

1 באוקטובר, 2016

## המכללה האקדמית הדסה

### סדנת קמפיינים לקידום נושאים חברתיים

זיו לימור

מגישות:

אסתי טופז 309102374

דנה אילן 204032882

שיר עשור 203042916

במסגרת סנדת קמפיינים לקידום נושאים חברתיים התבקשנו לבחור נושא ליצירת קמפיין חברתי משמעותי עבורנו ועבור החברה. אנו, אסתי, שיר ודנה, סטודנטיות לפוליטיקה ותקשורת במכללה האקדמית הדסה, דנו על נושאים שונים שיש ביכולתם להביא לשינוי חברתי והתנהגותי. לאחר שהעלנו מספר נושאים, החלטנו להתמקד בנושא שכחת ילדים ברכב וזאת מאחר ריבוי מקרים אשר אירעו במהלך השנים האחרונות, שחלקם הובילו לנזק בלתי הפיך ואף למוות. אנו מאמינות כי ביישום עבודה זו נניח אבן פינה במאבק אל מול תופעה זו על ידי יצירת קמפיין למטרת העלאת מודעות ועל ידי שיווק מוצר אפקטיבי שביכולתו להפחית במספר מקרי שכחת הילדים.

קמפיין זה נעשה בשיתוף פעולה עם ארגון "בטרים", ארגון ישראלי של המרכז הלאומי לבטיחות ובריאות הילד, הפועל למען ילדי ישראל. מאז הקמתו, בשנת 1995, על ידי פרופסור יהודה דנון ודוקטור מיכל חמו-לוטם ומתנדביו מטרת הארגון הינה להביא לשינוי במציאות ההתנהגותית-חברתית בכל הקשור לחיי הילדים בישראל. יעדי הארגון הם להפחית בשיעורי התמותה מפגיעות בקרב ילדים בגילאי 0 עד 17 ב-35% עד 2020. היפגעות כתוצאה מהשארות ילדים ברכב הינה אחת מן הפגיעות הבולטות בעונת הקיץ בישראל.<sup>1</sup> מנתוני המערך הלאומי לנתוני היפגעות ובטיחות ילדים<sup>2</sup> עולה כי בין השנים 2016-2007 דווח בתקשורת על 403 מקרים של השארת ילדים לבד ברכב או של הילכדות/נעילה ברכב, בהם היו מעורבים 454 ילדים. 22 מן המקרים הללו הסתיימו במות הילד. מבין המקרים שתועדו, כ-60% עירבו השארת ילדים לבד ברכב, כ-40% הילכדות הילד בתוך כלי הרכב. מרבית המקרים היו במעורבות רכב פרטי (85%), אולם תועדו גם מקרי השארת ילדים או הילכדותם ברכבי הסעות (כ-10%), באוטובוס (כ-5%) וברכבת קלה (פחות מ-1%). קבוצת הגיל הבולטת היא של תינוקות ופעוטות בני 0-3 (כ-77% מכלל המעורבים בהיפגעות), כאשר פעוטות עד גיל שנתיים מהווים כ-42% מכלל המעורבים.

הארגון פועל בכל האספקטים הקשורים לבטיחות הילד ולהפחתת היפגעות של ילדים בצורה לא מכוונת. להלן מספר פרויקטים עיקריים בכל פעילויות הארגון:

1. קידום תוכנית לאומית לבטיחות ילדים – פעילות אל מול משרדי הממשלה לקידום תוכנית לאומית לבטיחות ילדים שתפעל בשיתוף פעולה בין משרדי.
2. מיזם NAPIS - פיתוח מסד נתונים מרכזי שירכו את כל הידע על היפגעות ילדים בישראל.
3. בטרם בעיר – עבודה אל מול רשויות מקומיות לקידום בטיחות ילדים ברשות המקומית.
4. בטרם בחברה הערבית – עבודה ממוקדת של העמותה אל מול החברה הערבית, פיתוח שלוחה של העמותה הפועלת במסגרת החברה והתאמה תרבותית של כל עשייתה
5. חוק "השארת ילדים ללא השגחה", שדינו בין שנה לחמש שנים מאסר. ארגון בטרם יחד עם הרשות המחוקקת, במסגרת הוועדה לזכויות הילד חוקקה חוק מתוך מודעות לכך שמהלך ימי הקיץ התאונות בהם ילדים מעורבים, גדל. ככל שהילדים נמצאים יותר שעות ללא השגחה התוצאה היא יותר תאונות. לכן ישנה חקיקה בחוק העונשין (תיקון מס' 59, 2001): "המשאיר ילד שטרם מלאו לו 6 שנים בלא השגחה ראויה ובכך מסכן את חיי הילד או פוגע או עלול לפגוע פגיעה ממשית בשלומו או בבריאותו, דינו - מאסר 3 שנים, עשה כן ברשלנות - דינו מאסר שנה. עשה זאת במטרה לנטוש את הילד - דינו מאסר 5 שנים"

<sup>1</sup> <http://www.beterem.org/download/files/00007313.pdf>

<sup>2</sup> [http://www.beterem.org/download/files/00029891\\_2.pdf](http://www.beterem.org/download/files/00029891_2.pdf)

6. פרסומות של ארגון בטרם הנוגעות בשכחת ילדים ברכב :

- פרסומת של הארגון לביטחון ילדים בקיץ : <http://www.aclips.co.il/40/935/video.aspx>
- פוסטרים של ארגון בטרם להפצה אישית המיועדים לקיץ 2016 :  
[http://www.beterem.org/download/files/Summer15\\_Shelet\\_180\\_120Cm\\_HE\\_P\\_CAR.pdf](http://www.beterem.org/download/files/Summer15_Shelet_180_120Cm_HE_P_CAR.pdf)
- פרסומת של השף חיים כהן עם ארגון בטרם הממחיש את מה שקורה לילדים ברכב בשמן שרב. הסרטון הופץ בקיץ 2015 : <https://www.facebook.com/Beterem/videos/932771163430602>
- 7. בנושא שכחת ילדים ברכב, נעשו מספר פעולות שונות על מנת להגביר מודעות ולהילחם בתופעה. להלן מספר פעילויות שנעשו בנדון :  
בשנת 2013 יצאה "הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים" עם שני תשדירי רדיו בשיתוף פעולה עם מיכל דליות, דמות מוכרת לרוב ההורים בישראל ומזוהה עם קהל היעד מולו בחרנו לעבוד.  
<https://www.youtube.com/watch?v=qpYUP80NvSg>  
<https://www.youtube.com/watch?v=Xe7y9wfaIMs>
- כיום קיימים בשוק מספר רב של עזרים טכנולוגיים למניעת שיכחת ילדים ברכב. העזרים מתחלקים לפי שלוש קטגוריות – אפליקציות אישיות בסמארטפון, אפליקציות או מערכות למעקב אחרי הילדים המגיעים לגן ומכשירים טכנולוגיים פיזיים המותקנים ברכב. להלן מספר דוגמאות :
- Baby Reminder - אפליקציה חינמית שנועדה להזכיר להורים, לפי זמנים מתוכננים מראש, לבדוק שלא שכחו אף ילד באוטו. האפליקציה זמינה רק לאייפונים ולא למכשירי אנדרואיד, היא פותחה בישראל בשנת 2011 על ידי איתי לוי וערן רוזנברג. המערכת משתמשת ב-GPS המובנה במכשיר כדי לקבוע אם המשתמש עדיין בנסיעה, או שמא הגיע ליעדו הסופי. היא מצוידת באלגוריתם שאמור להבחין בין עצירה ברמזורים ובפקקים לעצירה מוחלטת. כאשר הרכב אכן עוצר היא מתחילה לשלוח התרעות לנהג כדי לוודא שהוא לא שכח את הילד ברכב.<sup>3</sup>
- מי בא לגן? - אפליקציה המאפשרת מעקב אחרי נוכחות ילדים בגני ילדים ובמוסדות החינוך. לגננת רשימה של ילדי הגן. כאשר הם מגיעים אל הגן הגננת מסמנת את שמם וההורים מקבלים הודעה שילדיהם הגיעו. לאחר זמן קבוע יעלו שמות הילדים שלא הגיעו ובלחיצת כפתור הגננת מעדכנת את ההורים כי ילדם טרם הגיע לגן. ההורים יוכלו להשיב לה בנושא.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <http://www.haaretz.co.il/captain/software/1.1568027>

