

بسم الله الرحمن الرحيم

طراحی زندگی:

چه طوری توانی یک زندگی خوب و شاد ساخت

بیل برنت و دیو ایوانز

ترجمه:

سارا خلیلی

زیر نظر شبکه مترجمین ایران

سرشناسه: برنت، ویلیام، ۱۹۵۷ - م.

Burnett, William, (Consulting professor of design)

عنوان و نام پدیدآور: طراحی زندگی: چگونه می‌توان یک زندگی خوب و شاد ساخت/بیل برنت، دیو ایونس؛ مترجم سارا خلیلی
مشخصات نشر: تهران: آدینه، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۱۹۲ ص.

شابک: ۲-۲۱-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸-۱۸۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Designing your life: how to build a well - lived, joyful life, 2016.

موضوع: راهنمای شغلی

موضوع: Vocational guidance

موضوع: ابراز وجود

موضوع: Self - realization

موضوع: طراحی - جنبه های اجتماعی

موضوع: Design - Social aspects

موضوع: تصمیم گیری

موضوع: Decision making

شناسه افزودن: اونس، دیوید جان، ۱۹۵۳ م

شناسه افزوده: Evans, David I. (David John)

شناسه افزوده: خلیلی، سارا، ۱۳۷۳ م، مترجم

رده بندی کنگره: ۱۳۷۳/ب۴۱۳ HB۵۳۸۱

رده بندی دیویی: ۶۵۰/۱

شماره کتابشناسی ملی: ۴۶۸۰۸۹۵

طراحی زندگی:

چگونه می‌توان یک زندگی خوب و شاد ساخت

تالیف: بیل برنت، دیو ایوانز

ترجمه: سارا خلیلی (زیر نظر شکره ترجمین ایران)

ناشر: انتشارات آدینه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

شابک: ۲-۲۱-۸۶۱۰-۶۰۰-۹۷۸

تلفن مرکز پخش: ۳۳۱۲۶۵۴۱ و ۰۹۱۲۱۲۶۱۳۷۰

www.AdinehBook.com

هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق استفاده از عنوان کتاب و همچنین چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را به هر صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب یا جزوه و حتی برداشت به صورت دستنویس ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی قانون حمایت از ناشران تحت پیگرد جدی قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست محتویات

صفحه	عنوان
۱	مقدمه: زندگی بر مبنای طراحی
۲۱	از جایی که هستید شروع کنید
۴۱	ساخت قلب‌نما
۵۱	مسیریابی
۶۷	از تله درآمدن
۸۵	زندگی خود را طراحی کنید
۱۰۱	پیش‌الگوسازی
۱۱۷	چه طور نمی‌توان شغلی را بدست آورد
۱۲۹	طراحی شغل رؤیایی
۱۳۹	انتخاب خوشحالی
۱۵۷	مصونیت در برابر شکست
۱۷۱	تشکیل تیم
۱۸۳	نتیجه‌گیری: زندگی با طراحی خوب

الِن^۱ عاشق سنگ بود و آنها را جمع آوری، دسته‌بندی و بر اساس اندازه و شکل، نوع و رنگ‌شان طبقه‌بندی می‌کرد. دو سال بعد زمان آن رسید تا در دانشگاهی معتبر درخواست رشته‌ی مورد علاقه‌اش را ارایه کند. الِن نمی‌دانست می‌خواهد در زندگی‌اش چه کاری انجام دهد یا وقتی بزرگ‌تر شد نمی‌دانست می‌خواهد با چه کسی باشد، اما زمان انتخاب فرا رسیده بود. در آن زمان به نظر می‌رسید که زمین‌شناسی بهترین تصمیمی است که می‌تواند بگیرد. به هر روی، واقعاً عاشق سنگ‌ها بود.

مادر و پدر الِن به دخترشان، رشته‌ی زمین‌شناسی و این که در آینده زمین‌شناس می‌شد افتخار می‌کردند. وقتی فارغ‌التحصیل شد، به خانه‌ی والدینش بازگشت و برای کسب اندکی درآمد شروع به انجام کارهایی چون پرستاری کودک و پیاده‌بری سگ کرد. والدین او گیج شده بودند. این آن کاری بود، که الِن در دبیرستان انجام داده بود. آنها برای فارغ‌التحصیلی او از کالج هزینه‌ی بالایی پرداخت کرده بودند. دخترشان چه زمانی تبدیل به زمین‌شناس می‌شد؟ چه زمان قرار بود وارد این شغل شود؟ زمین‌شناسی کاری بود که الِن برایش درس خوانده بود و قرار بود درآمد این حرفه شود.

