

# "החלטתי להיות אותנטי. בן אדם"

## דייב אדלשטיין, 40

בעל משרד פרסום DAVID.  
בין לקוחותיו: רשת אירוקה, T.N.T, חברת  
התרופות כ.צ.ט וחלקי. בעבר משנה  
למנכ"ל באומן בר ריבנאי וסמנ"ל  
קריאייטיב בראובני פרידן

## מחפך

**ל פ** "עברתי כשכיר בכיר, עם כל הפלוסים והמינוסים. זה היה כלוב של זהב, כי בסופו של דבר אתה משרתם של אדונים. יש אשליה שאתה בדרך לאנשהו, בגלל שיש לך טייטל, משכורת יפה, פוזיציה וכות, אבל בסוף היום לא אתה זה שנוסע לצהלה עם הווילה והבריכה, אלא הבעלים. הפוקוס כשכיר בכיר היה ביעדים שלי ובתוצאות – כלומר בנקודת ההתחלה ונקודת הסיום, בלי שום התייחסות לדרך. בתוך המקום הזה, שבו רק התוצאות חשובות, אנשים מנוהלים ומתנהלים מכל קשת הרגשות שמרכיבות את המילה פחד. פחד מכישלון, מאיבוד הפוזיציה, מאיבוד הכישרון. יש מעט מאוד הכלה של כל הפחדים האלו, וכך נוצרים ארגונים שבהם אין אנשים, יש פרסונות מקצועיות. מערכות היחסים נוצרות בין המסכות שאנשים לובשים, לא בין בני האדם. "מצאתי את עצמי מתנהל לפי התפיסה שאף אחד לא זוכר את הדרך, אלא רק את התוצאה. תוצאה טובה הצדיקה דרך כוחנית ולפעמים אף פוגעת. במשרדי פרסום, פעמים רבות 'חיי אדם' הוא הדבר הכי פחות חשוב. כשהייתה לנו פרונטציה חשובה או מכרז, הציפיה הייתה שנעבוד לילות וסופי שבוע. הרדליין חשוב יותר מאיכות החיים של העובדים. גם בחיי האישיים הייתי אדם נוקשה, מסתגר ושומר על עצמו, ולא נותן בקלות להיכנס. הכול נראה לי ממש בסדר, הצלחתי, התקדמתי, הרגשתי שאני משחק נכון את המשחק של החיים – ועל זה אני מצטער כיום. "בתחילת 2009 נוצרה סיטואציה מורכבת במקום העבודה, ובעקבותיה הלכתי להתיעץ עם פרסומאי בכיר שאני מעריך את דעתו. הוא הקשיב לדילמה, ואמר לי שהפתרון עבורי לא ימצא בבריבים שהוא יגיד לי, אלא בסוף שבוע מיוחד שהוא ממליץ לי ללכת אליו. מאוד לא רציתי ללכת, כי מה לי, מכונת תוצאות שכמותי, ולסוף שבוע רגשי? אבל הוא מצא את הדרך ונרשמתי".

**השינוי:** "כל אחד חווה בסדנה משהו אחר, כי לכל אדם נקודה כואבת אחרת. הדבר שאני נעמדתי מולו זה ששכחתי להיות אנושי כלפי הסביבה וכלפי עצמי. לא הייתה בי חמלה לאנשים מאחורי התוצאות שררשתי, ולא הייתה לי חמלה לעצמי ולמחירי ששילמתי עבור התוצאות הללו. פתאום הבנתי והרגשתי שאני חי ליד החיים כמו רובוט, לא חווה אותם ונותן לתוצאות להיות הדבר היחיד שמספר לי מי אני ומה אני שווה. "הרגשתי שאלו לא החיים שאני מאחל לעצמי, והחלטתי להוריד את הפרסונה המקצועית ולהתחיל להיות אותנטי. בן אדם. כזה שהדרך שבה נעשים הדברים חשובה לו לפחות כמו התוצאה, ועם הבנה שבתהליכים מעורבים אנשים, ומה שמגיע להם ולי זה הכלה, ביטחון והעצמה. "ההחלטה לעבור מרובוט לבן אדם היא לא תהליך של יום, ולקחת לעצמי שנה שהייתה מוקדשת לאימון על האוטנטיות שלי. בתום השנה פתחתי את המשרד שלי, שעובד לפי החוקים החדשים. החוקים החדשים הם לא להיות מרוכז באג'נדה שמובילה את רוב משרדי הפרסום: להעלות את הקמפיין כמה שיותר מהר ובכמה שיותר כסף, אלא להתייחס אל העסק של הלקוח כאילו הוא העסק שלי, ולפי זה להמליץ על דרכי הפעולה. עבורי זה מחבר בין להיות פרסומאי לבין להיות אותנטי".

פתאום הבנתי שאני חי ליד החיים כמו רובוט,  
לא חווה אותם ונותן לתוצאות להיות הדבר  
היחיד שמספר לי מי אני ומה אני שווה"