

# תיאוריית ההשקעה *de* חשיבה יצירתית

## רוברט סטרנברג

רעיונותיו וכאשר הוא מצליח, הוא מוכר אותם ביוקר ונע אל רעיון בלתי שגרתי חדש. כך, שאם יש לכם רעיון יצירתי באמת, התגובה הצפויה עליו תדמה לתגובה על מניות גרועות, כלומר, בני אדם ידחו אותו. הדוגמאות לכך הן רבות. ההיסטוריה של הספרות, האמנות, המדע והטכנולוגיה מציעה לנו דוגמאות רבות של ביקורת צולבת שהוטחה ביצירות אשר נחשבו לאחר מכן לגאוניות.



פרופ' סטרנברג (מימין) בשיחה עם דר' ברנקו וייס (צילום: א. קילשטוק)

ובכן, אם ברצונכם להיות יצירתיים עליכם לנהוג באופן זה, כלומר לקנות בזול ולמכור ביוקר. מדוע בני אדם אינם נוהגים בדרך כלל באופן זה? כדי לנהוג כך צריכים להיות ברשותנו שישה מקורות. אני אתאר חמישה, את השישי - סגנונות חשיבה - אתאר בכינוס מחר.

אדבר על התפקיד של האינטליגנציה, ידע, אישיות, הנעה וסביבה ועל יחסי הגומלין ביניהם. לפני כן אני רוצה לציין נקודה אחת: מה שמובלע במה שאמרתי על מקורות היצירתיות הוא, שיצירתיות אינה רק עניין קוגניטיבי. היא כוללת ממדים אחרים כגון הנעה ואישיות. וכן, היצירתיות כוללת גם את ממד הסביבה או את יחסי הגומלין עמה, מכל מקום, היא אינה נמצאת רק באדם. כלומר, לאדם עשויות להיות כל התכונות של יצירתיות אך אם הסביבה אינה תומכת בה ומזהה אותה, היא לא תתקיים.

טוב, נתחיל באינטליגנציה: יש שלושה מרכיבים של אינטליגנציה הנוגעים ליצירתיות. אני אדבר עליהם

אם תשאלו מישהו מהו הדבר הבנלי ביותר שהוא יכול לומר על המושג "השקעה", הוא יגיד לכם כפי הנראה, שהשקעה היא קנייה במחיר נמוך ומכירה במחיר גבוה. זו, אכן, אמירה בלתי מעניינת ביותר. מה שמעניין הוא המצב בו כולם יודעים מה יש לעשות אך מעטים עושים זאת. קנייה בזול ומכירה ביוקר היא דוגמה טובה לכך. התיאוריה שלנו טוענת שאנשים יצירתיים דומים למשקיעים טובים. הם קונים בזול ומוכרים ביוקר, אך לא בעולם של סחורות אלא בעולם של רעיונות. כלומר, הם מציעים רעיונות אשר נראים לאנשים כמניות שהסיכוי להרוויח מהן הוא נמוך; הם נראים מגוחכים משהו ורחוקים ממה שידוע לכל. האדם היצירתי מנסה בנסיבות כאלו לשכנע את האחרים בערכם של

להניח שתתקלו במכשולים. רעיון יצירתי תמיד מאיים על הסדר הקיים, על הפרדיגמות השליטות.

תכונה חשובה אחרת היא, נכונות לקחת סיכונים שקולים. מי שלא מוכן לקחת סיכון, ליפול פה ושם על הפנים, לא יצור רעיונות מעניינים באמת.

התכונה השלישית היא נכונות להתפתח. אתה רואה אנשים שהעלו רעיון יפה בשנות העשרים שלהם והצליחו, וכל חייהם מאז הם תקועים באותו רעיון שזיכה אותם בתהילה.

התכונה הרביעית היא סובלנות לעמימות (ambiguity). כאשר את בתהליך של יצירה את שרויה לעתים בעמימות, באי בהירות מעיקה, את רוצה כבר להתגבר על כל העניין הארוך הזה. את צריכה במקרים כאלה להאמין בעצמך, לגלות מידה רבה של ביטחון עצמי.

התכונה החמישית היא הנעה, וכאן אגע רק בנקודה אחת בגלל קוצר הזמן: מחקרים רבים מראים שאנשים יצירתיים עוסקים במשהו שהם אוהבים באמת. כלומר אם אתם רוצים שילדכם או תלמידים יהיו יצירתיים במה שהם עושים, סייעו להם למצוא משהו שאכפת להם באמת ממנו.

