

פוליטיקה, חרדים, פרסום ותקשורת

מחר: מפגש מקצועי ראשון, ביוזמת 'פאשקעוויל', לאנשי מקצוע בתחום הפרסום והאסטרטגיה בנושא קמפינים פוליטיים. כל הפרטים

לפני כחודשיים התכנסו כ-150 אנשי פרסום ומדיה באירוע עסקים מיוחד שנערך ביוזמת 'פאשקעוויל', לצורך הידוק ושיפור קשרים עסקיים ומסחריים בין פרסומאים ואנשי מדיה לספקי שירותים מקצועיים. קבוצת 'פאשקעוויל' ממשיכה להוביל סדר יום ולרכז פעילויות ייעודיות לפרסומאים, אנשי מדיה וספקי שירותים מקצועיים במגוון תחומים. בימים אלו עוסקים אנשי 'פאשקעוויל' בקידום יוזמות ופרויקטים שיסייעו לענף הפרסום במגזר החרדי.

על אופי הקמפינים הפוליטיים בישראל, בהשתתפות יועצי אסטרטגיה ותקשורת מהבכירים בענף: רוני רימון, רונן צור ואיתן זליגר, בהנחיית האסטרטג חיים קליגר. במהלך המפגשים הקרובים ידונו הפרסומאים ויועצי התקשורת על ההשפעה והמעורבות של החרדים על אופי הקמפינים הפוליטיים, יבחנו את השפעת התקשורת האלטרנטיבית על קמפיין בחירות במגזר החרדי וישתפו מניסיונם האישי על האתגרים המקצועיים בדרך לניצחון בקלפי.

עשרות פרסומאים, יועצי תקשורת ועיתונאים חרדים צפויים להתכנס מחר (ג') במפגש מקצועי ראשון מסוגו שייערך במתחם העסקים החרדי 'אמפרסנד' בבני ברק, ביוזמת 'פאשקעוויל', במטרה להעמיק את השיח המקצועי בקרב אנשי המקצוע העוסקים בימים אלו בקמפינים פוליטיים, ללבן סוגיות בוערות העומדות על הפרק ולקבל כלים ועצות מעשיות מבכירי הענף. במסגרת המפגש הראשון, מתוך סדרה של שלושה מפגשים מקצועיים, ייערך פאנל בנושא "השפעת החרדים

איגוד הפרסום הודיע: תחרות 'קקטוס הזהב' מבוטלת

יגאל בראון, יו"ר איגוד חברות הפרסום בשיחה עם 'פאשקעוויל': "התחרות איבדה הצדקה לקיומה"

התחרות הדבר לא ישפיע לרעה על שוק הפרסום בישראל. בסופו של דבר הוחלט, כאמור, שלא לקיים השנה את התחרות, וזאת בעקבות ארבעה משרדי פרסום שהחליטו לפרוש מהתחרות.

יגאל בראון, יו"ר איגוד חברות הפרסום בישראל, אמר בשיחה עימו כי לא מדובר בהחלטה שתשפיע על הפעילות הרבה של איגוד הפרסום. "איגוד הפרסום עושה המון פעולות בתחום הרגולטורי, מול הממסד והרשויות וכן בוועדות הכנסת", אמר בראון. "בנוסף, האיגוד יוזם הדרכות והכשרות לאנשי מקצוע ומקיים את תחרות האפי. הקקטוס הוא רק רכיב אחד מיני רבים מפעולות האיגוד".



זה לגיטימי. בראון צילום: רפאל בן משה

מדוע משרדי הפרסום סירבו להשתתף בתחרות?

"אינני רוצה להיות פרשן. כל משרד וטעמיו הוא, וכל אחד יסיק את המסקנות הנדרשות. לא ככל תחרות כולם משתתפים, וזה לגיטימי שלא כולם ישתתפו, אבל נוצרה משה קריטית של משרדי פרסום שלא ישתתפו, ומשכך התחרות מאבדת הצדקה לקיומה".

מה ההבדל בין תחרות 'אפי' שהזכרת לבין תחרות 'קקטוס הזהב' שבוטלה?

"קקטוס הזהב מודדת את הקריאטיב של הפרסומות, לעומת זאת בתחרות 'אפי' אנו מודדים את האפקטיביות של הפרסומות".

האם בשנה הבאה האיגוד ינסה 'להחיות' את תחרות הקקטוס?

"כמו שאומרים 'בעזרת השם'. למרות שהכל תלוי במשרדי הפרסום. אם ירצו תהיה תחרות, ואם לא, לא תהיה".

בסוף השבוע שעבר פורסם כי איגוד חברות הפרסום בישראל הודיע על ביטולה של התחרות היוקרתית 'קקטוס הזהב'. בשיבה שהתקיימה ביום חמישי האחרון במשרדי איגוד הפרסום, הוחלט שלא לקיים השנה את התחרות, זאת לאחר שארבעה משרדים החליטו שלא להשתתף בתחרות. שני משרדי פרסום - מקאן וענבר מרחב - אף לא שלחו את נציגיהם לדיון הגורלי שהתקיים במשרדי האיגוד.

