پلهٔ بعدی

سرشناسه	:	لیک، رایان. Leak, Ryan.
عنوان و نام پدیدآور	:	پلهٔ بعدی / رایان لیک. ترجمهٔ فهیمه بختیاری.
مشخصات نشر	:	تهران، نوین توسعه، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	:	۲۴۸ صفحه
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۵۲۱۳-۷۲-۲
فهرست‌نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Leveling up, 2020
موضوع	:	رشد و توسعهٔ فردی و شغلی
رده‌بندی کنگره	:	BF ۶۳۷/خ۹
رده‌بندی دیویی	:	۱۵۸ / ۱
شمارهٔ کتاب‌شناسی ملی	:	۹۹۴۸۳۹۳

تمامی حقوق این اثر، از جمله حق انتشار تمام یا بخشی از آن، برای ناشر محفوظ است.

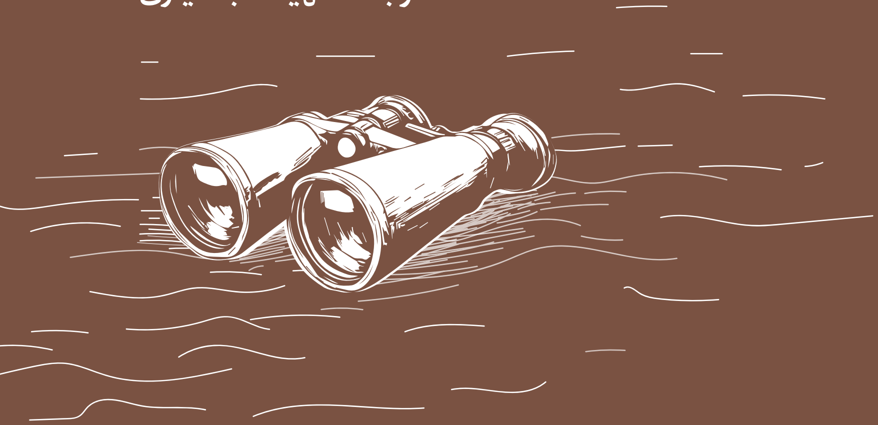
نشر نوین

پلهٔ بعدی

ماجراجویی تازه، برای رسیدن به مقصد رؤیایی

رایان لیک

ترجمهٔ فهیمه بختیاری



عنوان	:	پلهٔ بعدی
مؤلف	:	رایان لیک
مترجم	:	فهیمه بختیاری
ویراستار	:	نیلوفر طهرانچی
نمونه‌خوان	:	زهرا خیریه
صفحه‌آرا	:	صبا کریمی
زمان و نوبت چاپ	:	۱۴۰۳، اول، ۱۰۰۰ نسخه
ناشر	:	نشر نوین توسعه
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۵۲۱۳-۷۲-۲
قیمت	:	**۲۹۰,۰۰۰ تومان**

تعهد ما به پایداری محیط‌زیست

کاغذ بالکی، کاغذی سبک، خوش‌رنگ و زیست‌محیطی است که درکشورهای باران‌خیزی همچون سوئد و فنلاند تولید می‌شود و مخصوص چاپ کتاب است.

ما نیز کتاب‌های نشر نوین را روی این کاغذها چاپ می‌کنیم تا علاوه بر ساختن تجربهٔ خوب مطالعه برای خوانندگانمان، با هم گامی در جهت حفظ محیط‌زیست نیز برداریم.

nashrenovin.ir

nashrenovin.ir

nashrenovin

فهرست

پیشگفتار ۱۳

فصل اول.

پرسشی دربارهٔ دیدگاه: تعریف من از موفقیت چیست؟ ۲۱

فصل دوم.

پرسشی دربارهٔ خودآگاهی: روبه‌روشدن با خودم از دید دیگران چگونه است؟ ۳۷

فصل سوم.

پرسشی دربارهٔ رشد فردی: چگونه می‌توانم انسان بهتری باشم؟ ۵۳

فصل چهارم.

پرسشی دربارهٔ هم‌تیمی اهل همکاری: چگونه می‌توانم دستاوردهای همکارانم را تصدیق و از آن‌ها قدردانی کنم؟ ۷۵

فصل پنجم.

پرسشی دربارهٔ تواضع: کدام اشتباهات را می‌توانم به گردن بگیرم؟ ۸۹

فصل ششم.

پرسشی دربارهٔ احتمالات: چه مواقعی باید ریسک‌پذیر باشم؟ ۱۰۵

فصل هفتم.

پرسشی دربارهٔ مساعدت: باید از چه کسی برای دستیابی به رؤیایش حمایت کنم؟ ۱۲۹

فصل هشتم.

پرسشی دربارهٔ درست‌کاری: کار درست چیست؟ ۱۴۵

فصل نهم.

پرسشی دربارهٔ زمان‌بندی: چگونه وقتم را مدیریت می‌کنم؟ ۱۶۳

فصل دهم.

پرسشی دربارهٔ فراغت: آیا اوقات‌فراغت لازم است؟ ۱۷۹

فصل یازدهم.

پرسشی دربارهٔ لذت‌بردن: آیا از کارمان لذت می‌برم؟ ۲۰۱

فصل دوازدهم.

پرسشی دربارهٔ شفاف‌سازی: چه کسی می‌داند که من واقعاً چطور آدمی هستم؟ ۲۱۹

سخن پایانی ۲۳۹

سپاسگزاری ۲۴۳

یادداشت‌ها ۲۴۵

دربارهٔ نویسنده ۲۴۶

در ستایش پلهٔ بعدی

رهبران بزرگ پرسش‌هایی بزرگ مطرح می‌کنند. در کتاب *پلهٔ بعدی*، رایان دوازده پرسش بنیادین را مطرح می‌کند که یاری‌تان می‌کنند در مقام رهبر رشد کنید، نفوذتان را گسترش دهید و اثر ماندگاری در جهان بر جا بگذارید. برای همهٔ رهبران در هر سطحی، *پلهٔ بعدی* کتابی موجز و قدرتمند و مناسب است.

بِرَد لومنیک، بنیان‌گذار شبکهٔ بلینک و نویسندهٔ کتاب‌های رهبری اچ۳ و رهبر رویدادآفرین

کتاب *پلهٔ بعدی* شما را به چالشی ملموس برای گفت‌وگویی درونی دربارهٔ مهم‌ترین مسائل زندگی شخصی و حرفه‌ای‌تان فرامی‌خواند. هدف این کتاب ایجاد انگیزه برای تحول فردی است، اما به نظر من دعوت‌نامه‌ای بود که با طرح پرسش‌هایی عمیق و تأمل‌برانگیز، خواننده را ترغیب می‌کند کاری انجام دهد؛ اثرگذاری رایان بر اطرافیانش کاملاً مشهود است. احساس می‌کنم پلهٔ بعدی تأثیری شگرف بر زندگی افراد، خانواده‌ها، شرکت‌ها و کل جامعه ایجاد خواهد کرد.

