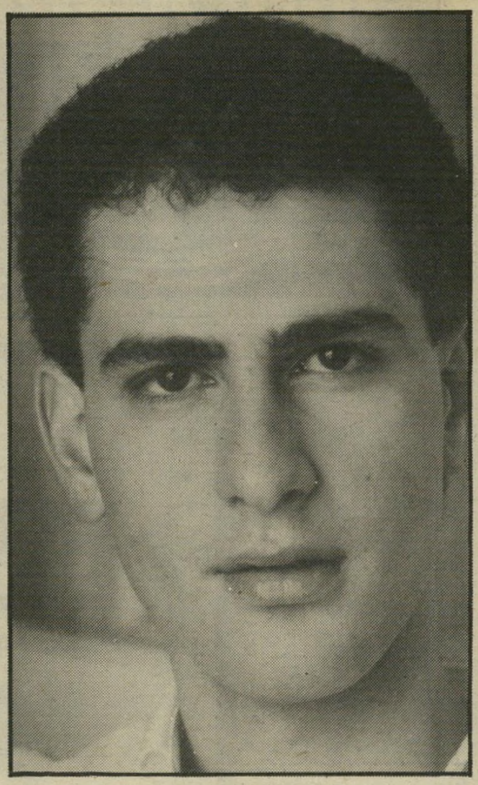


ירין שחף:
„כולנו משתתפים בהצגה גדולה כל הזמן!"

הוא עומד בתוך חלון־ראווה של חנות – בכל יום חנות אחרת – ולפני הקהל הרב המתאסף במקום הוא מאפר דוגמנית.

הנשים שמחוץ לחלון נדבקות ממש אל הזכוכית כדי לראות יותר טוב מה הוא עושה.

שאלתי את ירין שחף מה כל העניין.

אני המאפר הראשי של חברת־תמרוקים. החברה יצאה עכשיו לשוק עם האיפור החדש לחורף 85', וכדי שמקסימום נשים בארץ יראו איך זה נראה ואיך עושים את זה, אני עומד כל יום בעיר אחרת ובחנות אחרת ועושה את ההצגה על הדוגמנית.

● **אני מבינה שהאיפור החדש שלהם מתיימר להציג, אשה עשירה. זה מה שמתאים היום לנשות־ישראל?**

זה לא סוד שכל אשה היתה רוצה להיות עשירה. דווקא בתקופה זו, כשהמצב קשה, אם אפשר בעזרת אביזרים מלא־כותיים ואיפור טוב לקבל אפקט של עשירה ומצליחה — זה יעזור למוראל של הנשים.

היום הכל הולך על נוצץ ומזוייף: יהלומים מזוייפים, זהב מזוייף, בגדים מבריקים. וכדי להשלים את התמונה צריך איפור חגיגי במיוחד.

● **כמה עולה לאשה ממוצעת להיראות עשירה ומצליחה, בעזרת תכשירי־היופי שלכם?**

המינימום הוא ארבעה מוצרי איפור, העולים ביחד 29 אלף שקל. אפשר כמובן גם יותר. אבל אפשר לקבל את האפקט גם במינימום.

● **כלומר, בעצם הכל בלוף אחד גדול — התכשיטים, הבגדים והאיפור?**

כולנו בהצגה גדולה כל הזמן, ואם בעזרת קצת בלופים אפשר להיראות מצליחה כדאי לבלף.

● **איך בחור צעיר כמוך נהיה המאפר הראשי של חברת־תמרוקים?**

למדתי את המיקצוע באיטליה, עוד לפני הצבא. אחרי השיחרור התחלתי לעבוד, ולאט־לאט עליתי בדרגה.

● **זה לא מיקצוע נשי?**

ככה חושבים כולם, עד שהם רואים את התוצאות של העבודה.

● **במומחה בעניין, האם הנשים הישראליות מאופרות טוב?**

זה משתפר בהדרגה. פעם היתה חלוקה ברורה מאוד בין הנשים שהתאפרו באופן מוגזם לגמרי לבין אותן שלא התאפרו כלל. המצב משתפר, אבל יקה עוד זמן עד שהנשים כאן ייראו כמו, למשל, הנשים באיטליה. שיחד עם האיפור מקבלות ביטחון שהן יפהפיות. ואין דבר שעוזר ליופי יותר מהביטחון שאת יפה.

טובה שפירא:
„השכן בנה בריכת שחיה, ואנחנו מיקווה!"

ברגע הראשון צרחתי מזעם. כדי להזיז קיר בחדר־הילדים בדירה שלי, אני מחכה לרשיון מהעיריה כבר שנה שלמה. חבר־הכנסת אברהם שפירא, לעומת זאת, בנה לעצמו בביתו מיקווה פרטי, ואחרי הבניה, בלי בעיות הוא קיבל רשיון.