<sup>4</sup> <http://www.kikar.co.il/%D7%90%D7%A4%D7%9C%D7%99%D7%A7%D7%A6%D7%99%D7%94-%D7%9E%D7%99-%D7%91%D7%90-%D7%9C%D7%92%D7%9F.html>

- Mobikekeys - מערכת בקרה והתראה המבוססת על חיישני משקל המותקנים תחת כיסאות הילדים (לרבות במושבי הבטיחות הניתנים לניתוק) ומחוברים לקופסת פיקוד ושידור. המערכת תיכנס לפעולה אוטומטית כאשר היא תזהה נוכחות ילד או פעוט שנותר ברכב שמנועו כובה. ראשית היא תתריע בחיווי קולי בתוך הרכב על מנת להסב את תשומת לב הנהג. שניות אחר כך היא תשגר התרעה מצילת חיים לכל אנשי הקשר שהוגדרו מראש באמצעות מסרון.<sup>5</sup>

\*אפליקציות ופיתוחים טכנולוגיים נוספים שמוצעים על ידי ארגון בטרם ניתן לראות כאן - [http://www.beterem.org/download/files/00029891\\_2.pdf](http://www.beterem.org/download/files/00029891_2.pdf)

### מטרת הקמפיין

מטרת הקמפיין היא רווח חברתי. אנו מעוניינות לשנות התנהגות קיימת של שכחת ילדים ברכב להתנהגות רצויה, כלומר העלאת מודעות להשלכות התופעה אשר תביא לצמצומה. מעבר להעלאת המודעות, אנו נשווק ונפיץ מוצר שביכולתו למנוע שכחת ילדים ברכב. המעלות ברכב נעול, במיוחד בחודשי הקיץ, מזנקים בלפחות 20 מעלות תוך דקות אחדות. ילד הנשכח ברכב אין בו אוורור נמצא במצב של חוסר חמצן, מתחיל להזיע ומפתח קשיי נשימה. ככל שהזמן עובר חלה ירידה בהגעת חמצן למוח ולאיברים אחרים, פרוסים, הפרעות בקצב הלב, כוויות, דימום מוחי ועוד. סכנה הנוספת לחוסר החמצן ברכב של היפגעויות ילדים שנשארו ברכב, נובעות ממכת חום | לכן, רציונל הקמפיין שלנו הנו הצלת חיי ילדים הנשארים ללא השגחה ברכב ובכך נמצאים בסכנת חיים היכולה לגרום לנזק בלתי הפיך ואף למוות.<sup>6</sup>

על מנת ליישם את הקמפיין בצורה הטובה ביותר, יש צורך להכיר את המתחרים הפועלים בסביבתנו. מתחרים ראשונים הינם חברות הסלולר ואפליקציות המשמשות כהסחת דעת טכנולוגיות. בעידן הטכנולוגי ההתעסקות במכשיר הנייד היא רבה וגורמת לחוסר תשומת לב לסביבה. אדם אשר משתמש במכשיר הנייד בעת נהיגה או בעת יציאה מהרכב, תשומת ליבו מרוכזת במכשיר הסלולרי ולא בילד במושב האחורי. מתחרה נוסף הוא לוח הזמנים הצפוף המאפיין את אורח חייהם של הציבור הישראלי בכלל והורים בפרט המביא ללחץ וחוסר ריכוז אשר יכול לגרום לשכחת ילדים ברכב.

בנוסף לכך מציג פרופ' דב שנער (2013) מתחרה נוסף, מנגנון הזיכרון וטוען כי "השכחה מסוג זה (שכחת תינוקות ברכב) נגרמת עקב העובדה שלכולנו יש שני מנגנוני זיכרון: זיכרון עבודה (נקרא גם שלא בצדק "לטווח קצר") וזיכרון לטווח ארוך. פעולות שלא נעשות בשגרה (כמו הורה שלוקח מדי פעם תינוק למעון או אוסף אותו) אינן נמצאות בזיכרון לטווח ארוך. חומר בזיכרון העבודה נשמר שם רק אם הוא משונן כל הזמן" (אני צריך לזכור שהתינוק כאן ("ולא נדחק על ידי פריט אחר (למשל "מה אגיד בפגישה עם הבוס. ("לכן אם תוך כדי הנסיעה לא

<sup>5</sup> <http://mobikekeys.co.il>

<sup>6</sup> <http://www.itsworldportal.com/%D7%9E%D7%A0%D7%99%D7%A2%D7%AA-%D7%A9%D7%9B%D7%97%D7%AA-%D7%99%D7%9C%D7%93%D7%99%D7%9D-%D7%91%D7%A8%D7%9B%D7%91.html>

חושבים כל הזמן שהתינוק מאחור אלא חושבים על הנהיגה, הפקקים, העבודה וכו', והתינוק ישן בשקט ואינו מוציא קול, קיים סיכוי שיישכח. וזה יכול לקרות כמעט לכל אדם "נורמטיבי".<sup>7</sup>

במסגרת בניית הקמפיין בחרנו להתמקד בקהל יעד ספציפי, הורים בגילאי 40-20 לילדים בגילאי 8-0. הורים אלו בעלי אוריינטציה טכנולוגית, כלומר משתמשים באופן קבוע ברשתות החברתיות. בנוסף, קהל היעד הינו הורים הצופים בטלוויזיה בשעות השיא (22:00-20:00). לרוב אלו זמני שינה של ילדיהם ולכן מרוכזים בתוכניות הטלוויזיה. בכדי להכיר לעומר את קהל היעד ערכנו 3 ראיונות עם הורים העונים על הגדרת קהל היעד שבחרנו. להלן הממצאים העיקריים מהראיונות: רוב המראיינים לוקחים את ילדיהם אל מוסדות החינוך בין השעות 7:00 עד 10:00, ומחזירים אותם בין השעות 16:00-15:00. כל הילדים יושבים במושב האחורי כאשר החפצים שלהם לידם, בעוד שחפצי ההורים נמצאים במושב הקדמי. כל ההורים טוענים כי במהל הנסיעה הם מתקשרים עם ילדיהם, כלומר מדברים איתם ומסתכלים עליהם. רוב ההורים לא מכירים את ארגון "בטרם", תשדירים ספציפיים ומוצרים שונים היכולים למנוע שכחת ילדים, ולא יקנו מוצרים כאלו. בנוסף, רוב ההורים לא עושים דבר על מנת למנוע שכחת ילדיהם. את פירוט הראיונות ניתן לראות בנספחים.

