



מנהיג התרבות הפופולארית של תל-אביב הקטנה: ניתוח מאפייני מנהיגותו של ברוך אגדתי

דוד מירון¹

תקציר

ברוך אגדתי נחשב ליזם מוביל בתחום התרבות בתקופת היישוב וקום המדינה. מיזמיו התאפיינו במקוריות ובתעוזה רבה, וזכו להצלחה. הוא היווה מקור להשראה וחינוך עבור יוצרי תרבות שפעלו בתקופת היישוב. מחקר זה בוחן את מאפייני מנהיגותו של אגדתי כיוזם ומנהל. ניתוח מאפייני מיזמי התרבות של אגדתי העלו כי שילב שלושה סוגי מנהיגות: מנהיגות משתפת ביחס לצוות עובדיו; מנהיגות כריזמטית שביססה את מעמדו בקרב הציבור הרחב; וחדשנות מתמדת אשר אפשרה למיזמיו להתבלט ביחס לשאר מופעי התרבות, ואשר השפיעה על יכולתו להמציא את עצמו בכל פעם מחדש. מסקנות מאמר זה מצביעות על חשיבות סגנון המנהיגות המשתפת בתחומי הניהול בתרבות. שכן, סגנון מנהיגות זה מאפשר להביא לידי ביטוי את יצירתיותם וכישרוניהם של חברי צוות שונים, ולרתום אותם לכדי מטרה משותפת. יתרה מכך, אגדתי כמנהל ויוזם בתחום התרבות, השכיל ליצור אווירה של קונצנזוס סביב מיזמיו ולקשור גורמים שונים (מדיניים ומוניציפאליים) שיממנו את מיזמיו. התגייסותם של גורמים אלה התבססה על כך שאגדתי הקפיד להגדיר אינטרס משותף הקושר בין הגורמים שחברו אליו.

מבוא

במחצית השנייה של שנות ה-20 חולל ברוך אגדתי תמורה בחיי התרבות הפופולארית של היישוב. הוא יזם מערך שנתי של נשפי פורים וקרנבלי עדלידע, אשר הפכו לחג לאומי ולנדבך חשוב בקידום המסחר והמשק היישובי בכלל ושל העיר תל-אביב בפרט (כרמיאל, 1997). לאורך שנות פעילותו האמנותית, אגדתי נטל תפקיד ניהולי שבמהלכו הוא המציא בכל פעם מחדש יוזמות מקוריות להפיכת האמנות הפלאסטית למיזמים רווחיים. מנהיגותו של אגדתי כיוזם תרבות, התאפיינה בשלושה סוגי מנהיגות עיקריים: מנהיגות משתפת; מנהיגות כריזמטית; וחדשנות רדיקלית. המחקר הנוכחי בוחן כיצד מאפייני מנהיגות אלה, באו לידי ביטוי במיזמיו של ברוך אגדתי.

מנהיגות משתפת

Chrislip & Larson (1994) מגדירים מנהיגות משתפת כיחסים של תועלת הדדית בין שני צדדים או יותר, אשר חוברים יחדיו לקידום מטרות משותפות. היחסים בין הצדדים מתבססים על האצלת סמכויות, ועל תחושת אחריות משותפת להשגת מטרות הארגון. מנהיג משתף פועל ליצירת שותפויות אסטרטגיות אד-הוק עם חברות עסקיות שונות, ועם רשויות המדינה, לצורך השגת יעדים המשותפים לכל הצדדים. מנהיגות זו מעודדת שיח ותהליך קבלת החלטות משותף, ומבנה ערכים משותפים היוצרים אינטגרציה רעיונית בין עמדות כל הצדדים. מנהיג משתף נוטה להדגיש יעדים משותפים רחבים, החורגים (ולכאורה, אינם משרתים) את האינטרס האישי של אף אחד מהצדדים (Chrislip & Larson, 1994; VanVactor, 2012). גיבוש החזון

¹ ד"ר דוד מירון, אוניברסיטת בר-אילן. מייל: david.miron@mail.huji.ac.il
מחבר המאמר מבקש להודות לפרופ' רונית קרק-כץ מהמחלקה לפסיכולוגיה ארגונית באוניברסיטת בר-אילן, אשר פתחה בפניו את הצוהר לתחום חקר המנהיגות.

המשותף, אינו מהווה רק טקטיקה לגיוס גורמים חיצוניים להשגת יעדי הארגון, אלא משמש גם כקו המנחה את מדיניותו של המנהיג המשותף כלפי עובדיו. באמצעות הדגשת חזון משותף וגיבוש יעדים העולים בקנה אחד עם מערך הערכים של העובדים, מפיח המנהיג המשותף תחושה של מוטיבציה פנימית בקרב העובדים (Coleman, 2012; Harrison, 1999).

המנהיגות המשתפת מצטיינת באופייה הדמוקרטי, וביצירת קונסנזוס בקרב העובדים באמצעות דיאלוג מתמשך המתנהל בין העובדים לבין עצמם, ובינם לבין ההנהלה. מנהיגות משתפת אינה מהווה רק כסות עיניים דמוקרטית להחלטות ההנהלה. הצלחתה של המנהיגות המשתפת תלויה בכנות שיתוף העובדים בקבלת ההחלטות (Fischbach et al., 2007; Glew et al., 1995). מנהיגות זו מתגדרת גם בשיח אופייני. בניגוד למנהל אוטוקרטי שנוטה לדבר על הישגיו, תוכניותיו ותרומתו לארגון, המנהיג המשותף נוטה לדבר בשם טובת השותפות/הארגון, ולהדגיש את תרומת הצוות להישגי הארגון (Yammarino et al., 2012; Vangen & Huxham, 2003). בנוסף, המנהיג המשותף מאתר את נקודות החוזק של כל אחד מחברי הקבוצה, ומאפשר להם להביא את יכולותיהם האישיות לידי ביטוי (Bennis, 1999; Chrislip & Larson, 1994; Friedrich et al., 2009). תהליך זה של איתור והעצמת החוזקות של כל אחד מחברי הצוות, מתאפיין בדינמיות. מנהיג משותף אינו מעצים תמיד את אותם חברי צוות, מכיוון שהכישורים הנדרשים להשגת תוצאה מיטבית, משתנים בהתאם לפרויקטים העדכניים של הארגון. לפיכך, אם בפרויקט מסוים העצים המנהיג חברי צוות בעלי כישורים מסוג אחד, הרי שהפרויקט הבא ידרוש העצמת חברי צוות בעלי כישורים אחרים המתאימים לו (Friedrich et al., 2009).

נמצא כי למנהיגות משתפת יתרון בתחומים הקשורים ליצירתיות (Drazin et al., 1999), וכי האווירה הפנים-ארגונית שיוצרת המנהיגות המשתפת מעודדת את המועסקים להקדיש מאמץ רב יותר להשגת מטרות הארגון (Friedrich et al., 2009). כך נמצא שיפור ברווחיותן של חברות שיישמו במחלקות המחקר והפיתוח שלהן את מודל המנהיגות המשתפת (Howell & Boies, 2004). יתרה מכך, Carmeli & Schaubroeck (2006), מצאו כי שיתוף רב יותר של רעיונות בקרב ההנהלה הבכירה, סייעה לצמצם קבלת החלטות שגויות בארגונים. מכאן שנטיית ההנהגה המשתפת ליצור אינטגרציה רעיונית בין קבוצות אינטרסים, חברות ורשויות שונות, על מנת לרתום אותם להשגת יעדים משותפים, יש בה בכדי לשפר את תהליך קבלת ההחלטות של הנהלת הארגון. Hooker & Csikszentmihalyi (2003), מביאים דוגמה מייצגת ליישום עקרונות המנהיגות המשתפת בארגון הדורש יצירתיות רעיונית. מסיבות אתיות המחברים הסוו את שמות המרואיינים, אך הם ציינו כי מחקרם נערך במסגרת מעבדה אסטרופיזיקאלית באחת האוניברסיטאות המובילות בארצות הברית. בראש המעבדה ניצב חוקר בעל שם, אשר הדריך 34 תלמידי מחקר. הוא הקדיש לכל אחד רק 15 דקות של הנחיה ישירה, והעדיף כי הסטודנטים יגלו אוטונומיה ויוזמה מדעית. פירות המחקר פורסמו תחת סדר אלפביתי של כותבי המאמר, מבלי שיעניקו למדריך יתרון, ויעצימו את עבודת הצוות. הסטודנטים נהגו לדון במחקרים שערכו, בינם לבין עצמם, והמדריך האציל להם סמכויות לניהול היבטים שונים של הפרויקטים במעבדתו. האינטרס המשותף, תחושת ההעצמה והערכים המשותפים של מחויבות למחקר המדעי, הובילו לכך שהמעבדה הניבה מחקרים פורצי דרך. תרומתה של המנהיגות המשתפת לשיפור פירון העבודה בתחומים הדורשים יצירתיות, היא שהפכה אותה למתאימה כל כך לצרכיו של ברוך אגדתי, יזם התרבות. דפוסי הניהול שאימץ אגדתי ביחס לחברי הצוותים שאותם גייס לקידום הפרויקטים שזים, כמו גם מערך הבריתות וההסכמים שרקם עם רשויות פוליטיות ומוניציפליות ועם ארגוני מסחר ותעשייה, חושפים את בחירתו בשיטת ניהול משתפת.

מנהיגות כריזמטית

מנהיגות כריזמטית היא "מנהיגות המבוססת על ערכים וסמלים, ומחוללת תגובות רגשיות עזות בקרב המונהגים" (Antonakis et al., 2016, p. 304). Stokes (2021) מדגיש כי מנהיגות כריזמטית הנה הרסנית בהקשרים פוליטיים, מכיוון שהיא משקפת את האינטראקציה שבין מנהיג אשר מתאפיין ב-ideal-ego (מצב שבוא הסופר-אגו מתמזג עם האגו, והאדם מאמין כי הגיע לכדי שלמות) ורעב להערצה, לבין המונים המשליכים על דמותו את כמיהתם לעצמי האידיאלי – המוכשר, החזק, היפה והמאמין בצדקת דרכו. עם זאת, בהקשרים ארגוניים נמצא כי בנסיבות מסוימות מנהיגות כריזמטית יעילה בהשגת מטרות הארגון (Li et al., 2021; Zhao et al., 2021).