אחרי שנרגעתי מההתרגשות הפרטית שלי, חשבתי למה בעצם צריכים אנשים מיקווה פרטי! טילפנתי לאשתו של הח"כ, הגברת טובה שפירא ושאלתי אותה.

בעצם את צריכה לדבר עם בעלי, כי המיקווה החדש בביתנו מיועד לגברים של המישפחה, ולא לנשים. במיקווה משתמשים בעלי, בניי וחתניי.

● **והנשים?**

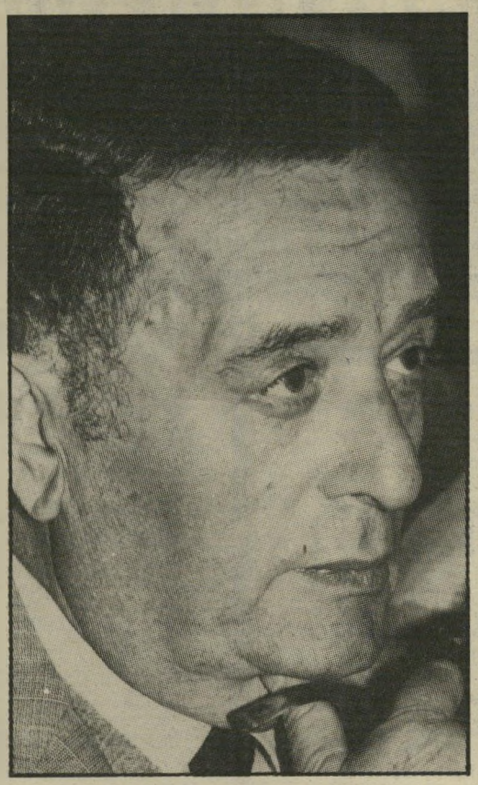
אנחנו הולכות למיקווה הציבורי באיזורנו. נשים צריכות פיקוח במיקווה, ולא רציתי שהבנות יקלו במיצוות ויסמכו רק על עצמן. מלבד זאת, אשה צריכה ללכת למיקווה פעמיים בחודש, וגברים המקפידים במיצוות חייבים לטבול כל יום לפני התפילה.

● **ובכל זאת, מיקווה פרטי זה לא קצת ניקור־עיניים בזמננו?**

מדוע? מי שיכול להרשות לעצמו, עושה. הנה השכנים שלנו, בבית הסמוך, בנו לעצמם בריכת־שחיה על הגג, ואף אחד לא אמר להם מילה.

● **עובדה שאנשים מדברים על זה, כי זה לוקסוס יוצא מן הכלל!**

הבילויים שלנו ושל הילדים שלנו הם מאוד מצומצמים. הילדים שלנו לא הולכים למועדוני־לילה ולדיסקוטקים. את הכסף הזה אנחנו מוציאים על דברים אחרים, דברים שאנחנו נהנים מהם. נעים לי לדעת שהגברים של המישפחה יכולים לטבול בבית לפני שהם מתפללים, ואינם צריכים ללכת השכם בבוקר למיקווה הציבורי. זה הלוקסוס שלנו.



מנחם סבידור:
„נדון בגודל המודעות של אישי־הציבור!"

גם אני, כמו שלמה ניצן וכמו כל עם ישראל, ראיתי את מודעות־הענק של הוועד הציבורי להבראת המשק. מודעות של 40 אינץ', העולות הון־תועפות, ובהן מסבירה, למשל, הגברת רעיה יגלום, לצד תמונתה הגדולה, שהיא שמעה תגובות מאוד אוהדות לתוכנית־ההבראה.

את שלמה ניצן זה הצחיק. אותי זה הרגיז. על־כן פניתי אל יו"ר הוועד הציבורי מנחם סבידור, ושאלתי אותו מה בדיוק הם מתכוונים להשיג במודעות האלה.

אנחנו מנסים לייצור אווירה של אמון בתוכנית הכלכלית. אז אולי עלייך זה לא משפיע מה אומרת רעיה יגלום, אבל על עשרות אלפים של חברות ויצ"ו זה השפיע מאוד.

● **השפעה ששווה עשרות אלפי דולארים? זו לא מודעה אחת. ראינו את שלמה ניצן בטלוויזיה מחזיק עשרות מודעות כאלה, שפורסמו בהרבה מאוד עיתונים!**

אני מבין שאת מבקרת את גודל המודעות, לא את עצם קיומן.

● **אני לא מבקרת כלום, אני רק חושבת שוועד שכל תפקידו הוא לשכנע את העם לחסוך כסף ולהסתפק במועט, לא יכול להוציא מיליונים על תמונות של אישי־ציבור והגיגיהם.**

אני יודע שבכל גודל שנפרסם, תמיד תהיה ביקורת. אני מוכן לקבל ביקורת אם היא ענינית. אולי אתם באמת צודקים בקשר לגודל. ואני מבטיח לך שבישיבה הבאה אעלה את הנושא.