### תמהיל שיווק

על מנת להגדיר את אסטרטגיה השיווקית של הקמפיין, נמנה את ארבעת התחומים של תמהיל השיווק, על פי צרכי קהל היעד שבחרנו:

- מוצר** - המוצר אותו אנו משווקות הוא מכשיר הנקרא PulseBaby. מכשיר זה מטרתו לזהות דופק בחלל רכב נעול ולהתריע על כך לבעל הרכב. מוצר זה מותקן על הגג הפנימי הרכב ליד מנורת פנים רכב ובעת נעילת הרכב מתחיל לפעול בצורה אוטומטית, מפעיל את חיישני הדופק ומזהה חיים ברכב הנעול. במידה והחיישן מאתר דופק, אזעקות הרכב מופעלות חלונות הרכב נפתחים אוטומטית ובעל הרכב מקבל הודעת SMS לטלפון שהוגדר מראש בעת התקנת המוצר. גודל המוצר הוא קוטר 100 מ"מ = 10 ס"מ. על מנת שנוכל להביא לשינוי התנהגותי משמעותי אצל קהל היעד, קניית המוצר והתקנתו ברכב, יש להביא לשינוי בתפיסה והעמדות שתופעת שכחת ילדים ברכב עלולה לקרות לכל אחד מאתנו (תמונה ניתן לראות בנספחים)
- מחיר** - קהל היעד צריך "לשלם מחיר" באורח חייו. מחיר זה בא לידי ביטוי באי נוחות בתשלום כספי עבור המוצר אותו אנו משווקות, אי נוחות בהגעה לחנויות בהן ניתן לרכוש את המוצר ולהתקינו. בנוסף קיימת אי נוחות פסיכולוגית אשר מצריכה מקהל היעד לפתח הבנה שהתופעה זו עלולה לקרות לכל אדם בכדי לייצר הנעה לפעולה לקניית המוצר. למרות המחיר שקהל היעד צריך לשלם, אנו ניתן מענה לערך המוצר שהינו הצלת חיי אדם, חיי ילדיהם. אנו מאמינות כי קהל היעד שנבחר, ההורים, יהיה מוכן לשם מחיר זה עבור חיי ובריאות ילדיו.

<sup>7</sup> <http://www.rsa.gov.il/Documents/Board.pdf>

בנוסף לכך, קהל היעד צריך לשלם מחיר כספי. עלות הקמפיין יעמוד על סך 50 אלף שקלים, שימשמו ליצירת, צילום והפצה של הקמפיין. סכום זה נגייס על ידי ארגון בטרם ומשרד התחבורה.

פיתוח המוצר יעלה כ-100 שקל לכל מוצר יחיד. על מנת להנגיש אותו לציבור הרחב, ניצור שיתופי פעולה עם משרד הרווחה, משרד התחבורה והרשות הלאומית לבטיחות בדרכים לקבלת סבסוד כל שהמוצר יימכר לציבור בחנויות במחיר של 55 ש"ח בלבד.

3. **קידום** - כחלק מקידום הקמפיין בחשיבה על קהל יעד ספציפי, בחרנו לקדם את הקמפיין ברשת החברתית פייסבוק. לשם כך פתחנו עמוד אשר משווק את הקמפיין והמוצר - [https://www.facebook.com/%D7%A9%D7%9E%D7%99%D7%9D-%D7%9C%D7%91-%D7%91%D7%90%D7%95%D7%98%D7%95-1047787858653405/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/%D7%A9%D7%9E%D7%99%D7%9D-%D7%9C%D7%91-%D7%91%D7%90%D7%95%D7%98%D7%95-1047787858653405/?ref=br_rs)

נפיץ את עמוד הפייסבוק בעמודי פייסבוק נפוצים הפונים לקהל היעד שלנו, כגון: אמהות מבשלות ביחד, מאמאזון, הורים וילדים, הורים ברשת, ארגון בטרם - לבטיחות ילדים, אמא של, שילב, בייביז, ד"ר בייבי ועוד. בנוסף, ישודר תשדיר הסברה בשעה 19:58, לפני פתיחת מהדורת החדשות המרכזית בערוצים המסחריים: 10,22 ובערוץ הציבורי 11, ובשעה 21:00, בין סיום מהדורת החדשות לתכניות הפריים טיים. ערוצים אלה הם הערוצים הנצפים ביותר בקרב קהל היעד הנבחר לקמפיין. השעות הנ"ל הינן שעות שבהן ילדים ישנים וההורים מתפנים לצפייה בטלוויזיה. בנוסף לכך, שעות השיא הן בשעות האלו.

4. **הפצה** - על מנת להגיש את המוצר לקהל היעד שלנו, המוצר יופץ למכיר ברשתות מזון כגון: רמי לוי, שופרסל, מגה, AM:PM, חנויות נוחות בתחנות הדלק (דור אלון, יילו, דלק). חנויות רכב ומוסכים פרטיים בכל הארץ, חנויות למוצרי ואביזרי תינוקות וילדים כגון שילב, בייביז, בייבי לאב, קדס, צילדרן פלייס, קסטרו ילדים, טוילנד, מוצצים ועוד, כל אלה על מנת לאפשר לקהל היעד קניה נוחה ונגישה.

## המודל האסטרטגי השיווקי

### 1. שאלת האיפה

הקמפיין יפורסם בישראל בשנת 2016 המאופיינת ברמת המאקרו כמדינה בה מזג האוויר חם בקיץ, גידול דמוגרפי מהיר, מספר רכבים גבוה יחסית למספר האוכלוסייה, תרבות המאופיינת בלחץ יום יומי ועבודות מודרנית, מצב ביטחוני מדיני הגורם לאוכלוסייה להיות במצב נפשי לחץ<sup>8</sup> ברמת המיקרו ניתן להגדיר את החברה הישראלית כלא מודעת לתופעת שכחת ילדים ברכב. ארגון "בטרם" אינו מוכר לעומת ארגונים אחרים כמו אור ירוק והרשות הלאומית לבטיחות בדרכים. בנוסף לכך ישנם מעט תשדירים המופצים באמצעי המדיה השונים, אך גם הם לא מגיעים לכל פלחי האוכלוסייה.

2. **לאן?** היעד בקמפיין זה הוא הגברת המודעות לתופעה ולהביא לשינוי התנהגות בקהל היעד לשם קניית המוצר. היעד שלנו הוא שעד שנת 2019 כמחצית מההורים בישראל, בין הגילאים 40-20, יתקינו את

<sup>8</sup> <http://www.baruch-elitzur.com/page0.html>

המוצר ברכבם. כל זאת על ידי קידום קמפיין באמצעי המדיה והפיכתו לווראלי, הפיכת המוצר לנגיש לקהל היעד ושיתופי פעולה בין חברות מסחריות כגון יצרני רכב חנויות למוצרי תינוקות ועוד.

**חזון:** שמירה והצלת חיי ילדנו, תוך העלאת מודעות ומתן פתרון אפקטיבי למניעת שכחת ילדים ברכב, מתוך הכרה במעגל החיים האינטנסיבי של הורים בישראל. באמונתנו כי כל הורה וארגון חברתי, ממשלתי ומסרחי, יוכל להיות שותף בשינוי ולהוביל תרבות בטיחות המקדשת את ערך החיים.

*עקרונות פעולה:*

-העלאת מודעות לתופעת שכחת ילדים ברכב תוך הדיפה הדעה הרווחת "לי זה לא יקרה", זאת בעזרת צילום והפצת סרטון המציג את התופעה ומסביר על המוצר שנועד למנוע מקרים נוספים של שכחת ילדים ברכב.

-לתכנן, לפתח, להשיק מוצר אשר שואף למנוע את תופעת שכחת ילדים ברכב.

- להביא לידי חקיקה שימוש במוצר זה. כפי שכיסא בטיחות לילד עד גיל 8 מעוגן בחוק, כך אנו מאמינות כי המוצר PulseBaby צריך לבוא לידי חקיקה שכל הורה מחויב להתקין מוצר זה ברכבו.

-להפוך את המוצר להכרחי ומוטבע בנורמה החברתית הישראלית

*מטרות ויעדים:*

העלאת מודעות ופיתוח מוצר השומר על חיי ובריאות הילדים ברכב והקנייה של התנהגות רצויה של ההורים שתפעל למען הגשמת החזון.

