

לשוננו לעם

עורכים: ע' איתן ומ' מדן

מתוך

כרך כז, תשל"ו



האקדמיה ללשון העברית
מוגן בזכויות יוצרים

הלשון העברית בפרסומת: סדר המלים*

מעשה באישה שעלתה לאוטובוס, וילדתה אחריה. עד שהיא משלמת לנהג ומקבלת פרטיסים מידו, נדחקת ועולה חבורת נערים ונערות ומפרידה בין האם ובין הילדה. מה עשתה האישה? שלחה ידה כדי לגרור את הילדה אחריה ולרמוז לנהג, שבתה היא.

מעשה זה אינו אלא משל כאן, משל למה שכתב אחד העיתונאים: "בעל החברה הניח את כל פיקדונותיהם של אזרחים רבים שמסרו לו את כספם מתוך אמון גמור ותקווה לרווחים הגנים, על קרן הצבי". – "הניח על קרן הצבי" משול לאם ולבתה; המלים המפרידות בין הדבקים משולות

* מתוך "אותות 75", הוצאת איגוד המפרסמים בישראל, מס' 3.

לחבורה המתפרצת; הפסיק הבא לפני "על קרן הצבי"
משול לידה הנזררת והרומזת של האם.

אילו חזר וקרא אותו עיתונאי את הכתוב והעמיד עצמו
במקום הקורא, הרוצה להבין את הדברים בקריאה ראשונה,
בודאי היה מתקן את סדר המלים כך: "בעל החברה הגיח
על קרן הצבי את כל פיקדונותיהם...". פרסומאי, המחבר
נוסח של מודעה, שואף לכתוב בסגנון נוח לקריאה ולהבנה,
ולהימנע מכל פרט העלול להפריע את הקורא בהתרשמותו
מעיקר התוכן. אולם יש שאין הדבר עולה בידו או אינו
עולה בידו בשלמות הרצויה. רבים פגמי הסגנון, העשויים
לגרום לקורא, שלא יעמוד על העיקר מיד. סירוס סדר
המלים בכתוב הוא אחד מן הפגמים האלה. אמנם סירוס
הסדר הזה מזכזכ אתנו לעתים בקריאה משעשעת ומבדחת,
אך שעשוע ובידוח אינם מטרת המודעה, ולהפך, הם מסיחים
את הדעת מן העיקר.

לדוגמה: מן המודעה הגדולה, המיועדת לגרות את
תאבוננו לבלינצס מתוצרת מסוימת, נחרתו בזיכרוננו המלים
"הסבתא של אסם". כתוב שם: "בלינצס נוסח הסבתא, של
אסם מוכנים תוך דקות ספורות". שוב איני זוכר, מדוע
חביתות אלה טובות מאחרות, אך לא אשכח את פגישתי
המשעשעת עם סבתא זו. אנב, גם במשפט זה יש פסיק
מפתיע, שפשרו יכול להיות רק אחד: לרמוז על הדבקים
"בלינצס נוסח סבתא" ולהפריד מהם את "אסם".

דוגמה אחרת: אחד מבתי-המסחר לבגדים מפרסם
בכמה מודעות את רשימת הסחורות המוצעות בהנחה גדולה.

בשורה הראשונה של אחת המודעות כתוב: "חצאיות מקסי מודפסות לגברות". אולי טוב היה לשים קו מפריד לפני "לגברות" (כך: "חצאיות מקסי מודפסות - לגברות"), אבל אין פגם חשוב בשורה זו, ואף לא בכמה שורות אחרות. אולם את רוב הרשימה תופסות שורות כגון המובאות להלן:

חולצות לגברות מודפסות תוצרת חוץ;
 גולפים לגברים ולגברות מכל הצבעים;
 חולצות הודיות לגברות מתוצרת חוץ;
 שמלות לגברות חדישות ביותר;
 מכנסיים לגברים ולגברות מכל המינים והסוגים;
 מכנסיים לגברים ולגברות עם רוכסנים בצדדים;
 אוברולים לגברות מג'נס אמיתי;
 חולצות לילדות מבד מגבת;
 שמלות לגברות מפירמות ידועות מכל המידות;
 חולצות לילדות קיציות;
 חולצות לנשים קיציות מודפסות;
 חולצות עם תחתון לגברות מודל 1975;
 חולצות לילדים עם כפתורים;
 בגדייִים לגברות מקטיפה אמיתית;
 חולצות לגברות עם גב חשוף.

יש אומרים: הם מפרסמים מודעות כאלה בכתה. מי לא יזכור את בית־המסחר, הפונה אל "גברות מודל 1975", אל "ילדות קיציות", אל "גברים מכל המינים" וכד'? כותב מודעה, שאיננו בא להצחיק את הקהל, אין צורך לומר לו, מה עליו לעשות, אם פלט עטו שורה כשורות הנ"ל. קודם כול גדרש כל כותב לחזור ולקרוא את שכתב

ולהעמיד עצמו במקום הקורא, ואחר-כך אין לו בררה
 אלא לכתוב -חולצות מודפסות תוצרת חוץ לגברות- וכיו"ב.
 אמנם אפשר לטעון, ש-חולצות לגברות- וכו' הוא צירוף
 קבוע ושגור, שאינו סובל הפרדה על ידי הכנסת משלימים
 אחרים בתוכו. הטוען כך נתן בין המצרים, ועליו לבחור
 בין שתי דרכים, האחת דרך ההיגיון והבהירות, והאחרת דרך
 השגרה וסכנת הגיחוך. מי שגרתע מלהפריד צירוף, הנראה
 בעיניו קבוע בשלמותו, יכול להסתייע בסימני-פיוסוק ולכתוב
 כגון -חולצות-גברות - מודפסות-, היינו להכניס מקף
 (מחבר) בין הנסמך לסומך, ומפריד לפני התיאור הנוסף.
 אך ספק, אם יש בכך תקנה מספקת.

לסוגית הסדר המסורס של מלים שייכת גם דוגמת המודעה

הזאת:

"חדר קירור ... בבאר-שבע... בקירור עמוק... מחפש
 מוסד ציבורי".

מי מחפש את מי? - רצונו של בעל המודעה ברור:
 הדפיס את העיקר בראש, באותיות גדולות כדי למשוך את
 תשומת-הלב אליו ואת השאר הביא בסוף באותיות קטנות
 יותר. אולם נעלם ממנו, שלפי מנהג הלשון בסדר המלים
 נמצא, שחדר הקירור הוא המחפש מוסד ציבורי... אילו
 נתן דעתו על תוצאה זו, היה כותב או: "חדר קירור ...
 דרוש למוסד ציבורי- או: "מוסד ציבורי מחפש...".
 כמובן, מודעה בעיתון אינה המקום לנקוט סגנון שירי מיוחד
 בדרך הכתיב, למשל, בספר איוב (יד, יט): "אבנים שחקו
 מים".