مسأله این بود که الِن توجه شده بود نمی‌خواهد زمین‌شناس باشد. دیگر آن قدر به صرف زمان برای مطالعه‌ی فرآیندها، مواد یا ریح‌های زمین علاقه‌مند نبود. به زمین‌پیمایی یا کار برای شرکت‌های منابع طبیعی یا آژانس‌های محیطی هم علاقه‌ای نداشت. دیگر به نقشه‌نگاری یا تهیه‌ی گزارش علاقه‌ای نشان نمی‌داد. در واقع به صورت پیش‌فرض زمین‌شناسی را انتخاب کرده بود فقط به این خاطر که به سنگ‌ها علاقه داشت و حالا با دیپلمی در دست و مالکیت نداشت، نمی‌دانست که چه طور می‌تواند شغلی پیدا کند و در ادامه‌ی زندگی‌اش باید چه کار کند.

این که همه به او می‌گفتند دوران کالج بهترین سال‌های زندگی‌اش است درست بود؟ حالا به جز پسروری پیشرفتی نداشت. نمی‌دانست که فقط او نیست که به کار در رشته‌ای که پدرکش را دارد علاقه‌مند نیست. در حقیقت، در ایالات متحده، تنها ۲۷ درصد از فارغ‌التحصیلان کالج در حرفه‌ای مرتبط با رشته‌شان فعالیت می‌کنند. این فکر که رشته‌ای که انتخاب می‌کنید کاری است که در ادامه‌ی زندگی‌تان قرار است انجام دهید و این که کالج بهترین سال‌های زندگی‌تان است (پیش از وارد شدن به دوران انجام کارهای دشوار و کسالت‌بار) دو طرز تفکری است که ما آنها را باورهای ناکارآمد می‌خوانیم؛ افسانه‌ای که مانع از آن می‌شود تا افراد زندگی که می‌خواهند را برای خود طراحی کنند.

باور ناکارآمد^۲: مدرک‌تان شغل‌تان را تعیین می‌کند.

چهارچوب‌بندی دوباره: سه چهارم تمام فارغ‌التحصیلان کالج‌ها در نهایت شغل‌شان ارتباطی با

مدرک تحصیلی‌شان ندارد.

جانین^۱ در اواسط دهه‌ی سی سالگی، عزمش را برای دستیابی به مزایای دهه‌ها تلاش برای رسیدن به اهدافش جمع کرده بود. به کارش سرعت داد و تصمیم داشت در آن نقطه بماند. او فارغ‌التحصیل یکی از بهترین کالج‌ها و مدارس حقوق بود. در شرکتی کار می‌کرد که فعالیت‌های مهم و تأثیرگذاری انجام می‌داد و واقعاً می‌خواست که موفق شود. کالج، مدرسه‌ی حقوق، ازدواج، شغل و هر چیزی در زندگی‌اش دقیقاً همان چیزی شده بودند که برایشان برنامه‌ریزی کرده بود و قدرت اراده و سخت‌کوشی‌اش به او تمام چیزهایی که می‌خواست را داده و از او تصویری از موفقیت و پیروزی ساخته بودند.

اما جانین رازی هم داشت.

برخی شب‌ها، پس از حرکت از شرکت حقوقی‌اش (که یکی از شناخته‌شده‌ترین شرکت‌ها در سیلیکون والی^۲ بود) به سمت خانه، با روشن شدن چراغ‌های دره، روی سکوی آن می‌نشست و گریه می‌کرد. هر چیزی که فکر می‌کرد باید داشته باشد و هر چیزی که فکر می‌کرد می‌خواهد را داشت، اما غم عمیقی داشت. جانین می‌دانست که باید زندگی که ساخته بود سرمست می‌بود، اما این گونه نبود. حتی به این شادی نزدیک هم نبود.

می‌دانست که یک جای کار را اشتباه کرده است. چه کسی هر روز صبح با تصویری از موفقیت از خواب بیدار می‌شود و هر شب با دلشوره و نگرانی می‌خوابد که اشتباهی رخ داده و مسیری اشتباه پیموده شده است؟ وقتی همه چیز دارید و هم‌زمان هیچ چیز ندارید، به کدام سو می‌روید؟ جانین هم مثل الن باوری ناکارآمد داشت. او معتقد بود اگر هنگام چرخ و دقت زدن به تمام حلقه‌های فلزی چنگ بزند به خوشحالی می‌رسد. در این زمینه هم جانین تنها فردی نیست که این گونه می‌اندیشد. در آمریکا، دو سوم کارمندان از شغل‌شان راضی نیستند و ۱۵ درصد هم واقعاً از کارشان تنف دارند.