בדיון עלו מספר הצעות שמטרתן "להציל" את התחרות, ועיקרן שיפור ושדרוג התחרות הבוחנת את הקריאטיב של ענף הפרסום. בין היתר עלו הצעות לקיים את התחרות באילת במשך מספר ימים, בסגנון דומה לפסטיבל קאן, "לייבא" צוות שיפוט בינלאומי ועוד. מנגד, עלו גם קולות נוספים שהתנגדו לקיום התחרות וטענו כי גם אם לא תתקיים

'הבית היהודי' מנסה להישאר בנותרות

ירושלים

המהלך הפרסומי השגוי, לכאורה, של הבית היהודי בירושלים ממשיך ליצור שיו: טור ממומן שהתפרסם בעיתון הדתי 'בשבע', מנסה "לתקן את העוול שנוצר"

מי מפחד מ"התחרדות" העיר ירושלים?

בטכנות האחרונים אני עדיין נכונות. למאמרים ולפרסומים המהירים אותו הפי' 'התחרדות' על ירושלים ולמפגין שלם הקורא לו - לציבור הירושלמי להתעשת ולקחת אחריות... ובכזו 'כוכן' בטור היהודי מר ומאחר... הדיני, בואו נשכח שירושלים היא עיר הקודש והמקדש ונרא לנשמו קצת גם על חילוניותה.

אל שכתבו אל נשכחו ארץ ישראל - ההפחיד חזק, המשרת פוליטית בעלי ירושלים היא לבה הפועם - מנהג אנטרסטי שונים.

עם 'פאשקעוויל', "בהתחלה מעוררים את כל השושים, יוצרים את החיכוכים ואת המודעות הציבורית למועמדת מטעם המפלגה ולאחר מכן מגיעות הסוכריות והקצפת שימתיקו את עמדות המועמדת ויסיבירו כי מדובר בטעות שתוקנה. מדובר ב'טעות' שעושים פעם אחת, לא יותר".

בין היתר נכתב כי "יעשה כל ירושלמי את החשבון שלו, יחליט מי יותר קרוב לעמדותיו, על מי הוא יותר סומך, בידי מי הוא מבקש להפקיד את מפתחות ירושלים של משה... אבל שלא נשכח לרגע שפנינו נשואות לירושלים של מעלה". בנוסף, מכנה חבר המרכז את הקמפיין "מחריר ומפחיד" וטוען כי חגית משה, שהוא מכיר מקרוב, מסכימה עם כל מה שאמר וכי עשו לה עוול וניסו לצייר אותה אחרת מכפי שהיא.

"לכאורה מדובר בחלק בלתי נפרד מהקמפיין של מפלגת הבית היהודי בירושלים", אומר פרסומאי דתי בשיחה

"לא מפחד מהתחרדות, אני מתפלל עליה כל יום", כך פרסם אחד מחברי מרכז הבית היהודי בעיתון 'בשבע', המזוהה עם הציבור הדתי לאומי. הטור המפתיע (הממומן, יש לומר), התפרסם בעקבות הסערה שקמה על אופי הקמפיין של הבית היהודי בירושלים בהובלת האסטרטג יהושע מור יוסף, קמפיין שהצליח לגרום תגובות נועמות אף מיו"ר הבית היהודי נפתלי בנט.

כותב הטור מסביר כי הציבור הדתי לאומי לא מפחד מ'הדתה' אלא מייחל לה ומחכה לה בכל מאודו.

"להימנע מהחלטות ראשונות העוברות לך בראש"

בשבוע שעבר יצא לאור ספרם של איל ארד, משה גאון וד"ר ארז יעקובי, המתיימר להיות "המדריך המלא למועמד ולמנהל הקמפיין". שוחחנו עם היועץ האסטרטגי איל ארד ושאלנו האם הספר מתאים למנהלי קמפינים במגזר החרדי



צריך לדעת איך לפתח. ארד

את הספר?

"אני מציע להימנע מהחלטות שהן הדבר הראשון שעובר לך בראש. כתוב 'סוף מעשה במחשבה תחילה', ולכן צריך לחשוב פעמיים לפני כל החלטה חשובה. את הספר כתבנו שלושה, אני יחד עם משה גאון, שבא אף הוא מעולם הקמפינים ויחד עם ד"ר ארז יעקובי, שמרצה לפסיכולוגיה ותקשורת במרכז האקדמי אונו. הוא הוסיף את המימד האקדמי בספר, שהוא הפרק 'הכבד' יותר. אתה יכול ללמוד רק איך מנהלים את הקמפיין, אבל אם אתה רוצה להעמיק ולדעת את הפסיכולוגיה, ולמה אנשים מקבלים את ההחלטות כפי שהם מקבלים, אז יש לך את הפרק האקדמי כלימוד נוסף".

החרדית התפלגה בשתי מערכות הבחירות האחרונות".