שעה ש-Weber (1947) טען כי כריזמה מהווה כישרון מולד שאינו ניתן ללימוד, Antonakis et al. (2011), טוענים כי מנהיגות כריזמטית מאגדת מקבץ של מיומנויות הניתנות ללימוד. מיומנויות אלה נחלקות בין מיומנויות רטוריות למיומנויות שאינן רטוריות. המיומנויות הרטוריות הן: שימוש במטאפורות; הבאת סיפורים ואנקדוטות להבהרת המסר; חלוקת המסר למספר חלקים; הדגשת המסר כמנוגד למסרים חלופיים; שאילת שאלות רטוריות המייצרות ציפייה לתשובה; הדגשת הצידוק המוסרי שבטיעון; וכן הדגשת האינטרס הקולקטיבי; הצגת יעדים גדולים המהווים אתגר ומעוררים התפעלות. המיומנויות הלא-רטוריות מתבססות על מחוות המדגישות את הרגש של הדובר (בעד ונגד תופעה מסוימת); שימוש בטון דיבור והבעות פנים להבהרת המסר ושכנוע הנמענים. למעשה בתחילת המאה העשרים, אדולף היטלר למד את עקרונות הרטוריקה ושפת הגוף הכריזמטיות, באמצעות ניתוח, שינון וחקוי נואמים קומוניסטים ששלהבו את מאזיניהם בעצרות-עממיות (שירר, 1962). היכולת ללמוד כישורים אלה, המבטאים מיומנויות משחק, תאמו היטב את כישורי הבמה הבינלאומיים של אגדתי כאמן במה, כצייר, תפאורן, כוריאוגרף ובמאי.

חדשנות רדיקלית

גישת הניהול של אגדתי התאפיינה בחדשנות רדיקלית. חדשנות רדיקלית מוגדרת במחקר כחדשנות המשנה את עולם העסקים, בין אם באמצעות פיתוח תחומים חדשים ובין אם באמצעות הוזלת מחירים (Gomes et al., 2019). החדשנות הרדיקלית נחשבת לגורם מכריע בהצלחת ארגון עסקי (O'Connor et al., 2008). כך, Strohmeier (1999) סבור כי חדשנות היוותה את אחד ממניעי הצלחתה של חברת General Electric בעולם העסקי האמריקני של המאה העשרים. Stoyan (2013), טוען כי באמנות, החדשנות הרדיקלית מתגלה לרוב בזרמים שאינם נמנים על המיינסטרים, אלא נחשבים לתחומים שנדחקו אל "הפריפריה האמנותית", וזוכים לשיתוף פעולה מצד דמויות מפתח במיינסטרים. דוגמה מייצגת לחדשנות רדיקלית בתחום האמנות ניתן לראות בפבלו פיקאסו שהיווה גורם מרכזי בעליית ז'אנר הקוביזם באמנות הצרפתית במאה העשרים. אף שבראשית המאה העשרים, הקוביזם נחשב לזרם אמנותי זניח בגלריות המובילות בפאריס, הרי שפיקאסו ביסס לעצמו מעמד של אמן מבריק, בשל תעוזתו לנסות סגנונות יצירה חדשים ולהחליפם באחרים. תעוזה זו, הפכה את יצירתו לחדשנית ומסקרנת בעיני חובבי האמנות, ויצרה את התחושה כי יצירתו נושאת את בשורת השינוי בתקופה בה חוותה החברה הצרפתית שינויים חברתיים-פוליטיים מהירים (Stoyan, 2013). השינויים המהירים שחווה היישוב העברי בעקבות הצהרת בלפור, גלי העלייה והתבססות המדינה שבדרך, הכשירו את הקרקע הציבורית לחיפוש אחר מיזמי תרבות חדשניים. אגדתי זיהה כמיהה זו, ומיזמיו קבעו רף אמנותי חדש, שמתחריו התקשו לעמוד בו.

ברוך אגדתי

ברוך אגדתי (קאושנסקי), נולד בשנת 1895 בִּסְרֶבְיָה, ולמד מחול קלאסי באודסה. בשנת 1910 עלה לארץ והחל ללמוד ציור בבצלאל שבירושלים. לפרנסתו, עבד כפועל חלוצי בפרדסי פתח תקווה. במלחמת העולם הראשונה גורש כ"אזרח אויב", חזרה לאודסה, שם התחזה לאמן איטלקי והועסק כרקדן באופרה המקומית. בשנת 1920 שב ארצה על אניית רוסלאן, במסגרת העלייה השלישית. הוא שאף, לצד עבודה חלוצית, ליצור תרבות עברית ייחודית אשר תביא לארץ את מורשת הקרנבלים האירופאית. באופן זה כרך אגדתי את השאיפה לחידוש תרבות עברית ייחודית יחד עם הכמיהה לכינון חברה עברית מודרנית ברוח המדינות האירופאיות המתקדמות. אגדתי פתח במסע של שתדלנות בקרב מנהיגי העיר תל-אביב וקובעי דעת קהל, במאמץ לשכנעם להירתם לקיום נשף מסכות בפורים, אשר יכלול תהלוכת מסכות ברחובות העיר, כדוגמת קרנבל המסכות של ונציה. מאמציו נתקלו בקשיים רבים. היו שלגלו על הרעיון ששכונות תל-אביב יהיו תפאורה הולמת לקרנבל מרשים. אחרים ראו בחגיגת הפורים דבר זר לרוח היהדות ההומניסטית המתחדשת בארץ ישראל. הם שללו כל ביטוי שמחה, המציין מאורע הכרוך בהרג – גם אם מדובר במותם של אויבים. לעומתם, גורמים מחויבים מקרב ההתיישבות העובדת, ביטאו התנגדות למיזם, משום שראו בכך ביטוי לנהנתנות בורגנית הנוגדת את רוח החלוציות (שוהם, 2013; תדהר, 1959). בתום מאבק ארוך, נאותה עיריית תל-אביב במחצית הראשונה של שנות ה-20 להקצות לאגדתי את מתחם בית הספר לבנות בנווה צדק, לצורך קיום נשף פורים ללא מסכות (תדהר, 1959). הנשף נערך במסגרת סגורה עבור אנשי בוהמה, שחקנים, ציירים, סופרים, עיתונאים, אישי ציבור ונבחרי מועצת עיריית תל-אביב (כרמיאל, 1997). היוזמה שזכתה להצלחה, הובילה רבים לבקש להשתתף בנשף.

הצלחת הנשף והפוטנציאל הכלכלי המוכח שגילם, אפשר לאגדתי לפנות להנהלת הקרן הקיימת לישראל, בהצעה שתשתתף במימון הנשפים הבאים ותחלוק עימו ברווחים. לנשף נרשמו 3,000 משתתפים, ובהם המשורר הלאומי חיים נחמן ביאליק ויו"ר הקרן הקיימת מנחם אוסישקין. בעקבות הצלחה זו, נסללה הדרך לעריכת נשפי פורים מפוארים ומסעות עדלידע, בהשתתפות רבבות מכל המגזרים, הקשת הפוליטית והמעמדית ביישוב (שוהם, 2013). הקרן הקיימת שנטלה חלק חשוב בגיבוש תכנים לאומיים לנשפי פורים, העדיפה להבליט את דמותו של אגדתי מכיוון שחששה כי האופי הנהנתני של המופעים שנערכו במסגרת חגיגות פורים, ייתפס כסותר את חיי החלוציות האסקטיים, שאותם היללה בפרסומיה במהלך השנה (שוהם, 2013).

אגדתי אימץ דרכי פרסום חדשניות בעיתונים, בכתבי-עת ובכרזות, והחל מ-1928 אף הגיע להסכם עם חברת הרכבות, למכירת כרטיסים מוזלים לתל-אביב לקראת חגיגות פורים. אגדתי שאף ליצור שמחה עממית, אך חשש כי ללא הדרכת מומחים, תיפגע רמת העדלידע. לפיכך, עם היווסדו של "המשרד למכירת כרטיסים" לחגיגות פורים, העניק המשרד גם שירותי ייעוץ למשתתפים אשר כלל מתן רעיונות וסיוע בעיצוב תחפושות, עזרה בעיצוב וקישוט עגלות ומיצגים. אגדתי פעל להפוך את רחובות תל-אביב לתפאורת תיאטרון: בסיוע העירייה נערכה תאורה ייחודית, ניתן אישור לבעלי החנויות לתלות את סחורתם על החזיתות ליצירת אווירת יריד ומיטב ציירי התקופה גויסו לקישוט אולמות הנשפים. הקישוטים והתפאורות נעשו בסגנון חדיש שטרם נערך בארץ ישראל המנדטורית, בהם סגנון פרסי, כורדי, יפאני, ושלל תלבושות, מסכות וצבעים. סגנון התחפושות שאב השראה מקרנבלים אירופאים, ומסרטי הקולנוע ההוליוודיים. במסגרת העדלידע, ניתן מקום לביטוי הומוריסטי של הבעיות הפוליטיות והכלכליות הקשות שהעסיקו את חברת היישוב. כמו כן, נערכו מיצגי מחאה נגד רשויות המנדט הבריטי, ונגד המשטר הנאצי בגרמניה. בנוסף, הוקדש מקום למיצגים לעידוד רכישת תוצרת הארץ, והוצבו דמויות של פועלי תעשייה וחקלאים חלוציים. במסגרת הנשפים והתהלוכה הוקצה מקום לחידוש התרבות העברית, והופצו שירים עבריים ישנים וחדשים בקרב המוני החוגגים (הלמן, 2007; כרמיאל, 1997; תדהר, 1959).

הנשפים והעדלידע משכו קהל רב מרחבי הארץ ומחול, והיו למקור הכנסה חשוב למסחר העירוני. בעקבות ההצלחה, אישרה מועצת עיריית תל-אביב השתתפות עירונית במימון האירועים. העירייה אשר פרשה את חסותה על מפעל הפורים, הוציאה "עיתון רשמי" מיוחד ואף החליפה למשך חג זה את השמות של כמה רחובות בשמות הלקוחים ממגילת אסתר. עם זאת, מעורבותה הגוברת של העירייה הובילה גם לשינוי באופי המפעל. לצד אגדתי הוקם ועד של סופרים ומשוררים שפיקחו על הנשפים. בעוד אגדתי שאף בשנות העשרים להביא את הקהל לכדי אקסטזה של שמחה, הרי שבשנות השלושים הציבה העירייה סדרנים שהבטיחו כי הקהל הרב לא יתקרב אל התהלכה, מופעי הקרקס והרקדנים (הלמן, 2007; תדהר, 1959). הנשף והעדלידע של אגדתי היוו מזיגה מיוחדת של קפיטליזם, לאומיות וסוציאליזם. הוא כלל היבט של גיוס כספים למטרות לאומיות על ידי הקרן הקיימת לישראל ועידוד רכישת תוצרת הארץ, תרומה לפיתוח חיי המסחר העירוני התל-אביבי הקפיטליסטי, ובה בעת נשא תכנים המהללים את חיי ההתיישבות השיתופית החלוצית (שוהם, 2013).

