

סיכום תוצאות מחקר אפקטיביות פרסום קמפיין אפליה



מטרות הקמפיין

- העלאת נושא האפליה לסדר היום בשיח הציבורי תוך כדי הדבקת סטיגמה שלילית לתופעה
 - מיצוב משרד המשפטים כמוביל המאבק נגד אפליה על רקע גזעני
 - העלאת המודעות לחוק ולעונשים הקבועים בו
- עלויות הקמפיין** (כפי שהועברו מלפ"מ)
- אינטרנט באנר – 590,000 ₪
 - טלוויזיה- 2.5 מיליון ₪

מתודולוגיה

- סקר אינטרנטי באמצעות הפאנל האינטרנטי שבשימוש Market Watch.
- הסקר בוצע בתאריך 22-26.1.14

מדגם

- 503 מרואיינים במדגם ארצי מייצג של האוכלוסייה היהודית דוברת עברית בישראל, ללא מגזר חרדי

נושאי בדיקה

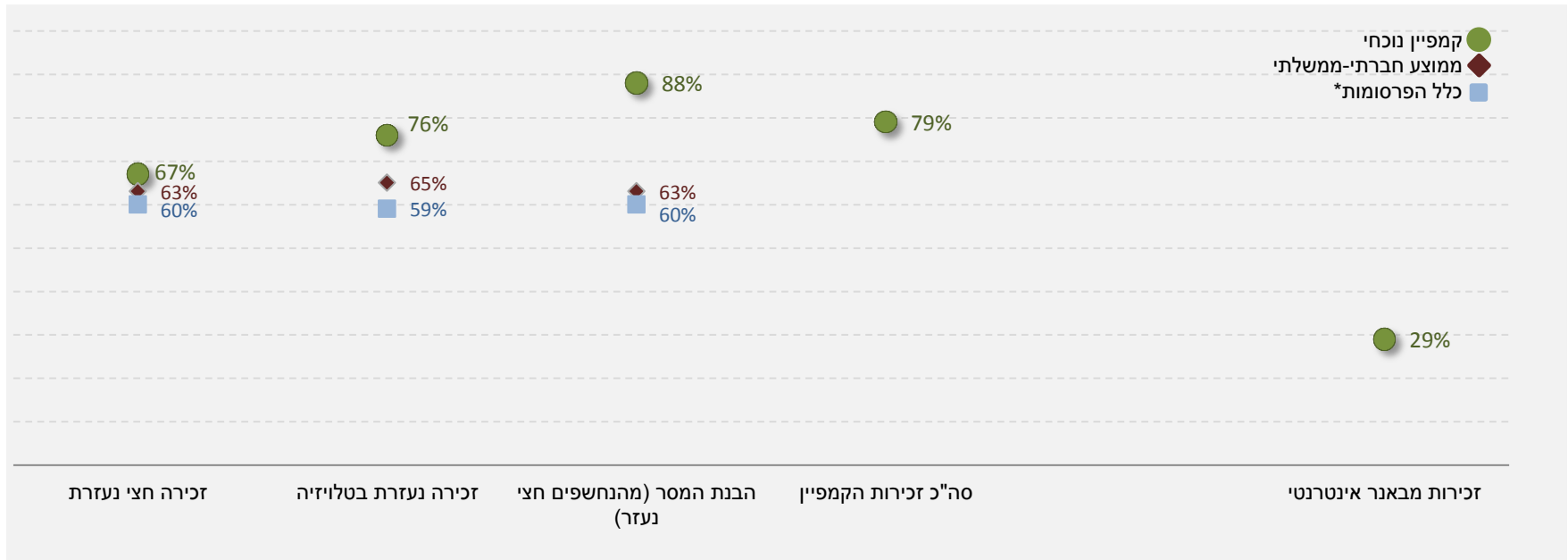
- זכירות הקמפיין – עמוד 8
- עמדות לגבי הקמפיין – עמוד 12
- השפעת הקמפיין על עמדות - עמוד 16



