

ביטחון, הוצאות כלכליות עצומות על בריאות נפגעי פעולות הירי, עליית מחירי ביטוחים, ופגיעה ברכוש כתוצאה מירי. הניסיון להתמודד עם השיווק האגרסיבי של תאגידי הנשק הינו מוגבל יחסית בעיקר משום שתאגידי הנשק מפעילים כוח צרכני ופוליטי משמעותי מול האזרח והמחוקק. לכן כדאי לבחון האם ראוי שחברות המוכרות נשק בארה"ב יפרסמו וישווקו לאזרחים נשק באופן אקטיבי?

מטרת המחקר היא לבחון את האופן השיווק האקטיבי של יצרני הנשק והאם הדבר אכן ראוי. המחקר יאפשר לזהות את הסיבות בגינן ישנו ריבוי כלי נשק בארה"ב לצד ההשלכות החמורות שהנשקים הזמינים יוצרים.

בכדי לענות על שאלת המחקר, העבודה תחלק לחמישה פרקים מרכזיים. בפרק הראשון אסביר את תופעת הנשקים בארה"ב. הפרק השני בעבודה יתאר את תחליפי המוסר שבאמצעותם יהיה ניתן להתמודד עם בעיות מוסריות לצד הצגת הכשלים של תחליפי המוסר. שלושת תחליפי המוסר שאתמקד בהם הינם החוק, השוק וההסכמה החברתית. הפרק השלישי בעבודה יתמקד בניתוח עקרונות המוסר, הפרק נועד לפתח דיון מוסרי בנושא שיווק כלי הנשק בארה"ב באמצעות שימוש בארבע עקרונות מוסר: **תועלתנות – מהם מאפייני האושר המופקים בשיווק נשקים בארה"ב, הסכמה חברתית – הבוחן את ההסכמה הפנים ארגונים של עובדים ומנהלים לשיווק נשקים, חובות – המתמקד ביצירת שיח חברתי הוגן ומכבד סביב שאלת שיווק הנשקים בארה"ב וזכויות המתמקד באופן שבו זכויות מוסריות כמו זכות לחיים וביטחון מתנגשים או אומדים עם הרעיון בשיווק נשקים. פרק זה יציג האם ישנה עמידה או סתירה בעקרונות המוסר או אפילו מצבים שונים שבהם ישנו שילוב של עמידה והתנגשות בעיקרון מוסר כזה או אחר. הפרק הרביעי בעבודה יתמקד בכלים היישומיים. בפרק זה אתמקד רק בבעל עניין מרכזי והוא התאגיד. במסגרת פרק זה אציג שני פתרונות אפשריים תוך שימוש במודל הקלאסי – שבו התאגיד נידרש להתייחס אך ורק לאסטרטגיות המטיבות עם התאגיד וכן במודל בעלי העניין - האחריות החברתית התאגידית וזאת בכדי ליצור מערכת מסחר בנשק מוסרית יותר. סיכום העבודה שמוצג בסופה, מתאר מצב שבו אין עמידה בעקרונות מוסר כדוגמת התועלתנות שכן שיווק הנשקים יוצר נזקים רבים לאין שיעור ביחס לתועלות ממנו, כדוגמת מקרי רצח רבים, עליות רפואיות רבות וצער אנושי בעוד שתאגידי הנשקים מרווחים כסף רב על חשבון מותם של אזרחים אמריקנים.**

1. רקע

מטרת הפרק היא להציג רקע מקדים לעבודה אודות תופעת ריבוי כלי הנשק בארה"ב והשיווק שלהם. הפרק יציג את האופן שבו החברה האמריקנית מאפשרת את הסיבות לריבוי כלי הנשק הזמינים, את היקף כלי הנשק וגודלה של תעשייה זו וכן כמובן את ההשלכות הקטלניות של ריבוי כלי הנשק בארה"ב. פרק זה יאפשר להבין את היקף הבעיה של ריבוי ושיווק כלי הנשק בארה"ב ואת הצורך במציאת פתרון מוסרי לבעיה זו.

ריבוי כלי הנשק בארה"ב מבוסס על ההיסטוריה האמריקנית המהפכנית, כאשר ערב מלחמת העצמאות האמריקנית בשנת 1775 התיר הקונגרס האמריקני לאפשר לאזרחים להחזיק בנשק חם מתוך הצורך להילחם בשלטון הבריטי ששלט בצפון אמריקה. השימוש בנשק נחשב לכוח האחרון שנותר בפני האמריקנים בניסיונם לזכות בעצמאות מידי הבריטים. עם סיום מלחמת העצמאות

