

# טוב לי- רע לך

## Win-lose: The Israeli Experience

### מאת: שפי שפס

במערכות יחסים בין אנשים, בין ארגונים ובין אנשים וארגונים, יכולים לשרור 4 קומבינציות (בעברית- קומבינות) סטטיסטיות:

אני מרוויח – אתה מרוויח  
אני מרוויח – אתה מפסיד  
אני מפסיד – אתה מרוויח  
אני מפסיד – אתה מפסיד

אני מבקש מראש את סליחת הקוראות על שאני נוקט לשון זכר ולא לשון נקבה, וזאת מפאת נוחיות גברית בלבד. בי נשבעתי שאני ידוע בציבור כפמיניסט מוצהר, והא ראה שידוע לי שביחסים בין גברים לנשים מתקיים בדרך כלל היחס המקומם של "אני מרוויח-את מפסידה". אך היות ואנו עוסקים כאן ביעוץ ארגוני ולא ביעוץ זוגי, נניח לתחום זה ונתמקד בארגונים.

התבוננות וניתוח של ההתנהלות העסקית והארגונית בישראל מראה העדפה ברורה לגישה של "אני מרוויח-אתה מפסיד". יש ייצוג קטן לגישה של "אני מפסיד-אתה מפסיד" ואין כמעט בנמצא גישה ממשית של "אני מרוויח-אתה מרוויח". מעניין שמבחינה היסטורית דגלו התלמוד והמשנה בגישה של "ואהבת לרעך כמוך" ו"השנוא עליך אל תעשה לחברך". זה כנראה התייחס במקור רק ליהודים. דורות של מלחמות הישרדות של סוחרים יהודיים בגויי הגולה הדוויה, שינו את הגישה: מותר לגנוב מן הגוי ומצווה לרמות את השלטון. התפוצות היהודיות שנתקצו בישראל מאז הקמתה ייבאו איתם את התפיסה הזאת במיטבה, והעובדה שבארץ אין גויים וגם הממשל הוא יהודי, לא ממש שינתה את אורחותיהם. הסתבר שגם בארץ יש מלחמת קיום, ואם אין לחם, נאכל זה את זה.

הגישה של "אני מרוויח-אתה מפסיד", טבועה עמוק ב-דנ"א (דִּפְק נצחי אישי) הפסיכולוגי של הישראלי המכוער, ומתבטאת הן בהתנהגות הפרטנית והן בהתנהלות הארגונית והעסקית. שניים הם אבני היסוד המכוננים של הקיום הישראלי: "אני לא אתן לאף אחד להוציא אותי פרייאר", הוא הראשון והחשוב שבהם. הוא בנוי על הנחת יסוד שהצד השני, שהוא אויב שלי בהגדרה, "עובד עלי בעיניים", זומם באופן תמידי להרוויח על חשבוני, לנצל את תמימותי ו/או את חוסר הידע שלי כדי להוציא ממני משהו שלא מגיע לו, או לגרום לי לשלם מחיר מופקע על דבר קלוקל שאינו ראוי לכך. הנחת היסוד מאחורי גישה זו היא שהצד השני נגוע בחוסר תום לב, בהתנהגות שקרית, מטעה ומתעתעת, שהוא דואג רק לאינטרסים שלו ולא יהסס לפגוע בי לשם כך. ברור מאליו הוא, שמתוך הגנה עצמית זכותי המלאה והצודקת לנהוג כמו הצד השני, ואפילו להקצין את התנהגותי ("הוא התחיל"), וכך נוצר מעגל דו-צדדי של "אני מרוויח-אתה מפסיד".

