

# מאחיים שירי-פירסומת מסתורים מדי שנה על תת-ההכרה של הצרכן

## ג'ינגל

### בג'ונגל



מפיק ג'ינגלים טמיר  
מה לא ידעת?

**ב**כירי הפירסומאים הישראליים לוחמים זה בזה בשצה-קצה. הם מתחרים בעמדותיהם ומפגינים איש את רעהו בבליסטראות מיוחדות במינו, הקרוי יות ג'ינגלים.

האחד יורה אל עמדות יריבו שירון קטן, בן מישפט אחד, כמו העם החליט — קפה עלי! היריב משיב מלחמה השערה, יורדה מה, לא ידעת? אתא!

וכך מתנהל הקרב העז, כשמהעבר האחד מתעופף לו דור הג'ינס שותה קווינס ומן העבר השני נורה לי עושה את האנשים יפים. וגם טיל אחד מתעופף לו בתוך — בוא לגדול איתנו — בנק הפועלים. בשפה המיקצועית של אשפיה-פירסומת קוראים למישפטים אלה ג'ינגלים. ואף כי אין בהם רעיון עמוק, או מסר חברתי ואנושי, הם שווים הון. לעתים, אם הג'ינגל מוצלח, הוא מושר בפי העם, קשה אפילו לאמוד את ערכו האמיתי.

הילדים שרים ג'ינגלים, והמבוגרים מפז מים אותם, בעיקר בשעת נהיגה. הם אינם שייכים למיצעד הפיזומנים, אבל קשה מאוד להתחרות בפופולריות שלהם. אלה הם שירי-הפירסומת, הנקלטים היטב בראשו של כל אדם, ללא הבדל מין וגיל.

מטרת הג'ינגל — לפרסם מוצרים, להלל

יורמן, מפיק ג'ינגלים עצמאי, גם משה מחובר מדחף, ראובן וימר מפירסום יעקובי טון, חיים שריר וחברת פוזיטיב מפיקים ג'ינגלים.

"הג'ינגלים זו תעשייה ככל תעשייה אחרת", אומר חגי בריכוכבא, מנכ"ל שירותי פירסומת בשידור, שמישרדו בוחן בקפידה את כל הג'ינגלים לפני שהם נשלחים לקול ישראל לביקורת אחרונה ולשידור.

180 עד 200 ג'ינגלים מיוצרים מדי שנה. מישרדי-פירסום רבים עוסקים בהפקתם. בכל פעם קמות חברות חדשות להפקת ג'ינגלים. יחדית שידור של חצי דקה עולה למפרסם 500 עד 8000 לירות. הממוצע הוא כ-3000 ל"י. שעות ההאזנה הטובות ביותר והיקרות ביותר הן בין 7 ל-8 בבוקר. שירותי פירסומת בשידור (ש"פ) בוחנים כל ג'ינגל לפי שלושה קריטריונים: עברית נכונה, טעם טוב ואייתקיות מתחרים. "יש ג'ינגלים הרבה יותר יפים משירים המושר מעים ברדיו. השיר אני פריחה, למשל, לא לטעמי, בעוד שכמה ג'ינגלים הם הרבה יותר ערבים לאוזני", אומר בריכוכבא.

דויד טמיר, שזכה, יחד עם קובי אשרת, בתשעה מתוך עשרה הפרסים בתחרות השנתית של איגוד המפרסמים, מפיק כ-60 ג'ינגלים בשנה, בעוד שסולו יורמן, לעומת זאת, מפיק כ-40.

המוסיקאים עובדים בדרך כלל באורח

מקבלים סכום כפול — כ-4000 לירות לג'ינגל אחד. המלחינים הם מלכי הג'ינגלים. הם מקבלים כ-20 אלף לירות עבור הלחנת ג'ינגל אחד פשוט.

