

## גוף ציבורי מוכר אשליות לציבור

שודר בתוכנית הכלכלית של גלי צה"ל ביום רביעי, 30.3.2011

אריאלה אינה נוהגת להתקשר למאות אלפי אנשים שמפעל הפיס פיתה אותם או השלה אותם, שהנה הנה חייהם צפויים להשתנות ללא הכר, אבל לא זכו בכלום. רק בודדים זוכים בפרס הגדול ובטלפון מאריאלה בעוד הרוב המכריע של המהמרים נשאר ללא הכסף וללא החלום. הפרסומת של אריאלה ממפעל הפיס נועדה לנפח עוד ועוד את האשליה בקרב ציבור מסוים. אלו שמיואשים ממצבם הכלכלי הם אלו שנוטים יותר לקנות אשליות. מפעל הפיס יודע שרובם הגדול יישאר ללא הכסף וללא החלום, ובכל זאת הוא פועל במרץ לשכנע את הציבור הזה לנקוט בפעולה שתזיק לו.

הדבר המטריד בפרסומת הזו של מפעל הפיס הוא שגוף ציבורי הוא שמוכר אשליות לציבור. האם היינו מסכימים שגוף ציבורי, נניח משרד האוצר, ימכור לציבור אשליות. כמובן שלא. מוכרי האשליות מטעם מפעל הפיס מייצרים את התחושה השקרית כאילו הזכייה היא בהישג יד בעוד הסיכויים האמיתיים לזכות בפרס הגדול הם קלושים ביותר. ההצלחה של מפעל הפיס הוא ההפסד של משפחות המהמרים. עשרות או מאות השקלים שיורדים לטמיון ברכישת כרטיסי הגרלה באים על חשבון ארוחה מזינה או עזרי חינוך חיוניים לילדים.

יש היגיון בטענה כי עדיף כי יצר ההימורים יבוא על פורקנו בין כותלי מוסד ציבורי כמו מפעל הפיס, ולא ימצא את דרכו למקומות מפוקפקים. אבל מפעל הפיס כבר מזמן אינו מסתפק בתפקיד הפסיבי. מפעל הפיס נטל לעצמו את החירות לטפח את היצר הרע הזה, ומשקיע מיליוני שקלים במכירת אשליות לציבור. יש לקבוע תקרה כספית להיקף הפרסום של מפעל הפיס.