اندی بِردسانگ، معاون مدیرکل تیم بسکتبال بروکلین نِتس

پلهٔ بعدی برای هرکسی که می‌خواهد سطح عملکردش را ارتقا دهد و رشد شخصی‌اش را به مرحلهٔ جدیدی برساند، کتابی ضروری است! ما از دوازده پرسش رایان برای مربی‌گری ورزشکاران در اِن‌اِف‌اِل و اِن‌بی‌اِی و کار با مدیران اجرایی در شرکت‌های فورچون ۵۰۰ در سراسر کشور بهره برده‌ایم. صفحات این کتاب پر از حکمت‌هایی شگفت‌انگیز و برنامه‌های عملی برای زندگی‌کردن با بهترین وجه خودتان هستند. رایان لیک یکی از باهوش‌ترین سخنوران زمانهٔ ماست. سخنان تفکربرانگیز او در کتاب *پلهٔ بعدی* الهام‌بخشتان خواهند بود و شما را برای پیگیری استعدادهای خدادادی‌تان هیجان‌زده خواهند کرد.

جردن مونت‌گومری، سخنران و مدیرعامل شرکت‌های مونت‌گومری

مـردم دوسـت دارنـد دربـارۀ ارتقایافتن صحبت کنند، اما هرگز ندیدم که کسـی به‌انـدازۀ رایان در بیان آن مهارت داشـته باشـد! مسـلماً این دوازده پرسـش جریان زندگی شـخصی و حرفه‌ای‌تان را تغییـر خواهـد داد. بـرای مـن کـه چنیـن شـد! و همچنـان هـر هفتـه بـرای بازبینـی و تقویـت توسـعۀ فـردی خـودم بـه آن‌هـا رجـوع می‌کنـم! بهتریـن صفت رایان این اسـت که خـودش هم مطابـق بـا تعالیمـش زندگی می‌کنـد. او حـرف ندارد!

دیوید نِرس، مربی بهینه‌سازی زندگی در ان‌بی‌اِی، سخنران انگیزشی و نویسندۀ کتاب‌های پرفروش

دوازده پرسش مطرح‌شـده در *پلۀ بعـدی* رایـان لیک تخصص مربی‌گری اجرایی او را مسـتقیماً در اختیـار خواننـده قـرار می‌دهنـد. هـر رهبـری کـه در پـی رشـد اسـت، بایـد ایـن پرسـش‌ها را از خـودش بپرسـد و دربارۀ آن‌هـا بـا تیمـش بحـث و گفت‌وگو کند.

کریستین مِرِر، مدیرگروه نشست‌ها، رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری، از بوستون ساینتیفیک

ایـان راهنمـای کاملـی شـامل پرسـش‌های سـاده امـا تأمل‌برانگیـز طراحـی کرده اسـت کـه باعث می‌شـود در مسـیر رهبـری درنـگ کـرده و عملکـرد خودمان و دیگـران را بازبینی کنیـم. از دیدگاه مـن کـه رهبـران زن را بـرای سِـمَت‌های اجرایی آموزش می‌دهم و تشـویق می‌کنـم، این دوازده پرسـش برای تسـریع امـور ضروری‌اند.

کارول سِیمور، مدیرعامل گروه رهبران ویژه و نویسندۀ کتاب جنگجویان خِرَد: گشت‌وگذارهایی در مقوله‌های رهبری و زندگی

انسـان در مقـام رهبـری بـه جایگاهـی خواهـد رسـید کـه می‌توانـد فرصت‌هـای منحصربه‌فـردی بـرای دیگـران فراهـم کنـد؛ منظـورم ترفیـع کارمنـدان یـا سـپردن پـروژۀ کاری بـه آن‌هـا نیسـت. منظورم این اسـت که می‌توانید یک کشـتی بسـازید و به آب بیندازید تا افراد دیگری هدایتش را بـه دسـت بگیرنـد و بـدون شـما راهـی دریاهـا شـوند. ممکـن اسـت آن‌هـا از شـیوۀ متفاوتـی برای هدایت آن کشـتی اسـتفاده کنند، اما حتی با اینکه شـما از سـاحل به آن‌ها می‌نگرید، این

بهترین گشت‌وگذار عمرتان خواهد بود. چارچوب ارائه‌شده از سوی رایان کمکتان می‌کند این موضوع را درک کنید که چرا ساختن این کشتی برای ارتقای سطح رهبری‌تان و خلق سفری رؤیایی برای کسانی که آمادهٔ ماجراجویی تازه‌ای هستند، بسیار مهم است.

پَت کانِلی، رئیس بخش عملیاتی و راهبردی در مرکز سرطان‌شناسی آمریکا و شرکت سرطان‌شناسی تی‌کِدا

ارتباطات راز موفقیت هر سازمانی است و توانایی راهبری تیمِمان برای خودآگاهی و تبدیل‌شدن هریک از آن‌ها به رهبری مستقل و اصیل بر پایهٔ ساختار بنیادینی که رایان ارائه می‌دهد، رویکردی مناسب بود تا به ایشان یادآوری کنیم که مشارکتشان تا چه حد ارزشمند است و تا چه حد بر چشم‌انداز برند ما اثرگذار خواهند بود.

آیریس دیاز، مدیر ارشد بازاریابی، دالاس مَوِریکس

تعقیب شکست کتابی بود که مرا در مسیر کارآفرینی، راهیِ سفری هیجان‌انگیز کرد. پشت‌سرگذاشتن منطقهٔ امنم برای دنبال‌کردن رؤیاهایم باعث شد به یکی از شناخته‌شده‌ترین افرادی تبدیل شوم که از طریق شرکت مهمان‌پذیر تراول پلاس لیژر سفر کرده است، شرکتی موفق در حوزهٔ تولید محتوا راه‌اندازی کنم و اکنون میزبان برنامهٔ سفر ماجراجویی بسیار خاص خودم در شبکهٔ نشنال جئوگرافیک باشم؛ قطعاً شما هرگز مرد سیاه‌پوست درشت‌هیکلی شبیه من را ندیده‌اید که چنین برنامه‌ای را اجرا کند! *پلهٔ بعدی* کتابی است که من در سطح فردی و حرفه‌ای در این فصل جدید زندگی‌ام به‌شدت به آن نیاز داشتم. مطالعهٔ *پلهٔ بعدی* ضروری است و رایان لیک دوباره همانند اثر پیشینش، *تعقیب شکست*، کتاب جدیدی برای ما نوشته است که زندگی‌مان را متحول می‌کند!

