

זיהומים, פרסומים ותוכניות רדיו לילדים

פרסום

נכון שאני כגבר נהנה לראות רגל נאה של נערה מחוטבת בפרסומת. אולם, אף רגל חשופה לא תגרום לי לרכוש רכב ושום פנים מחויכות או צבע שיער בלונד לא יגרמו לי לרכוש דירה, אפילו לא חבילת חיתולים.

אני מבקש שכל פרסום בו יופיע רגל צעירה ילווה בחלק אחר, צמוד, של אותו פרסום בו אראה רגל שעירה, נפוחת ורידים מסוידים וזקנה. אני מחייב שלכל פרסום עם בעלת שיער בלונד יוצמד פרסום של אותה חברה עם תמונה של שיער שחור, חום או ג'ינג'י.

והאמת, עדיף בלי לערב תחומים: קניתי ואקנה מה שנחוץ וטוב לי (אני מקווה), לא מה שמושך את עיני הזנותית. כל חיי אני מתנזר מלקנות מוצרים או שירותים שהמציעים מפרסמים לגביהם רגליים, כתפיים, חזה או חיוכים¹. לא קניתי ולא אקנה כלום על סמך פרסום או סיסמה: תמיד אני מעדיף לערוך סקר במידת יכולתי וידיעותי, במקום להיענות לתיפוף סיסמאות, שהן בודאות לפחות שקר חלקי.

בתחילת המדינה, הסוחרים הסתפקו במודעות טקסט והכלכלה הצליחה להתפתח ומספרים לי שאנשים רקדו ברחובות בכל הזדמנות. היום... הפרסומות בוטה הרבה יותר והמסחר מפגר אחרי התפתחות הפרסום. האם גודש מביא לרוויה ולאוושר², או דווקא לסבל, לאומללות בגלל חוסר שביעות רצון, ולקנאה – ובנוסף מדרבן אינפלציה? כמה מכשירים מאותו סוג אפשר לרכוש, מעבר לאחד הנחוץ או הרצוי כי הוא מקל על חיי באמת?

לא אראה שידור, לא אקנה עיתון, לא אשמע תחנת רדיו ולא אצפה בשידור מרשתת או נייד בהם פרסומות עולות על רבע מהזמן או הפרסום. לא אראה שידור ולא אשמע שידור בו אותה פרסומת חוזרת בהפרש של פחות משעתיים. זמני יקר לי, דעתי מגובשת, פרסום לא ימנע ממני לבצע סקר שוק כשאצטרך. זיהום מוחי, עיני ואוזני בפרסומות דוחים אותי מהמוצר או השרות מתפרסמים שוב ושוב, שוב ושוב, ועוד פעם.

למעשה, פרסומות מיועדות בעיקר לעשירים, לעשרה אחוז מהצופים והשומעים³: חסרי יכולת לרכוש מכונית יוקרה מזהמת, בית שרק האלפיון העליון כלכלית יכול לרכוש (בחור"ל!), מכונת קפה מיותרת וכדומה מזמנים לקנא. טוענים שקנאה מדרבנת רכישות – אולי נכון אצל חלשי אופי או בעלי יצר נחיתות בלתי נשלט. ברצינות, הקנאה מועילה לקיימות החברה? או אולי היא קריאה סמויה לשינוי משטר או למעשים פליליים? בעיתון, אפשר לדלג דף; ברדיו או בטלוויזיה, איך אפשר להאיץ את השידור עד למה שהתכוונתי באמת לשמוע או לראות, בלי לסבול את האלימות הנוחתת עלי בבריונות? בנייד, כאשר אני רוצה להזמין דחוף מונית לטרם, איך אפשר לבטל את הפרסום הטורדנית... שלוקח לו חצי דקה יקרה לעלות לאוויר ומאריכה את כאבי?

¹ זהו כלל אצלי: אם יש חלופה מתאימה, איני קונה כלום מחברה המבזבזת את רווחיה בפרסום במקום בשכר עידוד לעובדיה.

² למדתי שאושר מושג בתוך הצבת גבולות ולא במרדף אינסופי אחרי "עוד". הפרסומות גורמות לרוב רק לאינפלציה, ובסוף התהליך האינפלציוני, להתמוטטות הכלכלה.

³ וממש איני ממנה ביניהם, איני בטוח אם לצערי...

עשו ניסוי: בטלויזיה למשל, ברגע שמתחילות פרסומות, השתיקו את הקולות... וראו עד כמה השחקנים נראים מגוחכים. או הקשיבו היטב ושימו לב אם יש קשר בין התנועות, בין המוזיקה ולבין המילים – בדרך כלל אין הרבה קשר. אבל המסרים מוכנסים לראש בחזרות אין סופיות על אותן הסיסמאות, דומות לפרצי כאב ראש חזק.

