

## فهرست

---

- سخنی با خوانندگان..... ۱۱
- پیشگفتار برگردان فارسی..... ۱۵
- پیشگفتار متن اصلی..... ۱۹
- سادگی و بازار..... ۲۱
- ده قانون..... ۲۲
- سه نکته کلیدی..... ۲۲
- این کتاب برای چه کسانی نوشته شده است؟..... ۲۳
- چگونه از کتاب استفاده کنیم؟..... ۲۵
- قدردانی..... ۲۷
- قانون اول..... ۲۹
- قانون دوم..... ۳۷
- قانون سوم..... ۴۹

۵۹.....	■ قانون چہارم.....
۶۹.....	■ قانون پنجم.....
۷۷.....	■ قانون ششم.....
۸۵.....	■ قانون ہفتم.....
۹۳.....	■ قانون ہشتم.....
۱۰۱.....	■ قانون نہم.....
۱۰۷.....	■ قانون دہم.....
۱۰۹.....	□ کلید اول.....
۱۱۱.....	□ کلید دوم.....
۱۱۳.....	□ کلید سوم.....
۱۱۷.....	□ زندگی.....
۱۲۳.....	■ واژہ نامہ.....

## ■ پیشگفتار متن اصلی

من شاهد روندی بودم که طی آن دخترانم با خوشحالی برای اولین بار حساب کاربری ایمیل برای خود درست کردند. این گونه ردوبدل شدن نامه‌های الکترونیکی (ایمیل) بین آنها آغاز شد که همچون قطره‌ای کوچک در سیل ارتباطات بود. این قطره زمانی به جویبار تبدیل شد که دوستان آنها نیز به این جریان ارتباطی پیوستند که امروز به آشنایی از پیام‌ها، کارت‌های الکترونیکی و پیوندهایی (Hyperlinks) تبدیل شده که هر روز بر فرزندانم می‌بارد. از آنها خواستم در مقابل وسوسه بررسی نامه‌های هرروزه مقاومت کنند. به‌عنوان بزرگترشان، به آنها گفتم، همیشه فرصت کافی برای شنا در اقیانوس اطلاعات خواهند داشت اما هشدار دادم از سیلان دور بمانند، زیرا در مقام یک متخصص در حد المپیک، من هم به سختی خودم را در این سیلاب اطلاعات شناور نگه می‌دارم! می‌دانم که در احساس غرق شدن در اطلاعات تنها نیستم، بسیاری از ما در طول روز با صدها/ایمیل مواجه می‌شویم که باید آنها را مدیریت کنیم.

من در قبال چنین چیزهایی احساس مسئولیت می‌کنم؛ چراکه نخستین تجربیات هنری-ایانه‌ای من، امروز به تصاویر متحرک رایج در پایگاه‌های اینترنتی ختم شده است. می‌دانید از چه صحبت می‌کنم؟ همان چیزهایی که درست همان موقع که شما سعی دارید روی قسمتی از صفحه متمرکز شوید بر روی صفحه نمایش متناوباً ظاهر می‌شوند، این چیزها ساخته من هستند. من برای جریان بی‌امان «چشم‌ربایی» که چشم‌انداز اطلاعات را آلوده می‌کند و باید بابتش سرزنش شوم، متأسفم؛ مدت زمان زیادی است که آرزو دارم برای حل این معضل خودساخته کاری انجام دهم.

برای من دستیابی به سادگی در عصر دیجیتال به مأموریتی شخصی بدل شده و کانون پژوهش‌های مرا در موسسه فناوری ماساچوست (MIT) شکل داده است. حوزه‌های طراحی، فناوری و تجارت را هم به‌عنوان مربی و هم به‌عنوان کارورز امتحان کرده‌ام. در آغاز به نتایج ساده‌ای رسیدم، مثلاً حروف M، I، و T سه حرف آغازین نام مؤسسه، به‌همان ترتیب در کلمه سادگی (simplicity) نیز وجود دارند. در واقع همین مسئله در مورد کلمه پیچیدگی (complexity) هم صدق می‌کند. توجه کنید «تی» در ام‌آی‌تی معادل فناوری است، منبعی که امروز کلیه احساسات ما را تحت‌الشعاع قرار داده است، بنابراین من احساس مسئولیت مضاعف می‌کنم چراکه شخصی در ام‌آی‌تی باید هدایت اصلاح این موقعیت را برعهده بگیرد!