جِف جِنکینز، نویسندهٔ خاطرات چاق‌وچله، تولیدکنندهٔ محتوا و سخنران برندهٔ جایزه، میزبان برنامهٔ سفر ماجراجویانه

ازکجا مطمئنید که در برترین سطح و بهترین وجه خودتان زندگی می‌کنید؟ ازکجا می‌دانید که حقیقتاً در همهٔ جنبه‌های زندگی‌تان، بهترین عملکردتان را به کارگرفته‌اید؟ کتاب جدید

رایان لیک الهام‌بخش شما خواهد بود تا پاسخ این پرسش‌ها را بیابید. ممکن است در یکی از جنبه‌های زندگی‌تان عالی باشید، اما در زمینه‌های دیگر بهینه نباشید. او با به‌کارگرفتن چالش‌هایی تعدیل‌شده، حکمتی هدفمند و الهام‌بخشیدن، شما را در کشف و ارزیابی خودتان هدایت می‌کند و در این راه مطمئناً عملکردتان را ارتقا خواهد داد و سپس در زندگی‌تان شاهد معجزه‌ای خواهید بود. بی‌درنگ کتاب را بردارید و زندگی‌تان را بهبود بخشید.

هِشا آبرامز، نویسندهٔ حفظ آرامش: راز حل‌وفصل‌کردن تعارض‌ها و تشنج‌زدایی تنش‌ها

اگر شما رهبری هستید که دوست دارید خودتان را محک بزنید و خودآگاهی و تأثیرگذاری‌تان را ارتقا دهید، *پلهٔ بعدی* کتابی بی‌نظیر است که یاری‌تان می‌کند در سفر شخصی‌تان به قله‌های جدیدی برسید. رایان دوازده سؤال می‌پرسد تا کمکتان کند اعمال، انگیزه‌ها و نفوذتان بر دیگران را در پرتو تازه‌ای ببینید و آن‌ها را با راهکارهای ساده‌ای همراه می‌کند تا شما را یاری کند بین آنچه هستید و آنچه می‌خواهید باشید، پلی بسازید. در جایگاه رهبر یک شرکت یا همسر و پدر ممکن است نیازهایی که اقتضای زمان حال‌اند، همهٔ تمرکز شما را به خودشان جلب کنند و از چشم‌انداز بزرگ‌تر و تأثیر واقعی‌تان بر دیگران غافل شوید. رایان استادانه پرسش‌های دشواری مطرح می‌کند و شما را به تأمل وامی‌دارد تا خودتان را از دریچهٔ نگاه دیگران ببینید و پای صحبت کسانی بنشینید که شاید چیزهایی را می‌بینند که از چشم شما دور مانده‌اند. وقتی در جایگاه رهبری هستید، هر روز فرصتی برای رشد است. این کتاب روشنگر و اندیشه‌برانگیز است، اما درعین‌حال در ارائهٔ دیدگاهی نو در انتخاب‌های هر روزه‌مان و اینکه چگونه تغییرات ساده می‌توانند تأثیر چشمگیری داشته باشند، بسیار عمل‌گرایانه است. رایان در *پلهٔ بعدی* از ما می‌خواهد دربارهٔ میراثمان تأمل کنیم و سپس ما را ترغیب می‌کند تا طوری زندگی کنیم و پیش برویم که بتوانیم آن میراث را تحقق بخشیم.

گرِگ ویلیس، نایب‌رئیس شرکت گلوبال سِلز، راهکارهای بازاریابی لینکدین

در مقولهٔ کسب‌وکار یا زندگی راه‌حلی معجزه‌آسا وجود ندارد؛ راه‌حل معجزه‌آسا پیشرفت مداوم است. بنابراین اگر می‌خواهید موفق باشید، تمام توانتان را صرف این کنید که هر روز اندکی بهتر از دیروز باشید. من برای تحقق این امر، کتابی بهتر از این سراغ ندارم.

تیم شورِر، نویسندهٔ راز جامعهٔ موفق و مدیرعامل بنیاد رهبری دیوید نُواک

برای گرامیداشت زندگی و یادبود ریکی تِکسادا.

در دشوارترین سال‌های تشکیل خانواده و راه‌اندازی کسب‌وکارم، تو راهنمای دانای من بودی.

سپاسگزارم که همیشه حواست بود تا از مهم‌ترین چیزها غافل نشوم.

نگارش این کتاب بدون راهنمایی‌های تو ممکن نمی‌شد.

پیشگفتار

من عادت بدی دارم.

وقتی کاری را از من می‌خواهند که قبلاً انجامش نداده‌ام، عادت دارم بگویم که از پس آن برمی‌آیم. مثلاً یک بار دوستم از من پرسید: «می‌توانی برای کارمندان شرکتم سخنرانی کنی؟»

پاسخ دادم: «البته، مشکلی نیست.»

دوباره گفت: «خب، نظرت دربارهٔ برگزاری کارگاه آموزشی یک‌روزه چیست؟ می‌توانی یک روز کامل، آموزش کارکنان ما را بر عهده بگیری و مدیریت کنی؟»

با اعتمادبه‌نفس گفتم: «البته!»

چرا؟ با کدام منطق به او وعده دادم که یک روز دوشنبه و در جلسهٔ آموزشی هشت‌ساعته، به کل گروه صدنفری کارمندانش آموزش خواهم داد، آن هم وقتی تنها کاری که در این زمینه انجام داده بودم، یک سخنرانی شصت‌دقیقه‌ای بود؟ اصلاً نمی‌دانستم قرار است چطور انجامش دهم، اما خوش‌حالم که این مسئولیت را پذیرفتم.

هرگز آن روز را فراموش نمی‌کنم. یک ساعت از آن کارگاه آموزشی هشت‌ساعته را دربارهٔ مهربانی صحبت کردم. چرا؟ چون یکی از معدود مهارت‌هایی است که نمی‌توان مدرکش را از دانشگاه گرفت و بسیاری از شرکت‌ها به‌شدت به آن نیاز دارند. برای اطلاعتان باید بگویم که سازمان موردنظر یک *بانک* بود. شاید بهتر بود که تمام روز دربارهٔ مقوله‌های رهبری، خدمات مشتریان و راهکارهای فروش برای مصرف‌کنندگان

قرن بیست‌ویکم صحبت می‌کردم. اما دوستم به دلایلی عجیب اجازه داد یک ساعت از مهربانی بگوییم. طی آن یک ساعت، کارکنان را موظف کردم با الفاظ مهربانانه با همدیگر صحبت کنند و خودم نیز تلاش می‌کردم به این سازمان ثابت کنم که مهربانی چگونه کل کسب‌وکارشان را متحول خواهد کرد.

در آغاز جلسه، ماجرای یکی از فروشگاه‌های محبوبم را برای کارمندان تعریف کردم. نام آن فروشگاه ۹۹سِنتی است. دلیل علاقه‌ام این است که اجناسش یک سنت ارزان‌تر از فروشگاه‌های یک‌دلاری است. زندگی خرج دارد و فروشگاه ۹۹سنتی حس خوبی به من می‌دهد. قضاوتم نکنید!