### **3. חסמים**

**מחסום הצורך** - הצורך בקניית המוצר לשם שמירה על חיי ילדיך. צורך בסיסי להגנה והשגחה על ילדיך ושמירת על ביטחונם.

**מחסום מודעות** – מחסום המודעות מאופיין בשני אפיקים, הראשון מחסום המודעות לתופעת שכחת ילדים ברכב בחיי היום יום. אפיק נוסף הינו הכרת המוצר המונע שכחת ילדים ברכב ומחסום קנייתו. בעזרת הקמפיין, הצרכן יפתח מודעות לתופעה ויבין כי ניתן לשמור על חיי ילדיו בקניית מוצר והתקנתו ברכב.

**מחסום קבלת ההחלטה** - במחסום זה הצרכן עלול להיתקל בקשיי הנעה לפעולה בקניית המוצר, התקנתו והשימוש בו. אנו צריכים לספק מידע אודות התופעה וההשלכות הכרוכות בשכחת ילדים ברכב. בנוסף אנו נספק מידע על קיומו של המוצר, חנויות בהן ניתן לרכוש אותו, פירוט על התקנתו וחשיבותו.

**מחסום נגישות** - על מנת לעקוף מחסום זה, המוצר יהיה נגיש לציבור ויימכר בחנויות צריכה בסיסיות כגון, חנויות מזון, רכב, מוצרי תינוקות וחנויות דלק ברחבי הארץ. בנוסף לכך, מחירו של המוצר יהיה מסובסד על יד המדינה ולכן יימכר במחיר של 55 שקל.

**מחסום המחיר** - הצרכן משלם מחיר בעת פיתוח המודעות לאפשרות כי ישכח את ילדו ברכב והבנה כי אין חסינים לתופעה והיא עלולה לקרות לכל אחד. מחיר נוסף שמשלם הצרכן מתבטא בשינוי התנהגות חד פעמי של קניית המוצר, התקנתו, השקעה מזמנו וכספו הפרטי. מהראיונות שערכנו ניתן לראות כי ערך שמירת החיים עולה על מחיר האי נוחות והמחיר הכספי.

**מחסום ההתאמה** - ישנם הורים שלא ירכשו את המוצר בשל מחירו הכספי והקצאת זמן לקנייתו. אך מנגד המוצר מאפשר לקהל היעד פתרון יעיל לטווח ארוך, שמצריך ממנו קנייה חד פעמית של עלות שאינה גבוהה ומסובסדת השומר על חיי ילדיהם. המוצר מותאם לכל סוגי הרכב שבהם החלונות נפתחים ונסגרים באופן

אוטומטי בעת נעילת הרכב. אך גם ברכבים שאינם עונים על הגדרה זו המוצר ישמש רק באזעקה ובהתראה לבעל הרכב. בנוסף לכך הודעת SMS מגיעה לכל סוגי הטלפון הנייד. מחסום נוסף שיכול להוות בעיה הינו אצל ההורה, כאשר הודעת SMS תשלח אך בשל האופציה של מצב "השתק" ברוב סוגי הטלפונים הניידים, ההורה לא ישמע את ההודעה שנשלחה.

**איך:** השאיפה שלנו היא להפיץ את המסר והמוצר בצורה הטובה ביותר. לכן נפיץ סרטון פרסומת שיהפוך לוויראלי (<https://www.youtube.com/watch?v=QyF7caBmQvY#action=share>), את הסרטון נפיץ בעזרת הורים שונים מאוכלוסיית קהל היעד שלנו אשר ישתפו את הסרטון בקבוצות פייסבוק שונות בהן הם חברים, קבוצות המיועדות להורים לילדים שנמצאים בקבוצת הגיל בסיכון (גילאים 0-8) והמודעות לשכחתם ברכב יכולה להציל את חייהם. נבחרו קבוצות משמעותיות על פי אזורים גאוגרפיים רחבים ככל האפשר וכן קבוצות בעלות מספר פעילים גדול. קבוצות: מאמאזון, אימהות משקיעות, אימהות ירושלמיות והסביבה, אימהות מדברות מפגשי אימהות בצפון, אימהות ממודיעין, אימהות מחדרה והסביבה, אימהות קונות ביחד, אימהות בקריות, אימהות רמת גן גבעתיים, אימהות מפרגנות בנהריה והסביבה, אימהות מיבנה, אימהות למען אימהות, אימהות למען אימהות רמת גן גבעתיים תל אביב, הורים בחיפה, הורים לתאומים ולשלישיות, הורים לאחים צמודים, הורים מצפון ת"א הצטרפו אלינו.

בנוסף ניצור שיתוף פעולה עם בלוגריות, אושיות פייסבוק וארגונים אשר מפעילים עמודים או פרופילים פעילים ומתעסקים בנושא ההורות המשפחה והילדים כמו מיכל דליות, חלומות בחינוך, גננות בישראל, איך לגדל ילדים מאושרים סרטונים, הצינור, משרד החינוך, משרד התחבורה, אור ירוק. דפי פייסבוק של אתרים שונים בהם לרוב צופים הורים מאוכלוסיית קהל היעד - מאקו, וואלה, 0404, רשת.

מדיום נוסף שנפרסם בו הוא הטלוויזיה. סרטון הפרסומת לא יעלה על 60 שניות ובסופו תהיה הפניה לעמוד הפייסבוק. נתמקד בשידורו בשעות מסוימות, בשעה 19:58 ושעה 21:00. בערוצים מסחריים מרכזיים כמו ערוץ 2 וערוץ 10 שעות וערוץ 1 הציבורי.

כמו כן נשקיע בשיווק המוצר והפצת סיסמת הקמפיין, "שמים לב באוטו", באתרי אינטרנט שונים הנוגעים בנושאי הורות וילדים, גם במדורים מתאימים שהם חלק מאתר רחב יותר. נחלק סטיקרים אשר ניתנים להדבקה באחורי הרכב על מנת לקדם את סיסמת הקמפיין. בגלל האוריינטציה הטכנולוגית החזקה שיש לקהל היעד שלנו נוסף פרסומות פופ-אפ של כרזת הקמפיין. דוגמאות האתרים - ווינט הורים, וואלה הורות וילדים, מאקו בית ומשפחה, דיאדה, פורטל מועדון אמא.

### **מדדי הצלחה:**

על-פי ארגון "בטרים", משנת 2008 ועד 2016 דווח בתקשורת על 403 מקרים שבהם נפגעו או כמעט נפגעו 454 תינוקות וילדים שהושארו לבד ברכב. 22 מקרים הסתיימו במות הילד.

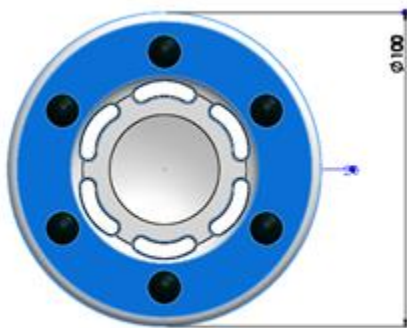
על מנת למדוד את הצלחת הקמפיין נעקוב במשך כשלוש שנים, מיום יציאת הקמפיין ועד יוני 2019 אחר מספר מקרי שכחת הילדים ברכב ורמת הפגיעה בהם – האם מתו כתוצאה מכך, נפגעו ברמה קשה או נשכחו ולא נפגעו. במידה ומספר המקרים ירד לעומת המדידה בשנים 2008-2016 ממוצע של 2.75 ילדים בשנה, נדע כי הקמפיין הצליח ועמד במטרתו – שינוי התנהגות והצלת חיי ילדים.

נמדוד את ההצלחה על פני שלוש שנים, ביחס למוות של 2.75 ילדים בממוצע בשנה המתים כתוצאה שכיחתם ברכב.