باور ناکارآمد: اگر موفق باشید، خوشحال خواهید بود.

چهارچوب‌بندی دوباره: خوشحالی از زندگی سرچشمه می‌گیرد که بدان کارآمد طراحی شده باشد.

دونالد^۳ درآمدی کسب کرده بود. بیش از سی سال شغلی ثابت داشت. پول خانه‌اش را تسویه کرده بود. فرزندانش همگی فارغ‌التحصیل کالج بودند. حقوق بازنشستگی‌اش را به دقت سرمایه‌گذاری کرده بود. او شغل ثابت و زندگی ثابتی داشت. بیدار می‌شد، به سر کار می‌رفت، صورت حساب‌ها را پرداخت می‌کرد، به خانه می‌رفت و می‌خوابید. روز بعد از خواب بیدار می‌شد و تمام این کارها را باری دیگر انجام می‌داد. بشور،

1 Janine

2 Silicon Valley

3 Donald

آب بکش و دوباره^۱.

سال‌ها دونالد همین پرسش را بارها و بارها مطرح کرده بود. او این پرسش را با خود به کافی‌شاپ و میز شام و رستوران (جایی که چند اسکانلندی او را از طرح این سوال باز می‌داشتند) می‌برد. اما همیشه با آن باز می‌گشت. نزدیک به یک دهه است که این پرسش او را ساعت ۲ صبح بیدار می‌کند و سبب می‌شود مقابل آینه‌ی حمام بایستد:

«من چه غلطی می‌کنم؟»

هیچ زمانی کسی که مقابلش در آینه ایستاده بود پاسخ خوبی برایش نداشت. باور ناکارآمد دونالد شبیه باور جانین است، با این تفاوت که دونالد مدت زمان بیشتری آن را به دوش می‌کشد (زندگی با فعالیت‌های مسئولانه و روفق باید او را خوشحال می‌کرد). آیا کافی بود؟ اما دونالد باور ناکارآمد دیگری هم داشت: این که نمی‌توانست از کاری که همیشه انجام داده است دست بکشد. آیا کسی که در آینه می‌دید توانسته بود به او بگوید که او در این زمین تنها نیست و مجبور نیست کاری که همیشه انجام داده است را انجام دهد. فقط در ایالات متحده، بیش از سی و یک میلیون نفر بین سنین چهل و چهار تا هفتاد سال اغلب به دنبال شغلی هستند که «encore»^۱ خوانده می‌شود (شغلی مرکب از مقاصد فردی، درآمد مستمر و تأثیر اجتماعی). تعدادی از این سی و یک میلیون شغل‌های encore شان را پیدا کرده‌اند و بسیاری نمی‌دانند که باید از کجا شروع کنند و از ایجاد تغییر بزرگ، زنانی‌شان می‌ترسند.

باور ناکارآمد: خیلی دیر است.

چارچوب‌بندی دوباره: برای طراحی زندگی که دوست دارید هیچگاه دیر نیست.

سه نفر. سه مشکل بزرگ.

مشکلات عشقی طراحان

در خانه یا دفتر کارتان به اطرافتان، به صندلی که روی آن می‌نشینید، تبلت یا تلفن هوشمندی که در دست دارید، نگاهی بیندازید. تمام چیزهایی که اطرافمان هستند توسط فردی خاص طراحی شده‌اند و طراحی هر چیزی به دلیل وجود مشکلی خاص آغاز شده است. مشکل عدم توانایی گوش دادن به چند موزیک، بدون حمل ساکی از سی‌دی‌ها دلیل آن است که اکنون می‌توانید در جسم مربعی یک اینچی که به بلوزتان می‌چسبانید، سه هزار آهنگ را گوش دهید. فقط به خاطر مشکلی خاص است که اکنون تلفتتان

