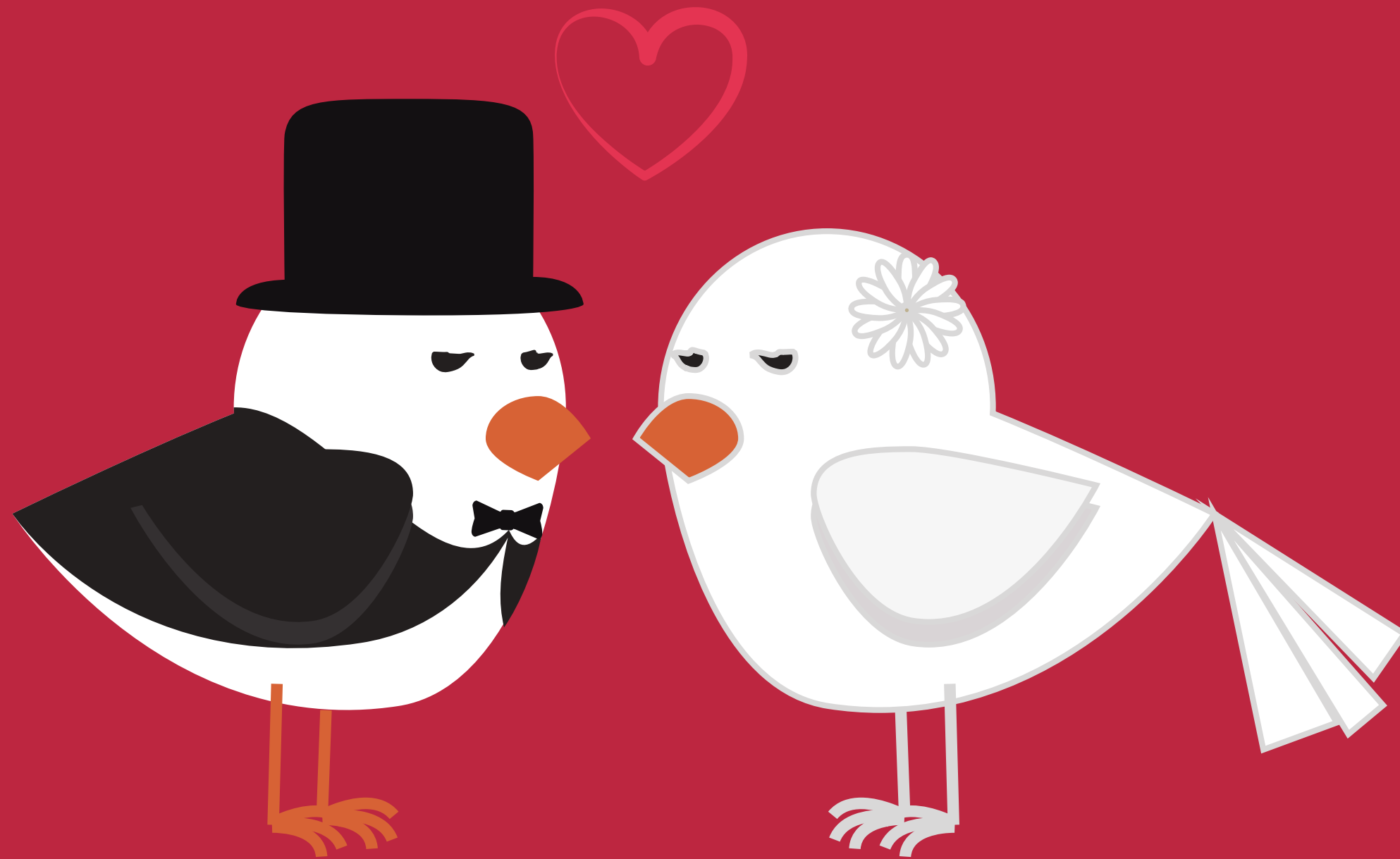
הפלטפורמות הדיגיטליות שנכון לפתח

- נרצה לתחזק את העמוד העסקי בפייסבוק על ידי הוספת תכנים בנושא "נישואים פרטיים כהלכה" - סגמנט בארגון הפונה בעיקר לזוגות צעירים, כמעין ניסיון "להקדים תרופה למכה" ולנסות להילחם בתופעה מכל החזיתות.
- החלטנו לא לפתוח עמוד נפרד, על אף שהעמותה רואה בנושא כנפרד, מפני שהעידו שאינן יכולות לתחזק שני עמודי פייסבוק. כך שהרעיון הוא להרחיב את קשת התכנים בעמוד הנוכחי מחד, ולחברו לעמוד אינסטגרם מאידך (כך העמותה לא תצטרך לעבוד כפול, אך תוכל להגדיל את מספר העוקבים).

הפלטפורמות הדיגיטליות שנכון לפתח - המשך

- הפנייה תהיה לקהל צעיר יותר, נעניק לו ערך מוסף ונייצר איתו אינטיג'מנט, מה שיגדיל את החשיפה לעמוד העמותה ויעלה מודעות לעמותה ולנושא. זוגות לפני חתונה נעזרים ברשתות החברתיות כדי לתכנן את חתונתם, לכן הפרסום בהן מסייע להעלות את המודעות לנושא, להדגיש את הרלוונטיות לחיים של כולנו ולהציע פעולה אקטיבית. פיתוח הרשתות החברתיות מקליל את הנושא, שלזוגות לפני חתונה לא ממש נעים לחשוב עליו, ומגדיל את החשיפה לאפשרות לנישואים אלו בעזרת תיוגים, תגובות ושיתופים.
- נייצר גאנט תוכן שיכלול פרסום סיפורים אישיים של זוגות המתחתנים באופן הזה, פרסום אירועים רלוונטיים ומתן ערך מוסף לזוגות (למשל כתבות המסייעות למתכננים חתונה). האינסטגרם מאפשר לגייס משפיעני רשת שתומכים באופן נישואים זה ושיתוף גם בסטורי.





The End