یک بار، دو روز قبل از کریسمس به آنجا رفتم. دنبال اجناسی می‌گشتم که ارزش واقعی‌شان بیش از ۹۹ سنت باشد. مثلاً قوزک‌بندهایی پیدا کردم که معمولاً در فروشگاه دیکس اسپورتینگ گودز چهل دلارند و از صاحب فروشگاه پرسیدم: «قیمت این‌ها ۹۹ سنت است؟»

او پاسخ داد: «بله آقا، ۹۹ سنت است.»

من دو تا قوزک دارم، اما سه تا خریدم. چرا؟ چون ۹۹ سنت بودند، پس چرا نخرم؟

آن‌قدر در این فروشگاه حس‌وحال خوبی داشتم که به صندوق‌دار گفتم مبلغ صورت‌حساب نفر جلویی را پرداخت خواهم کرد. آن خانم پنج قلم جنس برداشته بود. خودتان حساب‌کتاب کنید. یعنی باید چهار دلار و ۹۵ سنت به‌علاوهٔ مالیاتش می‌پرداختم. آن‌قدرها هم سخاوتمندانه نیست، اما خب کریسمس بود.

آن خانم رو به من کرد و گفت: «دوربین‌مخفی است؟»

گفتم: «خانم، به نظر شما عادی است که مردم راه بیفتند و سر پنج دلار دوربین‌مخفی بسازند؟»

پاسخ داد: «جدی می‌گویید؟»

گفتم: «بله خانم. خب کریسمس است.» بعد چیزی گفت که اصلاً انتظارش را نداشتم: «آقا، در زندگی‌ام هرگز کسی این‌قدر با من مهربان نبوده است.»

نکته‌ای که در جلسهٔ آموزشی کارمندان بانک مطرح کردم، موضوع ساده‌ای بود: برای اینکه تفاوت بزرگی ایجاد کنیم فقط کافی است اندکی مهربان باشیم. ما در دنیای بسیار بی‌رحمی زندگی می‌کنیم. اگر بتوانیم اندک‌اندک با رفتارهای مهربانانه این وضعیت را تغییر دهیم، آن وقت چه می‌شود؟

در پایان آن کارگاه آموزشی، جلسهٔ پرسش‌وپاسخ برگزار کردیم. خانمی بلند شد و گفت: «رایان، من سؤالی ندارم؛ فقط می‌خواهم از تو تشکر کنم. من در خانوادهٔ بسیار بی‌ثباتی بزرگ شده‌ام. در دانشگاهی درس خواندم که فضایی بسیار رقابتی داشت. تا همین چند وقت پیش در شرکت دیگری کار می‌کردم و آنجا یاد گرفته بودم که تنها راه بالارفتن از نردبان موفقیت، پایین‌کشیدن دیگران است. من در دنیایی زندگی می‌کنم که هرکس فقط به خودش فکر می‌کند. اما تو امروز یادم دادی که با مهربانی در کار و زندگی پیشرفت خواهم کرد. هرگز چنین حرفی را در زندگی‌ام نشنیده بودم. و راستش را بخواهی، خوش‌حال نیستم که به چنین آدمی تبدیل شده بودم. اما امروز تو به من راه جدیدی برای انسان‌بودن نشان دادی. هیچ سؤالی ندارم؛ فقط تشکر می‌کنم که امروز به اینجا آمدی.»

آن لحظه و آن گفت‌وگو، مسیر کار و زندگی‌ام را تغییر داد. دریافتم که در پسِ نقاب عنوان شغلی و درآمد مطلوب، زنی بود که می‌کوشید هویتش را پیدا کند. همچنین، متوجه شدم که آدم‌های شبیه او بسیارند.

این آگاهی باعث شد به مربی‌گری مدیران ارشد اجرایی علاقه‌مند شوم. می‌خواستم شغلی داشته باشم که به مردم کمک کنم در زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان موفق باشند؛ حتی افرادی که در بخشی از زندگی‌شان موفق بودند و در جنبه‌های دیگر مشکل داشتند. اغلب، از ما انتظار دارند در شغلمان موفق شویم و هم‌زمان بکوشیم زندگی عاطفی‌مان را مدیریت کنیم، فرزندانمان را بزرگ کنیم، در جمع‌های دوستانه حضور داشته باشیم و از لحاظ فکری و جسمی و روحی سلامت باشیم.

از دیرباز، بحث دربارهٔ برقراری تعادل میان کار و زندگی به نوعی کشمکش تبدیل شده است. گویی ناگزیریم میان موفقیت در شغلمان و خوشبختی در زندگی‌مان یکی را برگزینیم. ولی برخلاف باور عموم، به نظر من می‌شود هم‌زمان هم در کار و هم در زندگی پیشرفت کرد.

ممکن است دیگران به کسانی که می‌خواهند در شغل و زندگی شخصی موفق و خوشبخت باشند، بگویند: «نمی‌توانی هم خدا را بخواهی هم خرما را.» اما مگر می‌شود که خدا از شیرین‌شدن دهان بنده‌اش خوش‌حال نشود؟ به نظر من مشکل اصلی این است که هنگام تلاش برای ایجاد تعادل، همیشه *کار* بر *زندگی* اولویت دارد.

هرساله میلیاردها دلار صرف آموزش کارمندان می‌شود تا عملکردشان بهبود یابد. دوره‌های آموزش عالی تحصیلات تکمیلی معمولاً طوری طراحی شده‌اند که دانشجویان را برای مشاغل آینده آماده کنند. همایش‌های بسیاری برگزار می‌شود تا به رهبران کمک کند راهبردهای ارتقای شغلی را توسعه دهند. بااین‌حال، چقدر از منابع برای ارتقای حوزه‌هایی غیر از کسب‌وکارمان صرف می‌شود؟ بر این باورم که وقتی خودمان رشد کنیم، کسب‌وکارمان نیز رشد خواهد کرد. افراد موفق زیادی هستند که به بسیاری از اهداف شغلی‌شان دست یافته‌اند، ولی حتی پنج دوست واقعی هم ندارند. آن‌ها در کار موفق‌اند، اما در زندگی شخصی تنها مانده‌اند.

شاید یگانه راه دستیابی به موفقیتِ هم‌زمان در کار و زندگی این باشد که برخی منابعمان را به *زندگی* اختصاص دهیم. در واقع، اگر در زندگی شخصی پیشرفت کنیم، در زندگی حرفه‌ای‌مان نیز بسیار آسان‌تر پیشرفت خواهیم کرد. برعکسِ این قضیه صادق نیست؛ وقتی همهٔ انرژی‌مان را صرف پیشرفت در شغلمان می‌کنیم، اغلب به قیمت زندگی شخصی‌مان تمام می‌شود.