در سال ۲۰۰۴، کنسرسیوم سادگی *ام‌ای‌تی*، را در آزمایشگاه رسانه بنیان گذاشتم، که شامل ده همکار از شرکت‌های *ای‌ای‌پی‌آر (AAPR)*، *لگو (Lego)*، *توشیبا (Toshiba)* و *تایم (Time)* بود. مأموریت ما، تعریف ارزش تجاری سادگی در ارتباطات، بهداشت، درمان و بازی بود. ما با همکاری هم نمونه اولیه سامانه‌ها و فناوری‌هایی را طراحی و تولید کردیم، این نمونه‌ها به دنبال بیان این نکته بودند که قوانین متأثر از سادگی، می‌توانند به موفقیت بازار منجر شوند. در زمان انتشار این کتاب دستگاه ثبت تصاویر دیجیتالی متصل به شبکه، تولیدشده با همکاری شرکت *سامسونگ*، به‌عنوان یک مرجع در داده‌های تجاری آزمون شد تا اعتبار موضع کنسرسیوم در سادگی را آزمایش کند.

زمانی که *ویلاگ‌ها* پدید آمدند، من هم *ویلاگی* در مورد افکار در حال تحول سادگی ایجاد کردم و جستجوی قوانینی از سادگی را شروع کردم که طی آن شانزده اصل را نزدیک خواسته‌ام پیدا کردم. مثل اکثر *ویلاگ‌ها*، این *ویلاگ* هم جایی بود تا من تفکرات ناقصی را که منعکس‌کننده عقاید شخصی در مورد موضوع مورد علاقه‌ام بود را به اشتراک بگذارم. اگرچه مضمون اصلی *ویلاگ با طراحی*، فناوری و تجارت همگام بود؛ به‌زودی دریافتم خوانندگان به موضوع دیگری که همه این مسائل را دربرمی‌گرفت جذب شده‌اند: «مبارزه برای درک معنای زندگی به‌عنوان یک کاردان مسائل انسانی».

در حین سفرهای پرماجریم متوجه شدم که چقدر موضوع سادگی، پیچیده است و من نمی‌توانم به حل معمای آن تظاهر کنم. اخیراً با یک استاد گروه زبان‌شناسی که ۸۵ سال سن دارد صحبت می‌کردم که وی نیز بر روی مسئله مشابهی در طول زندگی خود کار کرده است. وی اذعان می‌داشت سال‌ها است که با چنین معمایی دست‌وپنجه نرم می‌کند. *ویلاگم* مرا متوجه ساخت که تنها شانزده قانون وجود ندارد ولی در این نسخه تنها ده مورد از آنها منتشر شده‌اند. همانند سایر قوانین ساخته بشر، این قوانین نیز مطلق نیستند و نقض آنها گناه محسوب نمی‌شود. با این حال، شاید شما آنها را در پژوهش‌های خود درباره سادگی (و سلامت) در طراحی، فناوری، کسب‌وکار و زندگی مفید بدانید.

## سادگی و بازار

بازار مملو از شعارهایی برای سادگی است. بانک شهر (Citybank) دارای کارت اعتباری، با شعار سادگی (simplicity) است، شرکت فورد (Ford) نیز کارت قیمت‌گذاری ساده دارد و لکس‌مارک (Lexmark) نیز متعهد است که تجربیات مصرف‌کنندگان را ساده کند. درخواست‌های گسترده ساده‌سازی، روندی اجتناب‌ناپذیر ایجاد کرده است. در ساختار تجارت فناوری در فروش، هرچیز مشابهی که جدید و پیشرفته شده باشد، به معنای آن است که ساده‌تر شده است. در جهان متصور می‌شود که در آن شرکت‌های نرم‌افزاری سالیانه با ساده کردن ده درصد از ویژگی‌ها و افزایش ده درصد قیمت، به‌عنوان هزینه ساده‌سازی فعالیت می‌کنند، برای مشتریانی که چیز کمتری به دست می‌آورند ولی پول بیشتری می‌پردازند، ظاهراً اصول اقتصادی در تناقض است. از کودکی بخواهید که کلوچه‌اش را با شما نصف کند، کودک کدام نصفه را می‌خواهد؟

