

מה אתה יודע על שטיפת-מוח * איך הם עובדים עליך?

* כמה זה עולה להם? * מדריך לתעמולת הבחירות

במילכוד התעמולה

העגומה. לא הם ילמדו אותך לקרוא בין השיטין, לפצח תדמיות סינתטיות. הם לא יעזו אפילו להתייחס למודעות המפרסמות על דפיהם שלהם והמאזנות יפה את התקציב בימים אלה של עליית מחירי-הנייר.

אתה מתנדנד על שבשבת המילכוד של אמצעי-התקשורת, שלכאורה משרתים אותך (באספקת מידע) ולמעשה משרתים אותם — תמורת תשלום. תעמולה היא מיקצוע. זה דורש ידע, ידע שנקנה בכסף. כסף, הם משלמים, ומציפים אותך בפצצות של תעמולה מוצפנות בניסוחים של שוקולד. אם לא נלמד לפענח אותם. נבין אותם כמו שהם רוצים שנבין אותם. וגם נמשיך לשלם בעבור זה. ביוקר.

בכל העתונים, ובכמה עמודים של אותו העתון). מסתתר פירסומאי מוכשר וחשוב הוצאות בלתי-מוגבל. אך למה לא בעצם. המודעות של פש מכניסות משריח רענן בין תמונות סוחרי השטיחים לבין בגין ונכדיו (עמודים שלמים במסופי השבת). הן אסתטיות מאד, לא עמוסות בטקסט (ובמלל) ואינן מבטיחות יותר מכפי שבעליהן מסוגל כנראה לקיים.

בימים האחרונים הוא מתרכז בשני סגנונות: א. סיגנון המודעה ה"קטנה" המקרית לכאורה, המפורזת במקומות "בלתי צפויים" כמו... עמוד ה"כסף וכלכלה" במעריב. שם פונה פש לקהל העשוי להיות מעוניין "ברעיונות הכלכליים שלי ובקשרי ברחבי העולם", בייחוד בימים אלה של גיאות היסטורית בבורסה של תל-אביב. איתה מודעה קטנה עצמה, בסמוך לעמודי הספורט, פונה לאוהדי הסרט באשר הם, בתקווה שיתבלבלו לרגע מתמונתו של ה"איש הבודד" הצועד לכנסת ויעשו עליו טוטו.

ב. סיגנון המודעה הגדולה, המשתרעת על פני עמוד שלם במסופי התג וערב-שבת. תמונה אחת בודדת — המהווה אינסטרציה "סימבולית" לרעיון המובע בקצרה בטקסט: צב גדול מחיך ("הגיע הזמן לעבור לקצב אחר!"). או שושנה ריחנית ("אינני מבטיח גן של שושנים"). מתחת לתמונה — שורות מעטות בהן מסביר פלאטו מה הוא יודע לעשות, תמונה קטנה ולא יומרתית שלו, יבפניה, למטה — "הצבע פש". וזה הכל. פש בונה במודע על חיבת ההמונים הנתונה לו מאז צירוף המקרים המופלא בקשר להסגרתו ועל האהדה הטבעית של טובי-לב שבנינו לדון-קישוטים ולשערים לעזאזל (מותר לבחור). בכספו הוא יכול להרשות לעצמו לטפח כל מיתוס שיעלה על דעתו. בידינו הבחירה אם לקנות ואם לאו. אלא שאם הוא מתכוון להצליח בכנסת כשם שהוא מצליח בפירסום — אולי כדאי שינסה.

הטון ההיסטרי של כהנא

מומחה אחר ליחסי ציבור הוא בלי ספק הרב כהנא. גם לצידו עומדים כנראה משאבים כספיים רציניים למימון מודעותיו (מהיכן?). הוא אף יודע כיצד להשיג כותרות בעתונים — ללא תשלום. שריף כהנא מלווה באנשיו החמושים חדר לשכם ולכותרות העתונים בכשרון לא מבוטל. הוא נופף במזווה לעיני אנשי שכם הנדהמים, והוסיף לנופף בה עוד כמה ימים מתוך מודעותיו בעתונים.

