



## דן אריאלי

מומחה להחלטות חשובות

### איך להסביר לעוזרת?

פרופסור יקר, בעבודה אין לי בעיה לבקש מהכפופים לי לבצע עבודה, לתקן ולשפר, אבל עם עוזרת הבית זה קשה יותר. חברות שלי ואני פיתחנו שיטה עקיפה: במקום להעביר ביקורת בפניה, להשאיר פתק. מה דעתך? יש שיטה טובה יותר? **גליה**

גליה היקרה,

דעתי היא שפתקים הם לא רעיון אידאלי. חשבי רגע: לילדים שלך היית כותבת בפתק את הציפיות שלך מהם? לבעלך את מעבירה פירבקים כתובים על התנהגותו במיטה? אני חושב שכאשר התוצאה חשובה, תמיד כדאי לדבר פנים אל פנים, רצוי אפילו תוך כדי ביצוע הדבר שאנחנו מדברים עליו – להראות להם מה אנחנו אוהבים ומה לא, מה חשוב לנו וכמה.

פתקים לא נותנים אף אחד מהדברים האלה. הם רק חוסכים מהכותב את האינצעימות שעשויה לעלות בשיחה ישירה. אבל המחיר גבוה מדי. הייתי מציע לך לעבוד פעם אחת יחד עם העוזרת, להראות לה מה את רוצה ואיך, ולתת לה מודל לחיקוי. זה אטי יותר מלכתוב פתק, אבל התוצאות שונות לחלוטין.

### איך להרוג כינוי מרגיז?

ארוסי קורא לי לפעמים בשם החיבה שהאקסית שלו נתנה לו. איך מורידים אותו מזה ומקבלים כינוי חדש? **ליג**

ליג היקרה,

לדעתי הארוס שלך פשוט מחבר בין מילה שעושה לו טוב לבין משהו שהוא אוהב, כלומר את, ויהיה נחמד אם תסתכלי על זה כך. אבל אם זה באמת מפריע לך, יש מה לעשות.

דרך מקובלת למקרים כאלה היא סנקציות שליליות קטנות, מכה קטנה או מבט עצוב כשהוא משתמש בכינוי, וסנקציות חיוביות כמו מחמאה או ליטוף כשהוא קורא לך בשם אחר.

אבל יש לי רעיון לגרסה משוכללת יותר, שפיתח הפסיכולוג ב"פ סקינר, ועיקרה הוא חיזוקים אקראיים. הרעיון הבסיסי הוא להגיב באופן לא צפוי: לפעמים להתעלם מהכינוי ולפעמים להגיב בדרמטיות, לדוגמה במכה חזקה או בכי היסטרי. החשש מתגובה חסרת פרופרציה, יחד עם חוסר הודאות בנוגע למה שיקרה כשיאמר את המילה האסורה, יהפכו את עצם המחשבה עליה לחוויה שלילית. עדכני אותי בהתקדמות. ■

פרופ' אריאלי הוא חוקר כלכלה התנהגותית ומחבר רבייהמכר "לא רציונלי ולא במקרה" ו"לא רציונלי אבל לא נורא" שאלות לדן אריאלי: askdan@calcalist.co.il



איור: ערן תמנדל

## למה המסריח לא מריח?

למה אנשים אף פעם לא מצליחים להבחין שיש להם ריח רע מהפה?

מורן

מורן היקרה,



אין ספק שיש פה חידה אבולוטי-ציונית. אחרי הכל הריח הרע מהפה, כמו הנפיחה השוגגת, הוא אחד האויבים הגדולים ביותר של הרומנטיקה – הוא מזכיר שמה שנראה יפה ומגרה, בפאב השכונתי או על הצלחת, אחת דינו להתיישן, להרקיב ולהפוך למשהו שלא נעים לדרוך עליו. אז היכולת לזהות ריח רע מהפה של עצמך היא יתרון עצום במאבק האבולוציוני להתרבות.

מוחות רבים ודגולים

ניסו לפתור את החידה הזו והמילה האחרונה טרם נאמרה, אך מהמחקרים שנערכו עד כה עולה שהגורם העיקרי לכשל הנורא הזה של חוש הריח הוא אויב מפורסם אחר של הרומנטיקה – ההרגל. אנו נחשי פים לריח הרע מהפה של עצמנו בכמויות קטנות, לאט לאט, בזמן שהוא מתפתח. ואנחנו מתרגלים.