1 Lather, rinse, repeat: ضرب‌المثلی که در دستورالعمل بسیاری از برندهای شامپو از آن استفاده می‌شود.

درست در کف دستتان جای می‌گیرد یا لپ‌تاپ شما می‌تواند پنج ساعت شارژ داشته باشد یا این که ساعت شما طبله‌ای تان نقش صدای پرندگان را برایتان بازی می‌کند. در مقطع فعلی، صدای آزار دهنده‌ی ساعت‌های شما طبله‌ای در طراحی برجسته‌ی کالاهای مشکل‌بزرگی به نظر نمی‌رسد، اما می‌توانست دست کم برای آنهایی مشکل‌ساز شود که نمی‌خواستند هر روزشان را با صدای ناخوشایند ساعت‌های شما طبله‌ای آغاز کنند. این که چرا در خانه آب لوله‌کشی یا عایق‌کاری دارید به خاطر وجود مشکلاتی خاص است. لوله‌کشی به خاطر مشکلی خاص خلق شد. مسواک به خاطر مشکلی خاص ابداع شد. صندلی به این خاطر طراحی شد که فردی جایی می‌خواست مشکلی بزرگ را حل کند: نشستن روی سنگ بسیار دردناک است.

بین مشکلات طراحی و مشکلات مهندسی تفاوت وجود دارد. در واقع هر دو مدرک مهندسی داریم و وقتی به حجم بالایی از داده‌ها دسترسی می‌یابیم و اطمینان داریم که بهترین راه‌حلی هم وجود دارد، مهندس می‌تواند رویکردی خوب برای حل مشکلات باشد. بیل¹ روی مشکل مهندسی لولای نخستین لپ‌تاپ‌های اپل کار می‌کرد و راه‌حلی که او و تیمش به آن دست یافتند این لپ‌تاپ‌ها را به مطمئن‌ترین کالا در بازار تبدیل کرد. این راه‌حل به نمونه‌های اولیه و آزمایش‌های زیادی نیاز داشت (مثل فرآیند طراحی)، اما هدف از خلق لولای بایی² که پنج سال دوام می‌آورد (یا باز و بسته کردن ده‌ها هزار بار) مشخص بود. تیم بیل راه‌حل‌های مکانیکی متعددی را آزمایش کردند و در نهایت به هدفشان هم دست یافتند. وقتی این هدف تحقق یافت، راه‌حل بدست آمد: میلیون‌ها بار بازآفرینی شد. در واقع این مسأله یک مشکل مهندسی خوب بود.

این مسأله را با مسأله‌ی طراحی نخستین لپ‌تاپ‌هایی که ماوس همراه (built in mouse) داشتند مقایسه کنید. از آنجایی که کامپیوترهای اپل برای انجام هر کاری نیازمند ماوس بودند، ساخت لپ‌تاپ با ماوس‌های معمولی غیر قابل قبول بود. این مسأله یک مشکل طراحی بود. در واقع پیشینه‌ای برای طراحی آن وجود نداشت و هیچ نتیجه‌ی ثابت یا از پیش تعیین شده‌ای هم دست‌نیافتنی نبود؛ ایده‌های بسیاری در اینباره مطرح گردید و طرح‌های مختلفی آزمایش شد، اما هیچ یک عملی نشدند. در همین راستا، مهندسی به نام جان کراکاور² در حال سرهم‌بندی ترک‌بال‌های (Trackball) مینیاتوری بود و در نظر داشت کیبورد را پشت این قسمت قرار دهد و فضای کافی برای دادن این سیستم اشاره‌گر کوچک ایجاد کند. این اقدام دستاوردی بزرگ برای تمام کسانی شد که به دنبال آن می‌گشتند و از آن زمان تاکنون هم به بخشی از امضای لپ‌تاپ‌های اپل تبدیل شده است.

زیبایی‌شناسی یا آن طور که اجسام به نظر می‌رسند، نمونه‌ی آشکار دیگری از وجود مشکلی است که طراحان برای آن به راه‌حل درستی دست نیافته‌اند که روی آن کار کنند. برای مثال، در جهان اتومبیل‌های

1 Bill

2 Jon Krakower

ورزشی با عملکرد بالای بسیاری وجود دارند که همگی حس سرعت را هم بر می‌انگیزانند، اما پورشه به هیچ وجه شبیه فراری نیست. هر دو کارشناسانه مهندسی شده‌اند، هر دو دارای قطعات تقریباً مشابهی هستند، اما هر یک جذبه‌ی زیبایی‌شناختی متفاوت و خاص خودش را دارد. طراحان هر یک از این شرکت‌ها توجه خاصی به منحنی‌ها و خطوط، چراغ‌های جلو و پنجره‌ها داشته‌اند و تصمیمات متفاوتی اتخاذ کرده‌اند. هر یک از این شرکت‌ها مسیر خاص خودشان را می‌پیمایند (فراری بی‌شک ظاهری ایتالیایی دارد و پورشه تقریباً حساسیت‌های آلمانی). طراحان این شرکت‌ها سال‌ها در زمینه‌ی زیبایی‌شناسی مطالعه کرده‌اند تا این محصولات صنعتی را به شکل مجسمه‌ای در حرکت پدید آورند. به همین خاطر است که مقوله‌ی زیبایی‌شناسی به نوعی می‌تواند مسأله‌ی نهایی در امر طراحی باشد. زیبایی‌شناسی احساسات انسانی را در بر می‌گیرد و همین‌که دریافته‌ایم که وقتی احساسات درگیر می‌شوند، تفکر طراحی می‌تواند به بهترین ابزار حل مسأله تبدیل شود.

