

شیرجه زدن در چشمه‌ی زندگی



نشر میلکان

سرناسمه: سيلگ، تينا لين Seelig, Tina Lynn
عنوان و نام پديدآور: سيره‌زدن در چشمه‌ی زندگي: راهنمای اجرای ایده‌ها؛ نوشته‌ی تينا سيلگ؛ ترجمه‌ی سارا پورحسني.

مشخصات نشر: ميلکان، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهري: ۱۷۶ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۷۳-۳۰-۶

وضعيت فهرست‌نويسي: فييا

يادداشت: عنوان اصلي: Insight Out: Get Ideas Out of Your Head and Into the World, 2015

موضوع: کارآفريني، نوآوري، خلاقيت، اندیشه و تفکر خلاق

شناسه‌ی افزوده: پورحسني، سارا - مترجم

رده‌بندي کنگره: B۴۰۸

رده‌بندي ديويي: ۱۵۳/۳۵

شماره‌ی کتاب‌شناسي ملي: ۵۶۹۲۹۴۹

شیرجه زدن در چشمه‌ی زندگی

راهنمای اجرای ایده‌ها

تینا سیلیگ

ترجمه‌ی سارا پورحسینی

زیر نظر کاوان بشیری

ویراسته‌ی محسن محمدیگی از «ویراستارباشی»

صفحه‌آرایی و آماده‌سازی: واحد تولید کتاب میلکان

نصیر روی جلد از ایکو اجالا

ترافی: باختر

چاپ: دانا

چاپ اول: ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۲-۶۵۷۳-۳۰-۶



نشر میلکان

نشر میلکان: تهران، خیابان آزادی، خیابان نوفلاح، پلاک ۶۵، واحد ۲

۶۶۴۲۰۹۹۸

www.Milkan.ir

info@Milkan.ir

مقدمه

از الهام تا انجام

بیش از ۸۰ درصد زندانیان زندان‌های کالیفرنیا بعد از سه سال دوباره به زندان بازمی‌گردند؛ این مقدار بازگشت نشان‌دهنده‌ی ناامیدی است. کسانی که از زندان آزاد می‌شوند اغلب پس از گذشت چند دهه از اولین دوره‌ی حبس‌شان، با جهانی مواجه می‌شوند که گزینه‌های محدودی پیش پای‌شان می‌گذارد: برخوردهای متعصبانه‌ی تندوتیز، هندابی اندک برای از نو ساختن زندگی‌شان. بسیاری از این افراد وقتی آینده‌ی خود را جسمی می‌کنند، چیزی جز ابهام نمی‌یابند و مسیری مشخص پیش‌روی‌شان نمی‌بینند. جرمی تاجب نیست که بسیاری از آن‌ها دوباره مرتکب خلاف می‌شوند و به زندان بازمی‌گردند.

کریس ردلیتز^۱ و بورلی پارنتی^۲، کارآفرینان موفق، در تلاش برای حل این مشکل افسارگسیخته، برنامه‌ی «لست مایل»^۳ را آغاز کردند تا زندانیان محبوس در زندان ایالتی سن کوئنتین^۴ کالیفرنیا را در زمینه‌ی «سب و کار» فناوری آموزش دهند و برای بازگشتی موفقیت‌آمیز به آزادی آماده کنند. آن‌ها در طی شش ماه، در کنار سایر داوطلبانی که در زمینه‌های مختلف تخصص داشتند، هفتاد و یک بار با گروهی چهل نفره از زندانیان دیدار می‌کردند و به آن‌ها آموزش‌هایی در زمینه‌ی کارآفرینی می‌دادند و کمک‌شان می‌کردند که مهارت‌هایی همچون ارتباطات نوشتاری و سخنرانی برای عموم و کار با رایانه را یاد بگیرند.

شرکت‌کنندگان این طرح، ایده‌ای برای کسب‌وکار خلق می‌کنند که با استفاده از فناوری درصدد حل یکی از مشکلات اجتماعی باشد و یاد می‌گیرند که چگونه در سخنرانی پنج دقیقه‌ای اثرگذار، ایده و نقشه‌ی خودشان را بیان کنند. شرکت‌کنندگان در پایان شش ماه، ایده‌های‌شان را در جمع مدیران تجاری و سایر

زندانیان ارانه می‌کنند. پروژه‌هایی که این افراد قبلاً توسعه داده‌اند، عبارت‌اند از فیتنس مانکی^۹، استارت‌آپی که به معتمدان کمک می‌کند اعتیاد به ورزش را جایگزین اعتیاد به مواد مخدر کنند؛ یک سیج^{۱۰}، به زندانیان سابق کمک می‌کند که توسعه‌دهنده‌ی نرم‌افزارهای گوشی‌های همراه بشوند تا بعد از آزادشدن شغلی داشته باشند؛ فانکی آئیون^{۱۱}، میوه‌ها و سبزیجات ضربه‌دیده را ارزان‌تر می‌خرد و آن‌ها را به رستوران‌هایی می‌فروشد که آن‌ها را می‌پزند و به ظاهر ناخوشایندشان احیای نمی‌دهند.