מתודולוגיה: מאפייני המנהיגות של אגדתי

המאמר הנוכחי עוסק בדפוסי מנהיגות של דמות היסטורית. ניתוח דמות היסטורית מחייב שילוב מתודולוגיות מתחום חקר ההיסטוריוגרפיה. זאת משום שהתיעוד שנותר מהתקופה חסר ומוגבל בהיקפו. ארכיונים לאומיים אינם אוצרים את עזבונו המלא של אגדתי, ומרבית מועסקיו נפטרו לפני שנים רבות. לפיכך, לצורך שחזור דפוסי מנהיגותו של אגדתי כיום תרבות ומנהל צוות עובדים, נעזרתי בראיונות שנערכו עימו ועם חלק מעובדיו. כמו כן, הסתייעתי בכתבות שנכתבו על ידי מי שהכירו את אגדתי ואת מועסקיו, ותיארו את יחסי העבודה שהתקיימו ביניהם. בנוסף, התבססתי על מחקרים שניתחו את יחסיו והסכמיו של אגדתי עם מוקדי כוח פוליטיים וכלכליים בחברת היישוב.

ממצאים

כיום ומנהל, אגדתי יישם מספר מאפייני מנהיגות:

מנהיגות משתפת

בהתאם לעקרונות המנהיגות המשתפת, אגדתי פעל במטרה לרתום קבוצות אינטרסים, ואת רשויות המדינה שבדרך, לטובת מיזמיו על יסוד מטרות משותפות. בתחילה פנה אגדתי לקובעי דעת קהל (דוגמת סופרים ומשוררים ידועי-שם) במטרה ליצור אווירה ציבורית אוהדת למיזמי הפורים שקידם. בשלב הבא, לאחר שהוכיח את הפוטנציאל הכלכלי של המיזמים, עירב אגדתי את רשויות המדינה שבדרך. הוא פנה לקרן הקיימת והציג בפניה שני אינטרסים משותפים לפיתוח המיזם. ראשית, אגדתי הציע לקרן הקיימת לחלוק עימו ברווחים. שנית, הוא הציע לגייס את מיזמיו כבמה ציבורית להפצת מסרים רעיוניים שקידמו רשויות היישוב. במקביל, אגדתי פנה לעיריית תל-אביב בבקשה שתיטול חלק פעיל במיזמי הפורים. אגדתי ביסס את פנייתו לרשות המוניציפאלית על יסוד האינטרס הכלכלי המשותף, והשאפה לקדם את המסחר והמשק המקומי. יתרה מכך, עיריית תל-אביב גבתה מס מיוחד מכל משתתף שהגיע לאירועי הפורים בתחומה.

העלייה לרגל מכל קצות הארץ ומחוץ לארץ של משתתפים באירועי העדלידע והנשפים, שימשו גם כאמצעי לקידום תדמיתה של העיר כעיר מובילה ושוקקת חיים ופעילות. כמו כן, אגדתי פעל לגייס גם את איגוד הסוחרים התל-אביבי, וגם את המיליה התרבותי (שכלל שחקנים, ציירים, תפאורנים, מוזיקאים, רקדנים, במאים וכוריאוגרפים) אשר נטלו חלק בהפקת המופעים (כרמיאל, 1999). רבים מהאמנים שהתגייסו למיזמיו של אגדתי, האמינו שבעבודה המשותפת עם אגדתי יפרצו את גבולות המילייה התרבותי המצומצם של ארץ-ישראל, וייטלו חלק בעשייה עולמית רחבה יותר. זאת משום, שאגדתי הצליח לזכות במעמד של

רקדן שזכה להוקרה ולהכרה באירופה (ולנטינו של היחפנים, דבר, 1982). קבוצות אינטרסים אלה קידמו במשותף את יוזמתו של אגדתי, כל אחד מסיבותיו. כך, בשנת 1935, כאשר עלתה היוזמה בעיריית תל-אביב לבטל את המופעים לרגל פטירתו של ביאליק, מצאה עצמה העירייה מותקפת על ידי סוחר העיר. המועצה נסוגה מהחלטתה, בטענה שביאליק ודאי שהיה שמח לראות בהמשך חגיגות הפורים, ואף הטעימה כי החלטה זו מהווה מימוש של "צוואה בלתי כתובה" של ביאליק (כרמיאל, 1999).

כדי לקדם את חזונו המקצועי, אגדתי לא נמנע גם מלגייס אויבים ומתחרים. כך, לתהלוכת העדלידה הוזמן המושל הבריטי של יפו, אשר בתמורה העניק למיזמיו של אגדתי תמיכה כספית (המושל הקציב להם אלף לירות. ראו: רובין, מעריב, 1954). עם זאת, גיוס אד-הוק של יריבים, לא הוביל לעמעום מסרים או מתחים. כך, אף שהמושל הבריטי השתתף בעדלידה, לא נמנע אגדתי מלבקר את מדיניות איסור העלייה לארץ. בבסיס תפיסתו האסטרטגית של אגדתי עמדה ההנחה כי יש לגייס ולחבור ליריבים שעמים נמצאים בסכסוך מתמשך, לצורך השגת אינטרס מידי ומצומצם. הוא העריך, שבקשרים עסקיים אין מקום לחשבונאות אישית צרה, ומתחרים יכולים לחבור לצורך אד-הוק.

אגדתי ניהל שיח וקיים תהליך של קבלת החלטות משותפת הן עם גופים חיצוניים שגייס, והן עם מעגל חברי הצוות הפנימי. כמועסק, העיד הצייר ראובן רובין, כי חש שווה ערך לאגדתי, בדיונים שנערכו בנוגע לעיצוב תפאורות העדלידה והנשפים (ראובן רובין, מעריב, 1954). ב-1964 תיכנן אגדתי להפיק שני סרטים שיתבססו על ארכיון הסרטים שאצר בביתו. בטרם הוציא את הרעיון לפועל, ביקש אגדתי את חוות דעתם של כמה ממבקרי הקולנוע הבכירים בארץ. אלה, ייעצו לו לגנוז את הרעיון שהגה, ולהסתפק בסרט אחד בלבד. מבקר הקולנוע, זאב רב-נוף, תיאר את תגובתו: 'אגדתי הירהר, חשב והחליט לחבר את כל החומר יחד' (הזמנים כשבגרוש היה חור, דבר, 1964).

כמנהיג משותף, חתר אגדתי לבסס את מיזמיו על יסודות רעיוניים קונצנזואליים. הוא גייס את המועסקים על יסוד ערכי-לאומי המשותף להם. כך, הדגיש כי מעצבי התלבשות שהעסיק בנשפים שארגן, מהווים מקור לגאווה לאומית ויהו חלק מהמורשת הלאומית של ישראל. כך, במודעה שפרסם אגדתי בעיתונות, הוא הדגיש כי 'לפי מה שראינו בשנה שעברה, מצאה היצירה העממית שלנו ביטוי מיוחד בתלבשות לנשפי פורים, והגיעה למדרגה גבוהה כזו שאין לראותה אצל עמים רבים אחרים [...]'. ובזה אני פונה אל כל מסדרי נשפי הפורים ולבעלי התלבשות המקוריות, לשלוח לי צילומים [...] ותלבשות הכי מקוריות ומוצלחות יסודרו וישלחו לספריה הלאומית בירושלים (אגדתי, הארץ, 1925). בנוסף, אגדתי שם דגש על עידוד ופיתוח המשק היישובי ועל קידום צריכת התוצרת המקומית. בעדלידה פורסמה תוצרתם של יצרנים ותעשיינים מקומיים, והצופים נקראו לצרוך ולעודד את תוצרת הארץ. נהירתם של צופים לאירועים שזים אגדתי, המריצה לצד הצריכה הארצית גם את המסחר הקמעונאי בתל-אביב, והסוחרים חשו בפריחה כלכלית בתקופת האירועים שזים. עם זאת, האווירה הציבורית אשר קשרה בין האתוס החלוצי לאידיאל הסגפני של הסתפקות במועט והסתלקות מחיי מותרות, הובילה בתחילה לוויכוחים מרים ולסכסוכים בין חברי הצוות של אגדתי. סכסוכים אלה לובו על ידי הביקורת הקשה שהטיח אברהם שלונסקי ו"חבורת טראסק" (מתחריו אשר שאפו לבסס בפורים מיזמים מתחרים משלהם) על המיזמים הכלכליים-מסחריים שנקשרו עם הנשפים והעדלידה שארגן אגדתי. בצוות של אגדתי היו שסברו שמיזמי התרבות יוקעו ויידחו בשל כך, על ידי אליטות ההתיישבות החלוצית. אגדתי, אשר מצא עצמו בין הפטיש לסדן, הכריע על האינטרס הכלכלי שאותו קידמו ראשי היישוב, ואף שכנע בצדקת דרכו את חברי הצוות שארגן. אגדתי לא הפעיל את סמכותו כמעסיק, ולא פיטר את חברי הצוות שחששו. הוא פעל לשכנע אותם, כי התמיכה הרחבה של בעלי אינטרסים מובילים ביישוב תמנע את כישלון האירועים והוקעתם.