בנוסף נרצה למדוד האם רמת המודעות של הורים עלתה בעקבות הקמפיין ולכן נבדוק את היחס של ההורים לסיסמת הקמפיין "שמים לב באוטו" ולפרסומים השונים. כדי למדוד את ההצלחה בנושא נרצה לערוך סקרי רוחב תקופתיים, בין פעם בשנה לחצי שנה, בהם נשאל הורים מקהל היעד שלנו (בגילאי 20-40 עם ילדים מגיל לידה ועד גיל 8) מהו היחס שלהם לנושא זה. הצלחה תחשב כאשר הורים יפנימו את הנושא, יבינו כי גם הם יכולים לשכוח את ילדיהם באוטו והדבר יביא להנעה לפעולה בה הם ירכשו ויתקינו את המכשיר PulseBaby

### מכשיר PulseBaby:



# מעכשיו, שמים באומו



בטרם בשיתוף ארגון

לפרטים נוספים חפשו את דף הפייסבוק שלנו! 

## מקורות:

אפל-פנקס, א. (2016). מוצרים למניעת שכחת ילדים ברכב. אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך [http://www.beterem.org/download/files/00029891\\_2.pdf](http://www.beterem.org/download/files/00029891_2.pdf).

אליצור, ב. (ללא תאריך). תגובת "מלחמה או מנוסה". אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.baruch-elitzur.com/page0.html>.

טכנולוגיות למניעת שכחת ילדים ברכב - דף מידע, המרכז לטכנולוגיות חכמות בתחבורה. (ללא תאריך) אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.itsworldportal.com/%D7%9E%D7%A0%D7%99%D7%A2%D7%A0%D7%A9%D7%9B%D7%97%D7%AA-%D7%99%D7%9C%D7%93%D7%99%D7%9D-%D7%91%D7%A8%D7%9B%D7%91.html>.

ירון, ע. (16 נובמבר, 2011). האפליקציה הישראלית שתדאג שלא תשכחו ילדים באוטו. הארץ. אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.haaretz.co.il/captain/software/1.1568027>.

עיקרי דוח דירוג מידות, ספטמבר 2011, ארגון 'בטרם' לבטיחות ילדים. אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.beterem.org/download/files/00007313.pdf>.

פאר, י. (21 אוקטובר, 2012). סקירת אפליקציות: מי בא לגן. כיכר השבת. אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.kikar.co.il/%D7%90%D7%A4%D7%9C%D7%99%D7%A7%D7%A6%D7%99%D7%94-%D7%9E%D7%99-%D7%91%D7%90-%D7%9C%D7%92%D7%9F.html>.

שנער, ד. (2013). נייר עמדה – שכחה של תינוקות ברכב. הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים, עמוד 5. אוחזר 30 בספטמבר, 2016, מתוך <http://www.rsa.gov.il/Documents/Board.pdf>.

## נספחים:

### ראיון 1:

ראיון – שיכחת ילדים באוטו. מרואיינת – דלית.

תספרי לי בבקשה מי את, מה הגיל שלך, איפה את גרה, נשואה? כמה ילדים? מה הגילאים?  
דלית: דלית, בת 38, נשואה גרה ליד כפי"ס אמא 33 בנות בנות 14.5, 8, 3

מה שגרת היום שלך? את קמה בבוקר מתארגנת לעבודה, מפזרת את הילדים?  
דלית: ביום-יום, קמה בבוקר לוקחת את הילדים לבית ספר, חוזרת לעבודה, עובדת מהבית.

האם קורה לך שאת שוכחת חפצים באוטו? חפצים יכול להיות טלפון, תיק.  
דלית: קורה לי לפעמים שאני שוכחת את הטלפון באוטו.

באיזו תדירות? פעם בשבוע, פעם ביום? משאירה בכוונה?  
דלית: קרה כמה פעמים בודדות.

באיזה שעות בדרך כלל את לוקחת את הילדים?  
דלית: 15: 8, גם את הילדים של השכנים, יש לנו פול של ההורים. בצהריים חלק מהימים אני מחזירה בסביבות 2-3.

האם יש גורמים נוספים שלוקחים ומחזירים את הילדים?  
דלית: יש לנו פול של 3 אמהות שלוקחות בבוקר בימים קבועים אבל זה משתנה לפי הצורך, בצהריים בעיקרון אין פול אבל איך שזה מסתדר עם הצרכים והחוגים של הילדים, האמהות מסתדרות ומחזירות.

את עובדת הרבה עם אמהות צעירות וילדים, איפה את יודעת שבדרך כלל ממקמים את כיסא התינוק באוטו?  
דלית: אני עובדת עם אמהות לתינוקות ממש קטנים אז בדרך כלל שמים את הסלקל בכסא הקדמי, חלק שמים את התינוק בכסא הקדמי אבל כשנוסעים יותר משני אנשים אז התינוק מאחורה.

מה הפעולות האוטומטיות שאת עושה כשאת יוצאת ונכנסת לאוטו?  
דלית: נכנסת לאוטו, שמה את התיק לידי על הרצפה, את הטלפון שמה בתושבת, לפעמים שמה על המושב ואז אני יכולה לשכוח אותו, חגורה ונוסעים.

את מדברת עם הילדים תוך כדי הנסיעה? את מסתכלת במראה האחורית? יוצרת קשר ואינטראקציה תוך כדי הנסיעה? גם אם זה נסיעות קצרות, גם אם זה נסיעות ארוכות?  
דלית: אני משתדלת לנצל את הנסיעות לדיבור עם הילדים להתעדכן לשמוע לענות על שאלות, לפעמים סתם הסברים ודיונים שלא קשורים למשהו ספציפי, כן מסתכלת הרבה במראה.

שמעת על מקרים של שיכחת ילדים באוטו? זה מוכר לך?  
דלית: הנושא מוכר, לשמחתי לא פגשתי מישהו שקרה לו.

מה את עושה כדי למנוע אפשרות של שיכחת ילדים באוטו, גם כשהילדים היו צעירים יותר?  
דלית: קודם כל מפחדת מאוד כי אני יודעת שזה יכול לקרות לי. מי שחושב שזה לא יקרה לו הוא דווקא בסכנה יותר גדולה שזה יקרה לו. אני מתה מפחד שזה יקרה לי, אין לי משהו, אני בודקת שוב ושוב.

את מכירה תשדירים ברדיו שפורסמו למניעת שיכחת ילדים? שמעת באוטו?  
דלית: ברדיו לא שמעתי, ראיתי תשדירים בטלוויזיה,

הנושא של שיכחת ילדים עולה בשיח החברתי שלך? במשפחה בחברים?  
דלית: כן, עולה אחרי שיש מקרים כאלה. וגם לא רק. משהו שעולה מידי פעם, בתור חברים עם הרבה ילדים זה משהו שתמיד מפחיד את כולנו.

שמעת על מוצרים שיכולים למנוע או לצמצם שיכחת ילדים באוטו? אם כן אז איזה מוצרים?  
דלית: שמעתי על דברים כאלה מה שמפורסם על כל מיני פטנטים של לשים את הטלפון, לקשור את המפתח של האוטו בחוט, ללכת עם נעל אחת מאחורה שזה לא חוק. האמת שלאחרונה משהו שראיתי אבל לא שמעתי עליו פרסום על האוטו של השכן זה שהוא שם על הדלת האחורית מדבקה "חנית אחרי, אל תשכח את הילדים מאחוריך".

את לא משתמשת במוצרים כאלה, הילדים שלך כבר גדולים.  
דלית: נכון.

שמעת על אירגון בטרם?  
דלית: כן, מכירה מאוד, נעזרתי בו בנושא של בטיחות וזהירות בדרכים.