חוש הריח שלנו, והחושים באופן כללי, עובדים באופן השוואתי. המעבדה הכימית ששוכנת לנו באף נמצאת תחת מתקפה בלתי פוסקת של ריחות שצריך לנתח, וחלק חשוב מעבודתה הוא לסנן החוצה את הריחות שאליהם התרגלנו ולהעביר למח רק את הדברים החשובים. וגם המח עצמו מסונן, ומעלה לתודעתך רק את מה שנראה לו חשוב. בסופו של דבר את מקבלת בעיקר שינויים קיצוניים בריח, כאלה שמצביעים על שינויים קיצוניים בסביבה. הצחנה שנבנית לך

**מוחות רבים מנסים להבין למה אנחנו לא מבחינים בהכל הפה של עצמנו, ובינתיים מסתמן שהסיבה היא אויב מפורסם אחר של הרומנטיקה: ההרגל**

מתחת לאף אינה כזו. אז מה עושים? יש שממליצים ללקק את גב כף היד, לתת לרוק להתייבש ולרחרח. המיקרוביולוג הישראלי מל רוזנברג חקר את הטכניקה הזו וגילה שהיא מאד לא אמינה, ושגם אנשים שמריחים בסדר גמור נכשלים לעיתים קרובות במבחן הלוקוק. יש אנשים שחושבים שאפשר לטעום את הריח הרע, אבל אף שלפעמים הם מגיעים יחד, ריח רע וטעם רע יכולים להגיע לגמרי בנפרד.

אך אל תאמרי נואש. צחנת הלוע (המכונה בלעז "הליטוסיס", גיבוב של יונית ולטינית שאפשר לתרגם כ"נשמת") מגיעה, ברובם המכריע של המקרים, מהלשון. אז אם את לא מפתחת להיכנס לעורר מוק העניינים, את יכולה לגרד בעדינות את החלק האחורי של פני הלשון עם

קיסם ולרחרח אותו. לרוב האזור הזה נקי ויבש באופן מפתיע, אך אם יש בעיה, יש סיכוי נאה שהצחנה המרוכזת תפרוץ דרך המחסומים הפסיכולוגיים והפיזיולוגיים כאחד. וניקוי טוב של הלשון (במברשת שיניים, למשל) גם יפתור את הבעיה ברוב המקרים.

הטכניקה הזו נותנת לך סיכויים די טובים, אבל הם לא מושלמים. אם את חושדת שיש לך בעיה רצינית יותר, ובעצם, גם אם לא, הדרך הבטוחה היחידה היא לשאול מישהו אחר. מישהו שאת סומכת עליו. ואני מקבל שאלות רק בכתב. ■

שאלות לבלדד השוחי: askbidad@calcalist.co.il



# יש עתיד עסקי לשיתוף קבצים?

ספר חדש מציע דרך למסד את הפיראטיות

הסיסמה "מידע רוצה להיות בחינם" מהדהדת כבר כמעט 30 שנה. היא מבטאת, ויש אומרים אף מעוררת, את אוירת ההעסקה הפי-ראטית של כל תוכן שרק אפשר לשכפל. הרי אם המידע רוצה להיות בחינם מחוב-תנו לסייע לו בכך, לא? זה משכנע ומפתה, ובמדינה שפעם כונתה "מדינה של דיסקט אחד" – אדם אחד קנה פעם את מערכת ההפעלה חלונות ויתר תושבי ישראל הע-תיקו – לא פלא שרבים חושבים על האינ-טרנט כחגיגת חינמיות.

אבל הסיסמה הזאת שנויה במחלוקת עוד מיום היווצרה, ויש לה קורבנות עם פנים ושמות, ובהם סופרים, מוזיקאים, עיתונאים, מחזאים, מרצים ויועצים. מידע חינם הוא מידע שלא ברור מי ישקיע בעתיד ביצי-רתו. עתיד שכולו ממתין כארוחת חינם גדולה בכיטורנט ובאתרי שיתוף הוא חלום באספמיה במקרה הטוב, וחתרנות הרסנית במקרה הסביר.

האם יש דרך ביניים? כולם מה-פשים אותה. למשל כריס אנדרסון, עורכו הפורש של המגזין "Wired", כתב בעבר

**בסוף כל עותק דיגיטלי מספרו של גנס מופיע קופון שאפשר לשלוח לחבר, כדי שיווריד עותק נוסף ב-99 סנט. באופן זה אחד יכול לרכוש את הספר במחיר בפחות מדולר**

רבימכר על המודלים של חינמיות. אתר הניו יורק טיימס פיתח מודל תמחור מסובך שמאפשר לקרוא 20 מאמרים חינם בחודש, ומעבר לכך יש לשלם מחיר שמשתנה בה-תאם לסוג המכשיר שבו קוראים.