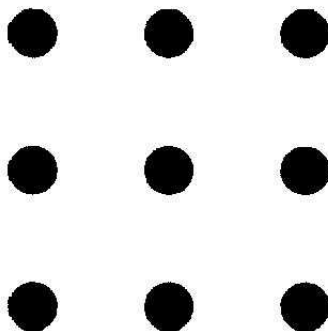
مهم‌ترین چیزی که این افراد یاد می‌گیرند دیدن خودشان در نقش کارآفرینانی است که می‌توانند آینده‌ی خویش را بسازند. مشکل کمبود اعتمادبه‌نفس فقط مختص زندانیان نیست، حتماً نباید زندانی شوید که احساس بیهودگی کنید! بی‌شمار انسان در سرتاسر دنیا اعتمادبه‌نفس کافی برای ساختن زندگی‌های دلخواه‌شان را ندارند. آن‌ها نمی‌دانند که چه هدفی را دنبال می‌کنند یا چطور باید از موانع پیش‌روی‌شان عبور کنند. آن‌ها باور ندارند که نوآور و مسئول هستند و می‌توانند آینده‌ی خود را در دست بگیرند.

آموزش‌ندادن کارآفرینی به جهان جنایت است. تک‌تک ما مسئول ساختن زندگی خود و حل کردن مشکلات بزرگ جهان هستیم و تنها راه انجام این مسئولیت به‌کار بستن دانش و مهارت و به‌کارگیری آن‌ها برای به‌ثمر رساندن ایده‌هاست. متأسفانه آموزش‌های رسمی در برابر نوآوری مقاومت می‌کنند و فقط به حفظ کردن اهمیت می‌دهند؛ به‌جای آموزش دادن، قرن‌ها به دانش‌آموزان و دانشجویان، بر معرفی قهرمانان تمرکز می‌کنند و به‌جای بیان مسائل واقعی زندگی که راه‌حل‌های بی‌شمار دارند، مسائلی را مطرح می‌کنند که فقط یک پاسخ درست دارند. افراد باید توانا از مدارس بیرون بیایند و حس کنند که برای رویارویی با فرصت‌ها و مبارزه‌هایی که به انتظارشان نشسته‌اند، قدرت لازم را دارند.

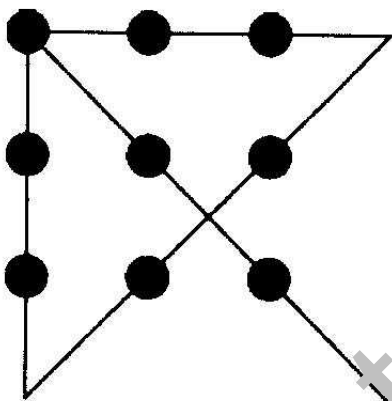
بسیاری از معلم‌ها و مربیان معتقدند که نمی‌توان چنین مهارت‌هایی را آموزش داد. آن‌ها نوآوری و کارآفرینی را ویژگی‌های مادرزادی همچون رنگ چشم و مو می‌دانند که نمی‌توان تغییرشان داد؛ اما این حرف درست نیست، می‌توان این مهارت‌ها را یاد گرفت و این وظیفه‌ی ماست که به انسان‌ها در تمامی سنین آموزش بدهیم که نوآور باشند و توانایی خلق جهانی را که دوست دارند در آن

سؤال این است که چرا افراد فکر می‌کنند خلاقیت و کارآفرینی آموختنی نیستند؟ من معتقدم که چنین دیدگاهی به‌خاطر فقدان دایره‌ی واژگانی مشخص و نبود مسیری برای عملی کردن الهامات است. سایر زمینه‌های علمی همچون فیزیک، زیست‌شناسی، ریاضی و موسیقی وضعیت بهتری دارند. این علوم اصطلاحاتی مشخص دارند و روابطشان به‌نحوی دسته‌بندی شده‌اند که رویکردی ساختارمند برای کسب مهارت‌های لازم دارند. برای نمونه اگر ما تعاریفی برای نیرو (F) و جرم (M) و شتاب (A) و رابطه‌ی بین آن‌ها ($F=m \times a$) را در اختیار نداشتیم نمی‌توانستیم ماشین و هواپیما و موشک بسازیم. تعاریف و معادله‌ها این امکان را به ما می‌دهند که قوانین پایه را تشریح کنیم و سپس آن‌ها را به‌شیوه‌هایی مفید و سودمند به کار بگیریم.