آنچه از سخنرانی در برترین سازمان‌های جهان و کار با مدیران ارشد، ورزشکاران ان‌بی‌اِی و هزاران نفر از رهبران آموخته‌ام این است: افرادی که در مهم‌ترین بخش‌های زندگی‌شان همواره برتری‌شان را حفظ کرده‌اند، هنر خودرهبری را به کمال رسانده‌اند. آن‌ها اصولی را برای خودشان مشخص کرده‌اند که امکان رشد مداوم را فراهم می‌کنند. این افراد دریافته‌اند که رشد و توسعهٔ زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان مسئولیت خود آن‌هاست. منتظر نیستند فرد دیگری بیاید و محکشان بزند. آموخته‌اند که وقتی همراهی برای ادامهٔ مسیر ندارند، شیوه‌هایی برای هدایت خودشان بیابند.

وقتی صحبت از رشد و پیشرفت می‌شود، ممکن است وسوسه شوید تا باور کنید که این امر در سایهٔ رهبری و مدیریت کارآمد شخصی دیگر محقق خواهد شد. اما مسئولیت این پیشرفت بر دوش خود شماست. این راه با *شما* آغاز می‌شود.

به‌احتمال بسیار، شما در یکی از این دو گروه جای می‌گیرید.

گروه اول، کسانی هستند که برای دیگران کار می‌کنند. اکثر مردم همین کار را می‌کنند. عملکرد رهبر یا مدیرتان ممکن است فوق‌العاده، خوب، معمولی یا بسیار بد باشد. به‌تازگی، وبگاه کاریابی مانستِر طی یک ماه از ۹۵۷ نفر که در جست‌وجوی شغل جدیدی بودند، نظرسنجی کرد. از آن‌ها پرسیده شد چرا می‌خواهند کارفرمای فعلی‌شان را ترک کنند. هفتادوشش‌درصد گفتند دلیل ترک کارشان مدیر «آزاردهنده»ی آن‌هاست.[1] عوامل بسیاری در این امر دخیل‌اند، ولی واقعیت این است که کمتر کسی را دیده‌ام که بگوید مدیری بی‌نظیر دارد. اگر شما چنین مدیری هستید، در گروه بسیار کوچکی جای می‌گیرید. بیایید این گروه کوچک را ۵درصد برتر بنامیم.

باقی رهبران، یعنی ۹۵درصد، در گروه‌های با عملکرد خوب، معمولی یا بسیار بد جای می‌گیرند. برای رسیدن به قلمروی رهبران با عملکرد فوق‌العاده باید خیلی تلاش کرد. بنابراین باتوجه‌به اینکه مدیرتان جزو کدام گروه است، اگر آیندهٔ شغلی‌تان را به دست او سپرده باشید، مسیر شغلی شما دقیقاً در همان جهتی پیش می‌رود که او هدایتش می‌کند.

و رهبر یا مدیرتان دقیقاً مسئول چه کاری است؟ آیا روال و اسلوب عملکرد شرکت را به شما آموزش می‌دهد؟ چشم‌انداز آینده را با شما در میان می‌گذارد؟ راهکارها را برنامه‌ریزی می‌کند؟ خب، خوب است اگر این کارها را می‌کند. اما آیا رعایت همهٔ موارد تشویقتان می‌کند که سخت‌تر کار کنید، مثبت‌نگر باشید و اشتباهاتتان را بپذیرید؟ آیا قرار است این‌ها شما را به دوست، شریک، همسر یا والدی بهتر تبدیل کنند؟ یا حتی فردی بهتر؟ حتی از مدیری با عملکرد فوق‌العاده نمی‌توان چنین انتظاری داشت.

حال بیایید فرض کنیم شما در دستهٔ دوم قرار دارید و خودتان رهبر یا مدیرید. شرکتی را راه‌اندازی کرده‌اید، ارتقا یافته‌اید یا خانواده‌تان مالک کسب‌وکارند. با اینکه این موقعیت شغلی مزایایی دارد، آنچه اغلب حتی با درآمد نمی‌توانید جای خالی‌اش را پر کنید، حضور یک رهبر است. وقتی اختلال‌های زنجیرهٔ تأمین، کمبود نیروی کار و حفظ کارکنان کسب‌وکارتان را تهدید می‌کنند، چه کسی می‌تواند ترس‌های شما را فروبنشاند؟ وقتی دیگران از شما دربارهٔ چشم‌انداز آینده می‌پرسند و شما پاسخی ندارید، چه کسی می‌تواند به شما مشاوره دهد؟ زمانی که احساس می‌کنید هیچ‌کس نیست که ابزارهای لازم برای رفتن به پلهٔ بعدی را در اختیارتان بگذارد، رسیدن به آن جایگاه دشوار است. در رأس کار بودن آدم را منزوی می‌کند، این‌طور نیست؟

چه خودمان در رأس کار باشیم و چه برای فرد دیگری کار کنیم، موانع زیادی می‌توانند ما را از پیشرفت در کار و زندگی بازدارند. اما اشتباه نکنید، بزرگ‌ترین مانع خود ما هستیم! من عاشق این جملهٔ جیم ران، سخنران انگیزشی، هستم که همیشه می‌گفت: «اگر از موقعیتتان راضی نیستید، جایتان را عوض کنید. شما درخت نیستید.»

به همین دلیل این کتاب را نوشتم تا مردم بتوانند به پلهٔ بعدی زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان بروند. در مبحث مهم‌ترین حوزه‌های زندگی و شغل، پله‌های مختلفی وجود دارند.

پلهٔ اول: بی‌هدفی

شما اصلاً نمی‌دانید که قرار است چه کاری انجام دهید یا به کجا برسید. هیچ مسیری پیش رویتان نیست.

پلهٔ دوم: درجازدن

شما می‌توانید عملکرد بهتری برای خودتان تصور کنید، اما ظاهراً نمی‌توانید از وضعیت یکنواختتان نجات پیدا کنید؛ سخت کار می‌کنید، اما پیشرفتتان ناچیز است.

پلهٔ سوم: حرکت با دندهٔ خلاص

شما در حال انجام کارهای روزمره و یکنواخت هستید. زندگی‌تان با سرعت ثابتی پیش می‌رود و کارهای لازم برای بقا را انجام می‌دهید.

پلهٔ چهارم: در حال پیشرفت

شما پیوسته در حال پیشرفتید. طی چند سال گذشته پیشرفت‌های روزافزونی داشته‌اید و روابط و کارتان از گذشته بهتر شده‌اند.

پلهٔ پنجم: شکوفایی

شما در جایگاه ایدئالتان قرار دارید. هیچ کاری را از روی *اجبار* انجام نمی‌دهید. با *انتخاب* و *علاقه* پیش می‌روید.

پلهٔ ششم: چیره‌دستی

به‌خاطر عملکرد خوبتان، در جایگاهی قرار می‌گیرید که به دیگران هم کمک کنید تا موفق شوند.

آیا می‌توانید تشخیص دهید که در زندگی و شغلتان در کدام‌یک از این پله‌ها قرار دارید؟ ممکن است برای هرکدام پاسخ متفاوتی داشته باشید.