וכעת פרופ' ג'ושוע גנס (Gans), כלכלי לן מאוניברסיטת טורונטו, מציע הצעה חדשה לשביל זהב: ספרון קצרצר וחדש, "Information Wants To Be Shared" (<http://is.gd/IQYJeY>), שיצא בהוצאת הרווארד ביזנס ריוויו, מקדם את הרעיון של שיתוף מאורגן במידע כחלופה להת-לבטות בין פיראטיות לקמעונאות מסור-תית. מידע לא רוצה להיות חינם, הוא רוצה להיות נפוץ. וככל שמפיצים ומשתפים אותו ערכו עולה.

"שיתוף" ו"חינם" אינם בהכרח אותו הדבר. בתאגידים רבים מקוננים על כך שגם אם היו מקבלים כמה סנטים מכל סרט או שיר שמועתק ברשת, הדבר היה מפר-נס אותם היטב. הצעתו של גנס היא למסד את הפשרה הזאת. לאפשר לאנשים להפיץ את הידע, שעלות ייצורו נמוכה ועלות שכפולו אפסית, ולאפשר לבעליו ליהנות מתפוצתו. בעלי זכויות יוצרים לא יצליחו להישאר בתפקיד הכרטיסנים שמאיישים את שער הכניסה. עליהם ללמוד לרכוב על גלי ההמון. ולא במקרה ניסיונותיהן של כמה להקות לאפשר לגולשים להוריד את אלב-מיהן חינם או לנקוב בעצמם במחיר התגלו כרווחיים. גנס מספר על ניסיון עדכני של להקת הרוק xx מלוס אנג'לס, שבאמצעות שיתוף מבוקר הצליחה להפיץ אלבום חדש

שלה ל-5 מיליון מאזינים בתוך שבוע, ולה-רשים את ענקית התוכנה מיקרוסופט שה-תגיסה לבנות אתר שמספר את סיפורה (<http://is.gd/vcCrPC>).

**גנס עושה את הדברים שלהם** הוא מטיף. ספרו הוא בלון ניסוי למכירה באמצעות שיתוף. איש הרי לא באמת מאמין שספרים דיגיטליים, שעלות יצירתם נמו-כה ועלות שכפולם והפצתם אפסית, בהכרח צריכים להימכר במחיר מלא, כאילו הודפסו על נייר יקר. הוא מנסה לעדכן את כלכל-ת ההפצה של ספרים כך: בסופו של כל ספר דיגיטלי שהוא מוכר ב-4.5 דולר דרך אמזון, בארנס אנד נובל או אתר ההוצאה של הרווארד מופיע קופון שמאפשר לרכוש עוד עותק ב-99 סנט. תיאורטית, ייתכן מצב שבו על כל אדם שיקנה את הספר במחירו המלא, רבבות יקנו אותו בפחות מדולר. אם הספר ירכב על כוח השיתוף, ויזכה לתפוצה דומה לזו של ספרים שמועתקים פיראטית, זו תהיה הוכחה לכך שהכלכלה יכולה להת-עדכן לטובת כולם. לפי גנס, גם אם ייכשל צריך להמשיך לחפש.

גם אנדרסון היה בשעתו יצירתי, כשאפשר להוריד בחינם עותקים דיגיטליים של ספרו "חינם", אבל מכר במחיר מלא ובהצלחה רבה את התקצירים של הספר. ימים יגידו איך תתפתח אסטרטגיית השיתוף המסחרי, ואם היא תהיה זאת שתציל את תעשיית התוכן. נשתף אתכם בתוצאות.

פרופ' רפאלי הוא ראש מרכז שגיא לחקר האינטרנט באוניברסיטת חיפה  
sheizaf.rafaeli.net

## תורת המספרים

הסטטיסטיקה של החיים

### למה באמת לא קודמנו בעבודה

המחשבה שוותק והריצות יקדמו אותנו בארגון היא אשליה. יש הרבה עובדים ותיקים ומעט משרות ניהוליות, וכפי שמלמד סקר שערך הלמ"ס, רק כמחצית העובדים זוכים לקידום בתשע שנות העבודה הראשונות, ומי שלא קודם עד אז כנראה יישאר תקוע לשארית הקריירה. כיום, כשרבים מוכנים לעבוד יותר תמורת פחות שכר, כדאי לראות אילו סיכויים הסטטיסטיקה מותירה להם. אולי אם נבין שרובנו לא נקודם נוכל לתת לעבודה את המקום הראוי לה, ולדרוש יותר עכשו במקום לפנטז על מה שיקרה אחר כך.

גל חן