ما رضایت می‌خواهیم که برای تعریف فرایند خلاقیت، دایره‌ی واژگانی بی‌قاعده و شستی را به کار ببریم. منی از افراد مختلف، از دانش‌آموزان گرفته تا کارکنان شرکت، می‌خواهم که خلاقیت را تعریف کنند، پاسخ‌هایی بسیار متفاوت می‌شنوم. بسیاری حرف‌شان را با «نظر خلاقیت...» شروع می‌کنند و رایج‌ترین عبارت تکمیل‌کننده چیزی نیست جز «فکر کردن خارج از چهارچوب است.» و وقتی از آن‌ها می‌پرسم که معنی این جسته و گریخته چیست، هیچ جوابی ندارند. کلیشه‌ی «فکر کردن خارج از چهارچوب» از راه حل «مایه نقطه نشئت گرفته است. در این معنا باید نه نقطه‌ای را که در شکل پایین ببینید بدون بلند کردن قلم از روی کاغذ و با کشیدن کم‌تر از چهار خط مستقیم، به هم وصل کنید.



یک راه برای حل این معما کشیدن خط‌ها خارج از چهارچوب خیالی دور نقطه‌هاست، بنابراین خارج از چهارچوب فکر کرده‌اید.



جیم آدامز^{۱۲} در کتاب معروفش، «وفقیّت مفهومی»^{۱۳}، فهرستی بلندبالا از راه‌حل‌های دیگر این معما ارائه کرده که فراتر از تصور هستند: تا کردن کاغذ و کشیدن خطی که تمام نقاط را به هم وصل می‌کند، کشیدن خطی دور تا دور کمره‌ی زمین که تمام نقطه‌ها را به هم وصل کند، استفاده از قلمی پهن که با یک حرکت همه‌ی نقطه‌ها را دربرمی‌گیرد.

اکثر انسان‌ها از ریشه‌ی اصطلاح خارج از چهارچوب فکر کردن اطلاعی ندارند و به همین دلیل آن را چندوجهی و کلیشه‌ای به کار می‌برند که باعث شده است معنای خود را از دست بدهد. در زندگی واقعی، لازم است خافیه مجموعه‌ی مهارت‌ها و رویکردها و اقداماتی است که رابطه‌ای تنگاتنگ با نخیل و نوآوری و کارآفرینی دارند. برای شکوفاکردن خلاقیت‌مان به مجموعه‌ای از تعاریف اصولی برای تمامی بخش‌های روند خلاقیت و کارآفرینی نیاز داریم و عبارتی کلیشه‌ای اصلاً کافی نیست.

اگر صادق باشیم، من هم به اندازه‌ی دیگران در ارائه نکردن تعریفی واضح از اصطلاحات مربوط به خلاقیت و کارآفرینی مقصر هستم. بیش از ده سال است که درسی به اسم خلاقیت و نوآوری را تدریس کرده‌ام و در طی این مدت واژه‌های

ابزارهای لازم برای چهارچوب‌بندی محدود مشکلات، به‌مبارزه‌طلبیدن پیش‌فرض‌ها، و پیوند دادن ایده‌ها به یکدیگر را تدریس کرده‌ام اما چهارچوبی بزرگ‌تر در اختیار نداشتیم که تمام این مهارت‌ها و ابزارها در آن قرار بگیرند و یک جا جمع بشوند.

پس از سال‌ها فعالیت در این زمینه متوجه شدم که این چهارچوب همان قطعه‌ی گم‌شده‌ی اصلی است. اگر ما چهارچوبی قدرتمند در اختیار نداشته باشیم، نمی‌توانیم مهارت‌های لازم برای طی کردن روند خلاقیت را آموزش بدهیم یا یاد بگیریم. هدف من در این کتاب جمع‌آوری هرآن‌چه درباره‌ی خلاقیت و کارآفرینی، می‌دانیم در یک جاست تا بتوانیم تعریفی مشخص و تعمیم‌پذیر برای این مهارت را ارائه کنیم، یاد بگیریم، آموزش بدهیم و تمرین کنیم. نوآوری و کارآفرینی برای افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و تمام جامعه‌ها ابزاری قدرتمند محسوب می‌شود. ما کمک این ابزارها می‌توانیم توانایی‌های فردی‌مان را تقویت کنیم، در سازمان‌ها و شرکت‌ها تغییر ایجاد کنیم و برای مواجهه با مشکلاتی حاد که جهان با آن‌ها دست‌وپنجه نرم می‌کند، آماده شویم.