מאמציו לשמירת המסגרת הקונצנזואלית, הובילו את אגדתי גם לאמץ מעין שניות בחייו האישיים. גם לאחר קום המדינה המשיך אגדתי להתגורר 'בצריף ירוק' כמעין ביטוי לאסקטיות ולהסתפקות במועט. הוא האדיר את ערך "העשייה" ו"העמל" שתנועת העבודה קידשה כביטוי לחלוציות ולמוסריות, והדגיש כי במיזמי התרבות והבילוי שארגן, הובלט ערך העשייה. 'עשיתי את הכל. זה היה העיקר – עושים' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). אך לצד זאת הוא קידם נשפים, בילויים, נהנתנות וצריכה. גם בהליכותיו הוא שאף לבדל עצמו מן הפועל הפשוט ועובד הכפיים, והשתדל להתנהל 'באריסטוקרטיות' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). גם במסגרת מיזמי הפורים, שמר אגדתי על שניות זו בהתנהלותו. מצד אחד הפגין ענווה, עממיות והתנהלות בלתי-פורמלית, מצד שני טיפח את דימויו כ'אריסטוקרט מורס-מעס'. כך, נמנע אגדתי מלאמץ גינוני שררה או כבוד במגעיו עם חברי צוותו. ביחסיו עימם הוא הקפיד להציג עצמו כאחד מחברי הצוות, במה שנראה כקבוצה שוויונית. הכבוד שהשיג והמשמעת שביסס, נשענו על הכריזמה האישית שהקרין ועל הרושם שעורר בקרב מי שבאו עימו במגע. הוא הקפיד לשמור על דפוסי התנהלות אלה לא רק ביחסיו עם חברי צוותו, אלא גם בפגישותיו עם הציבור הרחב. נטייתו לשמור על צניעות ולהציג עצמו כשווה בין שווים, באה לידי מבחן לאחר שניטלה ממנו הנהלת העדלידע. אגדתי בחר שלא להדיר רגליו מהמופעים, ובעיתונות התקופה דווח כי 'יצא אף הוא לרחובות העיר – אחד מני חמשים ריבוא, אלמוני בין ההמונים החוגגים, צופה אפור וצנוע, אם כי משכמו ומעלה' (ראשים בישראל, מעריב, 1955). ב-1976 כאשר הובא אגדתי למנוחות, פועלו כמנהל ויזם תואר במונחים של 'אגדה', והודגשה 'צניעות הליכותיו' (ברוך אגדתי למנוחות, דבר, 1976).

כמנהיג משתף, אגדתי העדיף לנמק את החלטותיו באינטרסים לאומיים – רחבים, החורגים מכל אינטרס אישי, אשר יכלו להוות אינטרס משותף עבור כל הגופים ששאף לרתום לטובת מיזמיו (Chrislip & Larson, 1994). כך, בריאיון שנערך עימו, הבהיר אגדתי כי המניע לנשפים ולעדלידע לא היה כספי-אינטרסנטי אלא לאומי, בשל המחויבות לאידיאל ולחזון. 'אני הפסדתי על זה הרבה כסף ושילמתי את החובות שנים. כי הקרן הקיימת שהייתה מתחלקת אתי ברווחי הנשפים, סירבה להתחלק אתי גם בהפסדי' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). בהזדמנות אחרת הטעים, 'ולא היה שום תקציב, שום דבר. כולם עבדו לא על מנת לקבל פרסי' (ראיון עם ברוך אגדתי, שרתי לך ארצי, 1974). אגדתי אף הדגיש את התרומה הכלכלית של מיזמיו למשק: 'לקראת החגיגות שאנחנו ערכנו, אני וחברי, היתה תל-אביב מתכוננת שבועות על גבי שבועות. הגברת שרה נוימן שהייתה לה חנות למנופקטורה [חנות לאריגים], היתה קונה בדים באירופה במיוחד בשביל התחפושות' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). רפאל קלצ'קין, שחקן תיאטרון הבימה, אשר הועסק כליצן בתהלוכה, סיפר כי נסע עם עמיתיו במכונית פתוחה 'והשתוללנו ושרנו וזימרנו [...] על פי רוב שירי ארץ-ישראל הישנים' (אריה-ספיר, 2003, עמ' 107). כלומר, שירים לאומיים המחזקים את הקשר שבין הקרנבל לבין ערכים קונצנזואליים.

בשל חשיבות שמירת הקונצנזוס במדיניותו של המנהיג המשתף (Coleman, 2012), לאגדתי היה חשוב להבהיר שהיריבות שהתפתחה בינו לבין שלונסקי וחבורת טראסק, לא התבססה על ענייני מוסר או יושרה רעיונית, אלא עימות בין הנהלה וצוות צעירים מהמיינסטרים לבין קבוצת שוליים אנרכיסטית. 'גם צרות לא חסרו. הייתה "חברת טראסק", חבורה בוהימית, שהוציאה בפורים פאמפלט נגדי, בטענה שאני עושה הון-תועפות מנשפי הפורים ומוציא את הכסף בחוץ לארץ, ואני תבעתי אותם לדין' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). החשיבות שראה אגדתי ביצירת קונצנזוס, שעל יסודו יכול היה לבנות את שיתופי הפעולה עם גורמים רחבים ביישוב, הובילה אותו להגדיר גם יריבות עסקית במונחים של עימות בין שוליים ריאקציוניים מול קבוצת מיינסטרים הנמנית על לב החברה היישובית.

הרצון להבטיח את הקונצנזוס הביאה את אגדתי לבסס מערכת של הבנות ופשרה, גם עם גורמי חוץ. אגדתי יזם בשנים הראשונות של מיזמיו, את בחירת "מלכת אסתר" מבין משתתפות האירוע. גורמים דתיים ביישוב מחו נגד מהלך זה, משום שראו בו ביטוי למתירנות. השאיפה לפנות למכנה המשותף הרחב ביותר, ולשמור על מיזמיו כאירועים קונצנזואליים המתקבלים על ידי מגזרים חברתיים שונים, הוביל את אגדתי ב-1930 להיעתר לבקשת דיזנגוף, ולבטל את טכס בחירת מלכת אסתר (שוהם, 2013). הרצון לשמור על קונצנזוס, התבטא בתמהיל התכנים של תהלוכת העדלידע. התהלוכה חולקה לשלוש מערכות: פטריטיזם, הומור וסאטירה. היו שביקרו את העדלידע על כך שהוספו לה תכנים רעיוניים "כבדים" על חשבון הקלילות והפן הבידורי ("יותר מדי תוכן ופחות מדי שמחה חופשית"). בצוותו של אגדתי התמודדו עם טיעונים אלה, בהבהירם כי 'בלי תוכן אין אצל יהודי שמחה שבלב', ראו: שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). אגדתי ביסס את העדלידע כמסגרת א-פוליטית ועל מפלגתית. מקום מפגש של כלל היישוב, ללא הבדלי מחויבות רעיונית או סוציו-אקונומית. העדלידע היה למכנה משותף חוצה מגזרים, מקום מפגש כלל ישובי בסימן של פיוס ואחוה. כך, התהלוכה הראשונה בעדלידע הוקדשה לעליות בישראל, כלומר לשבטי ישראל למיניהם. [...] כל שבט ערך מעין הצגה קטנה על פלטפורמה וביחד זה התרקם למסכת אחת. תהלוכה נוספת, שבטי ישראל בימי קדם ובימינו, חיזקה את המוטיב שקידמה התנועה הציונית לביסוס הקשר בין המפעל המתחדש בארץ לבין ישראל הריבונית הקדומה. מיצג נוסף בתהלוכה התייחס לראשית הרדיפה הנאצית, ונקרא 'משפט שורפי הספרים' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). השאיפה לשמור על מעמד קונצנזואלי של מיזמיו, הובילה את אגדתי לרתום גם בשנים הבאות את מיזמיו לטובת מטרות לאומיות שנהנו מסטטוס-קוו רחב. כך, כקולנוען הוקדשו חלק מיצירותיו לטובת שירות ההסברה היישובית. מיזם הדפסי המשי שהקים לאחר קום המדינה, תואר על ידו במונחים של פיתוח ענף תעשייה חדש בארץ (תדהר, 1959).

בהתאם לרוח הניהול הדמוקרטי של המנהיגות המשתפת (Fischer et al., 2007; Fletcher & Käufer, 2003), אגדתי תיאר את האווירה ששררה בצוות שהקים כאווירה בראשיתית ומשתפת של עשייה בלתי-פורמלית. צוות צעיר, דינמי ולא מסורבל. חבורת צעירים חסרי מודעות היררכית-ארגונית, שמתרכזת בעשייה ולא בבירוקרטיה ארגונית. 'צעירים, שהיום הם כבר זקנים, היו שוכבים פה אצלי, בצריף, על הבטן ומצירים פלאקטים' (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963). חברי צוותו של אגדתי תיארו כיצד נהגו לשבת עימו בצריף, לשתות בצוותא, לשיר, לצחוק ולהעלות רעיונות מקוריים (ולנטינו של היחפנים, דבר, 1982, וכן ראו: אתמול של מחר, דבר, 1964). אגדתי נהג לעבוד בצמוד לחברי צוותו, באותם התנאים ובמשך אותן שעות. הוא הדגיש שהם עבדו אל כתף אל כתף, 'הפשילו שרוולים ועבדו יום ולילה' (רובין, מעריב, 1954). כדי לקדם את חזונו, אגדתי לא נמנע מלעסוק גם במלאכות כפיים טכניות. הוא לא העריך שיש תחומים "שהם מתחת לכבודו". כך, כשפנה לעסוק בציור, ונודע לו שהמסגרות לציוריו לא יוכנו בזמן עד למועד התערוכה שקיים, הוא הכין את המסגרות בעצמו. 'בתוך המהומה השוררת בצריפו בימים אלה עוסק אגדתי במלאכה שלא ציפיתיו לראותו עוסק בה – הוא מכין מסגרות' (מבט, דבר, 1971). אגדתי נמנע מלאמץ גינוני שררה או תנאי נוחות שיבחינו אותו משאר חברי הצוות.