אם היה מוצר שמבטיח מניעת שיכחת ילדים ברכב, היית קונה אותו? את יכולה להתייחס גם לגבי עכשיו וגם לגבי הזמן שהילדים היו קטנים. מה המחיר שהיית מוכנה לשלם עבורו?  
דלית: יש לי בעיה עם עזרים כאלה כי אני חושבת שזה עלול להוריד את העירנות של ההורים. עוד מישהו אחראי. זאת אחת הסיבות שלא השתמשתי ב"בייבי סנס", גם כי יש לו הרבה אזעקות שווא. לא בטוח שהיית קונה אבל השיקול לא היה שיקול כספי. אם הייתי מחליטה שאני צריכה את זה כל סכום שהיה צריך הייתי מוציאה.

אנחנו רוצות לטפל בתופעה הזו, לשווק עם ארגון בטרם איזשהו מוצר שיעזור למנוע שיכחת ילדים ברכב באופן קבוע, בעל חיישן דופק, שברגע שאת מכבה את האוטו החיישן קולט דופק ומתריע לבעל הרכב על ידי אסמס ובנוסף הוא מוריד את הטמפ' של הרכב בעזרת מאווררים שיש על החלונות. לדעתך מוצר כזה יכול להיות יעיל? הוא יכול לצמצם את התופעה? היית רוכשת מוצר כזה?  
דלית: יכול להיות טוב בעיקר אהבתי את הרעיון שהוא לא רק מודיע אלא גם מקרר את האוטו. מצד שני זה

שהוא מבוסס על דופק יכול להיות בעייתי כי אם מישהו לא שומע זה יכול להיות מאוחר, או שהדופק חלש, זה יכול להיות בעייתי ועלול לא לפעול כמו שצריך.

אבל מבחינת המוצרים האחרים שאת מכירה, זה נראה לך משהו שיכול להיות יותר יעיל? דלית: כן. ראיתי בטלוויזיה מוצר שמבוסס על חיישן ששמים על הכסא, ברגע ששמים את הילד הוא נטען ויש לו רשימה של הודעות, הוא מודיע לנהג, אחרי זה למשפחה ואחרי זה למשטרה.

את שמעת על חוקים בתחום הזה של שיכחת ילדים? דלית: לא שמעתי על חקיקה אבל אני כן יודעת שהורים שכבר קיבלו את העונש שלהם לא מקבלים עונש נוסף.

את שמעת על הצעת החוק שמחייבת את הגננות ליצור קשר עם הורים שילדיהם לא הגיעו לגן? דלית: שמעתי. לגמרי מתנגדת. מכל הסיבות. זה להעמיד לדין את הש.ג. עוד פעם משהו שעלול להוריד את מידת העירנות של ההורה, הגננות, זה שעות שהן כל כך עסוקות וזה לא ריאלי כי תווך ההגעה של ילדים לגן 7 וחצי עד 9 בשלב כזה ילד יכול להיחנק כבר חמש פעמים באוטו. אילו הייתי גננת והיה יוצא חוק כזה, באותו הרגע הייתי מפסיקה להיות גננת.

חשבת על רעיון אחר, איזשהי מערכת אוטומטית. אפשר לעשות את זה עם הגננות אם יש כוח אדם מישהו שזה התפקיד שלו אבל במצב היום שיש גננת עם סיעת על 35 ילדים זה לחלוטין לא ריאלי. כן חשבת על מערכת לשים בגן שכל הורה שנכנס צריך להחתים כרטיס לאשר שהכניס את הילד לגן, זה גם יהיה בונוס כי יגרום להורים להפסיק להוריד את הילדים בשער, ויכנסו איתם כמו שצריך. הגננת רק תאפס את אלו שהודיעו שהילדים לא מגיעים, בונוס נוסף זה שהורה שלא הודיע יקבל התראה.

את חושבת שיש איזשהו סיכוי שאת תשכחי ילד באוטו? דלית: כן. זה פחד, אני לא יודעת כמה הוא ריאלי אבל אני מתחזקת אותו כי אני חושבת שהוא שומר עלי.

ראינו את הסירטון של חיים כהן מבשל פיצה באוטו. מה ראית? מה את מרגישה כלפי זה? זה זיעזע אותך? דלית: בפעם הראשונה שראיתי את זה, כי ראיתי את זה כבר בעבר, זה היה מזעזע המחשה טובה. אני חושבת שזה ברמה העקרונית דוגמא לסרט שיכול לזעזע בלי להראות תמונות מזעזעות. אני חושבת שזו המחשה ברורה מאוד למה שקורה והדימיון של האנשים יכול לרוץ קדימה.

את חושבת שסירטון כזה יכול להעלות את המודעות? שהוא ישב בראש לאנשים והם תמיד יזכרו, גם אם זה רק להשאיר לרגע, לקפוץ שניה לדואר, את חושבת שהוא ישנה משהו אצל אנשים סרטון כזה? דלית: ברמה כללית אני חושבת שזה סירטון שישאר וישפיע ואני חושבת שאפילו לדעתי ישאר יותר טוב מסרטון עם תמונות אימה, כי סרטון עם תמונות אימה אנשים רוצים להדחיק אותו.

ראינו את הסירטון השני, מה ראית? את חושבת שזה מזעזע? מה יותר זיעזע אותך? איזה סרטון? דלית: הסרטון מזעזע אבל הוא ארוך מידי, מבחינת העברת מסר הוא לא טוב, ארוך מידי, מייגע, לדעתי יוצר תגובה של "עוד פעם כזה". דווקא הסרטון הראשון שהוא שונה ופוגע בול בנקודה, ולדעתי הסרטון של הפיצה יותר טוב. אני חושבת שגם מי שקופץ לרגע אומר שזה רק לרגע ולא לקניות שלמות.

לפי מה שאני מבינה, לסרטון של חיים כהן תהיה השפעה יותר גדולה.  
דלית: אני חושבת שיותר יסתכלו ויותר יזכרו. תהיה לו השפעה יותר משמעותית.

באיזה כלי תקשורת לדעתך הכי כדאי להפיץ סרטונים ומסרים? רשתות חברתיות/טלוויזיה/רדיו עיתון/  
אינטרנט? איפה לדעתך זה יהיה הכי משפיע? איפה תהיי הכי חשופה לזה?  
דלית: אני זו לא דוגמא, אני בקושי רואה טלוויזיה, אבל רוב האנשים כן רואים טלוויזיה אז אני מניחה  
שסרטונים בטלוויזיה או בחדשות.

את לא חושבת שאמהות צעירות יותר יראו את זה בפייסבוק? קבוצות? רדיו?  
דלית: כן אני חושבת שבמקומות של 'הורות', משחקיות ילדים למשל. למרות שאף אחד לא ירצה לקלקל את  
האווירה שם אבל אני חושבת ששם זה יותר יעבור לקהל, בקבוצות פייסבוק של הורות פורומים קופות חולים.

## ראיון 2:

-מה שמך?

-אופיר

-מה הגיל שלך?

-38

-איפה אתה גר?

-איפה אתה גר?

-בגילה, ירושלים

-מה הסטטוס שלך?

-נשוי 3+

-מה הגילאים של הילדים שלך?

-6 וחצי, 4 חצי, ושנתיים

-מה שיגרת היום שלך? איך אתה פותח את היום שלך?

-מארגן את הילדים בבוקר, יוצאים לגנים ולבתי הספר והולכים לעבודה

-האם קורה לך שאתה שוכח חפצים באוטו?, אם כן באיזה תדירות?

-קורה שאני שוכח חפצים באוטו, לעיתים רחוקות, וזה דברים שיש לי בתוך הפגז'.

-מתי אתה לוקח את הילדים ומחזיר? מה השעות?