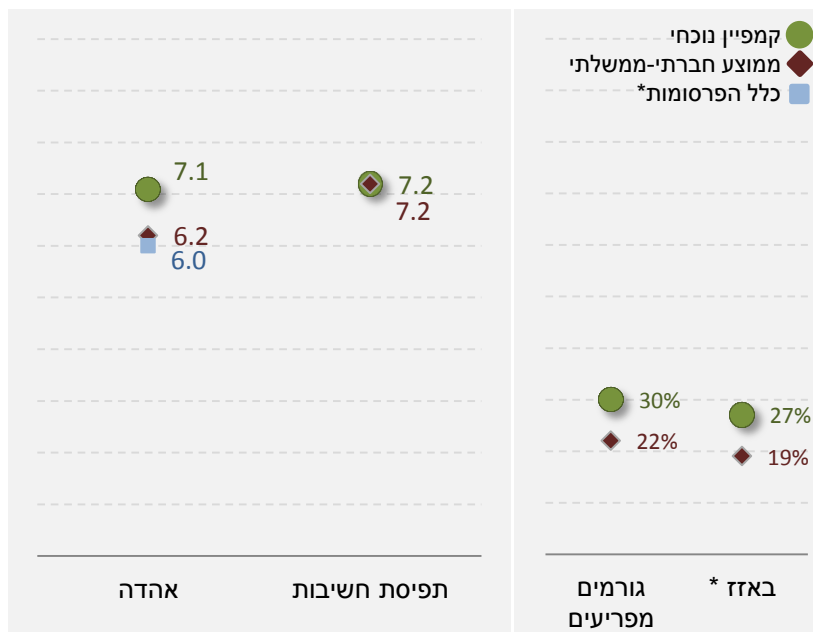
סיכום

זכירות הקמפיין

- הזכירות של הקמפיין גבוהה מעט מהממוצע, וגם הבנת המסר (בקרוב נחשפים) גבוהה מאד בקמפיין הנוכחי.
- הזכירות הנעזרת לקמפיין בטלוויזיה גבוהה מהממוצע. זכירות הבאנר האינטרנטי בינונית-נמוכה, אך הוא יעיל יותר בהשוואה לטלוויזיה.



אינטרנט - באנר	טלוויזיה	מדד ROI
590,000	2,500,000	עלות
20,345	32,895	ROI (עלות לאחוז זכירות נעזרת)



הקמפיין אטרקטיבי במידה גבוהה, ומעל לממוצע, ונתפס כחשוב ותורם לציבור במידה דומה לממוצע.

כשליש מהנחשפים ציינו דברים שהפריעו להם בקמפיין (בעיקר, אי התייחסות למגזרים כמו נשים וחרדים וחוסר אמיתות של המציאות בישראל - טוענים שלא קיימת אפלייה) – נתון גבוה מעט מהממוצע.

* נכון למדידה הנוכחית, ממוצע הבאזז בקמפיינים בתחום חברתי-ממשלתי מבוסס על חמישה קמפיינים

מסתמן כי לקמפיין השפעה בכמה מדדים:

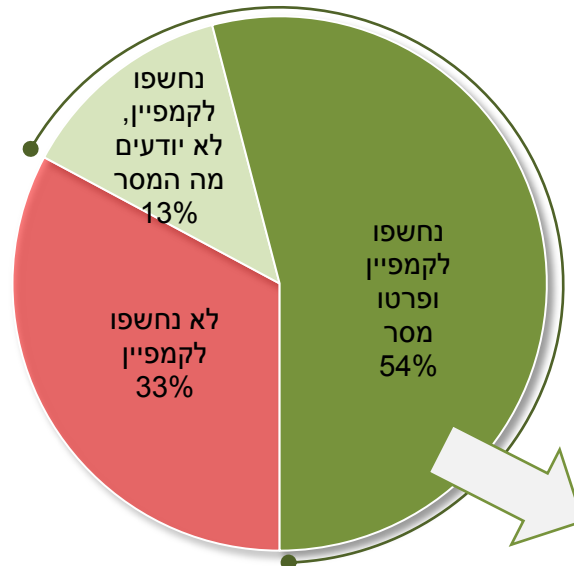
- התפיסה לגביה קיימת אפלייה בישראל נגד קבוצות באוכלוסייה גבוהה בקרב אלה שזוכרים כי נחשפו לקמפיין לעומת אחרים
- הקמפיין עורר סביבו באזז ברמה מסוימת – עוררות המודעות לתופעה, שיקוף של המציאות