وقتی با مشکل کمک به دانشجویانی روبرو می‌شدیم که می‌خواستند کالج را ترک گفته و در قالب افرادی سودآور و شناخته‌شده وارد جهان شوند (درک این مسأله که با زندگی پیش روی خود چه کار می‌توانند بکنند)، دریافته‌ایم که تفکر طراحی می‌تواند بهترین راه حل این مشکل خاص باشد. طراحی زندگی به معنای تعیین هدفی مشخص مثل طراحی لوازمی که پنج سال دوام داشته باشند یا ساخت پل غول‌آسایی نیست که با ایمنی کامل به منطقه‌ی وسیع متصل شود؛ اینها مشکلات مهندسی هستند که از طریق آنها می‌توانید به داده‌های خوبی در ارتباط با گزینش روی خود دست یابید و بهترین راه حل ممکن را مهندسی کنید.

وقتی به نتیجه‌ی مطلوب‌تان دست می‌یابید (لپ‌تاپ قابل حمل، تومبیل اسپرت و سوسه‌انگیز یا یک زندگی که خوب طراحی شده است) اما راه حل شفافی برایش در نظر ندارید، همان زمان است که باید وارد فرآیند طوفان ذهنی شوید، چیزهای احمقانه را امتحان کنید، بداهه‌سازی کنید و آن قدر پیش بروید تا به نتیجه‌ای عملی دست یابید. در واقع زمانی آن را می‌بینید که آن را می‌دانید. راه خطوط هارمونیک فراری باشد یا یک لپ‌تاپ قابل حمل MacBook Air. طرح‌های خوب طوری خودشان را نشان می‌دهند که با معادله‌ها و صفحه‌گسترده‌ها و تحلیل داده‌ای نمی‌توان آنها را حل کرد. در واقع سیما و احساس خاص خودشان را دارند (زیبایی‌شناختی که با شما صحبت می‌کند).

زندگی که خوب طراحی شده باشد هم ظاهر و هم احساس خاص خودش را خواهد داشت و تفکر طراحی به شما کمک می‌کند مشکلات طراحی زندگی‌تان را حل کنید. هر چیزی که زندگی روزانه‌تان را آسان‌تر، سودآورتر، لذت‌بخش‌تر و خوشایندتر می‌کند به خاطر وجود مشکلی خاص پدید آمده است و به این خاطر که برخی از طراحان یا تیم‌های طراحی در جهان به دنبال حل آن مشکل بوده‌اند. فضاهایی که در آنها

زندگی، کار و بازی می‌کنیم همه برای بهتر کردن زندگی، کار و بازی طراحی شده‌اند. این که در دنیای خارج به چه نگاه می‌کنیم مهم نیست، آنچه مهم است آن است که می‌توانیم ببینیم وقتی طراحان مشکلی را از میان بر می‌دارند چه رخ می‌دهد.

می‌توانیم مزایای تفکر طراحی را مشاهده کنیم.

به این ترتیب می‌توانید مزایای تفکر طراحی را در زندگی خودتان هم مشاهده کنید. طراحی فقط برای خلق چیزهایی مثل کامپیوتر و فراری نیست؛ در خلق یک زندگی عالی نیز می‌تواند مفید واقع شود. از تفکر طراحی می‌توانید برای خلق یک زندگی معنادار، لذت‌بخش و خوشایند استفاده کنید. مهم نیست چه کسی هستید یا بودید، چه شغلی دارید یا داشتید، سن شما چقدر است، در طراحی شغل و زندگی‌تان می‌توانید از تفکری استفاده کنید که به خلق حیرت‌برانگیزترین تکنولوژی‌ها، محصولات و فضاها منتهی شده‌اند. زندگی خوب طراحی شده، زندگی پربراری است که همواره می‌تواند خلاقانه، مفید، در حال تغییر و تکامل و همیشه محلی برای تغییر باشد. در واقع بیشتر از آن که در آن بگذارید از آن دریافت می‌کنید. در چنین زندگی مسأله‌ای فراتر از شغل «سور» آب، بکش و دوباره» وجود دارد.