اما علیرغم منطق تقاضا، سادگی همچنان می‌فروشد، این مسئله‌ای است که دیوید پوگ (David Pogue) روزنامه‌نگار نیویورک تایمز (TIMS) نیز در کنفرانس سالیانه TED در مونتبری به آن اشاره کرد. موفقیت غیرقابل انکار آی‌پاد (Ipod) شرکت اپل، دستگاهی که نسبت به سایر پخش‌کننده‌های موسیقی دیجیتال چیزهای کمتری دارد اما گرانتر است، تأییدی بر این روند است. مثال فریبنده دیگر در این زمینه رابط کاربری قدرتمند موتور جستجوی گوگل است که در عین محبوبیت زیاد، اجازه می‌دهد راحت‌تر و خلاصه‌تر شبکه جهانی را جستجو کنیم. برای مردمی که نه تنها خرید می‌کنند بلکه از آن مهم‌تر عاشق چیزهایی هستند که می‌خرند، طراحی می‌تواند زندگی را ساده‌تر کند. در آینده‌ای معلوم، فناوری‌های پیچیده می‌تواند خانه‌ها و محل کار را مورد هجوم قرار دهد بنابراین، سادگی، ناگزیر از رشد صنعتی است.

سادگی، کیفیتی است که نه تنها تداعی‌کننده وفاداری پرشور برای طراحی محصول است، بلکه ابزاری کلیدی و راهبردی برای کسب‌وکارها است تا با پیچیدگی‌های ذاتی خود مقابله کنند. شرکت فیلیپس در هلند با از خودگذشتگی محض توانسته به حوزه احساس و سادگی وارد شود. در سال ۲۰۰۲ میلادی، به دعوت آندریا رگنتی (Andrea Ragnetti) عضو هیئت مدیره فیلیپس به کمیته مشورتی سادگی (SAB) پیوستم. ابتدا فکر می‌کردم که مقوله احساس و سادگی فقط تلاشی در جهت برندسازی است اما زمانی که در آمستردام با رگنتی و مدیرعامل شرکت، جرارد کلیسترلی (Gerard Kleisterlee) در همان اولین نشست کمیته ملاقات کردم

جاه طلبی‌های بیشتری در آن دیدم. شرکت فیلیپس برنامه‌ریزی کرده بود تا کلیه خطوط تولید محصولات خود و بلکه تمام مجموعه شیوه‌های عملی کسب‌وکار را با منظر سادگی مجدداً سازماندهی کند. زمانی که من این داستان را برای رهبران صنایع عنوان کردم بازخورد قاطعانه آنها این بود که فیلیپس، در تلاش برای کاهش پیچیدگی‌های کسب‌وکار، تنها نیست. شکار برای آنکه ساده‌تر است، محیا است؛ بنابراین روش‌های مفیدتری اقتصاد را به پیش می‌برد.

## □ ده قانون

۱. کاهش (Reduce): آسان‌ترین راه دسترسی به سادگی، کاهش هوشمندانه است.
۲. سازماندهی (Organize): سازماندهی، سبب می‌شود یک سامانه کوچک‌تر به نظر برسد.
۳. زمان (Time): صرفه‌جویی در زمان، حس سادگی را به دنبال خواهد داشت.
۴. یادگیری (learn): علم و دانش، همه چیز را ساده‌تر می‌کند.
۵. تفاوت‌ها (Differences): سادگی و پیچیدگی به یکدیگر نیاز دارند.
۶. زمینه (Context): قطعاً آنچه که در حواشی سادگی است، امری حاشیه‌ای نیست.
۷. احساس (Emotion): احساسات بیشتر بهتر از احساسات کمتر است.
۸. اعتماد (Trust): ما به سادگی، اعتماد داریم.
۹. شکست (Failure): برخی چیزها هرگز ساده نمی‌شوند.
۱۰. بیکه (The one): سادگی، یعنی از صراحت کم کنید و به معنا بیفزایید.