פירוט הממצאים

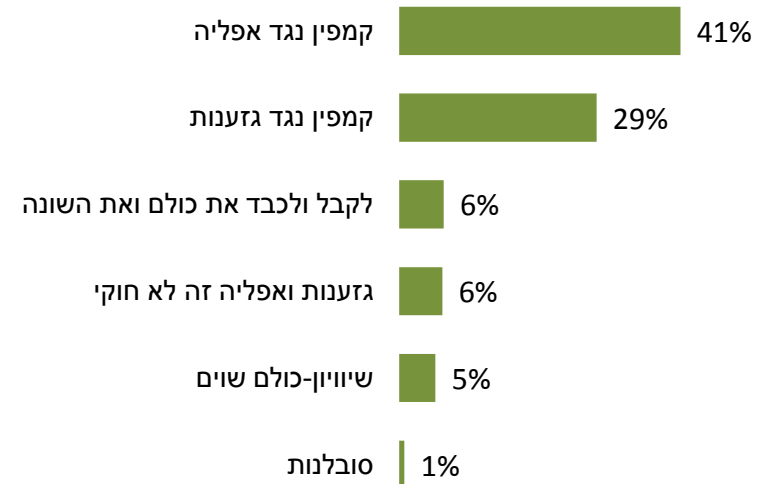
זכירה חצי נעזרת לקמפיין כלל המדגם

שניים מכל שלושה מראיינים זיהו כי נחשפו לקמפיין על סמך תמונות מהסרטון, ורובם ידעו לפרט את המסר (81% מהנחשפים).
בקרב אלה שידעו לציין מסר כלשהו, הרוב ציינו מסר נכון



סה"כ זכירות חצי נעזרת לקמפיין:
67%

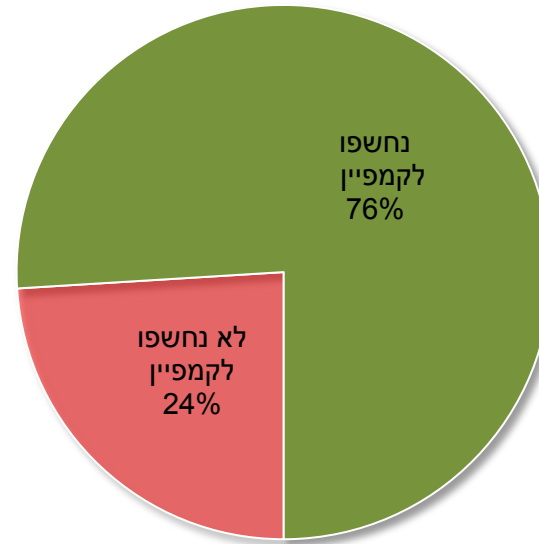
הבנת מסר (בקרב נחשפים לקמפיין):



במסך מצד ימין מופיעה תמונה מתוך קמפיין ששודר לאחרונה בטלוויזיה. האם יצא לך לראות את הקמפיין? האם זכור לך המסר אותו רצה הקמפיין להעביר? (שאלה פתוחה)

76% מהאוכלוסייה זוכרים כי נחשפו ללפחות אחד מסרטוני הקמפיין בטלוויזיה – גבוה ביחס לממוצע

זכירות הקמפיין גבוהה יותר בקרב המגזר החילוני והמסורתי מאשר הדתיים.