אגדתי המנהל המשותף, זיהה את היתרונות של כל אחד מחברי הצוות, והעניק להם אוטונומיה מחשבתית במטרה לאפשר להם לממש את הפוטנציאל הגלום בהם לטובת המיזם (Bennis, 1999; Carson et al., 2004; Fischer et al., 2007; Prahalad & Hamel, 1990; Vera & Crossan, 2004). אגדתי העצים בכל פרויקט מועסקים אחרים, בהתאם לכישורים הייחודיים שנדרשו להצלחת הפרויקט. כך, 'כל שנה עשה צייר אחר את הקישוטים', בהתאם ליכולתם לתרום לקונספט המשתנה של המיזמים (ואת השם נתן לו ביאליק, דבר, 1971). אגדתי קשר בין 'דמיון יוצר' ומידת יכולתו של מנהיג להוביל, לקדם ולממש חזון מקצועי, לבין האופן שבו המנהיג תופס ומעריך את הסובבים אותו, ובכללם את אנשי צוותו. אגדתי הבהיר כי כאשר הוא גייס אנשים למיזמיו, הוא תמיד האמין 'ברצון הטוב' שלהם. האמונה ברצון הטוב אפשרה לו להישאר

אופטימי, להעז ולחסותכן, ולהעניק לצוותו מרחב וחופש פעולה (ויהי בימי העדלידע, דבר, 1950). יתרה מזאת, אגדתי העריך שאין ערובה להצלחה תמידית במיזמים ובעסקים, ובאופן בלתי נמנע יסתיימו גם חלק ממיזמיו בכישלון. כישלון והפסד, סבר אגדתי, הוא סיכון בלתי נמנע שכל מנהל חייב לקחת בחשבון, אך יש לקבל הפסד 'תמיד בגיסטה רחבה'. אין בידיעת הכישלון כדי למנוע מעוף ויוזמה חדשה, על המנהל להישאר אופטימי ויצירתי, ואת ההפסד יש לקבל ברוח ספורטיבית כשלב אחד מני רבים (ראשים בישראל, מעריב, 1955). תפיסה זו עמדה למבחן כאשר סרטו "האתמול של מחר" נחל כישלון. 'אגדתי סבל הפסדים כבדים – הוא לא רק השקיע בו כל מה שהיה לו, אלא גם לווה כספים רבים'. אולם הכישלון המקצועי והכספי לא הובילו אצלו לשיתוק יצירתי, אלא להחלטה להתחיל מחדש כצייר (מבט, דבר, 1971).

אוירת היצירתיות, הביטחון ביכולת והאופטימיות, שגילמה מנהיגותו של אגדתי, מהוות תנאי יסוד להצלחת המנהיגות המשתפת. במחקר נמצא כי ניהול בסגנון המנהיגות המשתפת, מעודד וממריץ יצירתיות (Csikszentmihalyi, 1988, 1990). סגנון ניהול זה נמצא יעיל הן עבור יצירתיות אקדמית המתבצעת במעבדות מחקר, והן בזו המתקיימת במסגרות אמנותיות (Hooker & Csikszentmihalyi, 2003; Kramer & Crespy, 2011). מנהיגות זו נמצאה אפקטיבית רק כאשר הצוות כולל אנשים יצירתיים ובעלי פוטנציאל למימוש בתנאי האוטונומיה הניתנת להם. האופטימיות והביטחון ביכולת העובדים, מהווה תנאי חיוני ליצירת תקשורת חיובית בין העובדים, אשר מאפשרת להם לבטא חדשנות ולשתף פעולה להשלמת המיזמים המקוריים (Kramer & Crespy, 2011; כמו כן, ראו יישום עקרונות אלה במסגרת חברת FAVI : Gilbert et al., 2013).

במחקרים נמצא כי מנהיג משתף מצליח, מבטא מידה רבה של אינטליגנציה רגשית. אינטליגנציה רגשית נמצאה חיונית להצלחת ארגון המעסיק צוות עובדים יצירתי, מכיוון שקיימת זיקה בין יצירתיות ורגש. מנהיג בעל אינטליגנציה רגשית מעניק לגיטימציה לביטוי רגשות בסביבת העבודה, ובכך הופך אותה לידידותית יותר עבור המועסק היצירתי. יתרה מכך, האינטליגנציה הרגשית מאפשרת למנהיג לבטא אמפתיה רבה יותר כלפי מועסקיו, ולעודד את המוטיבציה הפנימית שלהם להתגייס להצלחת הארגון (Haag et al., 2010). ואמנם, אגדתי תואר כמי שמשפיע על סביבותיו באמצעות כריזמה, ומגייס את רצונם ונאמנותם של סובביו דרך 'מבט חודר, עמוס הבנה הדדית של משתפי-פעולה' (משנכנס אדר, הארץ, 1954). היה בכך משום ביטוי לאינטליגנציה הרגשית הגבוהה של אגדתי, אשר ניחן ביכולת לגייס את רצונם הטוב של חברי הצוות מתוך תחושה של שותפות. כך למשל, הציירים ישראל פלדי, אריה לובין וציונה תאגיר, 'העלו סקיצות על נייר ואחר כך הפכו סקיצות אלה ל"ציורים שלמים על נייר אריזה, שהדביקו על הקירות ועל הגדרות". אגדתי אמנם הוכר כמי שניצח על הארגון והתכנון, אך העבודה והתרומה הוגדרה תמיד כמשותפת. 'תוצאה של מאמצי סופרים ומשוררים וציירים וארגוני מתנדבים. [...] האמנים תרמו "רעיונות" וגם ביצועים שלהם נתנו יד' (80 שנות אגדה, מעריב, 1975).

כמנהיג משתף, אגדתי הקפיד על שיח המדגיש את תרומת הכלל להצלחת הארגון, ומצניע את מקומו של המנהיג (Vangen & Huxham, 2003; Yammarino et al., 2012). כך הדגיש בראיון כי 'הנשפים, היה להם קונספציה מיוחדת, בתוכניות היה כתוב שאנחנו לא מכינים לכם שום דבר. אתם מכינים אנחנו רק עוזרים לכם. וכך היה. כל מה שהיה בנשפים עשה הקהל, לא היו שום הצגות, הייתה שמחה והשמחה עברה כל גבול בלי שאיש הכין את האנשים. כל אחד בעצמו חשב חודש ימים מה הוא עושה ואנחנו רק עזרנו' (ראיון עם ברוך אגדתי, שרתי לך ארצי, 1974). אגדתי אף הבהיר כי לא היה הראשון ליזום את אירועי העדלידע, אלא דורה אהרונוביץ' היא שהחלה ביוזמה, הנהיגה את מסורת ההלבשה בתחפושות ושרטטה את מסלולי תהלוכת מצעד העדלידע (שניים אוחזין בפורים, מעריב, 1963).

חדשנות רדיקלית

אגדתי היווה מודל לחדשנות רדיקלית באמנות. בראשית המאה העשרים נחשב המחול לתחום זניח בחיי האמנות בארץ. מבקרי האמנות באותה עת, טענו כי באווירת הדיכאון שאפיינה את השטעטל היהודי, לא הבשילו התנאים לפיתוחה של אמנות המבטאת שמחה דוגמת המחול (קאסטל, העולם, 1925). לעתים, 'הקהל לא הבין לא את המחברים [=הכוריאוגרף] ולא את המנגן' (הד יפו, דאר היום, 1921), ולפעמים אף עוררה התנגדות. כך, כאשר אגדתי עלה לבמה כשהוא לבוש 'בגלימה כעין הלילך [...] ו-]. לא חשב שיש ללבוש משהו גם מתחת לגלימה' ופרצה מהומה באולם (אשל, 1991, עמ' 12). עם זאת, המיינסטרים סייע לאגדתי לקדם את אמנותו. כך, עיתוני התקופה היללו את אגדתי כמי שבורא 'יש מאין' את המחול העברי, והגדירו אותו כ-'חלוץ המחול העברי', אשר מסייע ביצירת היהודי החדש 'החפשי מן הגלות ומשא הגלות' (אגדתי, דאר היום, 1924; וכן ראו לדוגמה: קאסטל, העולם, 1925).

כמנהיג הנוקט בחדשנות רדיקלית, אגדתי זיהה את תהליכי השינוי שחוותה החברה היישובית, וכמיהתם של רבים מעולי מזרח אירופה לשלב פן אוניברסלי עם זהות ציונית (קופליביץ, 1950). אגדתי הציג מיזמי אמנות המשלבים בין תרבות יהודית, ציונות ואוניברסאליות. כך, שילב בהופעותיו ריקודים דוגמת 'מלוה-מלכה' ו'תפילת שחרית', לצד 'הרקוד' 'רוסיה הישנה'. המנגינה של יהודי, גם הרקדן יהודי הוא ובכל זאת היה משהו רחב נפש מרוסיה הישנה ברקוד רחב נפש זה' (הד יפו, דאר היום, 1920). חדשנות מתמדת היתה לתו היכר של יצירתו ומיזמיו. 'מר אגדתי לא בא בלי חדוש, [...] הוא הביא עמו שתיים מתלמידותיו, שרקדו "רקוד יווני" והביא עמו גם כן אדון אחד וגברת אחד לרקוד עמו ביחד שני ריקודים של מימיקה מתוך מחוות איטלקיים (הד יפו, דאר היום, 1921). הוא הקדיש נשף למה שהגדיר כ'זרמים החדשים באמנות' (הד יפו, דאר היום, 1921). כל מיזם חדש של אגדתי הפך בציבור הרחב לסנסציה (רשימות אמנותיות, הארץ, 1945).

בקרב בני דורו אגדתי תואר כמנהיג שתמיד מחפש את הדבר הגדול הבא – 'הוא חותר לקראת מה חדש' (ברוך אגדתי, הצפה, 1956). עם סיום פרויקט יצירתו, הוא לא מתגדר במוכר, אלא מחפש תמיד כיוונים ואתגרים חדשים. באגדתי דבקה הדמות של 'סולל דרכים [...] חלוץ של מסגרות, של אווירה, של מצב-רוח, של תנועה. כן תנועה, אבל ממקום למקום, מאמנות לאמנות, מנסיון לנסיון' (פרוזה מאגדה, דבר, 1977). גם כאשר בגר, אגדתי הוערך כיום המבטא רוח נעורים. 'אתה חש שרוחו אינה מזדקנת לעולם' (מבט, דבר, 1971). רוח הנעורים של אגדתי התבטאה לא רק במרץ בלתי נדלה, אלא גם בכך שהוא נבע תוכניות עתידיות. בעוד בני גילו נוטים לרוב לשקוע בקונספציות שהדריכו אותם לאורך חייהם, נראה היה שאגדתי אינו שוקע בשגרה או במוכר לו. בדומה לזים צעיר שאינו נושא עדיין מטעני הצלחה וכישלון, גם אגדתי נראה כמי שתמיד מתחיל מדף ריק. 'אגדתי עצמו אינו חי על זיכרונות. בן ששים וחמש האיש, ועדיין הוא דינאמו מהלך על שתיים. מלא רעיונות ותכניות כרימוני' (האיש, הארץ, 1960). במרץ 1954 תואר אגדתי בעיתון הארץ כמי שהצליח לארגן צוות 'של אנשים שהביטו מעבר לאופק, הכריזו על חגיגות עם שחרגו מן האוויר החדוס של הגיטאות' (משנכנס אדר, הארץ, 1954). מכריו אשר תיארו אותו כבורך כישרונות, יצירתי ולא שגרת, בעל מעוף, חזון ודמיון, הגדירו אותו כ'בחור כארז', מי 'שמציאות ודמיון' מדריכים את מעשיו (ויהי בימי העדלידע, דבר, 1950; ברוך אגדתי, הצפה, 1956).

