

# מהו היחס הנכון אל מסע החסכון

תשובה לרס"ג יואל על רשימתו „חסכון בכל מחיר — לאי חשוב כמה שיעלה“.

הושמעו, אך גם המעט שצוטט כאן\* יש בו כדי להעיד עדות בעלת משמעות רבה. לא אתיחס כאן לכל „העובדות“ שצינת, כגון יחידות מהן נבצר לבצע משימותיהן בשל מחסור בדלק לרכב, כי מוטב שישפוט הקורא עצמו. אומר רק זאת, כי האמצעים הגיתנים ליחידה לביצוע משימותיה נקבעים להלכה ולמעשה על-ידי גורמים רבים עמם נמנים אנשי אפסנאות, אג"מ, כספים ואחרון נכבד — הכנסת.

לסיכום נראה לי שתרמת תרומה רבה בעצם פתיחת הויכוח ומאמין אני שתוכל לתרום עוד הרבה מעמדת ההשפעה בה אתה נמצא על-ידי חינוך הסרים למשמעתך, והשקעת מחשבה לשיפור מתמיד של המצב ביחידתך וכן על-ידי הגשת הצעות יעול ענייניות לשיפור החסכון בצבא.

אם גם איני שייך לעוסקים במלאכת הפר"סומת, תקוה אני כי התכתבותנו זו תרמה תרומתה למסע הצנוע לחסכון ואסיים בדברי ריך הקולעים:

„הבה נפשפש איש איש במעשינו ונראה מה אנו יכולים לעשות, כל אחד בתפקידו, לשם קימוץ וחסכון“.

רס"ג נתן

\* מכתבו של רס"ג נתן מכיל, למעשה, חוות-דעת נוספות.

האם פעם עלה בדעתך להציע להכרה מס' חרית לצמצם או לבטל את הפרסומת ועל-ידי כך לחסוך כספים רבים? מדוע סובר אתה שפרסומת, המעודדת להוציא כספים היא בעלת השפעה ואילו פרסומת המעודדת חסכון כספים גטולת השפעה הנה?

שלא נפסיק במקום זה בדרושה שלנו ונשמע מה פני ציבור החיילים? משום שהנשוא ענין אותי נגשתי אל הפיקוח המשקי של משרד-הבטחון, אשר מסר לי על מעין חקר זוטא של דעת הקהל, ממנו אמסור להלן דוגמאות ספורות:

„הפרסומים מזכירים לחיילים שיש לחסוך גם בדברים קטנים ופעוטי-ערך, כביכול“.

סמל מ. י.

„יש להגביר את הפרסום...“

רס"ג ר. א.

„דרך החסכון בפרסומים היא לפי דעתי מקורית ביותר. השיטה מעניינת...“

ר"ב ב.ר. ד.

„ממליץ להמשיך במסע הפרסומת“.

רס"ל מ. ח.

„נראית לי כהתקדמות היובית הצורה החדשה של הפרסומת הדרושה השתתפות פעילה של החייל במבצע...“

סרן ב. א.

קצרה היריעה מלצטט את כל הדברים ש-

„הבה נפשפש איש איש במעשינו ונראה מה אנו יכולים לעשות, כל אחד בתפקידו לשם קימוץ וחסכון“.

כך סיימת רס"ג יואל, את רשימתך ובמקום זה אני מבקש להתחיל. בעצם, אין מתאימים דברי סיום אלה למכתב כולו בו הנך מתגרה באנשים העושים מאמץ כן לקימוץ וחסכון ולניצול יעיל של האמצעים העומדים לרשות צה"ל. אף הלצות, כגון דברי האפי-סנאי המקדים פני באים ב„בוקר טוב — אין!“ ונקלטו אצלך כעובדות ומציאות — והן ידוע לכל כי זו הלצה בלבד ולא „תור-צאה של הכשרה מקצועית“.

אך כאמור בשל הסיום ראוי המכתב כי אתי-יחס אליו. דומה, כי קריאתך להגברת החסכון, כפי שבאה לביטוי במכתב, הנה ללא ספק אחת מספיקי מסע הפרסומת הצנוע. רס"ג יואל, אתה עצמך — בעל כרחך, אור-לי — „נדבקת“ בפרסומת ועל כן כתבת מכתבך.

אך כיום — אין זה מפליא עוד איש. העור-לם הנאור הבין זה כבר את ערך התעמולה והפרסומת ביחסי החוץ, שליטה בעמים, מס' חר, עידוד למעשים נשגבים כהפרכת שממות, עזרה לזולת ועוד. תוצאות התעמולה אינן ניכרות מיד, אך השפעתה הנה בבחינת „שלה לחמך...“ כי ברוב הימים תמצאנו.

## תגובה על התשובה

„המחקר“ הזה, מה, למשל, היה ניסוחה המדויק של השאלה שהוצגה? הרי ידוע מה רבה ההשפעה של נוסח השאלה על תוכן התשובה (כולנו מכירים את השאלה „האם הפסקת כבר להכות את אשתך?“...).

מכל מקום עצם העובדה שכל התשובות המצוטטות מחייבות את מסע התעמולה ואומרת דרשני. מול הציטטות הנ"ל יקל להביא דיעות נוגדות. בעקבות מאמרי שמעתי הרבה תגובות המצדיקות את דברי, אך לא אלאה את הקורא בהן.

ולבסוף אני מסכים במאת האחוזים לציטטה אחת שנשחררבה לדברי איש ריבי — „דרך החסכון בפרסומים היא מקורית ביותר“. באמת, הבה נחסוך בפרסומים!

רס"ג יואל

האפסנאות אינו מכיר את הויכוחים וה-התרוצצויות הדרושים להשגת ציוד. דומני שגם כאן מותר להאמין ללקוחות. האמרה: „הלקוח תמיד צודק“ — לא בצה"ל הוט-בעה.

רס"ג נתן טוען בצדק שהכל עוסקים היום בפרסומת אך שכח שהפרסומת המסחרית למיניה באה דוקא להגביר את הצריכה ולא לצמצמה. תעמולה שמטרתה מניעה היא קשה הרבה יותר. אסור שבעיני אלה הצריכים להיות מושפעים על ידה תהפך היא, התעמולה, לעיקר בעוד שהנושא אותו היא באה לשרת, נשכה; וזה — כך אני הושש — בדיוק מה שקורה עם פנקס בולי החסכון.

רס"ג נתן מצטט „מחקר זוטא“ שנערך כדי לעמוד על דעת הקהל בענין התעמולה. חבל שלא מסר יותר על השיטה בה נוהל

לא היתה לי כל כונה ל„התגרות באנשים העושים מאמץ לקימוץ וחסכון“ — אדרבא, אני הושב גם את עצמי לאחד מאלה על אף שאינני איש אפסנאות (אמנם, אין לי אותו בטחון שיש לרס"ג נתן, כי שאיפתי לחסוך היא מספיקי מסע הפרסומת הצנוע; אך יתכן שאני טועה בהערכת עצמי ורס"ג נתן מטיב לשפוט אותי ואת נטיותי).

כונתי היתה לחלוק על הדרך בה מנסים לחסוך ולחנך לחסכון.

האפסנאי האומר „בוקר טוב — אין!“ אמנם מתבדה, אך בדיחה נקלטת רק על רקע מתאים. מדוע הוא אינו מקדם את פניך ב„בוקר טוב — יש!“? ישאל נא רס"ג נתן את לקוחותיה של האפסנאות ויוכח מה רבה הקבילה על הגישה המחייבת השארת ציוד על גבי מדפים במחסן. מי מלקוחותיה של