מועמד חרדי הפונה לקהל חילוני, או מועמד חילוני הפונה לקהל חרדי, יהיה לו מה למצוא בספר החדש שלך? "ודאי, כמעט כל מועמד צריך לפרוץ מעבר לקבוצת התמיכה הבסיסית שלו. אפילו מועמד הליכוד צריך לפרוץ לקבוצות כמו הדתיים הלאומיים או הקהל הרוסי, שאינו הקהל הטבעי שלו. כמו ניר ברקת בירושלים שאינו דתי ולכן היה צריך לרכוש את אמונם של הציבור הדתי. ראינו את זה גם אצל אורי לופוליאנסקי קודם לכן בירושלים, שקיבל הרבה קולות חילוניים והצליח לפרוץ את גבולות ה'בייס' שלו, כמוהו עשה זאת גם רחמים מלול ברחובות שהיה בעבר ח"כ מטעם ש"ס, למרות שהציבור הדתי והחרדי בכללותו אינו רוב בעיר רחובות. בסופו של דבר, למרות שאנו באים מרקעים ומציבורים שונים, כולנו אנשים עם אותו מבנה פסיכולוגי, וכולנו ניתנים להשפעה".

טיפ קטן ממך לאלו שעוד לא קראו מצביעים מ-3 מניעים והיבטים עיקריים: האחד הוא הזדהות עם האידיאולוגיה של המפלגה, המימד השני הוא המימד האישי - הערצה אל המועמד, ואילו היבט השלישי הוא הצבעה שבטית. אנו מצביעים כמו שהסביבה שלנו מצביעה. המבנה המיוחד של החברה הישראלית גרם לכך שיש מפלגות סקטוריאליות, כמו הבית היהודי, אגודת ישראל, רגל התורה וש"ס. בחברה החרדית יש לכידות חברתית חזקה עם מנהיגות רוחנית ברורה, ולכן יש נטיה להצביע למועמד שהנהיגה הרוחנית מורה להצביע לו, על פי הצו: 'ועשית ככל אשר יורוך'. עם זאת, מטעים ארד, 'בשנים האחרונות ראינו שהפניה לציבור החרדי היא יותר בכלים של קמפיין רגיל. גם בחברה הליטאית, הפילוג נתן את אותותיו, ויש יותר זרמים ותתי-זרמים בתוך החברה. יש היום את הפלג הירושלמי, אצל החסידים יש את גור, בעלזא, ויו'ניץ, ערלוי וסדיגורא, ראינו את זה בבחירות בירושלים שההצבעה

להיות מועמדים או לנהל קמפינים. הוא נועד גם לסטודנטים או אנשים שמתעניינים בפוליטיקה. הספר בא לענות על דבר בסיסי: איך בעצם בונים קמפיין בחירות פוליטי? נכון להיום יש ספרות כזו בעברית, אבל לא היה שום ספר כזה בעברית שבאה מתוך התרבות הפוליטית הישראלית". עוד מוסיף ארד: "הספר מעניק לקורא מושגי יסוד והדרכה איך בונים קמפיין פוליטי. אם קראת את הספר, ולמדת אותו, ואתה חושב שזה מספיק לך לנהל קמפיין, זה מבורך. אבל אם אחרי קריאת הספר יש לך שיח מקצועי עם מנהל הקמפיין, ואתה מבין מה הוא עושה ולמה הוא עושה את מה שהוא עושה, זה גם מבורך. כמו שאדם שלמד את כל הש"ס עדיין צריך ללכת לרב ולשאל אותו כיצד לנהוג להלכה".

מה אתה יכול לומר על הקמפינים הפוליטיים למגזר הדתי והחרדי? "החברה החרדית מאופיינת בהצבעה שבטית, מה שקרוי הצבעה סקטוריאלית. במדינת ישראל אנשים

בשבוע שעבר יצא לאור הספר 'קילר אינסטינקט', ספרם של איל ארד, משה גאון וד"ר ארז יעקובי, המתיימר להיות "המדריך המלא למועמד ולמנהל הקמפיין", כלשונם של מחברי הספר. "זהו ספר חובה וכלי עבודה לכל מי שמתכוון לנהל קמפיין פוליטי, זהו גם ספר קריאה מרתק עבור כל מי שמעוניין להבין לעומק את דרכי הפעולה ושיטות העבודה של מערכת ההסברה הפוליטית וכיצד היא מתנהלת ומשפיעה על דעת הקהל, ועבור כל מי שמוקרו מהפרקטיקה של יועצי הספין ומעורבותם בקבלת ההחלטות".

איל, הספר מתאים גם למנהלי קמפינים במגזר החרדי? "בסופו של דבר, למרות שאנו באים מרקעים ומציבורים שונים, כולנו אנשים עם אותו מבנה פסיכולוגי, וכולנו ניתנים להשפעה", אומר ארד בשיחה עם 'פאשקעוויל'.

קריאת הספר בעיון יכולה להיות תחליף ליעוץ אסטרטגי מקצועי? "הספר נועד לאנשים שרוצים