אגב כך: חברתנו מתבגרת. אבל הפרסומות מציגות לרוב צעירים תזזיתיים שכנראה סובלים מקשיי ריכוז, כי "מוזיקת הרקע" היא כולה קצב מהפנט ומקשה על הבנת המילים, כי המסרים קצרים, ללא הסברים וללא עומק, ולרוב התחכום במסרים רדוד עד מביך. בעיני, רוב הפרסומות הם חינוך לטמטום, למעשה, ללא מגע אמיתי עם מציאות.

אני מבקש פרסומת המפרטת זכויות בעמידר או במוסד לביטוח לאומי, המסבירה דרכי מקלט לסובלים מאלימות, המכוונת למקומות בהם ניתן לרכוש בגדים מתאימים לעונה בשקל אחד, המציעה עזרה משפטית חינם, וכיוצא באלה. כשארצה ואוכל לרכוש חלונות ויטראג' עם שישה צבעים לוילנה העתידית שלי במדינת צפון נוודה של ארה"ב, אחפש בעצמי היכן מיצרים אותם.

פרסום לאומי

ספרו כמה חולצות ראיתם ביום אחד עם כתובת שבח לעיר זרה, למשרד רואי חשבון זר או למשרד עורכי דין זר. ספרו כמה כתוביות על החולצות נכתבות באותיות זרות – בדרך כלל לטיניות. ולמחרת, ספרו כמה חולצות עם כתובת שבח לירושלים, בירת מדינתנו ומושא חלומותיהם של כל התרבויות בעולם, וכתובות בעברית...

זה כנראה ביטוי לאהבתנו ולכיסופינו.

גמד סיפורון

תוכנית זו זכורה לכם? פעם שידרו תסכיתים קצרים, חמש עד עשר דקות, עם סיפור קצר לילדים. שידורים אלה שודרו בדרך כלל בשעה החזרה מגן הילדים.

היום, זו שעת "פריים טיים" (אומרים שחייבים להגיד זאת באנגלית, כי כך יוקרתי ומתוחכם⁴) – וזה בדיוק הזמן להוסיף עוד פרסומת. כי מה שחשוב באמת אינו העתיד – כלומר, תרבות הילדים – אלא ההווה, תרבות הרווח המיידי.

אגב כך, ראיתם פרסומות בהם מבוגרים נראים חסרי הבנה למצב כלשהו, ואז נערה יורדת במדרגות ומסבירה להם מה "באמת"? אני וידע שהאלילה היוונית אתונה, הממונה על החוכמה, ירדת מהאולימפוס והסבירה לגיבור מה להבין ומה לעשות. תרבות יהודית שורשית... רק למי

⁴ באמת? הכנסת ביטוי אנגלי (או כל שפה זרה אחרת) היא רק סימן להרגשת קטנות מצד הדובר ("היינו כחגבים בעינינו"?). אני מעדיף להיות גאה בלאומי, בשפתי, בתרבותי ובדתי.

שלא חוגג את חג החנוכה. אני מעדיף לא לראות עבודה זרה, אפילו בתחפושת של פרסום לשרות ממשלתי או פרסום למוצר שלא אקנה.

זיהום

זיהום אינו רק של האוויר או המים; הוא בהחלט גם בחוש השמיעה ובחוש הראייה. איני מבין למה קיים צורך לפרסם משרד ביטוח או דוכן פלאפל בפרסום מהבהב בצומת רחובות גם בשעה שתיים לפנות בוקר⁵. איני מבין למה עלי לשקול לאחסן את הורי בבית מוזהב גם לפני חדשות, גם באמצע, וגם אחריהן. איני מבין למה תחזית מזג האוויר "מזכה" אותי במכת אותה פרסומת לפני ואחרי. איני מצליח להפנים למה עלי לסבול פרסום למסעדה במודיעין גם כשאני גר ביוקנעם או בירוחם. פרסומים כאלה הם בזבוז זמני, בזבוז הקשבתי ומטרד; הם מלמדים אותי לא להקשיב ולא לשים לב. הם מחנכים לפיזור הדעת ולהגברת הפרעות ריכוז וקשב.

אישית, ברגע תחילת פרסומות⁶ אני עובר לתחנת שידור אחרת⁷, בדיוק כפי שאיני קורא את עמודי הפרסום בעיתון. אם אני דווקא רוצה לקנות אוהל בחורף או טלוויזיה לקרת המונדיאל, אני יודע היכן לחפש ולא אסתמך על עיתון או מקומון, וגם לא על תשדיר.

