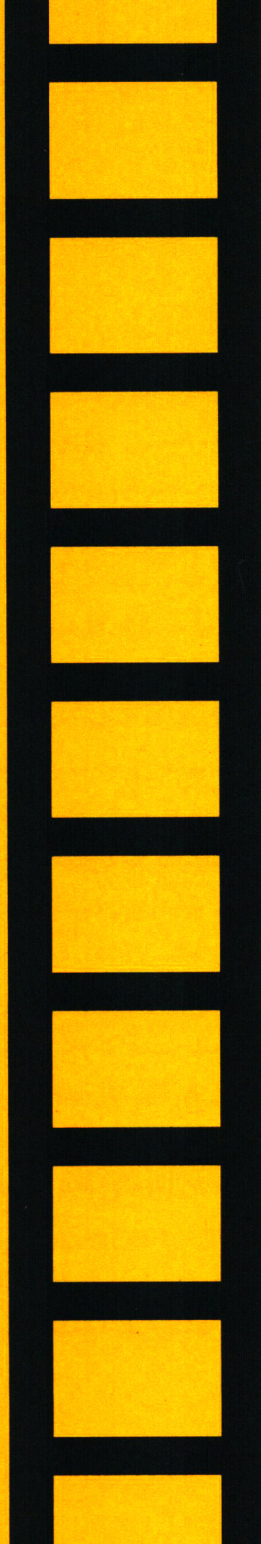


ایده‌های عالی مستدام

چگونه ایده‌های ماندگار بسازیم؟

چیپ هیث و دن هیث

سیدرامین هاشمی و مجتبی اسدی



فهرست

یک. آنچه ماندگار می‌شود. ۹.

دو. ساده. ۴۳.

سه. غیرمنتظره. ۹۵.

چهار. ملموس. ۱۴۷.

پنج. معتبر. ۱۹۱.

شش. احساسی. ۲۳۹.

هفت. داستانی. ۲۹۵.

هشت. سخن آخر. ۳۴۳.

آنچه ماندگار می‌شود

دوست یکی از دوستان ما به خاطر نوع کارش، زیاد مسافرت می‌رود. بگذارید او را دیوید بنامیم. دیوید به تازگی برای شرکت در جلسه مهمی با مشتریانش به آتلانتیک سیتی رفته بود. او که بعد از جلسه چند ساعتی تا پرواز وقت داشت، برای استراحت به کافه رفت. دیوید در افکار خودش غرق بود که فردی نزدیکش شد و پیشنهاد داد تا با هم قهوه‌ای بنوشند و گپی بزنند. او با اینکه متعجب شده بود پذیرفت. غریبه به سمت پیشخوان رفت و با دو فنجان قهوه بازگشت، یکی برای خودش و یکی برای او. دیوید تشکر کرد و آن را نوشید. این آخرین چیزی بود که او به یاد می‌آورد.

این تقریباً آخرین چیزی بود که دیوید، قبل از اینکه گیج و منگ، درازکش در وان حمام هتل و غوطه‌ور در یخ بیدار شود، به خاطر می‌آورد.

او دیوانه‌وار نگاهی به اطراف انداخت تا بفهمد کجاست و چگونه سر از آنجا در آورده است. سپس یادداشتی در کنارش پیدا کرد:

تکان نخور. به ۱۹۱۱ زنگ بزن.

دیوید تلفن همراهی را که روی میز کوچک کنار وان حمام

۱. ۹۱۱ شماره تلفن اضطراری در آمریکای شمالی. م.

بود، برداشت و به ۹۱۱ زنگ زد و وضعیت خود را توضیح داد. انگشتش به خاطر یخ بی‌حس و کرخت شده بود، اما کسی که آن سوی خط بود به طرز عجیبی با این موقعیت آشنایی داشت. او گفت: «آقا، از شما می‌خواهم که با دقت و آرام به پشت خود دست بزنید. آیا لوله‌ای از قسمت پایینی کمر شما بیرون آمده است؟»

او مضطرب به پشتش دست کشید. بله لوله‌ای از پشتم بیرون زده است.