بیشتر افرادی که با آن‌ها صحبت می‌کنم در پله‌های دوم و سوم، زندگی و کار می‌کنند؛ یعنی درجا می‌زنند یا با دندهٔ خلاص در حرکت‌اند و در روابط و مشاغلی به سر می‌برند که فقط آن‌ها را تحمل می‌کنند. هدف این کتاب یاری‌رساندن به شماست تا به جایگاهی برسید که احساس کنید از نظر حرفه‌ای و شخصی در موقعیتی ایدئال قرار دارید و می‌توانید به دیگران نیز کمک کنید تا به آنجا برسند. من در مقام سخنران و مربی، اغلب وسوسه می‌شوم پاسخ‌های لازم برای رفتن به پله‌های بعدی را به افراد ارائه دهم. اما در جلسه‌هایی که با مراجعانم در زمینهٔ مربی‌گری مدیران اجرایی داشته‌ام، یاد گرفته‌ام که آن‌ها طرز فکر مشترکی دارند و این جمله را مرتب به کار می‌برند: *این پرسش خوبی است.* در واقع، پرسش‌هایم بیشتر از راهنمایی‌هایم رشد آن‌ها را تداوم می‌بخشند. وقتی صحبت از رفتن به پلهٔ بعدی می‌شود، پرسش‌ها اغلب بهتر از پاسخ‌ها هستند، زیرا افراد را آماده می‌کنند تا خودشان رهبر خودشان باشند.

در این کتاب، دوازده پرسش هدفمند طراحی کرده‌ام که کمکتان می‌کنند در زندگیِ شخصی و حرفه‌ای به پله‌های بعدی بروید. این پرسش‌ها اغلب شما را به پرسش‌های دیگری سوق می‌دهند که در نهایت باعث می‌شود انسان و کارمند بهتری شوید. این پرسش‌ها از دل جلسه‌های بی‌شمار مربی‌گری، تجربه‌هایم در سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها شکل گرفته‌اند.

سفر این کتاب در واقع با بیست‌ویک پرسش آغاز شد. هر بار که شرکتی از من برای سخنرانی دعوت می‌کرد، همهٔ بیست‌ویک پرسش را مطرح می‌کردم و به آن‌ها اجازه می‌دادم انتخاب کنند که کدام پرسش‌ها از نظرشان بیشتر به برطرف‌کردن ضعف‌های کارمندانشان کمک می‌کند. در پایان سخنرانی‌ها، از حاضران نظرسنجی می‌کردم تا بفهمم کدام پرسش‌ها بیشتر به دلشان نشسته‌اند و چرا. گاهی هم خود شرکت پرسش جدیدی را مطرح می‌کرد. به‌مرور، دوازده پرسش به‌عنوان پرسش‌هایی که بیش از همه به پیشرفت افراد کمک می‌کنند، به صدر فهرست من رسیدند.

برخی از پرسش‌ها وادارتان می‌کند صادقانه به خودتان بنگرید و پاسخ آن‌ها را بیابید. پرسش‌هایی هم هستند که ملزمتان می‌کنند از دوستی دعوت کنید با شما به

گفت‌وگو بنشیند و چشم‌اندازی تازه را نشانتان دهد. ما برای رفتن به پلهٔ بعدی هم به دوست نیاز داریم و هم به بررسی صادقانهٔ وضعیت خودمان. بهتر است که پرسش‌ها را به‌ترتیب پاسخ دهید، اما می‌توانید بخش‌های مختلف کتاب را به‌فراخور حالتان نیز مطالعه کنید. ممکن است پرسشی بیش از بقیه روی شما تأثیر بگذارد. راحت باشید و از همان بخش شروع کنید.

وقتی صحبت از انرژی و تمرکزی می‌شود که در زندگی و کارتان صرف می‌کنید، پله‌هایی هم برایشان وجود دارند. چنانچه در زندگی و کسب‌وکارتان درجا می‌زنید، اجازه دهید که این پرسش‌ها راهنمای شما برای رفتن به پلهٔ بعدی باشند و آنگاه خواهید دید که بیش از هر زمان دیگری در زندگی‌تان رشد خواهید کرد.

فصل اول

پرسشی دربارهٔ دیدگاه:
تعریف من از موفقیت چیست؟

موفقیت یعنی خودتان، کارتان و نحوهٔ انجامش را دوست داشته باشید.

مایا آنجلو

می‌خواهید بدانید واقعاً چه کسی بهتر از همه گذشته را پیش چشممان زنده می‌کند؟ *فیس‌بوک*.

هر وقت اعلانی دریافت می‌کنم که به من یادآوری می‌کند پنج سال پیش چه‌کار می‌کردم، بی‌اختیار لبخند می‌زنم. وقتی تماشا می‌کنم که کجا بودم، همراه چه کسی بودم و شیک‌پوشی به نظرم چه معنایی داشت، هم خنده‌ام می‌گیرد و هم دل‌تنگ گذشته‌ها می‌شوم. خجالت‌آورتر از آن زمانی است که سالنامهٔ مدرسه را ورق می‌زنم که مربوط به اواخر دههٔ ۱۹۹۰ و زمانی است که دانش‌آموز مقطع ابتدایی بودم. وقتی مرور می‌کنم که در چه دنیایی زندگی می‌کردم و چه تصوری از پیروزی و شکست داشتم، مات‌ومبهوت می‌شوم.

من در محله‌ای بزرگ شدم که افراد کم‌درآمدی آنجا زندگی می‌کردند، اما بورسیه‌ای داشتم که به من فرصت می‌داد در مدرسه‌ای خصوصی در آن‌سوی شهر درس بخوانم و با افرادی معاشرت کنم که نسبت به خانواده‌ام امکانات بسیار بیشتری در اختیار داشتند. بیشتر

همسایگانمان کارگرانی بودند که در مشاغل یدی در کارخانه‌ها کار می‌کردند، اما والدین بچه‌هایی که با آن‌ها هم‌مدرسه‌ای بودم، پشتِ‌میزنشین بودند و مشاغل دفتری داشتند.

در دوران کودکی، با دو دنیای متفاوت سروکار داشتم و سعی می‌کردم بفهمم می‌خواهم چه کسی باشم و فکر می‌کردم که برای موفق‌بودن باید چطور آدمی باشم. موفقیت برای من یعنی در ورزش خوب‌بودن، به‌ویژه اگر قد بلندی داشتی. وقتی بچه بودم، در پارک محله‌مان بسکتبال بازی می‌کردم و آرزویم این بود که روزی در ان‌بی‌اِی مشغول بازی شوم. اما دوستانم در مدرسه می‌خواستند دکتر، وکیل، فضانورد یا رئیس‌جمهور شوند، حتی آن‌هایی که قدبلند بودند. خیلی زود متوجه شدم که اتومبیل‌ها، خانه‌ها و رستوران‌های آن‌سوی شهر بسیار شیک‌تر از آن‌هایی هستند که در محلهٔ خودمان بودند.