אגב כך, שמת לב כמה הקדמות יש לשידור חדשות ממש? חבל שלא מפרסמים גם את השם של שומר הבניין עם זמריר חצוצרות נוצצות: למה הוא מקופח! איך מעיזים לשדר שידור מיוחד בגלל אירוע בטחוני, אבל דוחפים "רגע פרסומות", לפני, באמצע ובסוף? ראיון מעניין נקטע "מחוסר זמן"... כדי לעבור לפרסומת. אתם יודעים מה? אני מכבה את המכשיר המטריד באותה שנייה. פחות זיהום באוזן!

ובכן, כלל נוסף נקוט אצלי: אם אני שומע פרסום יותר מפעם אחת ביום, איני קונה מהחברה המפרסמת הזו לעולם. תאמינו, יש עדיין הרבה מה לקנות, שירותים טובים, וסחורה לא רעה בכלל! אני מציע שתנקטו בצעד דומה.

ובאותו עניין: למה מעשן סיגריה חייב להשאיר בדל על המדרכה, משל הוא ציפור המשלשל במעופו או כלב המשאיר מזכרת למעברו בכל פינה? לפני מאתיים שנה פורסמו אין סוף מאמרי תלונה על גללי הסוסים ברחובות, שגרמו לזיהום ולסירחון בלתי נסבלים. היום, אלה בדלי סיגריה, בקבוקי בירה שבורים⁸, כוס קפה חד פעמי או משקה ממריץ. מדינתנו מזדהמת בכל אלה עד כדי כך שבר הצעתי במקום אחר להגדיל את מס הארנונה לשליש הקרוב לכל שכונה, בה מוצאים באופן קבוע לכלוך בתחנות אוטובוס (למשל; אבל לא רק שם). כי לכלוך וזיהום אינם אלא נגרמים, הם אינם טבעיים.

⁵ אגב כך, אם למפרסם יש כל כך הרבה אמצעים, שהוא יכול לפרסם את מרכולתו גם כשאין מי שיראה את הפרסום, ברור שאיני צריך להוסיף לעושרו: אעדיף לפנות למי שידו אינה משגת ראוותנות, מיותרת בעיני.

⁶ או "כמה הודעות", "חסות" או "עוד רגע חוזרים". אפילו "יוצאים לפרנסה".

⁷ לרוב בשפה אחרת, כך שזמני הפרסום לא יחפפו. "במקרה", בישראל כל התחנות משדרות פרסום באותם זמנים.

⁸ למה לשבור בקבוק? כדי שמי שיפול יפצע?

"תפריטים"

סוג נוסף של זיהום והשחתת זמן הם תקליטי התפריטים. מחקר שראיתי קבע כי במכשיר מזומנים בקיר שאינו מציג תגובה עניינית תוך שלוש שניות נחשב מקולקל. אבל כשאני מעוניין לשאול שאלה או לתת הוראה פשוטה לפקיד בנק (נניח) באמצעות טלפון, דרך הגהנום נמרחת לפני, לפעמים עד שתי דקות שלמות... ובסוף התקליט מבטיח ש"יחזרו אליך בימים הקרובים"! לרוב, אני מנתק ומחפש דרך אחרת לקבל תשובה ותגובה.

בני אדם אינם מכונות, הם יצור חברותי הזקוקים לקול אנושי של ממש, לא לרובוט ולא לתקליט. גם לא סביר שכל הבעיות נחזו מראש במהלך בניית תפריט: קצת ענווה מצד המתכננים לא תזיק? הפתרון שאני מציע ומבקש: זמן תקליטי התפריטים בתחילת שיחות טלפון לעולם יהיה על חשבון המפרסם ולא על חשבון לקוחו.

הזמנת תור מראש

קשה לי לדמיין התעמרות יותר גדולה למי שטורח להגיע למקום כלשהו, ממתין בסבלנות בתור ואז מגיע מי שהזמין תור שבועיים מראש לשעה מסוימת הנוחה לו, דרך הטלפון או המחשב, ועובר לפני כל הממתנים. צריך גם לזכור שלא כולם מחזיקים טלפון "חכם" עם ישומונים שונים או מחשב המאפשר גישה לכל אתר: הזמנת תור מראש בהגדרה מדירה רבע מהאוכלוסייה לפחות.

אין הבדל בין זה לבין ההרגשה של מי שמחכה בפקק תנועה ורואה נהג שעוקף את התור על השול הימני. יש הבדל בתוצאה: מקרה אחד "מזכה" בקנס⁹, השני – מקובל חוקית ומומלץ בפרסום.