כעת נציין כי מדובר בקמפיין של משרד המשפטים בנושא אפלייה. האם לאחר שראית את נושא הקמפיין זכור לך אם ראית אותו?

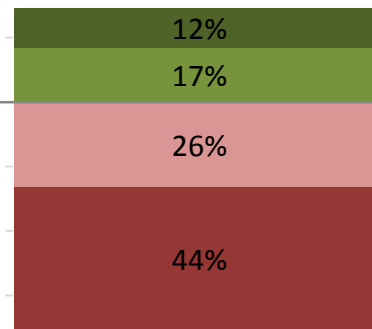
זכירה נעזרת לקמפיין באמצעי מדיה נוספים כלל המדגם

כמעט שליש מהאוכלוסייה נחשפה לבאנר האינטרנטי בנושא אפלייה.
זכירות הקמפיין האינטרנטי (באנר) גבוהה יותר בקרב הגברים

אינטרנט - באנר



29%



סה"כ נחשפו

בטוח שכן

חושב שכן

חושב שלא

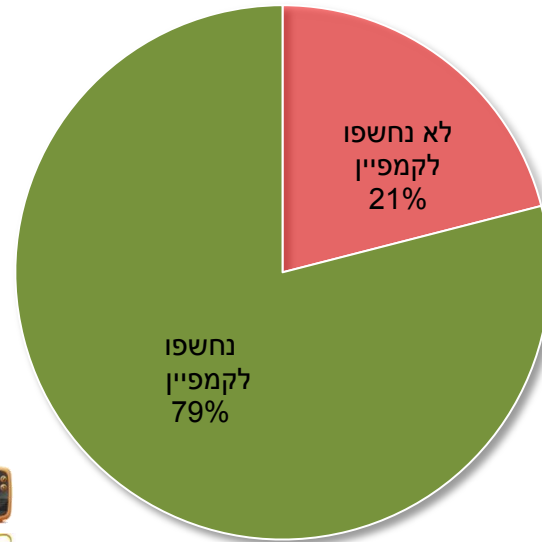
בטוח שלא




אנא התבונן בבאנר של הקמפיין אשר הופיע באינטרנט. האם יצא לך לראות את הקמפיין באינטרנט?



זכירות הקמפיין בערוצים השונים - סיכום כלל המדגם

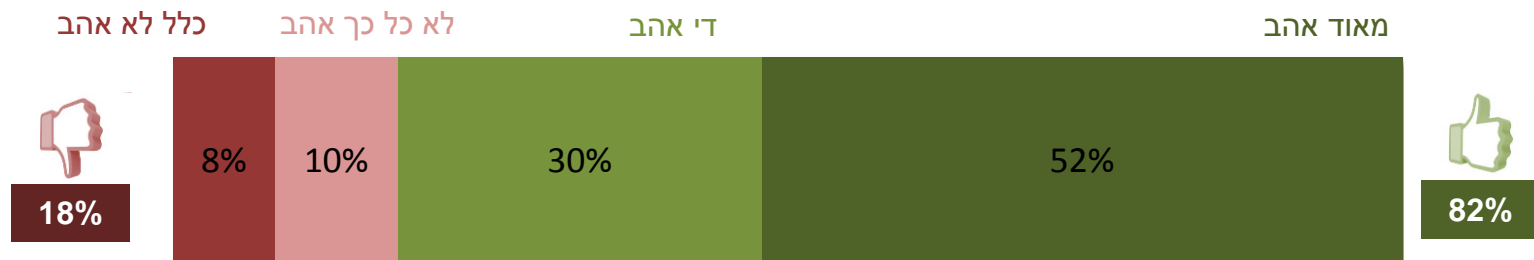
באופן כללי, זכירות הקמפיין גבוהה יותר בקרב חילוניים ומסורתיים



- 49% רק בטלוויזיה 
- 3% רק באינטרנט 
- 27% גם באינטרנט וגם בטלוויזיה 

אהדה לקמפיין בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

רוב אלה שזכרו את הקמפיין (82%) תופסים אותו כאטרקטיבי, הישג גבוה מעט מממוצע הפרסומות.