- לוקח את הילדים בבוקר, יוצא ב7 וחצי, אנחנו מפזרים את הילדה הראשונה בגן, הילדה השניה במעון והילדה השלישית בבית הספר.

-יש עוד גורמים שלוקחים ומחזירים את הילדים? סבא, סבתא, בביסטר, אחים

-יש סבא וסבתא שלפעמים לוקחים בצהריים, ומחזרים מהבית הספר או שמעיין(אישתי) שמחזירה כל הזמן.

-הכין ממוקם כיסא התינוק שלך ברכב?

-שני הכיסאות של הילדים ממוקמים מאחורה

-בצד באמצע?

-בשני הצדדים

-מה הפעולות האוטומטיות שאתה עושה בכניסה ומהיציאה מהרכב?

-אוקי, אז שאני נכנס לרכב אני תמיד פותח את החלונות, שהתחלף האוויר בתוך האוטו, אני קושר את הילדים, שם את התיקים שלהם ליד הכיסאות שלהם ושם את התיקים שלי גם מאחור, ואז אני מפזר את הילדים כל אחד למקום, שאני מסיים עם האחרון אני לוקח את דברים שלי ושם אותם מקדימה.

-האם אתה מדבר עם הילדים בזמן נסיעה? אתה מסתכל במראה הקדמית למשל

-הנסיעות שלי הם די קצרות, בדרך כלל אנחנו שמים שירים של הילדים או שאנחנו מדברים קצת וזהו ויורדים למוסדות

-האם שמעת על מקרים של שכיחת ילדים באוטו?

-כן שמעתי

-מה שמעת?

-שמעתי למשל, שיש בנאדם שישאיר את הילד שלו באוטו ורצה עלות לנוח לכמה דקות ודברים כאלה, והאוטו חנה אומנם ברחוב סואן אבל לא שמו לב שהילד נמצא שם, רק אחרי כמה שעות, שהוא הוא ירד וראה שלא בין החיים.

-האם אתה עושה פעולות שנעשות על ידך למניעת שכחת ילדים באוטו?

-אני חושב שהדבר היחיד שאני עושה זה שם את התיקים שלי מאחורה, ואז אני זוכר שאני צריך לקחת אותם איתי מן הסתם. אני מעביר אותם קדימה ואז אני יודע שכולם פוזרו. ובלי כל קשר לפני שאני מתחיל לנסוע



לכיוון העבודה אני מסתכל אם לא שכחתי איזה תיק או ששכחתי משהו באוטו שהילדים צריכים ואז אני רואה שהכל בסדר.

-האם אתה מכיר תשדירים למניעת שכחת ילדים אוטו?

-לא, לא ראיתי

-ברדיו? בטלוויזיה?

-שמעתי ברדיו משהו קצר אבל לא ראיתי מעבר לזה

-האם הנושא של שכחת ילדים באוטו עולה בשיח החברתי שלכם או בשיח המשפחתי שלכם, משפחה חברים? אתם מדברים על זה?

כן, אני חושב החלק הזה של לשכוח ילדים זה מאוד חשוב להקפיד לא לעשות את זה, אני חושב זה גורם מלחץ והמצב של היום שבו אנשים נמצאים שיש להם הרבה משימות או בבוקר או בצהריים וזה קורה להם. המציאו עכשיו הרבה שיטות שאפשר לעשות דברים, לשים את הפלאפון מאחורה, או לשים אזעקה, לוודא שכל הילדים יוצאים וכו', אני חושב שיש פה אחריות של ההורים שברגע שהוא נכנס לאוטו, הוא צריך להיות ממוקד, לא להתעסק עם הפלאפון, להתעסק עם הילדים, להתעסק עם המסלול של הנסיעה, אני לא חושב שזה צריך לקרות, אני חושב שאפשר למנוע את זה. לעוד רגע אחרון שאתה מסתכל באוטו ואתה מסתכל אחורה ורואה, לפני שאתה יוצא למרות שאתה ממהר, כי זה לא ישנה את זה אם תאחר בחמש דקות או בעשר דקות האיחור הוא עדין איחור.

-האם שמעת על מוצרים שיכולים למנוע/ לצמצם את השכחה ?

-שמעתי על איזה מכשיר שהוא צפצפה כזה שכל פעם שאתה יוצא מהאוטו אז הוא מצפצף ונותן לך התראה לבדוק אם יש מישהו מאחור.

-האם שמעת על ארגון "בטרם"? מה המטרה שלו? איך הוא פועל?

-לא

-ארגון בטרם זה ארגון שפועל למען בטיחות הילדים, זה ארגון שהתפקיד שלו, במטרה שלו זה בעצם לעלות את המודעות לבריאות של ילדים.

-אם יהיה מוצר שמבטיח מניעה של תופעה של שכחת ילדים באוטו האם היתה קונה אותו?

-אני לא בטוח, כי אני לא חושב שצריך להגיע למצב הזה של לשכוח את הילדים, ברגע שאתה סוגר את האוטו, אתה יודע שהוצאת את כל מה שאתה צריך מהאוטו, אין סיבה שהילדים ישכחו שם.

-ואם למשל היו מכריחים אותם לקנות מוצר כזה, המדינה, או שהייתה רואה שזה באמת יכול למנוע, מה המחיר שהייתה מוכן לשלם עבורו?

-בשביל לשמור על הילדים שלך אין מחיר, כזה שזה יעלה זה יעלה, זה כמו שעכשיו אנחנו משתמשים בכיסאות של הבטיחות, על פניו לא חייב להשתמש בכיסא הזה, מבחינת החוק אתה חייב, אבל יש הורים שלא שמים את הכיסאות ואז הבטיחות של הילדים שלהם נפגעת .

- אני אספר לך עכשיו על מוצר אני אשמח שתגיד לי מה אתה חושב עליו ובאיזה עלות היית קונה אותו. אם היה מכשיר שמותקן באופן קבוע באוטו וזה בעצם חיישן דופק, שלאחר נעילת האוטו, אם החיישן הזה קולט דופק הוא מתריע לבעל הרכב על ידי SMS ומדליק את אזעקת הרכב. בנוסף הוא מוריד את הטמפרטורה ברכב על ידי מאווררים וכך בעצם החום באוטו יורד. האם לדעתך זה מוצר יעיל?

-כן, זה יכול להיות מוצר יעיל.

-הוא יצמצם לדעתך את תופעת השכחה? או האם יש לדעתך מוצר שיכול להיות יותר טוב?

-אני חושב שהוא יצמצם את התופעה וגם לפחות אותו בנאדם מרוויח זמן מבחינת הנתונים באוטו שהחום יורד, אז הילדים לא יכולים להפגע, או לצמצם את הזמן שהם יפגעו. כמה שזה יעלה זה, אין לזה מכיר, כי עוד פעם הילדים הם חשובים ובשביל הילדים אתה תקנה את הכל. במיוחד בשביל הבטיחות. לא עולה לי איזה קו מחשבה על איזה מוצר אחר, אבל המוצר הזה הוא מוצר חשוב.

-האם שמעת על חוקים בתחום של שכחת ילדים? חוקי ענישה?

-אני חושב שאחד הדברים שתמיד אומרים זה שההורים נעשו מספיק מזה שהילד שלהם הלך, שזה מצד אחד מאוד נכון, מצד שני, שזה עדין חיי אדם, זה כמו הריגה לכל דבר. וכמו שאנחנו נמנעים מלעשות דברים כאלה, ואנחנו דואגים לשמור על החוק, ואותו דבר הזה תהליך הזה, זה לא משהו שהוא בקל דעת או משהו כזה. גם כאן צריך לתת את הדעת וגם את העונש כי לפעמים זה מה שמרתיע.

- את מודע להשלכות שיש בחוק הענישה?