در آغاز سلسله‌مراتبی از مهارت‌ها را معرفی می‌کنم که با تخیل آغاز می‌شود:

تخیل به خلاقیت می‌شود.
خلاقیت به نوآوری می‌انجامد.
نوآوری به کارآفرینی منتهی می‌گردد.

این چهارچوب مهارتی را می‌توان با مهارت‌های خواندن و نوشتن مقایسه کرد: نوزادان به‌صورت طبیعی حرف‌هایی نامفهوم می‌زنند و برای ارتقاء برقرارکردن صداهایی ایجاد می‌کنند. آن‌ها یاد می‌گیرند که چگونه آن اصوات را کنار بکشند و برای ساختن واژه‌ها باهم ترکیب کنند. سپس یاد می‌گیرند که آن واژه‌ها را برای درست کردن جمله به هم وصل کنند و بعد جمله‌ها را برای ساختن داستان به هم ترکیب می‌کنند. داستان‌های کودکان روی تمام کسانی که آن‌ها را می‌شنوند، تأثیر می‌گذارد. معلم‌ها اهمیت بسیار زیادی برای آموزش تمام مهارت‌های این فرایند، مانند دایره‌ی واژگانی، دستورزبان، خواندن و نوشتن قائل می‌شوند.

صدا ← کلمه ← جمله ← داستان

برای یادگرفتن خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی هم به روش‌شناسی تکمیلی نیاز داریم. در ادامه تعاریف و روابط معینی برای پیش‌رفتن از تخیل به‌سوی کارآفرینی ارائه کرده‌ام که نامش را چرخه‌ی نوآوری^{۱۴} می‌گذارم. این چرخه تمام مراحل روند را در یک جا جمع می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه از پایان به آغاز می‌رسیم. چرخه‌ی نوآوری میان‌بری برای ما ایجاد می‌کند که دیگر مجبور نباشیم با هربار اشاره‌کردن به پیشروی از ایده به‌سوی عمل، تک‌تک مراحل را نام ببریم.



چرخه‌ی نوآوری

- تخیل، تصورکردن چیزهایی است که وجود ندارند.
- خلاقیت، به‌کارگیری تخیل برای حل کردن مشکلات است.
- نوآوری، اعمال خلاقیت برای ایجاد راه‌حلی منحصر به‌فرد است.
- کارآفرینی به‌کارگرفتن نوآوری و به‌ثمررساندن ایده‌های منحصر به‌فرد و

تخیل تصور کردن چیزهایی است که وجود ندارند. لازمه‌ی این کار کنجکاوی و تعامل و توانایی درک کردن ایده‌های درون ذهن تان است. تجربه‌های شما، خواه واقعی یا خیالی، بر این مهارت ذاتی تأثیر می‌گذارند. به همین دلیل هر قدر منابع کسب تجربه‌ی شما (سفر، کتاب، دستور پخت، موسیقی، فیلم) متنوع‌تر باشند، تخیل تان قوی‌تر می‌شود. می‌توانید ایده‌های خیالی تان را در ذهن تان نگه دارید یا این که آن‌ها را با دیگران به اشتراک بگذارید. مثلاً من می‌توانم حیوانی را تصور کنم که ترکیبی از گربه و پرنده است یا صورت غذایی که دِسر در ابتدای آن خورده می‌شود. من می‌توانم این ایده‌ها را پیش خودم نگاه دارم یا همان‌طور که در بالا این‌ها را انجام دادم، آن‌ها را به اشتراک بگذارم.

خلاقیت به کارگیری تخیل برای حل کردن مشکلات است. ایده‌های خلاق به خدمت نیاز من در می‌آیند و عملی می‌شوند. آن‌ها برای شما ایده‌هایی نو هستند اما این طریقی نیست که ضرورتاً برای دیگران هم جدید باشند. تمایز قائل شدن میان تخیل و خلاقیت، اهمیت به سزا دارد. با قوه‌ی تخیل می‌توانید ساحل را تجسم کنید و به کار بفرستید. فتن خلاقیت می‌تواند از تخیل تان برای به تصویر کشیدن آن صحنه استفاده کند. تصور کردن خودرویی خورشیدی کار تخیل و ساختن آن خلاقیت است.

