

← לחשוב אחרת

לצאת מהפינה

התמודדות עם קיבעונות מחשבתיים היא משימה לא קלה ודורשת הכוונה ושיטתיות. כמה עצות

מאת שחר לארי

1 תוך שלוש שניות בחרו שלושה מספרים. התבוננו בשלושת המספרים שבחרתם. האם שלושתם שונים, חיוביים



ושלמים?

מתברר שאנשים המתבקשים "לבחור קבוצת מספרים", יעדיפו מספרים שונים, חיוביים ושלמים, על פני שברים או מספרים שליליים.

התרגיל הזה מציג תופעה פסיכולוגית

עם עושר הגירויים המציף אותנו. כאשר אנו רואים אדם עם שער ארוך בשמלה, פשוט קל יותר למוחנו להניח שמדובר באשה. מצד שני קיבעונות יוצרים "שטחים מתיים" – כיווני חשיבה שמוחנו מזניח משום שנדמה שאין טעם להפעיל מאמץ בכיוונים אלו. בשנת 1945 חוקר בשם דונקר (Duncker) ערך ניסוי, בו הנבדקים קיבלו נר, גפרורים וקופסת נעצים ונתבקשו להצמיד את הנר הדולק לקיר כך שלא יטפטף על הרצפה. מרבית הנבדקים ניסו לחבר את הנר ישירות אל הקיר בעזרת הנעצים, או להצמידו לקיר ע"י המסתו. פתרונות אלו היו מורכבים ובדרך כלל לא פתרו את הבעיה כי הנר טיפטף על הרצפה. רק מעטים מהנבחנים ניסו להצמיד לקיר את קופסת הנעצים ולהציב בתוכה את הנר. דונקר הסיק מכך כי הנבדקים היו מקובעים לשימוש בקופסה כמיכל לנעצים ולא הבחינו שניתן להשתמש בה באופן אחר. דוגמה יפה להתמודדות עם קיבעון היא שומר המסך של SETI (פרויקט שמטרתו לתור אחר אותות חיים מהחלל



מוכרת – קיבעון חשיבתי – המתארת מצב של צמצום החשיבה ע"י תגובה כמעט אוטומטית לסיטואציה מוכרת. קבעונות מלווים אותנו כמו רוחות רפאים – הם בלתי נראים ומכוונים תדיר את התנהגותנו. המונח "קיבעון" נתפש כשלילי, ואולם בדר"כ התופעה חיובית כי היא מאפשרת למוחנו להתמודד ביעילות

החיצון). בשנות ה-90 נתקל הפרויקט בבעיות מימון קשות בהיעדר משאבי עיבוד. במילים פשוטות, לא היו להם מחשבים מספיק חזקים ולא היה להם די כסף לרכוש מחשבים כאלה. בחיפושה אחר פתרון יצירתי, זיהתה SETI קיבעון – האם זה הכרחי שהמחשבים ישבו במשרדיה? SETI פיתחה תוכנת שומר מסך המנצלת את העובדה שמחשבים רבים מחוברים לרשת גם כאשר הם אינם פעילים, למשל

בשעות הלילה. משתמשים שהסכימו לתרום זמן מעבד הורידו את התוכנה והקצו את מחשביהם לסייע במשימות העיבוד של SETI, כאשר אלה ממילא לא היו עסוקים. רשת המחשב החדשה שנוצרה כללה אלפי מחשבים וסיפקה כוח עיבוד העולה על זה של מחשבי על. לאחרונה הוחלפה התוכנה המקורית ע"י תוכנה חדשה – BOINC (Berkeley Open Infrastructure for Network Computing) המאפשרת למשתמש הביתי לסייע במחקרים מתחומים רבים ומגוונים כגון: פיסיקה כימיה, אסטרונומיה, מתמטיקה, רפואה וביולוגיה.

הקיבעונות, בהיותם חלק ממנגנון התפישה עצמו הם מחסומים שקופים ולכן מצויים בפנינו אתגר לא פשוט. כיצד נוכל לשבור את הקיבעונות שאנו לא רואים? ובכן מתברר שיש דרכים בהם ניתן "לרמות" את הקיבעונות שלנו. לאחרונה חזרו זוג חוקרים (Frank, Ramscar) על הניסוי של דונקר. הפעם חלק מהנבחנים קיבלו הוראות כתובות

← מה חדש
מאת ענן יסעור

החולצה זה אני

יצרנית אופנה קנדית מייצרת חולצות, שעליהן פרופילים אישיים של צרכנים. מהיום, כולם יידעו מהן ההעדפות שלך

תה מסתובב בכנס היי טק ורוצה שכולם יידעו מיהם 5 היזמים המועדפים עליך? חברת T-list, יצרנית קנדית לחולצות T תדפיס את השמות על חולצתך. החברה מאפשרת להדפיס על החולצות את רשימות ה-Top 5 במגוון נושאים. היא תדפיס את שמות 5 המסעדות האהובות עליך, 5 יעדי החופשה



שאלתר פתרון לבעיה, יודע שאלתור טוב דורש בדרך כלל להשתמש במשאב קיים לתפקיד אחר. כך נולדים רעיונות המצאתיים ומפתיעים כגון: כסא תינוקות נטול רגליים הנשען על שולחן, מחשב נייד הטוען את הסוללה שלו בעזרת ההקשה על המקלדת, קרוסלת משחק המנצלת את משחק הילדים לשאיבת מים מבאר, ועוד.