-לא

-האם שמעת על הצעת חוק המחייב את הגנות לצור קשר עם ההורים שילדיהם לא הגיעו לגן?

- שמעתי על זה, לא חושב שזה אפקטיבי, כי מה שקורה הוא שברגע שהגנת מגיעה לגן יש לה בין 30 ל-35 ילדים שנמצאים. יכול לקרות מצב שההורים מאחרים בבוקר ומגיעים קצת אחרי הגנת, יכול להיות מצב שהילד חולה ולא יגיע לגן. פחות אפקטיבי ברמה הזאת שהנטל צריך לפול על הגנת אן על הסייעת או בכלל על התחום הלימודי. מי שצריך להיות אחראי זה ההורים. ההורים יכולים להתקשר אחד לשני בבוקר, ברגע שמסתיים הסיבוב של הילדים, אותו אמא או אבא שנמצא כבר בתוך המשרד יכול להתקשר לוודא שהכל בסדר.

-האם אתה חושב שיש סיכוי שאתה תשכח את ילדיך באוטו?

- יש סיכוי לכל דבר, השאלה היא איך אנחנו דואגים שזה לא יקרה.

-אוקי, עכשיו הראתי לך סרטון של חיים מבשל! מה דעתך על הסרטון זה ?

-לדעתי הסרטון כן מעביר את המסר אבל לא מספיק, זאת אומרת הוא כן פונה לרציונל וכן נותן חומר למחשבה. אבל הוא לא מספיק מרטיע

-אוקי, הסרטון השני שראית ? הסרטון שבעצם שחכו את הילד באוטו, איך הרגשת?

-הסרטון הזה הוא יותר טוב , חשוב שכל ההורים יראו אותו, הוא באמת נותן יותר תמונה , מה הילד יכול לחוות בתוך האוטו, זה אמור יותר להפחיד, זה אמור יותר להרתיע, במיוחד עכשיו בקיץ, שהחום יותר חזק, אז אחד הדברים, אם יקרינו את הסרט הזה, הסרטון הזה כל ערב להורים אני חושב שזה יכנס לתת מודע שלהם.

-ואתה חושב שיש השפעה גדולה יותר לסרטון שבעצם פונה לרגש , להפחדה ולא לסרטון דווקא לרציונל?

-כן, אני חושב שאנחנו די מונעים רוב הזמן, בחיי היום שלנו אנחנו מונעים מרגש ומהרגשות שלו, אם זה מהפחדה, אם זה רגישות, עצבות, שמחה. אני חושב שפה, ברגע שמפחידים את הבנאדם אז אנשים פשוט שמים לב יותר לדברים

-אם יש פעם סרטון נוסף שראית על שכחת ילדים באוטו? של זהירות של ילדים? דברים כאלה ? שבעצם נגע ללבך, שזכור לך, שאתה אומר זה סרטון שבאמת זכור לי ואני, מה שנקרא, משנן אותו בתת מודע?

-זה לא לילדים קטנים, אבל כן ראיתי פעם סרטון שמדבר על ילדים שצריכים לחצות את הכביש, לא חוצים לבד עד גיל 9. וראו מה קורה ליד שחוצה , שנמצא בגובה של המכונית וניסה לחצות. וזה היה די מפחיד ואנחנו מקפידים על זה לא לשלוח את הילדים במעבר חציה בלי מבוגר.

-איזה מדיום לדעת צריך להפיץ את זה , את הסרטונים האלה ?

-היום גם בטלוויזיה וגם אינטרנט

-ולדעתך ברדיו, זה משהו אפקטיבי

-לא , כי התמונה הרבה יותר טובה מרק קול. התמונה, ברגע שרואים את התמונה זה נכנס הרבה יותר טוב לזיכרון במוח . ויש לך את התמונה הזאת כל הזמן.

-כשאתה גולש באינטרנט ואתה רואה סרטון כזה וכתוב בפייסבוק, סרטון למניעת שכחת ילדים באוטו, אתה תכנס לזה?

-בטוח שאני אכנס בגלל שאני הורה. אם לא הייתי הורה אני מניח שלא הייתי מסתכל על זה.

-יש לכם כל מיני קבוצות, קבוצות ווצאפ עם הורים אחרים, או מדיום אחר שאני , מישהי שאין לה ילדים, יכולה להיכנס לתוך המדיום הזה ובעצם להפיץ מסרים כאלו?

- יש לנו ווצאפ יותר על הגננת שהיא זאת שנותנת לנו טיפים ועצות , אבל זה לא משהו שאפשר לעבור מעבר לזה. אני חושב שדווקא, סרטונים קטנים שמופיעים לאנשים תוך כדי שהם גולשים באינטרנט, גם אם הם לא הורים, יכולים למשוך את תשומת הלב שלהם ולתת להם חומר למחשבה תוך כדי.

-תודה

### ראיון 3:

1. איך קוראים לך? קסניה. בת כמה את? 31 עוד מעט. איפה את גרה? במודיעין. מה הסטטוס שלך?  
גרושה פלוס שלוש. כמה ילדים יש לך? 1. בת כמה היא? 3
2. מהי שגרת היום שלך? לקום בבוקר, להביא ילדה לגן, לחזור הביתה ולעבוד ולבשל ולסדר את הבית, לקחת את הילדה מהגן, להיות איתה, האבא חוזר העבודה (אבא של הילדה), מדברים משחקים עם הילדה, אוכלים ביחד, יוצאת להליכה, משכיבים את הילדה, אני ממשיכה לעבוד, האבא של הילדה הולך לראות טלוויזיה
3. האם קורה לך שאת שוכחת חפצים באוטו? ואם כן באיזה תדירות? שאני הייתי צריכה לקחת אותם הביתה במקום להשאיר אותם? לא נגיד את עכשיו יוצאת מהאוטו, נכנסת לקניון ופתאום נזכרת ששכחת את התיק באוטו, או את הפלאפון? לא לא דברים כאלה לא קוראים לי הרבה
4. באיזה שעות את לוקחת את הילדה שלך מהגן? ומתי את מחזירה אותה הביתה? אני לוקחת אותה 4:40 אחרי צהריים מהגן. ולגן? לגן, בין 9 ל 10 וחצי
5. האם יש אנשים נוספים שלוקחים את הילדה לגן? כמו בייביסיטר, סבאסבתא, דודים, אחים. אף אחד. רק את? רק אני.
6. היכן ממוקם כיסא התינוק ברכב? מאחורה. באיזה מושב? באמצע
7. מהם הפעולות האוטומטיות שאת עושה בכניסה והיציאה לרכב? בכניסה לרכב- הדלקה של מנוע, חגורה לשים, קוד כמובן לפני זה, מתניעה את האוטו אוטומטית... האמת רוב הנסיעה היא די אוטומטית. רוב הנסיעה עצמה. וכשהתינוקת מעורבת בנסיעה? האמת הסוגר של הכיסא שלה קצת בעייתי אז הוא אף פעם לא הולך אוטומטית, תמיד הוא דורש תשומת לב נוסף. איתה מעט דברים אוטומטיים כי היא הגיל 3 בעייתי, אז זה אף פעם לא הולך חלק. תמיד יש הרפתקאות בדרך איתה. או שהיא בוכה או שהיא רוצה משהו או שהיא לא רוצה משהו. אבל בכללי בדרך כלל שאת נכנסת איתה לרכב, איך את פועלת? שמה תיק שלה על המושב לידה, זה אולי דברים קצת... יותר אוטומטי. איך אני פועלת? אני פותחת את הרכב, משאירה את המפתח... פותחת את הרכב שמה דברים על הכיסא מקדימה, תיק שלי פלאפון ארנק, ומפתח של האוטו או שמשאירה אותו בדלת