پژوهشگرانی که درباره‌ی خلاقیت مطالعه می‌کنند هم واژه‌ها را به این شکل به کار می‌برند. مارک رانکو^{۱۵} و گرت جاگر^{۱۶}. پژوهشگران مرکز خلاقیت تورانس^{۱۷} دانشگاه جورجیا، در مقاله‌ای با عنوان «تعریف مستانارد خلاقیت»^{۱۸} در مجله‌ی کریتیویتی ریسرچ^{۱۹} تعاریف دانشگاهی خلاقیت را بررسی کردند. خلاصه‌ی نوشته‌های شان این است: «خلاقیت، هم به اصالت نیاز دارد و هم اثربخشی... اصالت برای خلاقیت امری ضروری اما ناکافی است... چیزهای اصیل را برای خلاقانه بودن، اثرگذار هم باشند.» سرکن رابینسون، متخصص در خلاقیت پژوهی، با تکرار این حرف‌ها اشاره می‌کند: «ایده‌های خلاقانه نباید حتماً برای تمام دنیا اصیل باشند، اما باید برای خودتان اصیل باشند و باید ارزشمند باشند.»

نوآوری استفاده از خلاقیت برای ایجاد راه‌حل‌های منحصر به فرد است. ایده‌های نوآورانه برخلاف خلاقیت، نه تنها برای نوآوران بلکه برای کل جهان

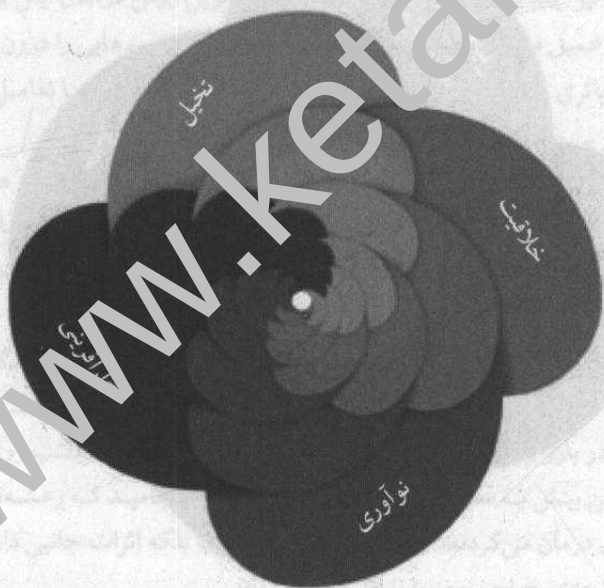
جدید هستند. لازمه‌ی نوآوری این است که جهان را از منظری جدید ببینید، پیش‌فرض‌ها را به مبارزه بطلبید و موقعیت‌ها را دوباره چهارچوب‌بندی کنید و ایده‌ها و دستورالعمل‌های ناهمگون را به هم ربط بدهید. ایده‌های سودمندی که با انجام این کار حاصل می‌شوند فرصت‌هایی را به وجود می‌آورند و مشکلاتی را حل می‌کنند که قبلاً به این شیوه با آن‌ها برخورد نشده بود. در ظاهر نوآوری تفاوت چندانی با خلاقیت ندارد، در صورتی که این تفاوت بسیار حائز اهمیت است زیرا برای رسیدن به نوآوری باید از راه‌حل‌های خلاقانه‌ی مسائل روزمره فراتر رفت.

شرکت‌ها خواهان نوآوری هستند، زیرا برای رقابت در بازاری پویا به ایده‌هایی سودآور نیاز دارند. ایده‌های نوآوری در دنیای امروز فراوان‌اند، چاپگر سه‌بعدی (۱۹۸۴)، موتورهای جستجو^{۲۱} (۱۹۹۰) و عایقی که از قارچ ساخته شد (۲۰۰۷) نمونه‌های نوآوری هستند. نوآوری در همه‌ی رشته‌های علمی و همه‌ی زمینه‌ها مانند ریاضی، هنر، مهندسی و آشپزی به وقوع می‌پیوندد.

