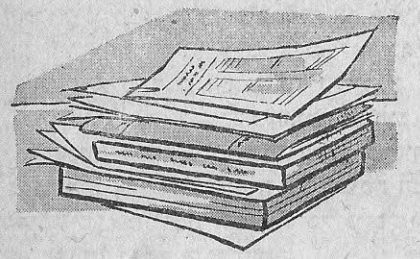
עומס הקריאה – כיצד יוקל?

ב. וו. סאוראָל



עודף מלל אינו אלא אשפה מלולית. יש להתמיד בשמוש מרובה „בעפרון הכחול" בשביל לקצץ כל מלה מיותרת. השדה הפורה ביותר לשיפורים הוא שדה הפרסומים המנהליים. במקרים רבים, כתובים הללו בפרוט רב מדי; הם חוזרים על עצמם; הם כוללים שפע חומר־רקע היסטורי בלתי חיוני; הם מפגיזים את המפקדים במלים ועוד מלים.

יש לותר על יפי־הביטוי למען בהירות הביטוי. יש להביע בפשטות כל רעיון חדש, ללא פיתוח מיותר. יש להמנע מהרצאות מפורטות ומלומדות, וכן גם מחזרות. ניסוח תדריכים והוראות חייב להיות במונחים רחבים, כדי שלא ישלל מהמפקדים תפקידם לחשוב ולהפעיל את כח שיפוטם.

המספר הכולל של דפי פרסומים יכול להיות מפלצת סטאטיסטית מפחידה אלא אם כן יוכר, כי למרות שהם מצויים הרי אינם חייבים להקרא אלא ע"י אותם אנשים הצריכים לכך! הכרה זו מביאה אותנו לנתיב־ההתקפה השני על בעיה זו — דהיינו, מה יכול אתה, כפרט, לפעול בתחום זה?

המוצא אתה את עצמך קורא יותר מדי דפי פרסומים רשמיים שאינם נוגעים לך? אל תפהק! אתה יכול לעשות דבר מה מועיל בתחום זה. נסה לגלות מדוע מגיע אליך כל החומר הזה. המבקש אתה לראות כל דבר? המגלה אתה ענין אישי במספר נושאים? המקבל אתה חומר משום ש„היית חפץ לדעת" ולא משום ש„אתה חייב לדעת"? אם כך הדבר, אתה יכול לתקן את המצב. הפסק להזמין פרסומים שאינך נזקק להם לבצוע משימותיך. נוסף לזאת, בחן את התהליכים באמצעותם מגיעים אליך הפרסומים. מי רוכש אותם בשבילך? כמה טפסים מזמינים? על יסוד מה נקבעת התפוצה? אתה עשוי לגלות כי את עיקר בעית הקריאה שלך אפשר לפתור בתוך תחומי יחידתך.

אכן, תקופת־מעבר מציוד ישן לציוד חדש מצריכה יותר ויותר פרסומים

על נושאי תפעול, תחזוקה ותיקון. ספרית הספרות הצבאית החיונית חייבת לגדול. אולם אין פירושו של דבר שעליך, אישית, לקרוא כל דבר שהדפס!

כל פרסום, מן הראוי שיהיה הדבר ברור לחלוטין, מכוון לקהל קוראים מסוים. התפוצה המומלצת אינה אלא הערכה שמעריך „מיניסטריון הצבא" קהל זה. אולם רמת־היחידה היא הרמה בה יש לנקוט בפעולה סופית שתבטיח, כי אלה הזקוקים לפרסומים אמנם יקבלום, וכי אלה שאינם זקוקים להם לא יוטרחו בהם. אם הנך מקבל פרסום שאינך זקוק לו, בדוק את הענין. אתה יכול להפסיק את קבלתו!

פרסומים יכולים להיות ברכה או קללה. אתה יכול להיות קריין או מפקד. הברירה בידיך.