שעת אולפן-הקלטות עולה כ-1500 לירות והמוצק לג'ינגל אחד הוא שבע שעות אולפן, שהם יותר מ-10 אלפים ל"י. המפיק מקבל כ-15 אחוזים מן הסכום הכולל המושקע בפיומנת. המפרסם הוא שמחליט כמה פעמים ביום או בשבוע יושמע הג'ינגל שלו מעל גלי האתר.

**"משורר בעל כושר כביר"**

**ה**ג'ינגל הוא עניין רציני, מסביר טמיר, "למרות שכאשר שומעים אותו, נדמה לרבים שקל לעשותו".



זמרת ג'ינגלים ארוזי  
— שותה קווינס

לדעתו מהווה הג'ינגל רק קטע אחד מתוך מסע פירסום שלם. "חברה מסוימת פונה אלינו", מספר טמיר בן ה-35, "ומציינה את מוצריה ואת דרישותיה. אנחנו יושבים עימם ושוברים את הראש איך לפרסם את המוצר. בכל מישרד פירסום ראוי לשמו יש רעיונאי, שהוא מעין בית חרושת קטן לייצור רעיונות פירסומיים. הרעיונאי הוא שכותב, בדרך כלל, את מודעות הפירסומת ואת הטכסט של הג'ינגלים. הוא עושה זאת לאחר שמחלקת המחקר בדקה את מצב המוצר המסויים בשוק והחליטה באיזה קו פירסומי יש לנהל את מסע-הפירסום".

כאשר פנה בנק הפועלים אל אריאל, כדי שיפרסם את הבנק, שם את הדגש על העובדה שהתוספו לו סניפים רבים בארץ, המאזען שלו גדול ונפתחו סניפים בחוץ-לארץ. עם מידע זה הגיע אל הרעיון נאית ציפי דולן. הסבירו לה שיש לקשור את גידול עסקי הבנק עם הלקחות שלו. כך הגיעה דולן אל מישפט המפתח בוא לגדול איתנו!

"אילו הייתי יותר מוכשרת, אולי הייתי משוררת, כמו יהודה עמיחי", מגלה ציפי דולן, "למעשה אף פעם לא רציתי לכתוב ג'ינגלים. רציתי לכתוב ספרות. אך כשר גיליתי שאני פחות טובה בספרות עברתי לג'ינגלים. המילים המאפיינות את מצבי



מחזיק ג'ינגלים אושרת  
דור הג'ינס

קבוע עם מפיק. בעוד שקובי אשרת עובד עם טמיר, עובדים יוריק בנידויד עם סולו יורמן ואלדד שרים עם חברת פוזיטיב. יש כמה מוסיקאים המנסים כוחם באופן עצמאי, כמו רוגי וייס, צביקה פיק ודויד קריבושה.

בממוצע משלם היום המפרסם כ-50 או 60 אלף לירות לפיומנת מושרת אחת, אך יש חברות עתירות-ממון, כמו בנקים או חברות למשקאות, שהשקיעו כ-150 אלף לירות בהפקת הג'ינגל שלהם.

את סוד המחר הגבוה מגלים אם פורטים את הסכום למרכיביו. נגן יחיד של ג'ינגל מקבל כ-2000 לירות. אם שוכרים קבוצת נגנים, עולה המחיר בהתאם. זמרים, למשל,

ולשבח אותם, לנטוע אותם בתת-ההכרה של המאזין, כדי שזה יקנה אותם, כימעט באורח אוטומטי, אף מבלי לדעת מדוע.

## "אני פריחה"

**ה**ג'ינגל, הנקרא בעברית פיומנת מושרת, הוא למעשה שירון בן חצי דקה עד דקה.

בישראל שוק הג'ינגלים הוא עדיין ג'ונגל פרוץ. איש הישר בעיניו יעשה. בין יוצרי הג'ינגלים בולט דויד טמיר ממנהלי פירסום אריאלי כשאריו סולו

מפיק ג'ינגלים יורמן  
אתא!