کارآفرینی به‌کارگرفتن نوآوری و بازآفرین کردن ایده‌های منحصر به فرد است و باعث الهام‌بخشیدن به تخیلات دیگران می‌شود. کسب‌وکارهایی به کارآفرینی نیاز دارند که می‌خواهند نوآوری‌ها را تجاری کنند اما کارآفرینی برای تمام افرادی که با تفکری کارآفرینانه در پی حل مشکلات جدی هستند ضرورت دارد: پزشکان کارآفرین روندهایی را مطرح و اجرا می‌کنند که جان انسان‌ها را نجات می‌دهند، معلمان کارآفرین روش‌های مؤثر آموزش را ابداع می‌کنند و رسانه می‌دهند، سیاست‌گذاران کارآفرین قوانینی بی‌سابقه و جدید را برای برطرف کردن مشکلات اجتماعی مطرح و پیاده می‌کنند.

انسان‌ها با بیان این مطلب که نوآوری باید تأثیری مهم بر جهان داشته باشد، به اشتباه نوآوری و کارآفرینی را یکسان در نظر می‌گیرند که موضوعی پیچیده و گیج‌کننده است. نوآوری‌ها و ایده‌های جدید زیادی وجود دارند که به‌دلایل مختلف هیچ‌گاه از کارگاه یا آزمایشگاه خارج نمی‌شوند؛ شاید دلیلی برای تجاری کردن بعضی نوآوری‌ها وجود نداشته باشد یا شاید پیاده‌سازی‌شان مشکلات مالی یا محدودیت‌های فرهنگی داشته باشد. اما حتی اگر نوآوری‌ها

چرخه‌ی نوآوری چرخه‌ی مطلوب است؛ کارآفرینان با الهام‌بخشیدن به تخیل دیگران، به ایده‌های‌شان جامه‌ی عمل می‌پوشانند. کسانی که به کاری ملحق می‌شوند یا خودشان کاری را شروع می‌کنند یا محصولات را خریداری می‌کنند، به یک میزان می‌توانند از چرخه‌ی نوآوری استفاده کنند. این مدل همان قدر که درخصوص استارت‌آپ‌ها و تأسیس شرکت‌ها درست است، برای نوآوران مختلفی که با رسیدن به ایده‌ای جدید، خواه محصول باشد یا خدمات یا اثر هنری، موجب گسترش تخیل دیگران می‌شوند هم صادق است. در نظر بگیرید که پلتفرم‌هایی مثل آی‌فون، مدادشمعی و حتی گاز آشپزخانه چطور باعث بروز تخیل و خلاقیت میلیون‌ها انسانی شده‌اند که با بهره‌گیری از امکانات آن‌ها الهام گرفته‌اند یا این‌که چطور مدیران هر سازمانی، از تیم فوتبال گرفته تا گروهی پژوهشی، می‌توانند بر تخیل دیگران‌شان تأثیر بگذارند. روحیه‌ی کارآفرینی به دیگران سرایت می‌کند و موجب ایجاد راج تخیل، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌شود.



چهارچوب چرخه‌ی نوآوری ما را قادر می‌سازد که مسیر را تجزیه کنیم و اقدامات و رویکردهای ضروری برای آموزش و یادگیری این مهارت‌ها را توصیف و تشریح

کنیم. می‌توانیم هرکدام از مراحل را بررسی کنیم و بفهمیم که چطور می‌توانیم پیش از رفتن به مرحله‌ی بعد، در مهارت‌های لازم همان مرحله استاد شویم. من برای هر مرحله از این چرخه، یک اقدام و یک نگرش نماینده تعیین کرده‌ام که باید در آن مرحله‌ی خاص اتفاق بیفتند:

نگرش‌ها و اقدامات چرخه‌ی نوآوری

- تخیل نیازمند تعامل و توانایی تصور کردن جایگزین‌هاست.
- خلاقیت در حل مشکلات به انگیزه و آزمایشگری نیاز دارد.
- نوآوری نیازمند تمرکز و چهارچوب‌بندی مجدد برای ساختن راه‌حل‌های منحصر به فرد است.
- کارآفرینی نیازمند پایداری و توانایی الهام‌بخشیدن به دیگران است.



بیاید مثالی را بررسی کنیم و این قواعد را در عمل ببینیم: کیت روزنبلوث^{۲۲}، یکی از نوآوران عرصه‌ی بیودیزاین^{۲۳} دانشگاه استنفورد، ماه‌ها در بیمارستان بود و کار

عصب‌شناسان و جراحان اعصاب را دنبال می‌کرد. او به همراه گروهش که در زمینه‌های پزشکی و مهندسی و تجارت سابقه‌ی فعالیت داشت، قصد داشت اساسی‌ترین نیازهای برآورده‌نشده‌ی پزشکان و بیماران‌شان را شناسایی کند.

