

פרשת במדבר, הגיגים, ד"ר חזות גבריאלי

יש סקר ויש שקר

על המפקד השני כותב הרמב"ן - " אבל ידיעת המספר לא ידעתי למה ציווה שידעו אותו! הרמב"ן הכיר מן הסתם את הנימוקים ברש"י ובחז"ל ובכל זאת הוא תמה. קושי נוסף ומפורסם הוא המספר הזה של שני המפקדים שנערכו בהפרש של חצי שנה אחד מן השני! כאילו שעמד הזמן מלכת.

להערכתי מילות המפתח לפתירת הקשיים הינן - " **במספר שמות**" (6 פעמים בפרק א בספר במדבר בלבד), המוזכרים במניין השני בלבד. ביטוי זה כולל סתירה אינהרנטית לכאורה, שהיא **שם** הוא עניין פרטי המבטא את מהותו של האדם ו**מספר** הוא מונח כללי.

נראה כי במפקד השני, בוצעו **ניתוחים סטטיסטיים של השמות** שנפקדו במפקד הראשון. המספרים במפקד הראשון הן אותם מספרים כי מדובר על אותו מפקד. בימפקד' הראשון נותחו ה'מספרים', בימפקד' השני נותחו ה'שמות'. בימפקד' השני הפכו הנתונים המספריים מ- Data ל- Information. כל אדם נמצא באין ספור קבוצות מגדירות: 'משרתי מילואים', 'עשירון מסוים', 'בעלי זכות הצבעה', וכדומה.

'שם' אינה רק מילה או צמד מילים לזיהוי, היא גם מבטאת את המשמעות של 'מטרה', כמו-לשם מה'. ניתוח השמות בתוך קבוצות הזיהוי המספריות נותן מידע רב על הקבוצות השונות בתוך בני ישראל. המידע האיכותי (שמות), משלים את המידע הכמותי (מספרים). כל הנמנים היו שייכים בוודאי לקבוצה אחת שסמכה על האל בביטוי השגור בפיה - "בעזרת השם". היו בוודאי אנשים 'בעלי שם' והיו 'ששםם הלך לפניהם' והיו כאלה שטרם 'קנו להם שם'.

הנה כי כן, אין מדובר על סקר רגיל, מספרי, אלא על סקר איכותי. לא ניתן אמנם לנהל באופן אופטימאלי דבר שאינו בר מדידה אולם מאידך, הנתונים היבשים המספריים אינם אומרים דבר באמת, כקושיית הרמב"ן לעיל. העיקר הוא **לשם** מה נצברו הנתונים ומה עושים איתם? בניתוח הנתונים שבסקר השני אין מדובר בפעולה סטטיסטית כדוגמת סקריה של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, אלא על ניתוח השמות כולן, כי לכל אחד יש שם.

כמעט בכל השפות האירופיות וגם ביפנית, נשמרה האות **מ** בתרגום המילה שם, (איטלקית: nome, אנגלית: name, גרמנית: Name, óνομα (תעתיק: ónoma), יפנית: 名前 (תעתיק: namae), פורטוגלית: nome, צרפתית: nom). בכל השפות הוחלפה האות **ש** באות **נ**, האם זה בעקבות הפסוק - "וַיִּאמֶר בְּרוּךְ יְקֹנֶן אֱלֹהֵי שֵׁם וַיְהִי כְנֻעַן עֶבֶד לְמוֹ" (בראשית ט, פסוק כו)?

להערות: hazutg@gmail.com