## □ وسه نکته کلیدی

۱. دور شدن: بیشتر، کمتر به نظر می‌رسد زمانی که آنرا دور و دورتر ببریم.
۲. باز بودن: باز بودن، پیچیدگی را ساده‌تر می‌کند.
۳. قدرت: کمتر استفاده کنید؛ بیشتر به دست آورید.

## □ این کتاب برای چه کسانی نوشته شده است؟

به‌عنوان یک هنرمند، باید بگویم که این کتاب را برای خودم و با تمام وجود نوشته‌ام تا بتوانم به قله کوه برسم، چون سادگی در آنجا است. اما واقعیت این است که این کتاب پاسخی است به صدای بسیاری از افرادی که مرا از طریق /یمیل یا رودررو تشویق کردند تا درک بهتری از سادگی ارائه کنم. من این صدا را از مهندسان تولید، متخصصان بیوشیمی، هنرمندان دیجیتال، خانه‌دارها، کارآفرینان فناوری، مدیران ساخت‌وساز جاده‌ای، نویسندگان داستان‌های خیالی، کارمندان، دلانان معاملات ملکی شنیدم و علاقه به سادگی روز به روز بیشتر می‌شد. اما همیشه همراه با تشویق، نظرات دلسردکننده‌ای نیز وجود دارد؛ برخی در مورد معنای منفی سادگی نگران بودند که می‌تواند به جهانی ساده منتهی شود. در بخش دوم این کتاب می‌بینید که سادگی و پیچیدگی دو مفهوم مهم مرتبط به هم هستند و در عین حال رقبای یکدیگر نیز محسوب می‌شوند. بنابراین متوجه شدم با این وجود که انگاره حذف پیچیدگی‌ها از کره زمین کوتاه‌ترین مسیر به سوی سادگی جهانی است اما این دقیقاً آن چیزی نیست که آنرا خواسته باشیم.

من این کتاب را به عنوان نوعی از صد و یک نکته سادگی تأیید می‌کنم که می‌تواند به خوانندگان درکی پایه از سادگی ارائه دهد؛ همانطور که به طراحی، فناوری، کسب‌وکار و زندگی مرتبط است. اما اکنون می‌بینم که پایه و اساس می‌تواند تا زمانی که من ۸۵ ساله شوم، همانند دوست استادام در دانشگاه /م‌آی‌تی، منتظر بماند و برای زمان حال، چهارچوبی که در این کتاب برای شما ارائه شده کافی خواهد بود. همچنین در طول تکمیل مطالعات مدیریت /جرائی (MBA)، متوجه شدم که اکثر کتاب‌ها در مورد نوآوری و کسب‌وکار توسط یک نویسنده نوشته شده‌اند. من با حوادث زیادی که برایم اتفاق افتاده جافتاده شده‌ام. باید بگویم در زندگی بسیار خوش‌شانس بوده‌ام، من در جستجوی چیزی هستم که بسیار عمیق‌تر از کتابی باشد که با هدف بازار فناوری و کسب‌وکار نوشته شده است. دوستان خوب من در انتشارات دانشگاه /م‌آی‌تی حامیان رویکرد نرم‌تر و خلاقانه‌تری هستند تا حوزه سادگی توسعه پیدا کند و اکنون شما اولین گام از این هدف را پیش رو دارید. قیمت و طراحی این کتاب‌ها با هدف قراردادن خوانندگانی توأم بوده که در جستجوی چیزی جدید و متفاوت هستند. قلب این کتاب همراه با کمی کنجکاوی در مورد زندگی، بر کسب‌وکار فناوری، به عنوان یک دانش‌خبره طراحی تمرکز شده است. ورود شما به این تجربه خلاقانه را خوشامد می‌گویم.