הן בחמשרי שכתבתי, משורר בעל כושר כביר / רצה לכתוב איזה שיר / הוא כתב ובדק / ושיכתב ומחקר / ולבסוף הוא נותר עם חמשרי.

"זהו הדבר הטוב ביותר בחיי שכתבתי", אמרה. "כדי לחבר ג'ינגל צריך רמה מינימלית של אינטליגנציה".

את הג'ינגל העולם מצלם בקודאק כתב הסופר עמוס סלי-שירי, שגם הוא עובד בפירסום אריאלי. להיט האחרון שלו הוא הג'ינגל מגיע לך גולדסטאר. אנשי גולדסטאר עבדו שנים על הדימוי של הגבר, הלוגו מן הבירה הגברית, לדעתו, בירה מכבי, לעומת זאת, מפרסמת ברות יותר בינלאומית: גבר מוציא נערה למיסעדה מפוארת ושני בני-הזוג מרוויח צימאונם בבירה מכבי.

אחרי שהמילים מוכנות פונים אל המל"ח, חזק שיפיה בהן רוח חיים.

"אני, למשל, מעדיף לעבוד עם קובי אשרת", מגלה טמיר. "אנחנו עובדים ביחד כשמונה שנים. קובי מחבר את המנגינה, מעבד אותה, אוסף את הנגנים והזמרים לפי הצורך, ורוחם את כולם לעבודה. כשיש מילים ומנגינה, עושים סקיצה — דוגמה. מקליטים שוב ושוב את הג'ינגל, עד שמשיגים תוצאה משביעה רצון, ואז מגישים אותה לאישור המפרסם. אחר כך שולחים אותה לש"ב, לאישור. אם הכל עובר בסדר, שולחים את הסקיצה לרשות-השידור. הם רשאים לתקן את הג'ינגל ולצורך זה הם מעסיקים בלשן מיוחד, אבא בנידויד, הבותן בקפדנות כל פיומנת מושרת".

אחת הדרישות של הרשות היא, שהי ג'ינגל יבטא אמת בדוקה. למשל: הג'ינגל הידוע העם החליט קפה עלי! לא יוכה היום באישור הרשות, ואמנם, אין הוא מושמע מעל גלי האתר, למה? כי אין שום החלטה של העם דווקא בזכות קפה עלי! או בזכות קפה אחר כלשהו. מעולם לא נעשה מישראלים בנושא הזה וכנראה שגם לא ייעשה. רשות-השידור פיקפקה גם באמיתות הג'ינגל האומר כי העולם מצלם בקודאק. נערך סקר, שהעלה כי 90 אחוזים אמנם משתמשים בקודאק. הג'ינגל אושר והוא מושמע ברדיו.

"כעשירית מכל הג'ינגלים אנחנו פוסי לים", אומר בריכוכבא מש"ב.

השלאגרים הגדולים מבין הג'ינגלים של העת האחרונה הם בנק הפועלים, בירה מכבי, גולדסטאר ואתא. כל ג'ינגל רץ כחצי שנה, ויש הרצים כבר כמה שנים. זה טוב, זה אוסס! מושמע ברדיו כבר 20 שנה.

יש גם ג'ינגלים רעים. לדעתו של טמיר הג'ינגל של אריק איינשטיין, העושה פיר סומת לסכינג'ילוח, אינו אמין בעיני גברים. את אריק איינשטיין, בעל ההופעה המעט-רוקת, לא מזהים בדיוק עם הגבר המקפיד על גילוח מדי בוקר.

גם הפירסומת של מרגריטה בלוונד לא מתאימה — המוסיקה והמילים משרים אווירה המתאימה יותר למכירת מוצרים קוסמטיים מאשר למוצרי-מוזון.

טמיר מגלה כי הסודיות היא עניין חיוני בתעשיית הג'ינגלים. "הסודיות מבטיחה שתשע מן המתחרים לא יצליח לגנוב רעיון. והרי בענף הזה הזה רצים כל הזמן אחרי רעיונות חדשים".