کیت و گروهش در مرحله‌ی تخیل، که تعامل و تصور در آن ضروری است، فهرستی تهیه کردند از صدها مشکلی که باید حل می‌شدند: از مشکلات بیماران سرپایی گرفته تا مشکلات مربوط به عمل جراحی. آن‌ها با غرق شدن در سازوکار بیمارستان و نگاهی تیزبین توانستند فرصت‌هایی بی‌شمار برای بهبود و پیشرفت شناسایی کنند که پیش‌تر دیده نشده بودند.

این گروه در کمال حیرت متوجه شد که تعداد زیادی از افراد، درگیر رعشه‌ی دست فنج‌کننده‌ای هستند که مانع انجام کارهای روزمره مثل گرفتن لیوان قهوه یا بستن دکمه‌های پیراهن می‌شود. آن‌ها فهمیدند که حدود هشت میلیون نفر در ایالات متحده مبتلا به این عارضه‌ی عصبی هستند که باعث رعشه می‌شوند و داروها تأثیر چندانی بر درمان‌شان ندارد. مؤثرترین روش درمان این بیماری تحریک عمیق مغزی است، جایی که جراحی و پرهزینه که سیم‌هایی را درون مغز و بسته‌ای باتری را در دیواره‌ی قفسه سینه قرار می‌دهند. این گروه با تعامل فعال خود، در پی راه‌حلی جایگزین برای درمان این بیماری بودند.

در مرحله‌ی خلاقیت، که انگیزه و آزمایش‌های موتو، نمای محرکه‌ی آن هستند، این گروه با متخصصین دیدار کردند و با هم‌فکری، دست‌آزمایش‌های جایگزین زدند. آن‌ها آزمایش‌های جدیدی را امتحان کردند و بعضی راه‌حل‌هایی را که پیش‌تر آزمایش شده بودند دوباره آزمودند.

در مرحله‌ی نوآوری، کیت و گروهش به بینشی دست یافتند که دیدگاه‌شان درباره‌ی درمان رعشه را عوض کرد. آن‌ها فهمیدند که بیماران درگیر رعشه‌های بیماری در بازو و دست‌شان هستند اما تمرکز درمان‌های موجود اغلب روی بازو است. این بینش به ساخت دستگاه‌هایی پوشیدنی انجامید که رعشه‌ها را در مرکزشان درمان می‌کردند. این روش نه تنها مؤثر بود، بلکه اثرات جانبی داروها و خطرات جدی جراحی مغز را نداشت.

در مرحله‌ی کارآفرینی، کیت شرکت کلا هلت^{۲۴} را تأسیس کرد تا دستگاه‌های پزشکی مؤثر و ایمن و مقرون‌به‌صرفه را برای بیماری‌های عصبی تولید کند. مشکلات بی‌شمار در مسیر ارائه‌ی این محصولات به بازار وجود داشت که چند

نمونه از آن‌ها استخدام گروه، گرفتن تأییدیه‌ی اف‌دی‌ای^{۲۰}، جذب سرمایه، تولید و بازاریابی بودند. او برای انجام دادن این کارها باید پایداری می‌کرد و برای تهیه‌ی سرمایه و دعوت از دیگران برای ملحق شدن به این شرکت و خریدن محصولات شرکت، به دیگران الهام می‌بخشید. کیت در همان حال که مشغول تولید اولین محصول بود، ایده‌هایی دیگر هم در سر داشت و با همین رویکرد به دنبال راه‌حل‌هایی جدید برای سایر بیماری‌ها بود و به این ترتیب با دورزدن در این چرخه، دوباره به تخیل بازگشت!

باید به این نکته‌ی مهم اشاره کنم که وقتی چند بار چرخه‌ی نوآوری را طی کنید، تمام این مهارت‌ها را موزون و هماهنگ به کار خواهید گرفت. این چهارچوب، شما را راهنمایی می‌کند که بر مهارت‌های لازم برای بیان و عمل کردن ایده‌هایتان مسلط شوید و داربستی ایجاد می‌کند که هرچه پیش‌تر آن‌را به کار بگیرید، بیشتر تقویت می‌شود. همچنین ضرورتی ندارد که همه‌ی شرکت‌کنندگان اقدام خارج از آه و سوز، بر تمامی مهارت‌های این چرخه تسلط داشته باشند. البته برای تلاش در هر زمینه‌ای، باید پایه‌ها را هم در نظر گرفت. بدون خیال‌پردازی که به سازوکارهای آنها آشنا باشند و جایگزین‌ها را تصور کنند، فرصتی وجود نخواهد داشت که کسی برای حل مشکلات اقدامی کند. مشکلات روزمره، بدون وجود فردی خلاق که برای حل مشکلات و آزمودن آن‌ها انگیزه‌ای نداشته باشد، حل نخواهند شد. بدون نوآوری که در خنثیات مشکل‌ساز را بررسی کنند و مشکلات را مجدداً چهارچوب‌بندی کنند، هیچ ایده‌ی جدیدی به وجود نخواهد آمد و بدون کارآفرینی ثابت‌قدم که به دیگران الهام می‌بخشند، نوآوری‌ها روی قفسه‌ی کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها خاک خواهد خورد.