تبدیل‌شدن به ستارهٔ ورزشی اولین ایده‌ام دربارهٔ موفقیت بود و هر دهه که از سنم می‌گذشت، ایدهٔ جدیدی به ذهنم خطور می‌کرد. در دههٔ ۱۹۹۰ که در مقطع ابتدایی درس می‌خواندم، بردن لوازم‌التحریر مد روز موفقیت محسوب می‌شد. اگر دفترچهٔ برند فایواِستار نداشتید، کسی به شما اهمیت نمی‌داد. وقتی کلاس دوم بودم، روز اول مدرسه که تمام شد به خانه برگشتم و به مادرم التماس کردم برایم دفترچهٔ برند فایواستار و چند روان‌نویس بخرد. مطمئن بودم که دفترچهٔ برند فایواستار، کلید هر چیزی است که برای موفقیت نیاز داشتم.

یا آن آرزوی حقیقتاً دست‌نیافتنی: عروسک‌های پارچه‌ای بینی بیبی. اخیراً، اِستِگ یعنی عروسک اِستِگوسور، دایناسور قهوه‌ای خال‌خالی پرطرف‌دار، در وبگاه ای‌بِی ۴۰هزار دلار فروخته شد.[1] فکرش را هم نمی‌کردم که اگر در کودکی یکی از آن‌ها را داشتم، نه‌تنها آن زمان آدم باحالی به نظر می‌آمدم، بلکه حالا هم ۴۰هزار دلار به ثروتم اضافه می‌شد!

در دههٔ ۲۰۰۰، موفقیت با تلفن‌های همراه سنجیده می‌شد. هرچند گوشی بلک‌بری یا سایدکیک پُرزرق‌وبرق به‌خودی‌خود نشان‌دهندهٔ طبقهٔ بالای اجتماعی بودند، اما نه‌فقط خود تلفن همراه، بلکه طرح‌های مکالمهٔ تلفن هم مراتبی داشتند. صرفاً در اختیار داشتن تلفن همراه به این معنا نبود که مانند حالا می‌توانستید هر زمانی تماس تلفنی بگیرید. دقایق شما برای مکالمه محدود بودند و اینکه چند دقیقه و چه زمانی می‌توانستید با تلفن صحبت کنید به طرح مکالمهٔ تلفن همراهتان و اپراتورش بستگی داشت. حتی پیامک‌هایتان نیز محدودیت داشتند. ناچار بودید والدینتان را

متقاعد کنید که افزودن پیامک به طرح خانوادگی، ارزش سرمایه‌گذاری را دارد.

مثلاً اگر طرح مکالمه‌تان را از اپراتور اِی‌تی‌اندتی خریده بودید، دوستانتان می‌توانستند بعد از ساعت هفت شب به شما تلفن بزنند و می‌توانستید بدون نگرانی دربارهٔ هزینهٔ اضافی یا قطع‌شدن تلفن با هم صحبت کنید؛ اما دوستی که طرح مکالمه‌اش را از اپراتور وِرایزِن خریده بود، تا قبل از نُه شب، مکالمهٔ رایگان نداشت. باید خیلی محاسبه می‌کردیم تا بفهمیم که دیگران چه زمانی می‌توانند با ما صحبت کنند. البته بدترین حالت این بود که دقایقمان تمام شوند و مجبور شویم از تلفن ثابت منزل استفاده کنیم. اما موفقیت واقعی از آنِ کسی بود که دقایق نامحدودی در اختیار داشت و می‌توانست هر روز و در تمام طول روز در دسترس باشد و صحبت کند.

خوشبختانه، هرچه بزرگ‌تر می‌شدم، تصوراتم از موفقیت هم تکامل پیدا می‌کردند. هنوز هم گاهی ناگهان با خودم فکر می‌کنم که موفقیت برایم به معنای داشتن اتومبیلی خاص، دنبال‌کننده‌های بسیار در شبکه‌های اجتماعی، قرارگرفتن در فهرست پرفروش‌ترین‌ها یا سخنرانی در کلیساهای بزرگ و شرکت‌های موجود در فهرست فورچون ۵۰۰ است. اما چیزی که دربارهٔ موفقیت فهمیده‌ام این است که باید تعریف خودتان را از آن داشته باشید تا مجبور نشوید طبق تعریف دیگران زندگی کنید.

کار من این نیست که به شما بگویم موفقیت از دید شما باید چگونه باشد. در این فصل، هدفم این است که به شما کمک کنم تا این پرسش را واکاوی کنید: «تعریف من از موفقیت چیست؟» پاسخ شما هم باید منحصربه‌فرد باشد و هم به‌روشنی بیان شود؛ زیرا در نهایت، اهدافتان باید با تعریف *خودتان* از موفقیت هم‌سو باشند، نه تعریف هیچ‌کس دیگری.

اولین قدم این نیست که بکوشید بی‌درنگ موفقیت را برای خودتان تعریف کنید، بلکه باید نظرات فعلی‌تان را دربارهٔ موفقیت یک‌به‌یک مطرح کنید و از خودتان بپرسید که این نظرات از کجا آمده‌اند.

یک اتومبیل کرایسلرِ تاون اند کانتری مدل ۹۷

اولین قرارِ بازی‌ام با یکی از بچه‌های مدرسهٔ خصوصی را به‌خوبی به خاطر دارم. واژهٔ «قرارِ بازی» توجهم را جلب کرد. ما در محله‌مان قرارِ بازی نداشتیم. بدون هیچ

برنامه‌ای، بیرون می‌رفتیم و نمی‌دانستیم که قرار است چه اتفاقی بیفتد. آن روز قبل از قرار بازی‌مان، مادر دوستم با پدر و مادرم تماس گرفت و پرسید: «ما می‌آییم دنبال رایان و او را برای ناهار بیرون می‌بریم. شنبه ساعت ده صبح چطور است؟»

آن روزِ شنبه، از ساعت ۹:۳۰ صبح لباس‌هایم را پوشیده، کاملاً آماده و پشت پنجره منتظر آن‌ها بودم. می‌دانستم که اگر به آن‌سوی شهر و محل زندگی آن‌ها بروم، زندگی‌ام شگفت‌انگیز خواهد شد.

اما آنچه بیش از همه هیجان‌زده‌ام می‌کرد، نه‌فقط مهمانی ناهار، بلکه اتومبیل لوکسی بود که قرار بود کل روز مرا با آن به این‌طرف و آن‌طرف ببرند. قبلاً اتومبیل آن‌ها را دیده بودم و به نظرم خیلی‌خیلی زیباتر و لوکس‌تر از اتومبیل خودمان بود. آن‌ها یک اتومبیل براق و گران‌قیمت کرایسلر داشتند که دو طرف بدنه‌اش با قاب‌بندی چوبی تزیین شده بود و صندلی عقبش دستگاه ویدئو داشت. *خارق‌العاده* بود. در ذهنم خیال‌پردازی می‌کردم که سوار بر آن اتومبیل، سرتاسر شهر را بگردم، دوستانم من را ببینند و بتوانم آن‌همه تجمل و فناوری پیچیده را تجربه کنم.