ציון ממוצע: 7.1

עד כמה מצא חן בעיניך הקמפיין של משרד המשפטים בנושא אפלייה? (בקרב נחשפים, N=396)
מאוד אהב 7.5-10, די אהב 5-7.49, לא כל כך אהב 2.5-4.99, כלל לא אהב 0-2.49

כשליש מאלה שזוכרים כי נחשפו לקמפיין ציינו דברים שהפריעו להם בקמפיין, ובעיקר – אי התייחסות למגזרים כמו נשים וחרדים, וייצוג שגוי של המציאות בישראל (טוענים שלא קיימת אפלייה) חלק מהתשובות אף התייחסו לשימוש בהמנון



תפיסת חשיבות הקמפיין בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

שיעור גבוה מאלה שזוכרים כי נחשפו לקמפיין (80%) חושבים שהוא חשוב ותרם לציבור, ונתון זה דומה לממוצע.



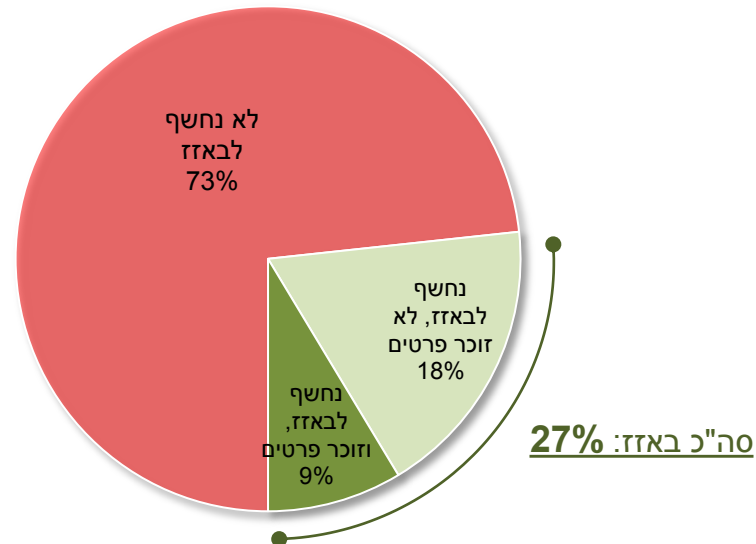
ציון ממוצע: 7.2

עד כמה אתה חושב שהקמפיין של משרד המשפטים בנושא אפלייה חשוב ותרם לציבור? (בקרב נחשפים, N=254)

יצירת באזז בקרב אלה שזוכרים את הקמפיין באופן נעזר

כ- 27% מאלה שזוכרים כי נחשפו לקמפיין דיברו עליו או נחשפו לדברים שאמרו עליו, אך רק חלק קטן זוכר את תוכן הדברים.

