



שרון מועלים

איוה ניר גוקן
דברים שרופאים לא מספרים

כדאי להסיר שיער מוצנע?

לתספורת החוטיני יש שורשים שהם מעבר לאופנה

← באחד הביקורים האחרונים שלי במכון הכושר שאלתי את עצמי, לאן נעלם כל שיער הגוף?



האופנה שסוחפת כרגע את ניו יורק היא טיפוח הגוף הגברי, ובמסגרתה הונחי גברים, לרוב בעידוד נמרץ מבינות או מבני הזוג שלהם, נפטרים משיער גופם. ואני לא מדבר רק על החזה והגב. הגברים בניו יורק מודרמים כיום יותר מאי פעם בעבר, ועוברים הסרת שיער בשעושה באזור המפשעה. אני לא צוחק.

הנשים בארצות הברית ובבריטניה נתונות כבר מזמן לחץ אופנתי להסיר בקביעות את כל השיער מאזוריהן המוצי נעים. בארצות הברית יש לזה אפילו כינוי חיבה: "לעשות את הברזיליאני". מקור השם בסברה שהוטיני הולך ומתמוזער בברזיל הצריך גם הסרה של עוד ועוד שיער עד אופנת אפס-שיעירות כמו בארצות הברית, אבל הכינוי תפס.

וכשחושבים על הזמן, המאמץ ובעיקר הכאב שרכרו באופנה הזאת, אני חושב שדשאלה ששכחנו לשאול היא – למה? האם לסבל הזה יש סיבה שהיא מעבר לאופנה? אבל לפני שנתחיל לדבר על ההיגיון שמא

חורי האופנה, כדאי להבין למה מלכתחילה יש לנו שיער בין הרגליים. הסברה המקובלת היא ששיער ערווה הוא מיתוג לרבייה. מעין גרסה ביולוגית לסמלי סטטוס כגון שיער רולקס או מרצ' דס בנץ. בגרסה הזאת, הוא עשוי להתקשר עם פוריות – ואף ישנן כמה הפרעות גנטיות שגורמות לעקרות בקרב נשים, ובאופן מפתיע הן פעמים רבות מלוות ברלילות שיער באיזורים המוצנעים. היחס הזה לערווה מסתובב לא רק בספרות אקדמית, אלא בהרבה תרבויות בעולם. שמעתם על הגברים שמשתיילים שיער מעורפם בקרמת הקרקפת שלהם? מתברר שישנן נשים שעוברות בתהליך דומה השתלת שיער ערווה, כדי ליצור שם מראה שיער מלא יותר. וגם עכשיו אני לא צוחק.

הניתוח הזה צובר פופולריות בעיקר בשני מקומות. הראשון הוא קוריאה, שם נשים מוכנות לשלם 2,500 דולר על השתלת שיער במקומות מוצי נעים, כי אמונה עממית קובעת שאשה שטובלת ממחסור בשיער עלולה לסבול ממחסור גם במחלקת הילדים. המדינה השנייה שנוקטת ייעור מהסוג הזה היא – תאכונגו – ברזיל. בניגוד לתרמית שמפיצים באמריקה, בברזיל מעדיפים כמות מסוימת של שיער על פני

הניתוח הזה צובר פופולריות בעיקר בשני מקומות. הראשון הוא קוריאה, שם נשים מוכנות לשלם 2,500 דולר על השתלת שיער במקומות מוצי נעים, כי אמונה עממית קובעת שאשה שטובלת ממחסור בשיער עלולה לסבול ממחסור גם במחלקת הילדים. המדינה השנייה שנוקטת ייעור מהסוג הזה היא – תאכונגו – ברזיל. בניגוד לתרמית שמפיצים באמריקה, בברזיל מעדיפים כמות מסוימת של שיער על פני

בשתי מדינות דווקא נהוג להשתיל שיער ערווה: בקוריאה, שבה לפי אמונה עממית מי שסובלת ממחסור בשיער חסכול ממחסור בילדים; ובעוד מדינה, שלה מלכתחילה יוחסה אופנת ההסרה

ד"ר מועלים הוא מומחה לביולוגיה אבולוציונית ומחבר רב המכר "דווקא החלשים שורדים" וasksharon@calcalist.com.il



שיזף רפאלי

מתבונן בעולם החדש

האם עניי העולם הם תקוותנו?

על השיעור האחרון של נביא כלכלת העולם השלישי

← קוימבטורה קרישנראו פרהלד – או סתם "CK" בפי מכריו – מהחוקרים החשובים ברורנו בתחום האסטרטגיה העסקית, הלך לער

פרהלד קרא לנו להתייחס לעניי העולם כאל שווים ולא כאל קורבנות או מעמסה. הוא המליץ לחברות עסקיות לשווק להם מוצרי צריכה, וכך יצר את מהפכת ה"Single Serving", שיווק במנות קטנות

פרהלד ייזכר בעיקר כמי שתבע את אוצר המילים של תורת "הכוונה האסטרטגית" – מושגי "החזון", "המי שימה" ו"המודל העסקי" שמשמשים מדי יום את מי שמלמדים ניהול ואת הערסקים בו. הוא הפך את המושגים האלה למילים אסוציאטיביות, בענף שבו מאוד קשה לחדש ולזכות בהכרה. הייתחנות בתחום האסטרטגיה העסקית היא ארגונים שלמים, ואת אלה קשה להכניס למעבדה או לקחת מהם רגימות. כל סובכני גם כטוחים שאין דבר שאפישר החדש, לכן, השפעה כזאת על יציוב החשיבה העסקית היא הישג עוד יותר נדיר ומרשים.