החזון של אגדתי התאפיין בראשוניות, ביצירתיות אותנטית שמי שבאו אחריו התקשו לחקות. זאת משום שהוא הוערך כמנהל יוזם חדשני ואותנטי שאינו מושפע מאחרים ולא מחקה דפוסים מוכרים. כמי שיוצר חזון עצמאי, 'את האגדה, לא רק שלו, אלא של כולנו, אגדת השמחה ההמונית, הבלתי מאולצת, העממית, הבלתי סנובית, ובלתי נוקשה' (משנכנס אדר, הארץ, 1954). אגדתי הוצג כ- self made man, ידוען, יזם מצליח, שבנה עצמו במו ידיו בזכות כישרונו, חזונו ואמביציה בלתי נגמרת. בכתבות שונות שהופיעו בעיתונות התקופה, תואר הרקע הצנוע והקשיים הכלכליים שעיימם התמודד בראשית דרכו. כך, הודגש שבשל מחסור

כיס הוא נאלץ ללמוד בבצלאל רק במשך חצי שנה, ולעבוד כפועל במהלך חצי השנה האקדמית הנוספת. בשל מחסור בפתרונות דיור, הוא קיבל אישור להתגורר בצריף על גבול יפו (אזור שנחשב אז למסוכן, ראו: ברוך אגדתי בן 80, דבר, 1975). נקודת המוצא הצנועה של אגדתי, הוסיפה להילה הציבורית שלו ולתדמיתו כמנהל ויזם מוכשר.

כמנהיג יצירתי, אגדתי לא נשען רק על צוות מצומצם וקבוע. הוא לא נמנע מלגייס את ההמונים. כך, כאשר אגדתי ביים קליפ לשיר "הבו לבנים" של אלכסנדר פן, הוא פנה בקריאה לציבור הפועלים שעסקו בעבודות בנין בתל-אביב, ושכנע אותם להצטלם לסרטון שביים (ויהי בימי העדלידע, דבר, 1950). כמנהיג מחדש, אגדתי הקפיד להוסיף אלמנטים מפתיעים בכל שנה לעדלידע המבוססת והמוכרת שאירגן. הוא חשש שהשגרה תכרסם באטרקטיביות של אירועי פורים, והקהל יפנה למיזמים מתחרים. כך למשל, תוארה "יזמת הצפלין" של אגדתי במלים: 'לדמיונו לא היה גבול, כשהוא שמע שמתקרב צפלין מעופף לתל-אביב, הוא החליט מדוע לא יבוא הצפלין לתל-אביב בדיוק בזמן העדלידע וישליך קונפטי על תושבי העיר? חשבו שזה רעיון מטורף כמו כל הרעיונות של אגדתי. הצפלין הגיע, הצפלין זרק קונפטי (ראיון עם ברוך אגדתי, שרתי לך ארצי, 1974). אגדתי ערך הבחנה ברורה בין קונפורמיות חברתית וערכית, לבין יצירתיות נון-קונפורמית. בעוד שמבחינה חברתית, רעיונית וערכית, חשוב היה לו להימנות על המיינסטרים ולא לחרוג מהמכנה המשותף הרחב, הרי שבפן היצירתי הוא נטה לפעול נגד הזרם. היצירתיות שלו חרגה מהמקובל ושאפה להתבלט מול השגרתי והבנאלי, מתוך ההנחה שיצירה בעלת ערך אינה ממשיכה קו מקובל אלא מתווה דרכים חדשות. גם כאשר ביקרו את רעיונותיו ואת חזונו המקצועי, לא היה בכך כדי לרפות את ידיו או לסגת. אגדתי קידם סדר יום מקצועי נפרד משלו.

אגדתי לא הסתפק בהצלחת מיזמי הנשפים ותהלוכות העדלידע, ופנה לפתח רעיונות ומיזמים חדשים. רווחי הנשפים, אפשרו לאגדתי לעצב כוריאוגרפיה חדשה לריקוד ההורה (אשל, 1991; מנור, 1986). הכוריאוגרפיה של אגדתי זכתה להצלחה רבה באירופה, והוא יצא למסע הופעות בינלאומי. בשנת 1930, קידם אגדתי מיזם נוסף, של הוצאת ספר על הכוריאוגרפיה הלאומית החדשה שעיצב. אגדתי שאף לבדל את ספרו בשוק הספרים הארץ ישראלי הפעיל, ולבססו כמוצר יוקרתי לאספנים. לשם כך, הוא פנה לסופר אשר ברש אשר נטל חלק בכתיבת הספר שיזם אגדתי. הספר עוצב בקונספט ייחודי, ונכתב כולו בידי סופר סת"ם. הוא הודפס במספר מועט של עותקים (101 עותקים בלבד), ותומחר במחיר גבוה מהמקובל בשוק במטרה למצב אותו כמוצר אקסקלוסיבי. בשלב זה, פנה אגדתי ליזמה חדשה בתחום הקולנוע. הוא הקים אולפן בצריף מגוריו שעל גבול יפו, והסריט קומדיה שהייתה לאחד הסרטים העבריים הראשונים שנוצרו בארץ. בנוסף ערך יומני חדשות, וסרטים על חיי החלוציות בארץ אשר זכו להצלחה רבה.

בשנות הארבעים פנה אגדתי לציור. הוא העלה את חמת ממסד התרבות בארץ, כאשר שילב בין ציור לספרות. לאחר קום המדינה נסע לחו"ל על מנת להשתלם באמנות הדפסה על משי, ועם שובו ארצה הקים תעשיית רפרודוקציות על משי שהיווה מקור הכנסה עבור המדינה הצעירה (תדהר, 1959). גם כצייר נקט אגדתי באותה אסטרטגיה שבה נהג לקידום הספר שהוציא לאור. כדי להקנות יוקרה לציוריו, הוא תמחר את הציורים במחיר גבוה ביחס לשוק האמנים המקומי ('בשלושת אלפים התמונה'). הוא מיקד את עיקר מאמציו לשוק האספנים ורוכשי ציורים מחו"ל, בהנחה שאלה יעניקו לו את הגושפנקא האמנותית ליצירותיו. עם זאת, אגדתי לא ויתר על השוק המקומי, ותכנן להוציא רפרודוקציות במחיר עממי לציבור בארץ באמצעותן יוכל 'להגיע לכל סלון' (ברוך אגדתי, דבר, 1973).

נראה שאגדתי אימץ קו עסקי אסטרטגי משותף לכל מיזמיו השונים. הוא חתר ליצירת "פירמידה הפוכה" הנשענת על בסיס צר של בעלי הון או אספנים שישמשו כגורם משיכה להשגת קהל היעד האמיתי שאליו כיוון: ההמונים. אגדתי לא שאף לבסס את מיזמיו כ"מוצרי עילית" הפונים לחוג סוציו-אקונומי מצומצם.

הוא ערך שימוש באותם בעלי הון, שבהם ראה מגנט להשגת קהלים רחבים שלרשותם אמצעים כספיים מוגבלים. הוא העדיף לבסס מחזור מכירות רחב במחיר זול, מאשר להחזיק במחזור מכירות מצומצם המתומחר במחיר גבוה. דפוס זה הדריך אותו באופן שבו שיווק את ציוריו: בעלי הון ואספנים בתחילה, אשר ייצרו דינמיקת שוק ויובילו לייצור המוני של רפרודוקציות עממיות. גם בקרבלי העדלידע הדריכה אותו הנחה זו. בריאיון שערכה ציפורה צברי, אשר נבחרה ב-1928 למלכת אסתר הראשונה של תל-אביב, היא הדגישה שרק חוג מצומצם של בעלי יכולת רכשו כרטיס. ידם של ההמונים שגדשו את האירועים לא השיגה לממן את עלות הכרטיסים לכניסה לנשפים, או לקבל זכות הצבעה לבחירת מלכת אסתר. אולם אגדתי האמין שהמרצת המשק והמסחר המקומי לא תושג על ידי השכבה הסוציו-אקונומית הגבוהה, אלא דווקא על ידי ההמונים שאמצעיהם דלים בהרבה. ואכן, משתתפים אלה הם שהגבירו את הרכישות והמסחר הקמעונאי. צברי תיארה כיצד אלה שהפרוטה חסרה בכיסם קנו בדי משי לתחפושותיהם בכדי להשתתף במופעים: 'יהבדים היו בזול מאוד ברחוב, [בדים] ממשי, בגרוש וחצי אמה' (ראיון עם צפורה צברי, אמצע שנות ה-80). ניתן לראות בשיטה מסחרית זו של אגדתי, מעין גרסה מוקדמת ומתוחכמת של פרסום באמצעות קובעי דעת קהל (propagators). כלומר מיקוד קידום מכירות בקבוצת אנשים מקושרים חברתית, במטרה שיפיצו את המידע בקרב שכבה רחבה של אוכלוסיית צרכנים. הצלחת הפצת המוצרים בקרב אוכלוסיית קובעי דעת הקהל, נחשבת כמפתח לעידוד רכישת המוצר בקרב האוכלוסייה הרחבה (Moldovan et al., 2019).