## □ چگونه از کتاب استفاده کنیم؟

ده قانونی که در این کتاب ذکر شده‌اند به‌طور کلی از هم مستقل‌اند اما می‌توان آنها را با یکدیگر نیز استفاده کرد. سه بخش از سادگی در اینجا مورد بحث قرار گرفته‌اند، جایی که سه مجموعه متوالی از سه قانون (۱ تا ۳، ۴ تا ۶ و ۷ تا ۹) متناظر با شرایط پیچیده سادگی هستند: پایه، میانه و عمیق. سادگی پایه (۱ تا ۳) قابل استفاده در تفکر طراحی محصول یا تزئیناتی در اتاق خواب شما است. سادگی میانه (۴ تا ۶) معنای تثبیت‌شده‌تری دارد و سادگی عمیق (۷ تا ۹) به تفکراتی مربوط است که در حال پخته‌تر شدن هستند. اگر مایل هستید که در وقت صرفه‌جویی کنید (مطابق با قانون سوم زمان) به شما پیشنهاد می‌کنم با قوانین ساده (۱ تا ۳) شروع کنید و سپس به سراغ قانون دهم بروید که کل مجموعه را در خود دارد.

هر بخش، مجموعه‌ای از ریزجستارهای مهم پیرامون موضوع اصلی است. سعی کرده‌ام به‌ندرت پاسخی دقیق ارائه کنم اما در عوض من هم مانند شما پرسش‌های زیادی دارم. هر قانون با یک شمایل شروع می‌شود که طراحی خودم است و مفهوم اصلی مدنظر مرا نشان می‌دهد. تصاویر،

توضیح تحت‌اللفظی محتوا نیستند اما می‌توانند به شما کمک کنند تا درک بهتری از هر قانون داشته باشید. همچنین می‌توانید از پایگاه [lawsosfsimplicity.com](http://lawsosfsimplicity.com) استفاده کنید در این پایگاه کارهای هنری به‌عنوان پس‌زمینه کار به‌گونه‌ای ارائه شده‌اند که به شما انگیزه بدهند. علاوه بر ده قانون، سه کلید برای دستیابی به سادگی در دامنه فناوری نیز ارائه شده است. به آنها فکر کنید زیرا حوزه‌هایی هستند که منابع پژوهش و توسعه یا روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند یا به دنبال آن هستند. چگونه این سه نکته کلیدی و ده قانون، به ارزش‌گذاری بازار مرتبط می‌شوند؟ پاسخ به این سؤال سرگرمی جدید من است. آن تجربیات و پیش‌بینی‌های بعدی، روند فناوری‌های ساده‌سازی به‌صورت خدمات رایگان در پایگاه [lawsosfsimplicity.com](http://lawsosfsimplicity.com) نیز موجود هستند.

من عمداً کتاب را در حدود صد صفحه نوشتم تا مطابق با قانون سوم صرفه‌جویی در زمان هماهنگ باشد که این قانون مورد علاقه من است. شما می‌توانید کل کتاب را در زمان‌های فراغت خود و یا در حین پروازهای کوتاه‌مدت مطالعه کنید. اما لطفاً احساس نکنید که مجبور هستید به سمت کتاب هجوم ببرید و حتماً آنرا بخوانید. زمانی که من با شوروشوق جوانی به سمت پرسش سادگی هجوم بردم، احساس کردم پیچیدگی، جهان ما را نابود خواهد کرد و باید جلو آنرا گرفت. در کنفرانسی که بعداً در مورد آن صحبت می‌کنم، هنرمند ۷۳ ساله‌ای به من گفت، جهان همواره در حال سقوط و فروپاشی بوده است، پس آرام باش. شاید نظر وی درست باشد. پس توصیه‌ی وی را مدنظر داشته باشید و در هنگام خواندن این کتاب به راحتی لم داده و از خواندنش لذت ببرید، البته اگر توانستید.