פרהלד המציא את החזון מחדש
CC by Mays Business School · 0173

לה של הכלכלה הקפיטליסטית. בספרו "The Fortune at the Bottom of the Pyramid" ("האוצר בתחתית הפירמידה") כתב שמעמדות הביניים המתפתחים בהודו, סין, ברזיל ואינדונזיה אינם הפוטי צות הברית. כששב להודו כאיש אקדמיה הוא התקשה למצוא את מקומו. אז, בשנות השבעים, גל הפיתוח הגדול עוד לא שטף את הודו.

הקריירה המזהירה שלו התפתחה כששב לאמריקה, כפרופסור בבית הספר לינהל עסקים של מישיגן, שם חיבר את "Competing for the Future", הספר שהגדיר את המונח רב השימוש "יכולות ליבה". יכולות ליבה הן השכונולוגיות, הכישורים וריכוזי הידע שמהם עתידים לנבוע מרב רווחי הארגון, ושאותם על כל עובר להכיר, לנצל ולחזק ככל יכולתו. פרהלד הוא שהורה לארגונים לזהות את יכולות הליבה שלהם ולהגדירן בשמן, ואז להתמקד בהן – ולוותר על פעילות בתחומי משנה, שבהם אין להם יתרון יחסי. גישתו הפכה על פיה גישות קודמות, שתמכו בצמיחה קונגלומרטית בכמה כיוונים וענפים. עד היום עמדתו של פרהלד נמצאת בריון מתמשך.

את תרומתו החשובה ביותר לחשיבה העסקית תרם פרהלד בעשור האחרון לחייו, כשריכר על "תחתית הפירמידה" – 4 מיליארד עניי העולם. בלא טיעונים של חמלה וסוציאליזם, פרהלד הסביר שריווחתם ושגשוגם הכלכלי של אלה שמתקיימים מפחות מחמישה שקלים ליום הם תקוותה הגדיר

פרופ' רפאלי הוא ראש בית הספר לניהול באוניברסיטת חיפה
www.sheizaf.rafaeli.net

גאדג'ט: מצלמת רטרו

גויעת המצלמה הדיגיטלית ועליית המצלמות הסכולריות עשויות ליצור הזדמנות דווקא לפילם המסורתי. כך לפחות חושבים בחברת פולארואיד, שמשחררת את פולארואיד 300 שתנסה להחזיר לאופנה את הדפסת התמונות המיידית. במקביל, החברה חוזרת ליצר גם את סרט הצילום הנכחד שלה. 90 דולר.

<http://bit.ly/b9gpCl>



עיצוב: רדיאטור מושלם

5 נכון, החורף לא עומד לחזור בקרב, אבל אולי זאת הזדמנות טובה להצטייד בזול לקראת החורף הבא ברדיאטור האקסצנטרי שמעצב העל קארים ראשיד יצר עבור חברת ID-EE האיטלקית.

bit.ly/9sGnOn



הנדסה: ממתוס ליאכטה

4 השרות של חברת הידור לאנס הניו יורקית מצית את הדמיון: החברה מציעה להשתמש במתוס הנוסעים הישן שלכם כמנוע למעבורת או יאכטה מפוארת, שיכולה להגיע למהירות מקסימלית של 225 קמ"ש.

<http://bit.ly/bsRgtR>



מוזיקה: להרחיב אופקים

3 רוצים להרחיב את השלכתכם המוזיקלית ואת ידעכם אודות להחזיל הפריקט הנחדר "My Year Of Mixtapes" סוגר בימים אלה שנה, שבמהלכה עלה מדי שבוע פלייליסט המוקדש לסגנון מוזיקלי אחר. בתפרט: דטריוט טכנו, ג'אנגל, יורדיסקו, סינת'פופ, שיקגו האוס, רגאיי ועוד 46 ז'אנרים ששונים הצצה.

<http://bit.ly/bZnuXN>



אוכל: 41 המאכלים הקטלניים באמריקה

2 החל ב-2011 יחויבו רשות מזון מהיר בארצות הברית לציין את הערך הקלורי של ארוחותיהם. לרגל הרפורמה ליקט האתר "יהיילי ביסט" את 41 ארוחות הג'אנק פוד המסוכנות באמריקה. מילה מאחד שהיה שם: תאכלו משהו לפני שאתם בוהים במצגת הזאת.

<http://bit.ly/dbdCNI>

המנה הרגועה באמריקה בייקוויטור פרופלי של ונדיה שטיינמן המבורגר + בייקון + נבינה אמריקאית = 1,300 קלוריות

מה הלאה



אחר

עדכונים מהשטח

אינטרנט: ייכתב מחדש

מימי הראשונים של האינטרנט, בכל האתרים משמשים ארבעה גופנים: אריאל, ורדנה, וז'ורג'יה וטימס – הרבה פחות ממבחר הגופנים שעומדים לרשות כל ילד שכותב את החיבור שלו בורד. לפי "הלוס אנג'לס טיימס" כל זה עומד להשתנות בקרב, כשחברת "מונוטיפ אימאיינג", בעלת אחד ממאגרי הגופנים הגדולים בעולם, תשחרר יותר מ-2,000 גופנים לשימושם של מעצבי אתרים בעולם. הטקסט באינטרנט, חוזה הכתבה, יעבור את אותו השינוי שמתחולל בסרט "הקוסם מארץ עוץ" כשהוא נהפך משחור לבן לצבעוני. ממש ככה.

<http://bit.ly/cLqj1s>