מצוה לציית להוראה חוקית.

מצוה וחובה להפיר הוראות בלתי חוקיות!

תנ

את הרב כהנא למשרדו. הוא דבר על בקורו של הרב כהנא "ושאל: 'איך אתה נדחק לביתו של אדם (ר"ל הערבים)'"

שתי מודעות גדולות (הארץ, יום ו' 22.4.77) זו מעל זו, פונות כל אחת בנפרד, לתחום אחר של יצירים שפלים. ב"תשובה לאלוף בצה"ל", הוא אף יודע כיצד להשיג כותרות ב"העז" להטיף לו מוסר למחרת "ביקורו" בשכם. שלוש נקודות בכתב השיטנה הזה מעניינות במיוחד: 1. אלוף בצה"ל, אף שסרת, הוא דמות שראוי להזכירה, ואפילו פעמיים, באותה מודעה — אלופים הם סחורה עוברת לסוחר. "עבירה" של אלוף כזה על חוקי "התורה" ועל חוקת-כהנא היא עבירה חמורה במיוחד, משום שהאלוף מצוי גבוה מן "הצמרת הפוליטית" (ציטוט), הוא משקף את "הסביבה האשמה העמוק (...)" שחדר לאסונו גם לצמרת צבא ישראל" (שימו לב — לא צבא-הגנה-לישראל!).

2. ערבים הם לא בני-אדם ואין להם זכות שיהיה להם בית (איך אתה נדחק לביתו של אדם (ר"ל הערבים)).

ככל שהבחירות קרבות מושקע יותר כסף ויותר ידע מיקצועי באמצעי-התעמולה למיניהם. נדמה לך שפלאוס יש להם על מה לדבר איתך. נדמה לך שפלאוס אפילו יש להם מה לומר. אתה מאמין, אתה נסחף, אם לא בשטף ה"תכנים" — אזי בעצם התדמית של תחרות "ספורטיבית" שבין הניסוחים, ההצהרות, ההבטחות. מה עומד מאחורי כל זה? מה הם בעצם מנסים לומר לך?

האזרה הפשוט שאינו מכיר את הטכניקות של אמצעי התקשורת למיניהם חושב שהאזן מבין. שאתו לא יסדרו. העיתונים, המתפרנסים היטב ממודעות הפרסומות הללו (ראה תעריפים חדשים), לא יטרחו להעמיד את האזרה הקטן על טעותו

את שושנה אביגל

בתדמית אריק שרון. ואפילו בגין, ה"אדם החושב" שלא ישתנה לעולם... בגין של המערך. כל מה שצריך הוא רק לבחור.

תקן של אשה ומרוקאי

המערך חושף בימים אלה את העקרונות הסמויים של הרכבת רשימות המועמדים לכנסת. שמונה הנשים של המערך מחייכות אלינו מתוך טור של תמונות במודעה הבאה להתחרות עם כמות הנשים המועמדות במפלגות האחרות. 14 הנציגים של המערך בני עדות-המזרח מחייכים אף



בן-שמחון — אטיאם תקן של אשה ומרוקאי

הם, כשביניהם אפשר למצוא כמה חיוכים נשיים מוכרים מן המודעה הקודמת. בשני המיקרים — הוא הבלטת האפליה המינית והעדית — והנצחתם. הנשים, רובן ככולן, עסקניות של איגודי נשים, כמסורת הטובה של המערך: אם כבר לבחור באשה — הרי זה (א) למרות שהיא אשה (גולדה) או (ב) מפני שהיא אשה. בשום אופן לא מפני שהיא, אולי, פשוט אדם מוכשר שמתאים לייצג אתנו בבית הנבחרים. לפי מיטב השוביניזם הגברי, עושים להן "טובה" שמכניסים אותם לרשימה בעזרת "הוועדה המסדרת", וכרגיל, פה מחליטים הגברים מה לעשות בנשים.