התמודדות עם קיבעונות היא משימה לא קלה ודורשת הכוונה ושיטתיות. תבנית האיחוד שנסקרה כאן רק בקצרה היא אחת מסדרה של תבניות חשיבה, שמסייעות לנו לעקוף את מערכת הקיבעונות שלנו. מהות התהליך היא חיקוי של נתיבי חשיבה מוצלחים שהביאו להמצאות ולפתרונות יצירתיים. כך כשאנו נעזרים בתהליך חיצוני ונקי מקיבעונות, קל יותר להפיק רעיונות שהם באמת חדשניים ופורצי דרך.

הכותב הוא מנחה ומנהל תיקי לקוח בחברת SIT - חשיבה המצאתית שיטתית



נסו לפתור את הבעיה הבאה:
מצאו שני מספרים שונים שסכומם שווה למכפלתם.
זכרו, קבועות הם חלק בלתי נפרד מהתפישה שלנו.

הפתרונות יועלו לאתר מגזין THE MARKER Magazine@themarker.com

ממחיש היטב את התהליך. המשתמש מתבקש לעבור באופן שיטתי על משאבים הקיימים בבעיה או בסביבתה הקרובה ולשאול את עצמו האם ניתן להטיל עליהם תפקיד נוסף. במקרה זה משימת עיבוד המידע הוטלה על מחשביהם של אלפים ממשתמשי האינטרנט. ההתמודדות עם הקיבעון מטופלת בשתי רמות. ראשית המעבר השיטתי על כל המשאבים לא מאפשר לנו להזניח כיווני חשיבה שנראים במבט ראשון, לא מעניינים. שנית, עצם החיפוש אחר תפקיד חדש למשאב קיים, מאלץ אותנו להתמודד עם הקיבעון הקשור לפונקציה המקורית שלו. כל מי

כמתואר למעלה וחלק קיבלו הוראות בהם שמות העצם כגון "קופסה" הודגשו. בעוד רק כרבע מהנבדקים בקבוצה הראשונה, נעזרו בקופסה כמגש המחזיק את הנר, כחצי מהנבדקים בקבוצה השנייה עשו זאת. שמות העצם שימשו כ"תמרוקים" וסייעו לנבדקים לזהות שימוש נוסף אפשרי לקופסת הנעצים.

תבניות החשיבה של "חשיבה המצאתית שיטתית" (SIT), משמשות כתמרוקים או מפות חשיבה. מחקרים אקדמיים סרקו אלפי פתרונות המצאתיים ופטנטים חדשניים וחילצו מתוכם תבניות חשיבה משותפות. מאחר שאין ביכולתנו "לכבות" את הקיבעונות המלווים את התפישה שלנו, תבניות החשיבה של SIT מצייעות לחקות נתיבי חשיבה שכבר נתגלו כמוצלחים ולנוע באופן שיטתי ו"עיוור" בנתיבים אלו, בכך שאנו מצייתים לסדרה של הוראות טכניות. אחת מתבניות החשיבה הללו נקראת "איחוד". עיקרה - הטלת משימה נוספת על משאב קיים. שומר המסך של SETI

מתנות ב־SMS

מיזם חדש מאפשר לשלוח מתנות ב־SMS ולהפתיע חברים באמצעות הודעת טקסט כתובה, שהיא בעצם מתנה



מה ללכת לקניון, להיכנס לחנויות, לבחור מתנה, לארוז אותה ולסחוב אותה לבעל השמחה? חברה הולנדית מאפשרת לכם - העצלנים - לקנות מתנות לחברים ומכרים באמצעות הודעות SMS. שיטת הפעולה פשוטה: נכנסים לאתר החברה ובוחרים מתנה מתוך הקטלוג המקוון. אחר כך, שולחים את מספר הטלפון הנייד של הנמען ו...זהו. קוד המתנה נשלח אל הנמען, יחד עם הודעה כי מדובר במתנה מכס. את מימוש המתנה הוא כבר יעשה בעצמו.

בדרך זו, מעניקים למטלה השגרתית של הענקת מתנות כיוון נחמד, מסתורי ומלא הפתעה. עוד חדשנות מעניינת בדרך הפעלתו של המיזם הזה, נובעת מן העובדה שאת המתנות באתר לא ניתן למצוא בנקודות מכירה קמעונאיות, אלא מדובר בדרך כלל במוצרים חדשים, שמפעילי האתר מקבלים מיצרנים שרוצים לערוך להם פעילות BUZZ ומוכנים להעניק מוצרים במתנה, כדי ליוזם עבורם שיחות מפה לאוזן בסגנון "אתה יודע מה קיבלתי ב־SMS במתנה?".

אז אם אהבתם את המדור החדש היכנסו לאתר www.cadeaucode.nl ושלחו אלי מתנה. הטלפון שמור במערכת.

הכותב הוא עורך פורום שיווק ומנכ"ל משותף של פרסי מוצר השנה בישראל

החביבים עליך או כל "חמשת ה" אחרים, שתרגע שכולם יידעו עליך. דירוגים שצרכנים עושים הם טרנד שמתפשט ברחבי העולם, הרבה בזכות הרשתות החברתיות באינטרנט. מסתבר, שצרכנים רוצים שצרכנים אחרים יידעו, מהן ההערפות שלהם. T-list הצליחה לתרגם את הטרנד ולהפוך אותו לעסק בעולם 'האמיתי', ולנצל את העובדה, שצרכנים רוצים ללבוש, פשוטו כמשמעו, את הפרופיל האישי שמעניין אותם.

למתעניינים בחולצה אישית משלהם: www.t-lists.com