از کجا می‌دانیم؟

همه چیز با یک ناهار آغاز شد.

در واقع همه چیز زمانی آغاز شد که هر دو دانشجوی لیسانس دهه‌ی ۷۰ میلادی دانشگاه استانفورد بودند (کمی زودتر از دهه‌ی مربوط به بیل). بیل دریافت که می‌خواهد رشته‌ی طراحی محصول و یک مسیر شغلی هیجان‌انگیز را دنبال کند. وقتی کودک بود در حالی که مادر و اشپز خیاطی مادر بزرگش می‌نشست، اتومبیل و هواپیما طراحی می‌کرد. او به این خاطر در رشته‌ی طراحی محصول مدرک گرفت که (با حیرت) دریافت در جهان افرادی هستند که هر روز این کار را انجام می‌دهند. به او طراحی را به او یاد دادند. بیل، در مقام مدیر اجرایی بخش برنامه‌ریزی طراحی در دانشگاه استانفورد کمالات در حال طراحی و ساخت است (او از زیر دستگاه خیاطی بیرون آمده است)، برنامه‌های تحصیلی مقاطع لیسانس و فوق لیسانس طراحی را مدیریت می‌کند و در مدرسه (مؤسسه طراحی Hasso Plattner - مرکز چندرشته‌ای نوآوری در دانشگاه استانفورد که در آن تمام کلاس‌ها بر مبنای فرآیند تفکر طراحی‌اند) درس می‌دهد. بیل در شرکت‌های نوپا و مجله‌ی Fortune نیز کار کرده است. او در ۱۰۰ شرکت فعالیت کرده که در این میان می‌توان به هفت سال کار طراحی لپ‌تاپ‌های برنده‌ی جایزه (و لولا‌های مورد اشاره) در شرکت اپل و چند سال در صنعت اسباب‌بازی و طراحی شخصیت‌های جنگ ستارگان اشاره نمود. بیل می‌داند که بسیار خوش‌شانس بوده که توانسته کار طراحی محصول و قرار گرفتن در این مسیر لذت‌بخش و موفقیت‌آمیز را بیابد. در شغل‌های آموزشی به ندرت شاهد این امر و این مسأله هستیم و می‌بینیم که اغلب این مسیر برای دانشجویان (حتی

در دانشگاه استنفورد) عملی نیست.

بر خلاف بیل، زمانی که دیو دانشجوی مقطع لیسانس بود نمی دانست چه کار می کند. او در رشته بیولوژی موفق نبود (بعدها بیشتر روی آن کار کرد) و در رشته ی مهندسی مکانیک فارغ التحصیل شد - بدون شک به دلیل نداشتن ایده های بهتر. در دوران کالج هیچ گاه نتوانست کمک خوبی دریافت کند و همیشه این سؤال برایش مطرح بود که «چه طور می توانم بفهمم می خواهم با زندگی ام چه کار کنم؟» در نهایت نیز «مسیری دشوار» یافت و بیش از سی سال است که از کار در حوزه ی رهبری اجرایی و مشاوره ی مدیریت در بخش فناوری های بالا لذت می برد. کار مدیریت محصول نخستین ماوس ها و پروژه های اولیه ی پرینت های لیزری در شرکت اپل را او انجام داده است، یکی از مؤسسان شرکت Electronic Arts بوده است و به طیف وسیعی از مؤسسان شرکت های نوپا کمک کرده است تا مسیر خودشان را بیابند. پس از شروعی نسبتاً دشوار، کارش به جرات آوری وسعت یافت - اما همیشه می دانست که این مسیر را به مراتب دشوارتر از آنچه که نیاز بود انجام داده است.