علاوه بر این، هر کارآفرینی می‌تواند ایده‌های خلاقانه را خلق کند اما در خصوص ایده‌های نوآورانه چنین نیست. وقتی کسی کافه‌ای جدید افتتاح می‌کند یا گروه موسیقی تشکیل می‌دهد، همین اتفاق رخ می‌دهد. این افراد برای حل کردن مشکلات، با استفاده از تخیل‌شان در چرخه‌ی نوآوری میان‌بر می‌زنند و خلاقیت‌شان را به کار نمی‌گیرند که راه‌حلی منحصر به فرد ارائه کنند (نوآوری) و این هیچ ایرادی ندارد. ولی با این کار، هم فرصت پیشروی را از دست می‌دهند و هم فرصت طرح راه‌حل‌هایی که باعث متمایز شدن کارشان می‌شود.

چرخه‌ی نوآوری، همچون طراحی تفکر و روش‌شناسی‌های استارت‌آپی، از چهارچوب‌های نوآوری و کارآفرینی پشتیبانی و حمایت می‌کند. هر دوی این چهارچوب‌ها بر این مسئله تأکید دارند که افراد و گروه‌ها و سازمان‌ها چگونه به راه‌حل‌های موفقیت‌آمیز دست پیدا می‌کنند، بازخورد می‌گیرند، مشکلات‌شان را مشخص می‌کنند و با تکرار راه‌حل‌ها و ایده‌های‌شان الگو می‌سازند. درست همان‌طور که پیش از یادگرفتن جبر و حساب دیفرانسیل و انتگرال باید محاسبات پایه را یاد بگیریم، قبل از رفتن سراغ مشکلات زندگی روزمره‌مان، طراحی محصور در با شروع کاری جدید، باید رویکرد ذهنی کارآفرینی و روش‌شناسی داشته باشیم. در بخش آخر مفصل‌تر توضیح خواهم داد که چرخه‌ی نوآوری چگونه بر این مدل‌ها متکی است.

در فصل‌های بعدی چرخه‌ی نوآوری را تشریح می‌کنیم و دوباره سرهمش می‌کنیم. در آغاز هر فصل، بخش‌های اخلاقی، نوآوری، کارآفرینی (داستانی مطرح می‌شود که زمینه را برای بخش‌های بعدی مهیا می‌کند و در پایان هر بخش پروژه‌هایی را مطرح می‌کنم که بتوانند مهارت‌های آن بخش را تمرین کنید.

تمرکز فصل اول کتاب بر چگونه افزایش دادن خلاقیت‌تان از طریق تعامل با جهان اطراف و تصور کردن چیزی جدید و متفاوت است. مطلب کلیدی این فصل، آغازکردن کارتان با کنجکاوی است نه با عصبانیت یا بی‌میلی. سبب جایگزین‌هایی برای مشکلات می‌یابید.

فصل دوم درباره‌ی این است که چگونه برای به‌دست‌آوردن ایده‌های خلاقانه از تخیل‌تان استفاده کنید. در این فصل نشان می‌دهیم که در مواجهه با مشکلات، داشتن انگیزه و تعهد و آزمودن راه‌حل‌ها اهمیت به‌سزایی دارند. انگیزه و آزمایشگری رابطه‌ای تنگاتنگ باهم دارند، چون انگیزه ذاتاً به آزمایشگری منجر می‌شود و نتایج آزمایش‌ها باعث تجدیدقوای انگیزه‌ی شما خواهند شد.

فصل سوم نشان می‌دهد که چگونه برای خلق راه‌حل‌های نوآورانه از خلاقیت‌تان استفاده کنید. این روش شما را ملزم می‌سازد که بر شیوه‌ی توجه‌تان متمرکز شوید و شیوه‌ی نگرستن به راه‌حلی خاص را از نو چهارچوب‌بندی کنید. برای انجام این کار لازم است که از موانع احساسی و عقلانی و اجتماعی بگذرید و فعالانه از زوایای مختلف به آن فرصت نزدیک شوید.