ולבסוף, הסביבה: כדי להיות יצירתי יש צורך בכך שהסביבה תגיב על יצירתיות כראוי; שתטפח אותה ותגמול עליה.

**שאלה:** האם ניתן לחנך ליצירתיות או שביצירתיות יש מרכיב מהותי שנולדים איתו?

**סטורנברג:** ניתן לחנך ליצירתיות וזה מה שאנו מנסים לעשות בבתי-הספר במסגרת התכנית שלנו "אינטליגנציה יוצרת". אנו מנסים לפתח אצל ילדים את כל אותן יכולות ותכונות שדיברתי עליהן. המסר הכללי הוא, שיצירתיות היא במידה רבה גישה לחיים. למשל, להגדיר מחדש בעיות. כמובן, יש כאן מרכיב של מיומנות, אך ביסודו של דבר זו גישה שאנו כולנו מסוגלים לאמץ. כאשר בעיה לא מוליקה אותך לשום מקום, כאשר פתרון מסוים שלה פירושו להטיח ראשך בקיר, אתה צריך לגשת אליה בדרך אחרת. או למשל, נכונות לקחת סיכונים; בתי-הספר שלנו מדכאים אותה. לקנות בזול ולמכור ביוקר אינה תכונה מולדת; ניתן לפתח אותה. אני סבור שהדרך הטובה ביותר היא באמצעות הדגמה שלה; המורה צריך לשמש מודל של גישה יצירתית.

במונחים של תיאוריית השילוש שלי [את התיאוריה הזו פיתח סטרנברג בספרו הידוע, Beyond IQ, A Triarchic Theory of Human Intelligence, משנת 1985].

סיפור: היה אדם אחד (אני מכיר אותו אישית) שעבד בחברה משגשגת בתפקיד מספק מאוד ומשתלם היטב, רק מה, הוא לא סבל את הבוס שלו. לאחר כמה שנים הוא נשבר ופנה לסוכנות לכוח אדם על-מנת שתמצא לו תפקיד חדש. כשהוא חזר הביתה הוא סיפר על כך לאשתו ושניהם חשבו שניתן בעצם להגדיר את הבעיה באופן אחר. למחרת הוא חזר לאותה סוכנות וביקש ממנה למצוא תפקיד טוב לבוס שלו... משמע, ניתן להעמיד בעיות על הראש; לראות אותן באופן שונה. האם ניתן ללמד מהלך כזה ולמדוד אותו? ובכן, התכנית שאני שותף ליצירתה "אינטליגנציה יצירתית" מלמדת ומודדת את המהלך היצירתי הזה בבתי-ספר.

היכולת השניה שיש בה צורך היא יכולת אנליטית. יש צורך ביכולת זו כדי להבחין מהם הרעיונות הטובים שלך. לעתים קרובות אתה פוגש אנשים בעלי יכולת סינתטית להעלות רעיונות אך ללא יכולת אנליטית לברור את הטובים או היצירתיים שבהם.

היכולת השלישית במונחי אינטליגנציה שיש בה צורך היא יכולת מעשית. פירושה לשאול עצמך, האם יש לרעיון ערך מעשי? האם הוא יעניין אנשים אחרים? וכן, יכולת לשכנע אותם בערכו של רעיון זה.

אני מאמין, ואמונה זו מתבססת על ניסוי שעשיתי במסגרת אוניברסיטת ייל עם תלמידי בתי-ספר בו טיפחנו את היצירתיות שלהם, שיש תלמידים רבים בעלי יכולת יצירתית אך אנו לא מזהים אותם משום שבתי-הספר שלנו מדגישים בעיקר יכולת לזכור ולנתח.

המרכיב השני הוא ידיעה, וזה ברור לגמרי. כדי להיות יצירתי בתחום נתון עליך להכיר אותו, לדעת משהו בתחום זה, אך ידיעה עלולה להיות חרב פיפיות; ידיעה מעמיקה מדי עלולה לדכא יצירתיות. אדם המושקע יתר על המידה באמונות המקצועיות שלו נוטה לראות הכל בעדן ולפרש את כל המציאות באמצעותן.

מרכיב נוסף: הממד האישיותי. כדי להיות יצירתי יש צורך בתכונות מסוימות. התכונה הבולטת ביותר בתיאוריות שונות של יצירתיות היא התמדה בהתמודדות עם מכשולים. אני אכן, סבור שלתכונה זו, להתמדה, יש חשיבות מכרעת, שכן אם אתם רוצים לקנות בזול ולמכור ביוקר אתם חייבים