מראה אטרקטיבי

המראה הפיזי של אגדתי שירת את מעמדו כמנהיג. מחקרים קודמים העלו את חשיבות המראה האטרקטיבי של מועמדים בבחירות לרשויות המקומיות. נמצא, כי מראה פנים נאה של מועמדים (Berggren et al., 2010), חזות אטרקטיבית ואימוץ גינונים ידידותיים במגע עם המצביעים (Castelli et al., 2009), היו מנבאים יעילים לחיזוי המנצחים בבחירות המקומיות. למעשה, גם במחוזות נגועי שחיתות שלטונית באיטליה, מראה אטרקטיבי של המועמד היווה את המנבא היעיל ביותר לניצחונו בבחירות לרשות המקומית, ולא מידת אמינותו בעיני משתתפי המחקר (Jaeger et al., 2020). אגדתי נחשב במושגי הימים ההם, לגבר מרשים ובעל מראה אטרקטיבי. כאשר ברוך אגדתי עבד כמורה לריקוד בגימנסיה הרצליה, 'המורה להתעמלות צבי נשרי לא הבין מדוע זה כל הבנות שמודיעות שאינן יכולות להתעמל הולכות דווקא לשיעורי הריקוד של אגדתי' (ראיון עם ברוך אגדתי, שרתי לך ארצי, 1974). בעיתונות התקופה תואר אגדתי כ'התגלמות הנאה ביותר של תל-אביב. אציל רוח. בחור כארוז. משכמו ומעלה גבוה מכל העם – 183 ס"מ בגובה' (ראשים בישראל, מעריב, 1955). לדמותו של אגדתי יוחסה גם החזות הפיזית המרשימה של הצבר, היהודי החדש: 'בעל קומה, מטען וחיוך' (אורי קיסרי, משכנס אדר, הארץ, 1954). אגדתי תואר על ידי בני התקופה כמי "שהתהלך ברוב פאר, משכמו ומעלה גבוה מכולם, לבוש אדרת בוכארית רקומה זהב כמלך מזרחי ממש" (תדהר, 1959, עמ' 3759).

מסקנות

מטרת המאמר היתה לנתח את מאפייני מנהיגותו של יזם התרבות ברוך אגדתי. ברוך אגדתי נחשב ליזם תרבות מוביל, ולמודל של הצלחה בחברת היישוב. מהמחקר עלה כי מנהיגותו של אגדתי התבססה על עקרונות המנהיגות המשלבת, המנהיגות הכריזמטית ועל חדשנות רדיקלית. כמנהיג משתף, קידם אגדתי את מיזמיו על יסוד אינטרסים משותפים עם חברי צוותו, ועם מוקדי כוח שונים ביישוב. אגדתי ערך סינתזה של ערכים, אשר שילבה בין הערכים של כל הנוגעים בדבר (גורמי כוח, קבוצות אינטרסים, מועסקים וקהל היעד). הוא נקט בגישה דמוקרטית ובהעצמה כלפי מועסקיו, ובכל פרויקט חדש שיזם העצים אגדתי מועסקים אחרים בהתאם לכישרונות הדרושים להשגת יעדיו. סגנון הניהול של אגדתי, התאים לרוח תקופת היישוב ולאטוס החלוציות השיתופית. בהיותו מנהיג קשוב ולא מנוכר, המעצים את כישרונותיהם של מועסקיו,

ומאדיר יצירתיות ונון-קונפורמיזם, ענה אגדתי גם לדמותו המיתית של הצבר החדש. מאפייני מנהיגותו נתפסו כמאפייני הרנסנס הלאומי הקם בארץ-ישראל.

המחקר הנוכחי מאשש את ממצאיהם של מחקרים קודמים, אשר העלו כי מנהיגות משתפת מגבירה את התפוקה והרווחיות של הארגון (למשל, Bennis, 1999; Gilbert et al., 2013; Kramer & Crespy, 2011). אגדתי יישם את עקרונות המנהיגות המשתפת, ונחשב ליזם תרבות מוביל בימי היישוב. המנהיגות המשתפת של אגדתי הגבירה את היצירתיות והעשייה של אנשי צוותו. בשיטת ניהול זו התפתחה מוטיבציה פנימית של צוות העובדים להשגת מטרות הארגון, שלא על מנת לקבל תמורה. צוותו של אגדתי עבד מעבר למכסת השעות והשכר שהוקצב להם, מתוך התגייסות אישית ואמונה בצדקת המיזם ובערכו עבור הכלל. יצירת הערכים המשותפים, אשר מהווה חלק אינטגרלי בסגנון הניהול המשתף, הובילה לכך שרשויות היישוב וגורמי כוח בחברה התגייסו לטובת מיזמיו של אגדתי. בתנאים אלה יכול היה אגדתי לנצח את מתחריו (לדוגמה "חבורת טראסקי") בדרוויניזם העסקי התחרותי, מכיוון שהמתחרים התקשו לגייס מוקדי כוח ומשאבי ציבור בכדי להציב מענה של ממש.

ממצאי המחקר הנוכחי מאששים את ממצאיהם של מחקרים קודמים, ביחס למקומה של הכריזמה והמראה האטרקטיבי במנהיגות יעילה. כשחקן בעל כישורי במה, אימץ אגדתי את עקרונות המנהיגות הכריזמטית (Antonakis et al., 2011). מנהיגותו הכריזמטית באה לידי ביטוי ביכולתו להיחשב עממי ומורם מעם בעת ובעונה אחת. מכריו טענו כי יכול היה לגייס אדם, באמצעות מבטו רב-המשמעות. עדויות מכריו מאששות את הטענה כי מראה אטרקטיבי מגביר את אמינותו של הדובר (Berggren et al., 2010). המראה האטרקטיבי של אגדתי היווה מקור עוצמה במאמציו לבסס את מנהיגותו. בשל חזותו האטרקטיבית, נטו אנשים לבחור לקבל את מנהיגותו וליטול חלק פעיל במיזמיו.

בנוסף, מנהיגותו של אגדתי התאפיינה בחדשנות רדיקלית, וביצירתיות רבה. אגדתי הפנים את חיוניות החדשנות בעולם העסקים של המאה העשרים. לפיכך, גם מיזמי הפורים שהוביל עברו שינויים משנה לשנה, במטרה להבטיח את הפתעת המשתתפים. בנוסף, עם סיום פרויקט אחד, החל אגדתי בפיתוח מיזם שונה. מרגע שהבין שרעיונותיו בתחום מסוים הגיעו לכדי מיצוי, הוא חיפש את דרכו הייחודית בתחום חדש. בין היתר, הקדים את זמנו וקידם את מיזמיו בווריאציה של שיטת קידום מכירות מודרנית, אשר עורכת שימוש בקובעי דעת קהל. הטקטיקה של פיתוח מוצר אקסקלוסיבי ליחיד סגולה (אישים ידועי-שם או בעלי ממוץ), על מנת לעודד את הציבור הרחב לרכוש גרסאות מוזלות של המוצר עברה כחוט השני בין מיזמיו בתחומים שונים.

מניתוח מנהיגותו של אגדתי, עולה חשיבות החדשנות הרדיקלית במנהיגות בתחומי האמנות. החדשנות המתמדת יוצרת מתח וציפייה בציבור הרחב לקראת מיזמו החדש של האמן, וזה הופך באחת לסנסציה. יתרה מכך, חדשנות רדיקלית שנועדה להכניס למיינסטרים זרם אמנותי המצוי כרגע בשולי זירת האמנות, מחייב שיתוף פעולה מצד גורמים מרכזיים במיינסטרים האמנותי (Stoyan, 2013). המחקר הנוכחי מדגים את חשיבות שילוב החדשנות הרדיקלית יחד עם מנהיגות משתפת. שכן, הדגשת האינטרסים המשותפים עם גורמים בעלי עוצמה במיינסטרים האמנותי וערכים קונצנזואליים, יש בהם כדי לגייס אישים במיינסטרים לטובת קידום הזרם שהמנהיג המשתף מבקש לקדם. ללא עזרתם, יוותר הזרם האמנותי בשוליים.

רשימת מקורות

אגדתי, ב. (1925, 10 מרץ). למכיני התלבשות והמסכות למסבות פורים. הארץ. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/haretz/1925/03/10/01/article/17/?srpos=228&e=-----he-20--221-byDA-img-txIN%7ctxTI-%22%d7%90%d7%92%d7%93%d7%aa%d7%99%22-----%d7%a2%d7%91%d7%a8%d7%99%d7%aa-----1>

אריה-ספיר, נ. (2003). קרנבל בתל-אביב : פורים בעיר העברית הראשונה. מחקרי ירושלים בפולקלור יהודי, כ"ב, 99-121.

אשל, ר. (1991). לרקוד עם החלום : ראשית המחול האמנותי בארץ-ישראל, 1920 – 1964. תל-אביב : ספרית פועלים.

ברוך אגדתי (1973, 8 יוני). דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1973/06/08/01/article/202/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

ברוך אגדתי או שני מטרים של התפעלות. (1956, 15 יוני). הצפה. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/hzh/1956/06/15/01/article/38/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-%d7%91%d7%a8%d7%95%d7%9a+%d7%90%d7%92%d7%93%d7%aa%d7%99+%d7%90%d7%95+%d7%a9%d7%a0%d7%99+%d7%9e%d7%98%d7%a8%d7%99%d7%9d+%d7%a9%d7%9c+%d7%94%d7%aa%d7%a4%d7%a2%d7%9c%d7%95%d7%aa-----1>

ברוך אגדתי למנוחות (1976, 20 ינואר). דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1976/01/20/01/article/39/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-%d7%91%d7%a8%d7%95%d7%9a+%d7%90%d7%92%d7%93%d7%aa%d7%99+%d7%9c%d7%9e%d7%a0%d7%95%d7%97%d7%95%d7%aa-----1>

גלעדי, ד. (1975, 21 פברואר). 80 שנות אגדה של אגדתי. מעריב. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/mar/1975/02/21/01/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-80+%d7%a9%d7%a0%d7%95%d7%aa+%d7%90%d7%92%d7%93%d7%94+%d7%a9%d7%9c+%d7%90%d7%92%d7%93%d7%aa%d7%99-----1>

האיש שנזכרים בו בפורים (1960, 24 נובמבר). הארץ. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/haretz/1960/11/24/01/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-%d7%94%d7%90%d7%99%d7%a9+%d7%a9%d7%a0%d7%96%d7%9b%d7%a8%d7%99%d7%99d+%d7%91%d7%95+%d7%91%d7%a4%d7%95%d7%a8%d7%99%d7%9d-----1>

הד-יפו (1920, 7 נובמבר). דאר היום. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dhy/1920/11/07/01/article/12/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

הד-יפו (1921, 21 מרץ). דאר היום. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dhy/1921/03/21/01/article/12/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

הלמן, ע. (2007). אור וים הקיפוח : תרבות תל-אביבית בתקופת המנדט. חיפה : הוצאת אוניברסיטת חיפה.