האמריקנית וכינון שלטון החוק, הזכות של האזרחים לשאת נשק הפכה לזכות חוקתית, וזכות זו אוזכרה בסעיף מספר שתיים בכתב הזכויות שהתקבל בשנת 1791 (ידוע גם בשם "תיקוני החוקה") ובו נקבע כי: "מאחר שמיליציה ערוכה היטב נחוצה לביטחונה של מדינה חופשית, אין להגביל זכותם של בני-אדם להחזיק נשק ולשאתו." זכות זו התבססה על שתי סיבות מרכזיות: א. היעדר מערכת שלטון חוק מסודרת בזמנו בארה"ב, ולכן התאפשרה לאזרחים הזכות לשאת נשק ולהגן על עצמם בכוחות עצמם; ב. החשש של האבות המייסדים האמריקנים מכוחה של המדינה והעריצות השלטונית ובכך אלה אפשרו לאזרחים להילחם כנגד השלטון הפדרלי במידה וזה יבטל את הדמוקרטיה באמצעות עריצות (Uviller, Merkel, & Merkel, 2002, pp. 9-10).

אזרחי ארה"ב רואים בזכות לשאת נשק כזכות חלוטה בדיוק כפי שהזכות לחופש וחירות קבועה גם-היא וכתובה בסעיף הראשון במסמך הזכויות. דוקטרינת הזכות להגנה עצמית מפני אלימות פלילית או לאומית העניקה ליחידים זכות מרחיקת לכת ברחבי ארה"ב המאפשרת להם לצבור ולהשתמש בכוח קטלני במצבים שבהם אדם חש כי הוא מאוים. אולם במקביל הנשק ניתפס בארה"ב כחלק בלתי נפרד מאורח החיים האמריקני, בין אם אנשים מנהלים פעילות פנאי בתחרויות ירי, פעילויות ספורט ומפגשים חברתיים ובין אם הם עוסקים בציד לצרכי מחייה. כך או כך, הזכות לשאת נשק בארה"ב מזוהה כזכות חוקתית המאפשרת להם לפתח זכויות אחרות כמו החופש להתאגדות חברתית או מקצועית ועד לחופש העיסוק, והזכות לשאת נשק נתפסת כחלק בלתי נפרד מהתרבות ואורח החיים האמריקני (Hogan, & Rood, 2015, p. 359).

הזכות האמריקנית לשאת נשק הפכה את האומה והאזרחים האמריקנים למחומשים ביותר בעולם עם תעשיית נשק משגשגת. הערכה היא כי כעת בארה"ב ישנם יותר מ-300 מיליון כלי נשק בידיים פרטיות. מספרים אלה משקפים תעשיית נשק עשירה ומפותחת למדי לצד חברות נשק וותיקות. למשל תאגיד יצרני הנשק הקל Smith & Wesson הקיים עוד משנת 1852 נהנה מהכנסות של 412 מיליון דולר בשנת 2012 ומעסיק כ-1,470 עובדים בקירוב; ואילו התאגיד Sturm, Ruger & Company הקיים משנת 1949 נהנה מהכנסות של 491 מיליון דולר בשנת 2012 ומעסיק כ-1,460 עובדים בקירוב (Gopal, & Greenwood, 2017, p. 5).

המעורבות של תאגידים חזקים בפוליטיקה והחברה משפיע גם על אופן השיווק של כלי הנשק. כך לדוגמה עד שנות ה-80 כלי הנשק הפופולרי ביותר שנמכר בארה"ב היה אקדח תוף בעל שישה כדורים. אולם עד ראשית שנות ה-90 החלו יצרני הנשק לשווק באגרסיביות כלי נשק חצי אוטומטיים ובעלי כוח אש עוצמתי. בשנת 1991 74% מכלל כלי הנשק הפרטיים שיוצרו היו נשקים חצי אוטומטיים. האסטרטגיה השיווקית של יצרני הנשק הייתה לבצע שיכפול של הצבא לסביבה האזרחית. פרסומות של כלי נשק חצי אוטומטיים פורסמו בעיתונות ייעודית לנשקים (הפרסום לנשקים אסור בטלוויזיה – יורחב בהמשך) שבה הוצג הנשק העוצמתי כסוג של ביטחון לקהילה והמשפחה, והניסיון להדביק לאזרחים תחושת מקצועיות ובטיחות כמו לאנשי צבא; תחמושת נמכרה בעבר באופן חופשי ברשתות הקמעונאות; ופעילויות מפקחות עם כלי נשק כעת משווקות לילדים כסוג של פעילות חברתית במטרה להרגיל אותם להשתמש בכלי נשק. הפעילות המפוקחת של ילדים במטווחים לעיתים קרובות ממומנת על ידי התאגידים והאיגודים האמריקנים ובכך אלה יוצרים לקוחות פוטנציאליים עתידיים. עם זאת החוקים בארה"ב אוסרים על ייצור נשקים במיוחד עבור ילדים המתאימים למידותיהם. אולם הפרסום והשיווק של כלי הנשק העוצמתיים הובילו