הסגנון הדומה במודעה של בני עדות-המזרח מוכיר תיוה ידועה של קייט מילט, לוחמת ידועה לשיוויון הזכויות של הנשים (בספירה פוליטית מינית). כי קיפוח הנשים וכל קיפוח מעמדי אחר הם היינו הך, שניהם בעייה פוליטית, שניהם עניין של חלוקת סמכות וכוח בלתי-שיוויוניים בחברה בלתי-שיוויונית.

זהו השיוויון שמציע המערך לנשים. זהו השיוויון שהוא מציע לעדות-המזרח.

חנינה אטיאם מודה בפירוש בראיון במסוף מעריב של שבת, כי היא נבחרה: "על תקן של אשה ועל תקן של מרוקאית".

אלה שיש להם "סיגנון"

בין עשרות המודעות, הדומות זו לזו כשתי טיפות מים גם כאשר הן משתייכות למפלגות יריבות (ראה המכתבים לאורח היקר — בחתימת פרס ובחתימת ידין). בולטות בייחוד המודעות של הרב כהנא ושל פלאטו שרון (להבדיל) בשל ייחודן. זהו ייחוד של טון ושל סיגנון, ובמקרה של שרון גם ייחוד של צורה.

פש — תחילה, אולי משום שבהחלט מגיע לו צל"ש על אסעם הטוב בעריכה הגראפית של מודעותיו. אין ספק כי מאחורי המודעות של פש (המפורזת ברוחב-לב

מודעות התעמולה למיניהן משתלטות על כל חלקה טובה בעתונים היומיים. ככל שקר המועד — כן גדל שטח נייר העתון המתמלא בהן. בהתאם לחוק הביקוש וההיצע, מצאו עתוני הערב לנכון להעלות את מחירי הפרסום דווקא בימים אלה.

להלן מספר דוגמאות מתוך המחירון החדש של מעריב (בתוקף החל מ-28.4.77):

● 1 אינץ' (על 1 טור) 16 עמודים ראשון: 180 ל"י ביום חול; 224 ל"י בערב-שבת.

● עמוד שלם: 14,850 ל"י ביום חול; 17,900 ל"י בערב-שבת.

● עמוד מועדף ב"מים ולילות" (בחצי הראשון של החוברת) — 12,000 — 14,500 ל"י.

● שער אחורי של "ימים ולילות" — 16,500 ל"י. וכעת — צא וחשב בעצמך כמה עולה להם שטיפת-המוח שלנו.

הצנוע בעל אלף הכנים

מנחם בגין הוא מנהיג "חכם, צנוע, אמין, ללא רבב" (בחליפה ועניבה). "לוחם ומנהיג" (בבטלדרס צבאי כשר-אצבעו מושטת לעבר שטחים בלתי-יודעים), "איש משפחה" (בחולצה לבנה פתוחה, חיוך מאוזן לאוזן, שלושה נכדים מפוספסים על הברכיים ועוד שלושה מסביב). כל הצניעות והרגוניות הזאת מתפרשות באומץ על פני עמודים שלמים בעתוני הערב ועל השער האחורי של מוספי השבת. מרוב צניעות, כמובן.

נדמה גם, כי לאנשי הליכוד חוש תיאטרלי מפותח — הם מאמינים שהתלבושת עושה את התפקיד וכי מנהיג צריך להיות שחקן מוכשר, בעל רפרטואר עשיר, שיידע לפנות אל סוגים שונים של קהל בסגנון, תכנית כבקשתך. יש לנו כל מיני בגין. בגין של המשפחה המסודרת והשלוחה, בגין שמתכוון כבר לפגישות עם קארטר, בגין

בגין

האיש המתאים ביותר להיות ראש ממשלה

איש משפחה

במקור שלישיית שבת פסחית
יצירות וזיכרון מנחם בגין את
הי הימים כמו ורודים
עין אף היה פתח בדיחה בגין
נבחר — אחת וזה מידע על
גורל המסתורית שפרסומת
עוד דבר על זה
מנחם בגין — מנחם חכם
צנוע אמין, ללא רבב

מחל

הכח

יש דק נח אתה בשואל ונבחרת למחליף את השלטון

בגין הלוחם ואיש-המישפחה
התילבושת שנושה את התפקיד