اپراتور گفت: «آقا نترسید، یکی از کلیه‌های شما از بدنتان خارج شده است. در این شهر گروهی از دزدان اعضای بدن فعالیت می‌کنند و شما را هدف قرار داده‌اند. مأموران اورژانس در راهند، تا رسیدن آنها از جایتان تکان نخورید.»

شما یکی از موفق‌ترین افسانه‌های شهری پانزده سال گذشته را خواندید. نخستین سرنخ، آغاز معمول این‌گونه داستان‌هاست: «دوست یکی از دوستان ما...» آیا تا به حال توجه کرده‌اید که زندگی دوستان دوستانمان جذاب‌تر از زندگی خود دوستانمان است؟ ممکن است داستان دزدی کلیه را قبلاً شنیده باشید. صدها صورت مختلف از این داستان در میان مردم پخش شده است و تمام آنها سه عنصر مرکزی مشترک دارند:

- نوشیدنی مسموم
- وان پراز یخ
- جمله اصلی؛ کلیه دزدیده شده. در یکی از صورت‌های این داستان مرد متأهلی نوشیدنی مسمومی را از زن بدکاره‌ای می‌گیرد که به اتاقش در لاس‌وگاس دعوت کرده بود؛ بازی اخلاقی با کلیه.

فرض کنید همین الان کتاب را می‌بندید. یک ساعت استراحت می‌کنید، سپس به دوستی زنگ می‌زنید و بدون اینکه داستان را از رو بخوانید آن را برای او تعریف می‌کنید. احتمالاً شما می‌توانید داستان را تقریباً کامل تعریف کنید. ممکن است فراموش کنید که این مسافرت برای «جلسه مهمی با مشتریان» در آتلانتیک سیتی بوده است. چه اهمیتی دارد؟ اما شما همه چیزهای مهم را به یاد آورده‌اید.

دزدی کلیه داستانی است که ماندگار می‌شود. آن را می‌فهمیم، به یاد می‌آوریم و می‌توانیم بعداً بازگو کنیم و اگر باور کنیم که داستان صحت دارد، ممکن است از این پس رفتارمان دست کم در برابر قبول نوشیدنی از غریبه‌ها تغییر کند.

داستان دزدی کلیه را با این متن که برگرفته از اعلامیه سازمانی غیرانتفاعی است مقایسه کنید: «انجمن فراگیر به‌طور طبیعی خود را معطوف به منطق بازگشت سرمایه می‌کند که می‌تواند بر اساس تجربیات کنونی مدل شود.» متن به این صورت آغاز می‌شود و این‌گونه ادامه می‌یابد که «عاملی که بر جریان منابع وارد به مؤسسه فشار می‌آورد این است که اغلب مواقع کمک‌کنندگان برای کسب اطمینان از پاسخگویی، هدف‌گذاری یا الزامات قاطع برای اهدا کردن پول، وارد بازی می‌شوند.» فرض کنید هم اکنون کتاب را می‌بندید و یک ساعت استراحت می‌کنید؛ نه حتی استراحت هم نکنید بلکه بلافاصله به دوستی زنگ بزنید و متن را بدون اینکه از رو بخوانید برای او بازگو کنید. موفق باشید! مقایسه منصفانه‌ای است؟ مقایسه افسانه‌ای شهری با یک متن منتخب بد. مسلماً نه. اما موضوع اینجا جالب می‌شود: دو مثال بالا را دو قطب طیف به یاد ماندنی بودن در نظر بگیرید. کدام یک به ارتباطاتی که در محل کار با آن سرو کار دارید نزدیک‌تر به نظر می‌آید؟ اگر مانند بیشتر مردم باشید، محل کار شما تمایل به سمت قطب سازمان غیرانتفاعی به‌عنوان ستاره قطبی دارد.