اگر چه هر دو سؤال هایی را انداخته و خانواده هایی تشکیل داده بودند، اما باز هم به کار با دانشجویان ادامه دادند. بیل در دانشگاه «ستانفورد» جای بود که می دید صدها دانشجو ساعت ها در دفتر کارشان هستند و پس از فارغ التحصیلی درگیر یافتن زندگی شان می باشند. دیو هم در دانشگاه UC Berkeley درس می داد، جایی که دوره ای را با نام «چگونه می توانید شغل تان را بیابید» (aka: آیا ندای قلب تان صدایتان می زند؟) طراحی کرده بود. او در عرشه ی بیست و یک سال چهارده بار در این دوره تدریس کرده بود. با این همه دوست داشت در دانشگاه استنفورد کار بیشتری انجام دهد. در امتداد این مسیر، او و بیل بارها و بارها به نقطه ی تقابل میان خودشان و کسب و کارشان رسیدند. دیو شنیده بود که بیل به تازگی سمت مدیر اجرایی برنامه تحصیلی دانشگاه استنفورد در رشته ی طراحی را پذیرفته است (رشته ای که دیو به خوبی آن را می شناخت). دیو هم با این مسأله روبرو شد که سطح بالای تخصص در چند رشته ای برای طراح شدن احتمالاً دانشجویان رشته ی طراحی را زیر بار سنگینی قرار می دهد: تلاش برای یافتن راهی برای درک بینشی معنادار و قابل اعتماد و به لحاظ تجاری ماندگار. از این رو تصمیم گرفت بیل را فرا بخواند تا با هم ناهاری میل کرده و برخی از ایده هایشان را با هم به اشتراک بگذارند (فقط برای مشاهده ی این مسأله که چه ممکن است رخ دهد). اگر همه چیز خوب پیش می رفت، ممکن بود بیشتر برای بحث در این خصوص با هم قرار صرف ناهار بگذارند و شاید در عرض یک یا چند سال به نتیجه ای خوب می رسیدند.

به همین خاطر بود که همه چیز هنگام صرف ناهار آغاز شد.

پنج دقیقه بعد از صرف نهار معامله تمام شده بود. تصمیم گرفتند که در ایجاد دوره ای جدید در دانشگاه استنفورد با هم همکاری کنند و تفکر طراحی را وارد زندگی طراحی دانشجویان پس از فارغ التحصیلی کالج سازند (اول برای دانشجویان طراحی و اگر خوب پیش رفت برای تمام دانشجویان).

این دوره ادامه یافت و اکنون به یکی از محبوب‌ترین کلاس‌های دانشگاه استانفورد تبدیل شده است:

گاهی اوقات از خودمان می‌پرسیم که در دانشگاه استانفورد چه کار می‌کنیم، پاسخی دقیق و بالابرنده می‌دهیم: «دوره‌هایی را در استانفورد آموزش می‌دهیم که به هر دانشجویی کمک می‌کند اصول نوآوری در تفکر طراحی را وارد مسأله‌ی خطرناک طراحی زندگی‌اش در دوران دانشگاه و پس از آن سازد.» و البته بعدها می‌گویند: «بسیار عالی است! این به چه معنا است؟»

و معمولاً می‌گوییم: «ما نحوه‌ی استفاده از طراحی برای درک آنچه که می‌خواهیم در بزرگسالی باشیم را آموزش می‌دهیم.» در این نقطه تقریباً همه می‌گویند: «اوه! می‌توانم این کلاس را بردارم؟» سال‌ها است مجبور بوده‌ایم به این پرسش و دست کم به هر کسی که یکی از شانزده هزار دانشجوی استانفورد بوده است پاسخ منفی بدهیم. در نهایت این که این مسأله دیگر اهمیت ندارد. ما کارگاه‌های «طراحی زندگی‌تان» را به هر کسی توصیه کرده‌ایم (www.designingyour.life) و این کتاب را به این منظور به رشته‌ی تحریر درآورده‌ایم. بگوییم مجبور نیستید برای داشتن یک زندگی با طراحی خوب حتماً به دانشگاه استانفورد بروید.

اما در عین حال باید از سؤالی‌هایی بپرسید که برخی از آنها دشوارند.

طراحان هم به این پرسش‌ها علاقه‌مندند

مثل دونالد که هر شب روبروی آینه می‌ایستاد و از خودش می‌پرسید: «چه غلطی می‌کنم؟» هر کسی ممکن است در مورد زندگی، کار و اهدافش به این نقطه برسد.

– چه طور می‌توانم شغلی را که دوست دارم و می‌تواند حتی عاشقش شوم را پیدا کنم؟

– چه طور می‌توانم شغلی بسازم که برایم زندگی خوبی را بزند؟

– چه طور می‌توانم میان شغل و خانواده‌ام توازن برقرار سازم؟

– چه طور می‌توانم در جهان فرقی خاص ایجاد کنم؟

– چه طور می‌توانم لاغر، جذاب و ثروتمند باشم؟

در پاسخ به تمام این پرسش‌ها به جز مورد آخر می‌توانیم به شما کمک کنیم.