במדינה שאחת הסיסמאות שלה היא חתירה לשוויון, הזמנת תור מראש "ללא המתנה" מדגימה בדיוק איך אין היתכנות למושג זה. ושאלת תם לי: אין חסר בית, שאין לו מחשב ונייד, יכול לקבל עזרה מהמוסד לביטוח הלאומי, כאשר לא הזמין תור מראש?

הא, כי דמוקרטיה!

חדשות

כל שעה מפרסמים חדשות בכל תחנות הרדיו בארץ ישראל (למעט ב"קול המוזיקה" – תודה על כך). ברוך ה', אין כל כך הרבה חדשות טריות, אז חוזרים על מה ששודר לפני שעה. ושוב בשעה אחרי, ושוב... כמובן, כולל הפסקה לפרסומות, לתוכן שיווקי או ל"הודעות" (ששמענו בכל שעה כבר חודש או חודשיים). זה אולי נכון בתקופת פיגועים אין סופיים, אך תודה לא-לוהי ישראל, איננו עוד חיים תקופה כה גרועה. אז למה לא לפרסם חדשות רק בבוקר, בצהריים ובערב – ולא שלוש שעות רצופות, בהן חוזרים על כל דבר בדיוק שלוש-ארבעה פעמים מפי דוברים שונים? במיוחד כאשר החדשות האמיתיות כבר הגיעו אלינו ברשתות. אולי צריך לעדכן את העורכים?

הצעת חוק

היתה הצעת חוק – שלא עברה בכנסת – לפיה כל המקבל פרסום שלא ביקש (במחשב או בנייד) יכול להגיע לתחנת משטרה, להוכיח שלא ביקש את הפרסום ולזכות במקום בסכום של 10,000 ₪

⁹ ונכון שעם הניסיון, רוב הבעיות והשאלות כן חוזרות על עצמן. אבל באמת, רק רובן – לא כולן.
¹⁰ אם היה שוטר ערני וקפדן במקום.

- והממשלה הייתה אמורה לפנות למפרסם ולקבל החזר. זה אמור היה להיות סוג של קנס בגין פלישה לתחום הפרטי.

משוב או שאלות למשאל-עם לא רשמי הקשורים לנושאים של פרסומים וזיהומים

אם דברי נראים לך, וגם אם לא, כאזרח (או אזרחית) וריבון במדינתך שברצונך להשפיע, טוב לענות לשאלון משאל-העם הלא רשמי להלן. נא להעתיק את השאלות לקובץ word קטן, למחוק את התשובות המיותרות ובכך לסמן את תשובתך האישית ולשלוח לכתובת הדוא"ל kirtsonenu@walla.co.il לשם חישוב סטטיסטי בראש חודש, אשר ישלח למרכז מחקר ומידע של כנסת ישראל במטרה לאפשר גישה אליו לכלל.

השאלות מבקשות להתייחס למדינת ישראל של חלומותיך ותקוותיך, ממש **לא** של אילוצים או של מציאות! רצוי לענות לפי רצונך לתיקון העתיד, ללא התחשבות בעמדה מפלגתית או דתית, או בהשפעת כלי תקשורת או כל מי שמנסים להשפיע עליך.

שאלון משאל-עם 35

35-1	בתוכניות משודרות, אפשר לסבול עד רבע מזמן השידור לפרסומות לסוגיהן.	כן	לא	דלג
35-2	בתוכניות משודרות, אפשר לסבול רק עשרים אחוז מזמן השידור לפרסומות לסוגיהן.	כן	לא	דלג
35-3	בתוכניות המשודרות, אפשר לסבול רק עשרה אחוז מזמן השידור לפרסומות לסוגיהן.	כן	לא	דלג
35-4	בנייד, פרסום בין בקשתי לבין התשובה חיוני לקידום המסחר או המפלגה.	כן	לא	דלג
35-6	נכון להעלות את הארנונה באחוז אחד לחצי השנה הקרובה כאשר הרחוב מלוכלך בבדל סיגריה, במוצאות של כלב, בכוס או בבקבוק משקה.	כן	לא	דלג
35-7	פרסום בהם משולב ביטוי בשפה זרה יגרור קנס למפרסם בצורה של הגדלת מס ההכנסה באחוז אחד לכל שידור.	כן	לא	דלג
35-8	בשיחת טלפון, תפריט בן יותר מדקה יהיה על חשבון מקבל השיחה ולא המתקשר.	כן	לא	דלג
35-9	אני בעד לקנוס מפרסמים המתפרצים לנייד בקנס מנהלי של 1,000 ₪ לכל פרסום שמוכח כי לא הוזמן.	כן	לא	דלג
35-10	המגפה העולמית נגמרה : אין עוד צורך בהזמנת תור מראש כדי לקבל שרות.	כן	לא	דלג