בעיקר עלה הנושא של חשיבות הפרסום והתודעה של המצב בהקשר לאפלייה



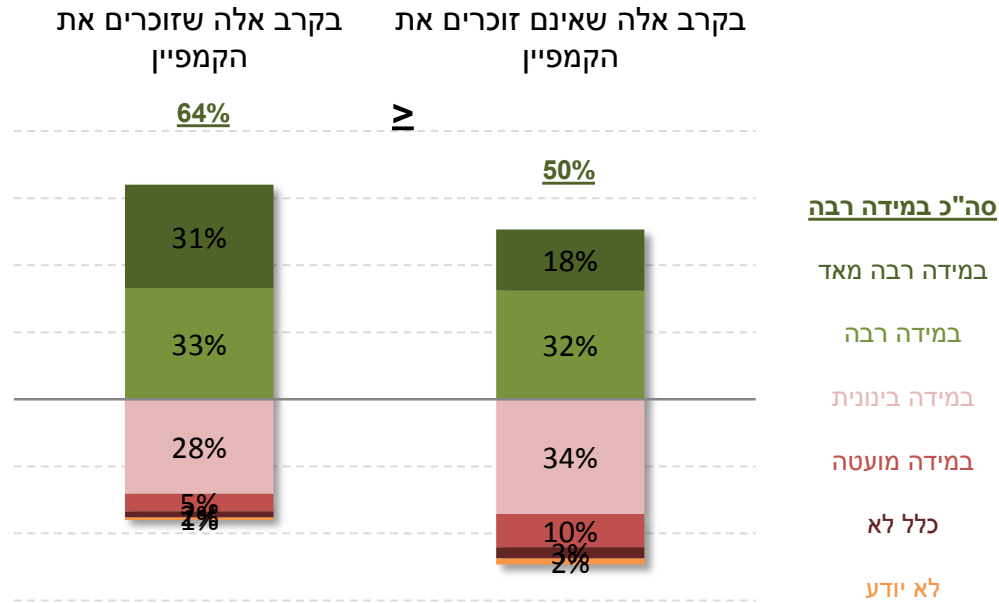
- פרסום חשוב וטוב (n=12)
- עצוב שזה קיים-משקף את המציאות (n=6)
- שיחות על אפלייה (n=5)
- לא אמיתי – בישראל זה לא קורה (n=4)



תפיסות לגבי אפלייה בישראל כלל מדגם

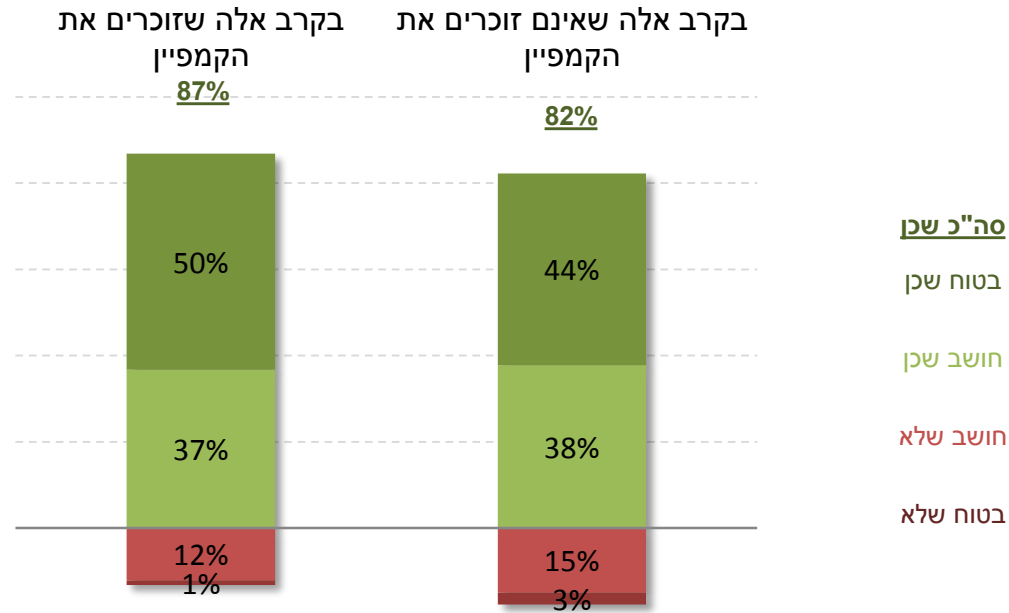
התפיסה לגביה קיימת אפלייה בישראל נגד קבוצות באוכלוסייה גבוהה יותר בקרב אלה שזכרו כי נחשפו לקמפיין.

תפיסה זו מובהקת יותר בקרב המגזר החילוני ויותר בקרב בעלי הכנסה מעל הממוצע.



באיזו מידה אתה מסכים עם המשפט הבא: "בישראל קיימת אפלייה נגד קבוצות באוכלוסייה?"

אין הבדל בתפיסת אפלייה כעבירה על החוק בין אלה שזוכרים כי נחשפו לקמפיין.



האם לדעתך אפלייה היא עבירה על החוק?