



מגיע להם לנצח

פסיכיים מבקשים ליצור אצל קהלי היעד שלהם דימוי רגשי הנובע מעצם היותם כמשחק. הם כמו משפיענים ברשתות החברתיות. מצפים שתקנה מוצר, כי הם אחוזו בו בתמונות ואתה סוג של סומך עליהם. באופן ממוקד, תסמוך עליהם כי הם אווזים במוצר שניתן לקרוא לו: נר-חיק את ביבי. לאחרונה זה אפילו זכה למיתוג: רל"ב. מחנה רק לא ביבי. ייאמר לגנותם: גם בנושא הזה, כאילו היבדול שלהם, לא נשמע קולם הברור והצלול. בראיונות טלוויזיוניים מנסים לסחוט מהם אמירה. לא תשבו עם ביבי? בשום מצב? בשום מחיר? חלקם משיבים בגמגום גם בנושא הזה. ובלי זה, אין להם כלום.

מי יודע מה עמדתו של לפיד בנושא פתרון הסכסוך (יש כוה?) עם הפלסטינים? ומי יודע מה עמדתו של בני גנץ, הביטחוניסט השואף להיות ראש ממשלה בנושאי דת ומדינה? אנחנו לא יודעים. יודעים שהם מבטיחים להחליש את רעש הקומפרסור, הדימוי המדויק מבית מדרשו של עמוס עוז וזל על בנימין נתניהו אחרי בחירות 1999. השתקת הרעש הזה היא משימה ראויה בפני עצמה, ויש שראו בעצם קיומה של הממשלה האחרונה, ממשלת השנינו, הצלחה עצומה רק בהקשר זה. נהיה שקט. אין רהב. יש עשייה. ענייניות. כל מיני דימויים חיוביים מבית המדרש של רל"ב. אבל זה לא מספיק. עם זה לא בונים מדינה.

בשביל לבנות מדינה, המשפיעים הפסיכיים צריכים להיהפך לאקטיביים, לייצר תפישת עולם, לקבל החלטות בנושאים כואבים ולהסכים לקחת סיכונים. הם צריכים לזכור שהמטרה שלהם אינה לטווח הקצר, והם אינם שחקני חיבורים עם שחקני חיווך אטרקטיביים כמו גדי איזנקוט. משפיעים אקטיביים צריכים להחליט שהם כאן להנהיג את המדינה גם אם אין ביבי לנצח אותה. מי הם אם רעש הקומפרסור הפסיק לטרטר מיוזמתו? מה יש להם לומר? הם לא סוחפים ולא מצליחים ליצור את הגוש הסוחף לא רק כי הם לא כריזמטיים או גאוני שיווק כמו המתחרה. הם לא סוחפים כי הם לא אומרים דבר זולת הרעיון המאלחש של "ממלכתיות". זה נעים לאוזן כמו ביקור בספא, עם אבנים חמות ועיסוי לגב דואב. זה לא פותר בעיות לאורך זמן. יש פה פריצת דיסק לתקן. זה לא האומץ הנדרש ממי שיודע גם לאחוז באיזמל מנתחים. לכן זה לא מספיק בשביל לנצח.

לכנימין נתניהו מגיע לנצח בבחירות הקרובות, לגייס את ה-61 מנדטים שהוא נוקק להם ולממש את תוכניותיו להמשיך ולשנות מהיסוד את מדינת ישראל בהתאם לתפישותיו ולצרכיו האישיים. מגיע לו, מאחר שהוא עושה את כל מה שנדרש ממנהיג השואף לנצח. ראשית הוא משדר שהוא לא חושש ולא נחלש מהעובדה שהוא באופוזיציה, בביתו בקיסריה ולא בבלפור, תקוע עם משפחתו וללא המעטפת שאליה הורגל. רבים חשבו שיישבה שיימאס לו, שישתגע ממה שקורה בין קירות הבית. אבל לא. האיש מלא אנרגיות. הוא בכל מקום. ביד אחת הוא מכדרר תוכנית כלכלית וברגל בועט בכדור בסרטון שהוא מעלה לרשת. חשבו שהוא לא "יזחל" לקבל תדריך ביטחוני מיאיר לפיד. הגיע גם הגיע, בראש מורם, כולל הירידה לפרטים בארגון הפוטו-אופ הנדרש. מגיע לו לנצח כי עמדותיו ברורות וכי הוא מסתכן בלבטא אותן – ואין זה משנה אם יישם אותן. הוא בעד כלכלה קפיטליסטית הנשענת על תחרות. הוא נגד החזרת שותפים ופתרון של שתי מדינות. הוא נגד עצמאותו של בית המשפט העליון. הוא בעד מסורת ודתיים באופן כללי ונגד הפרדת דת ומדינה. הוא בעד עצמו. לא לחינה "סולחים" לו מאמיניו כשהוא פונה ליצירת קואליציה עם הערבים. הם יודעים שהוא לא אוהב ערבים ושורוק אותם ברגע שיוכל. מבחינתם ביבי בתחכמו, עמד לנצל את הערבים, כמו שצריך. הוא לא חבר אליהם באמת.

גם לאיתמר בן גביר מגיע ליצור מפלגה גדולה שתהווה לשון מאזניים ותקבע מי יהיה בשלטון בכנסת הבאה. בן גביר נמצא בכל מקום. בכל אולפן. בכל הפגנה. בכל זירה. נותן עבודה. עמדותיו ברורות. עקביות. הוא קיצוני, אך מקפיד לייצר דימוי של מי שלמד את כללי המשחק. מבעיר שרפות שקורץ גם למי שרוצה לראות אותו מסתובב עם מטף כיבוי. מתלהם חביב כזה, סוחף. מדבר מדם לבו וכל זה. נתניהו ובן גביר הם משפיעים אקטיביים. משפיע אקטיבי הוא אדם השואף להשיג תגובה ספציפית מהקהל אליו הוא פונה. הוא מבקש הזדהות, ציות, ותגובה התנהגותית ברורה ונצפית מראש. כוונתו לסמוך עליה. כמו מפקד שצועק אחרי ומאמין שחייליו רצים אחריו.

המתחרים הפוליטיים של נתניהו ובן גביר הם משפיעים פסיכיים. הם רוצים להשפיע על הקהל שלהם בעצם נוכחותם, מבלי לומר דבר משמעותי. השפעה פסיבית היא אותה השפעה שאדם חש אותה, אך לא יכול למקם כיצד הגיעה לתודעתו. אנשים הלוקים בהפרעות דיסוציאטיביות קשות מדווחים עליה. יש להם תחושה לגבי דברים שאינם יודעים כיצד נשתלו במוחם. משפיעים

נתניהו ובן גביר הם משפיעים אקטיביים. הם מבקשים הזדהות, ציות, ותגובה התנהגותית ברורה ונצפית מראש. כוונתו לסמוך עליה, כמו מפקד שצועק אחרי ומאמין שחייליו רצים אחריו

dr.shilony@S2R.co.il

ד"ר איתי שילוני הוא מייסד ומנכ"ל S2R, חברה לייעוץ ארגוני אסטרטגי ומרצה נעמית בביה"ס אריסון למינהל עסקים באוניברסיטת רייכמן

page

361