از همه‌ی ما این سؤال پرسیده شده است که «وقتی بزرگ شدی می‌خواهی چه کاره شوی؟» این یکی از پرسش‌های مهم زندگی است – خواه پانزده ساله‌ای باشی خواه پنجاه ساله. طراحان به رویارویی با پرسش‌ها علاقه‌مندند اما آنچه که واقعاً دوست دارند چهارچوب‌بندی دوباره‌ی این پرسش‌ها است.

چهارچوب‌بندی دوباره یکی از مهمترین اهداف طراحان است. بسیاری از نوآوری‌های برجسته در چهارچوبی تازه شکل گرفته‌اند. در جریان تفکر طراحی همیشه می‌گوییم: «کارتان را با طرح مشکل آغاز نکنید، با مردم و با همدلی آغاز کنید». زمانی که با افرادی همدلی کنیم که قرار است از محصولات ما استفاده کنند، در واقع دیدگاهمان را تعریف می‌کنیم، وارد فرآیند طوفان ذهنی می‌شویم و برای کشف آنچه هنوز در مورد مسأله‌ی مورد نظرمان نمی‌دانیم شروع به پیش‌الگوسازی^۱ می‌کنیم. این روند به چهارچوبی تازه منتهی می‌گردد که گاهی هم به آن محور اصلی^۲ کار گفته می‌شود. چهارچوب تازه زمانی شکل می‌گیرد که به اطلاعات جدیدی در مورد مسأله‌ی مورد نظرمان می‌رسیم، نقطه‌نظرمان را بار دیگر بیان می‌کنیم، و دوباره شروع به اندیشیدن و پیش‌الگوسازی می‌کنیم. در واقع در این مرحله فکر می‌کنید در حال طراحی محصولی خاص هستید (میکسر جدید قهوه و نوع جدیدی از دستگاه قهوه‌ساز) و وقتی در می‌یابید که واقعاً می‌خواهید طرحی تازه برای تجربه کردن قهوه ارایه دهید (Starbucks) در واقع وارد فرآیند چهارچوب‌بندی دوباره می‌شوید. یا در تلاش برای تأثیرگذاری بر مسأله‌ی فقر، از وام دادن به طبقه‌ی ثروتمند کشور (کاری که بانک جهانی می‌کند) دست می‌کشید و به افرادی وام می‌دهید که فکر می‌کنید توانایی بازپرداخت آن را ندارند (وام‌دهی خرد^۳ و بانک Micro). در مثالی دیگر می‌توان به تیم اپل اشاره نمود که با طراحی و عرضه‌ی محصولات iPad خود به چهارچوب تازه‌ای از تجربه‌ی کامپیوترهای قابل حمل دست یافتند.

در طراحی زندگی، چهارچوب‌سازی دوباره را در موارد بسیاری تجربه کرده‌ایم. بزرگ‌ترین چهارچوب تازه آن است که زندگی‌تان را نمی‌توانید به شکل خوبی رهاوریزی کنید، راه‌حل خوبی برای زندگی‌تان وجود ندارد، و این که این چیز خوبی است. برای زندگی‌تان می‌تواند طرح‌های بسیاری بیابید که همگی سرشارند از امید به واقعیت‌های خلاقانه و آشکاری که به زندگی‌تان می‌دهند. زندگی را نمی‌توان چیز خاصی تعریف کرد، در واقع تجربه‌ای است که مطبوعیت آن برآمده از طراحی زندگی‌تان است.

این پرسش که «وقتی بزرگ شدی می‌خواهی چه کاره شوی؟» را در چهارچوبی جدید می‌توان این گونه بیان کرد که: «در چه کسی؟؟ یا در چه کاری می‌خواهی بزرگ شوی؟» زندگی می‌تواند رشد و تغییر، روند ثابتی ندارد و به چند مقصد خاص مربوط نمی‌شود. به معنای دیگر، پاسخ‌گویی به این پرسش یک بار برای همیشه نیست که بعد هم همه چیز انجام شود. هیچ کس واقعاً نمی‌داند که می‌خواهد چه کاره شود. حتی آنهایی که گزینه‌ی پزشکی، وکالت یا مهندسی را انتخاب می‌کنند. در واقع اینها مسیرهای مبهم زندگی محسوب می‌شوند. پرسش‌های بسیاری وجود دارند که در هر مرحله از این مسیر به قوت خود باقی می‌مانند. اما آنچه که افراد به آن نیاز دارند فرآیندی (فرآیند طراحی) برای درک آن چیزی که می‌خواهند، آن چیزی که می‌خواهند در آن رشد کنند و نحوه‌ی خلق زندگی است که دوست دارند.

1 Prototyping

2 Pivot

3 Micro-lending