אם מצרפים לעניין גם היבטים חברתיים-פומביים הופך העניין לנורא עוד יותר. הישראלי שונא "לצאת פרייאר", אך אם ייודע הדבר ברבים, אין לו תקומה. העובדה שמישהו אחר בר השוואה הצליח לקבל/להרוויח יותר או לשלם פחות, שמישהו "דפק את השיטה" ורק אני לא, מהווה פצע מדמם חשוך-מרפא. הישראלי מוכן לקבל, לעיתים באהבה, שכולם הפסידו. "אני מפסיד-אתה

מפסיד" היא נחמת שותים (בירה) ואחוות הדפוקים. לפעמים אפילו מוכנים המהדרין בשיטה להפעיל את כלל "עין תחת עין", שבישראל פירושו "אני מוכן להפסיד עין בתנאי שאתה תפסיד שתיים". ומכאן קצר המרחק אל אבן היסוד השנייה המכוננת של הקיום הישראלי והיא "אני לא מסוגל לפרגן לאחר". לא יכול להיות מצב שמישהו בר השווה הצליח יותר ממני. הדבר מוכיח קבל עם ועדה שאני פחות מוצלח, אך זה משום שהוא רמאי, שקרן, בר מזל ולא ברוך כישרון, מקורב לשלטון, בן משפחת... ובכלל הוא הומו ומניאק.

החיבור של תפיסת ה"פרייאר" ואי היכולת "לפרגן" (אגב, שתי מילים שחדרו לעברית מן היידיש, ואינן ניתנות לתרגום לשפות אחרות), מסביר מדוע הצירוף "אני מרוויח-אתה מפסיד" כה שכיח בישראל, וסופו "אני מפסיד-אתה מפסיד". דוגמאות יש בשפע. נהגי ישראל יחרפו נפשם (ויחרפו את הנהג האחר) במאבק על כיבוש זכות קדימה, מה שיכול להפוך כהרף עין להפסד של חיים. ראיתם פעם באיזו איטיות מרגיזה ובאיזה פנים אבלות מפנה נהג ישראלי שסיים לחנות את מקומו לנהג אחר שממתין למקום? דגל ענק של "יצאתי פרייאר" ו"לא מפרגן למניאק" מתנוסס שם.

גם ביחסי עובד-מעביד המצב אינו טוב בהרבה. רבות ממערכות יחסים אלה מאופיינות בחשדנות הדדית ובייחוס כוונות רעות לצד שכנגד. מעבידים רבים אכן מנסים למקסם את רווחיהם על גבם של עבדים מנוצלים, ומצד שני חלק מוועדי עובדים חזקים מוכנים לאפשרות של "תמות נפשי עם המעביד" ומסכנים בהתנהגותם המיליטנטית את קיומו של הארגון אליו הם שייכים. סבלם של מקבלי השירות המושבת אינו מהווה גורם בשיקולים שלהם. "הפרייירים" ימשיכו לצרוך את שירותיהם בכל מקרה. לעיתים, נושבת רוח מדומה של "אני מרוויח-אתה מרוויח" בין גופים גדולים במשק כמו בנקים, חברות סלולאר, חברות ביטוח, שידורי טלוויזיה ועוד, עד שמתגלה במהרה האמת ששיתוף הפעולה והסולידריות ביניהם נועדה לכך שהם כולם ירוויחו יותר, על חשבון הציבור שישלם יותר.

בתחום השיווק, המכירות והשירות התמונה דומה. עדת הפרסומאים והיחצנים מאמינה באמונה שלימה, שכל מסר שייאמר מספיק חזק, מספיק פעמים ובצורה נכונה, סופו שייקלט אצל ה"פרייירים", בלי קשר לאמיתותו. אנשי המכירות המצוחצחים למשעי יסבירו לקונה אך ורק את יתרונותיו המוחלטים של המוצר, יכחישו בתוקף כל מגבלה או חסרון שלו, וידגישו שאם לא תיקח את הדיל המוצע "תצא פרייאר". וצלופחי השירות יסבירו לך בשפה שאינה משתמעת לשום פנים, למה במקרה שלך האחריות על המוצר לא תקפה, אלא אם כן, לפנים משורת הדין, תאריך את המחויבות שלך רטרואקטיבית לחמש שנים קדימה, במחיר הזדמנותי של 576 ₪ לשנה, שיוחזרו לך אם תגדל קקטוסים באלסקה. אבל עם ישראל לא "פרייאר". הוא יעשה הכול כדי לדפוק את המנוולים ולהוציא מהם בדרכי כחש ומרמה כל מה שאפשר, ובעיקר את מה שאי אפשר.

הכותב הוא מומחה בכיר בפסיכולוגיה קלינית ויועץ ארגוני.