ויהי בימי העדלידע (1950, 3 מרץ). דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1950/03/03/01/article/87/?srpos=5&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-%d7%95%d7%99%d7%94%d7%99+%d7%91%d7%99%d7%9e%d7%99+%d7%94%d7%a2%d7%93%d7%9c%d7%99%d7%93%d7%a2-----1>

ידידיה, ב. (1924, 30 אוקטובר). אגדתי. דאר היים. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dhy/1924/10/30/01/article/2/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

כרמיאל, ב. (1997). חגיגות פורים ב'תל-אביב הקטנה' – נשפי ברוך אגדתי. אריאל, י"ח, 178-182.

מבט אל ברוך אגדתי (1971, 11 פברואר). דבר נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1971/02/11/01/article/115/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1971/02/11/01/article/115/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

מנור, ג. (1986). אגדתי : חלוץ המחול החדש בארץ ישראל. תל-אביב : ספריית פועלים.

עלי, מ. (1971, 19 פברואר). ואת השם נתן לו ביאליק. דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1971/02/19/01/page/34/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

פינס, ש. (1975, 23 ינואר). ברוך אגדתי בן 80. דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1975/01/23/01/article/104/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1975/01/23/01/article/104/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

קאסטל, י. ת. (1925, 4 דצמבר). על האמנות החדשה בארץ-ישראל. העולם. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/haolam/1925/12/04/01/page/7/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

קופליביץ, י. (1950). בדור עולה. תל-אביב : מוסד ביאליק.

קיסרי, א. (1954, 17 מרץ). משנכנס אדר. הארץ. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/haretz/1954/03/17/01/article/27/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

קניוק, י. (1977, 21 ינואר). פרוזה מאגדה. דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1977/01/21/01/article/204/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1977/01/21/01/article/204/?srpos=1&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

ראובן רובין (1954, 2 יולי). מעריב. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/mar/1954/07/02/01/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

ראיון עם ברוך אגדתי בתכנית "שרתי לך ארציי", פרק 12 : על הגורן בליל לבנה, 1974. נדלה מתוך :
<https://www.youtube.com/watch?v=0cz35eBgW7s>

ראיון עם ציפורה צברי, צולם באמצע שנות ה-80. נדלה מתוך :
<https://www.youtube.com/watch?v=0avpSNBbQio>

ראשים בישראל : ברוך אגדתי (1955, 4 מרץ). מעריב. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/mar/1955/03/04/01/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

רב-נוף, ז. (1964, 20 מרץ). הזמנים כשבגרוש היה חור. דבר. נדלה מתוך :
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1964/03/20/01/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>
<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1964/03/20/01/?e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

רשימות אמנותיות (1945, 2 פברואר). הארץ. נדלה מתוך :

<https://www.nli.org.il/he/newspapers/haretz/1945/02/02/01/?&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

שבא, ש. (1964, 31 ינואר). אתמול של מחר. דבר. נדלה מתוך :

<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1964/01/31/01/?&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

שבא, ש. (1982, 15 ינואר). ולנטינו של היחפנים. דבר. נדלה מתוך :

<https://www.nli.org.il/he/newspapers/dav/1982/01/15/01/?&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

שוהם, ח. (2013). מרדכי רוכב על סוס : חגיגות פורים בתל-אביב (1908 – 1936) ובנייתה של אומה חדשה. רמת-גן : הוצאת אוניברסיטת בר-אילן.

שירר, ו. (1962). עלייתו ונפילתו של הרייד השלישי. תל-אביב : שוקן.

שניים או חוזין בפורים : הבמאי משה הלוי מבקש "לקרוע" את אגדת ברוך אגדתי (1963, 8 מרץ). מעריב. נדלה מתוך :

<https://www.nli.org.il/he/newspapers/mar/1963/03/08/01/?&e=-----he-20--1--img-txIN%7ctxTI-----1>

תדהר, ד. (1959). אנציקלופדיה לחלוצי היישוב ובניו (כרך י'). תל-אביב : ספריית ראשונים.

Antonakis, J., Bastardo, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 293-319.

Antonakis, J., Fenley, M., & Liechti, S. (2011). Can charisma be taught? Tests of two interventions. *Academy of Management Learning & Education*, 10(3), 374-396.

Bennis, W. (1999). The end of leadership: Exemplary leadership is impossible without full inclusion, initiatives, and cooperation of followers. *Organizational Dynamics*, 28(1), 71-80.

Berggren, N., Jordahl, H., & Poutvaara, P. (2010). The looks of a winner: Beauty and electoral success. *Journal of Public Economics*, 94(1-2), 8-15.

Carmeli, A., & Schaubroeck, J. (2006). Top management team behavioral integration, decision quality, and organizational decline. *The Leadership Quarterly*, 17(5), 441-453.

Carson, J. B., Tesluk, P. E., & Marrone, J. A. (2007). Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1217-1234.

Castelli, L., Carraro, L., Ghitti, C., & Pastore, M. (2009). The effects of perceived competence and sociability on electoral outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(5), 1152-1155.

Chrislip, D., & Larson, C. (1994). *Collaborative leadership*. San Francisco, CA: Jossey.

Coleman, A. (2012). The significance of trust in school-based collaborative leadership. *International Journal of Leadership in Education: Theory and Practice*, 15(1), 79-106.

Csikszentmihalyi, I. (1988). Flow in historical context: the case of the Jesuits. In: M. Csikszentmihalyi & I. Csikszentmihalyi (Eds.), *Optimal experience* (pp. 232-248). Cambridge: Cambridge University Press.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: the psychology of optimal experience*. New York: Harper Collins.

- Drazin, R., Glynn, M. A., & Kazanjian, R. K. (1999). Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective. *The Academy of Management Review*, 24(2), 286-307.
- Fischbach, L. M., Smerz, C., Findlay, G., Williams, C., & Cox, A. (2007). Co-CEOs: A new leadership paradigm for social service agencies. *Families in Society*, 88(1), 30-34.
- Fletcher, J., & Käufer, K. (2003). Shared leadership: paradox and possibility. In C. L. Pearce, & J. A. Conger (Eds.), *Shared leadership: Reframing the hows and whys of leadership* (pp. 21-47). SAGE Publications, Inc.
- Friedrich, T. L., Vessey, W. B., Schuelke, M. J., Ruark, G. A., & Mumford, M. D. (2009). A framework for understanding collective leadership: The selective utilization of leader and team expertise within networks. *The Leadership Quarterly*, 20(6), 933-958.
- Gilbert, P., Raulet Crozet, N. & Teglberg, A. (2013). *Work organisation and innovation – Case study: FA VI, France*. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.
- Glew, D. J., O’Leary-Kelly, A. M., Griffin, R. W., & Van Fleet, D. D. (1995). Participation in organizations: A preview of the issues and proposed framework for future analysis. *Journal of Management*, 21(3), 395-421.
- Gomes, L. A. d. V., Facin, A. L. F., & Hourneaux Junior, F. (2019). Building a bridge between performance management, radical innovation, and innovation networks: A systematic literature review. *Creativity and Innovation Management*, 28(4), 536-549.
- Haag, C., & Coget, J.F. (2010). Leading creative people: Lessons from advertising guru Jacques Séguéla. *European Management Journal*, 28(4), 278-284.
- Harrison, B. (1999). The nature of leadership: Historical perspectives & the future. *Journal of California Law Enforcement*, 33(1), 24-30.
- Hooker, C., & Csikszentmihalyi, M. (2003). Flow, shared leadership and creativity. In: C.L. Pearce., & J.A. Conger (Eds.), *Shared leadership: reframing the hows and whys of leadership* (pp. 215 – 234). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Howell, J.M., & Boies, K. (2004). Champions of technological innovation: The influence of contextual knowledge, role orientation, idea generation, and idea promotion on champion emergence. *Leadership Quarterly*, 15, 123-143.
- Jaeger, B., Evans, A. M., & van Beest, I. (2020). Facial appearance and electoral success of male Italian politicians: Are trustworthy-looking candidates more successful in corrupt regions? *Social Psychology*. Advance online publication.
- Kramer, M. W., & Crespy, D. A. (2011). Communicating collaborative leadership. *The Leadership Quarterly*, 22(5), 1024–1037.
- Li, P., Sun, J.-M., Taris, T. W., Xing, L., & Peeters, M. C.W. (2021). Country differences in the relationship between leadership and employee engagement: A meta-analysis. *The Leadership Quarterly*. *The Leadership Quarterly*, 32(1), 101458.
- Moldovan, S., Steinhart, Y., & Lehmann, D. R. (2019). Propagators, creativity, and informativeness: What helps ads go viral. *Journal of Interactive Marketing*, 47, 102-114.
- O’Connor, G. C., Leifer, R., Paulson, A. S., & Peters, L. S. (2008). *Grabbing lightning: Building a capability for breakthrough innovation*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.

- Prahalad, C.K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Stokes, J. (2021). Leadership- Charismatic or inspiring? An inquiry into regressive and developmental forms of leadership. *Psychoanalytic Inquiry*, 41(7), 473-480.
- Stoyan V. S. (2013) How Paris Gave Rise to Cubism (and Picasso): Ambiguity and Fragmentation in Radical Innovation. *Organization Science* 24(6),1601-1617.
- Strohmeier, B. R. (1999). The leadership principles used by Jack Welch as he re-energized, revolutionized, and reshaped General Electric. *Journal of Leadership Studies*, 5(2), 16-26.
- VanVactor, J. D. (2012). Collaborative leadership model in the management of health care. *Journal of Business Research*, 65(4), 555-561.
- Vangen, S., & Huxham, C. (2003). Enacting leadership for collaborative advantage: Dilemmas of ideology and pragmatism in the activities of partnership managers. *British Academy of Management*, 14, 61-76.
- Vera, D., & Crossan, M. (2004). Strategic leadership and organizational learning. *Academy of management review*, 29(2), 222-240.
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organizations*. New York: Oxford University Press.
- Yammarino, F., Salas, E., Serban, A., Shirreffs, K., & Shuffler, M. (2012). Collectivistic Leadership Approaches: Putting the “We” in Leadership Science and Practice. *Industrial and Organizational Psychology*, 5(4), 382-402.
- Zhao, C., Tian, G., Wen, Z., & Gao, X. (2021). Charismatic leadership and millennial employee innovation performance relationship mediated by employees’ leadership, professional, and organizational identification. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(1), 1-11.