اتومبیلی که آن روز همهٔ رؤیاهایم را حول محور آن بنا کرده بودم، یک کرایسلر تاون اند کانتری مدل ۹۷ بود. حتی به گروهی از دوستانم که اتومبیل وَنِ تبدیل‌شده داشتند نیز حسادت می‌کردم. ون‌های تبدیل‌شده مانند هتل‌های کوچکی بودند که چهار تا چرخ داشتند. پرده و تخت‌خوابی کوچک داشتند و در قسمت عقب به سیستم صوتی و تصویری مجهز بودند. آن زمان فکر می‌کردم این وسیلهٔ نقلیه اوج ثروت است.

اما همهٔ آن چیزهایی که در کودکی برای داشتنشان بی‌تاب بودم یعنی کرایسلری با قاب‌بندی چوبی، ون تبدیل‌شده، روان‌نویس، عروسک‌های بینی‌بیبی، کارت‌های بازی پوکمون، طرح مکالمهٔ شبانه و آخر هفته برای تلفن همراهم و طرح پیامک نامحدود اکنون احمقانه به نظر می‌رسند. آن زمان فکر می‌کردم که داشتن این چیزها زندگی من را زیرورو خواهد کرد. اما امکاناتی که زمانی وجودشان برایم حکم مرگ و زندگی داشت، حالا هیچ اهمیتی ندارند.

مطمئنم آنچه بیست سال پیش می‌خواستم، امروز باعث نمی‌شود احساس موفقیت کنم، اما نگرانم که جای آن‌ها را با فهرستی از چیزهای جدید پُرکرده باشم. آیا آن اشتیاق سوزان برای داشتن اتومبیل مینی‌ون کرایسلر با امیدِ داشتن جدیدترین

و سریع‌ترین خودروی برقی موجود در بازار جایگزین شده است؟ آیا طرح مکالمه و پیامک‌های نامحدود با برنامهٔ پروازهای مکرر و بُن پاداش سفر جایگزین شده‌اند؟

اگر موشکافانه تلاش نکنیم تا بفهمیم چرا برخی چیزها را می‌خواهیم، از اتومبیل و خانه و کار گرفته تا دنبال‌کننده در شبکه‌های اجتماعی یا هر دستاورد دیگری، فهمیدنش غیرممکن خواهد بود. گمان می‌کنم آنچه ما *می‌خواهیم* اغلب تحت‌تأثیر چیزی است که در گذشته *می‌خواستیم*. خواسته‌های گذشته‌مان ما را وامی‌دارد که دربارهٔ خواسته‌های فعلی‌مان تردید کنیم.

وقتی با گذر زمان دیدم که افراد «موفق» جانشان را به‌علت خودکشی یا مصرف بیش از حد مواد مخدر از دست می‌دهند، رفته‌رفته دربارهٔ تعریفم از موفقیت دچار تردید شدم. همچنین از نزدیک شاهد بودم که برخی از ثروتمندترین افراد دوروبَرم طلاق گرفتند، خانواده‌هایشان از هم پاشیدند و باارزش‌ترین روابطشان را از دست دادند. به‌این‌ترتیب، مفهوم موفقیت برایشان تغییر کرد و از توانایی خرید خانهٔ دوم به فرصتی برای دیدار با فرزندانشان در هر خانه‌ای در تعطیلات تبدیل شد.

دیدگاه ما دربارهٔ موفقیت سرچشمه‌ای دارد. اکثر دیدگاه‌هایمانْ از محیط کودکی‌مان سرچشمه می‌گیرند، اما از طرفی، ما محصول محیط بزرگ‌تر اطرافمان هستیم.

عوامل بسیاری از محله، منطقه یا کشور محل زندگی‌مان گرفته تا طبقهٔ اجتماعی و اقتصادی، مذهب، نژاد، جنسیت و نسل در آنچه که ما فکر می‌کنیم می‌خواهیم دخیل‌اند. هیچ‌یک از ما در خلأ متولد و بزرگ نشده‌ایم. پیوسته با پیام‌هایی بمباران می‌شویم که به ما می‌گویند باید چه چیزی را بخواهیم و آرزو داشته باشیم که به کجا برسیم.

به نظر من، اینجا در ایالات متحده، قبلاً موفقیت را با شهرت و ثروت می‌سنجیدند. چند وقت پیش، مطلبی دربارهٔ نسل بعد از جنگ جهانی دوم خواندم. نویسنده نوشته بود که این نسل برای نشان‌دادن ثروتشان، امکانات خود را به رخ دیگران می‌کشیدند. رؤیای آمریکایی را تصور کنید که شامل دو سه بچه و خانه‌ای زیبا با زمین چمن بزرگ دورتادورش بود که با حصاری از نرده‌های چوبی سفید احاطه شده بود. برای این نسل چنین تصویری نشانهٔ موفقیت بود.

قبل از ظهور شبکه‌های اجتماعی اگر، طبق تعریف خودم، به موفقیت دست

می‌یافتم، هیچ‌کس خبردار نمی‌شد. همسایگان، هم‌کلاسی‌ها و دوستانم فقط وقتی متوجه موفقیت من می‌شدند که به خانه‌ام می‌آمدند و آن را مشاهده می‌کردند. شاید افرادی که واقعاً کار بزرگی انجام داده بودند از روزنامه‌ها سر در می‌آوردند، اما فقط افرادی از وقایع زندگی ما، اعم از پستی‌ها و بلندی‌ها، باخبر می‌شدند که ما را از نزدیک می‌شناختند. سپس شبکه‌های اجتماعی به عرصه آمدند و دسته‌بندی جدیدی برای مفهوم موفقیت ایجاد شد؛ تعداد اشتراک‌گذاری‌ها، تعداد لایک‌ها، پوک‌کردن‌ها برای جلب‌توجه، تعداد بازنشرها در توییتر، نظرها، بازدیدها، پاسخ‌ها، دنبال‌کنندگان، کاربران و دانلودها.

زمانی فیس‌بوک آن‌قدر انحصاری بود که تنها راه داشتن حساب کاربری این بود که به یک دانشگاه معروف بروی. در آن دوران، شغلی به من پیشنهاد شد. وقتی پرسیدم که به چه دلیل مرا انتخاب کرده‌اند، آن مرد گفت: «پسر، تو ۲هزار دوست در فیس‌بوک داری. من کسی را سراغ ندارم که ۲هزار دوست در فیس‌بوک داشته باشد.»

امروز دیگر هیچ‌کس من را بر اساس تعداد دوستانم در فیس‌بوک استخدام نمی‌کند، چون موضوع مهمی نیست. حقیقت این است که آن زمان هم تا وقتی توانمندی لازم برای آن شغل را داشتم، این موضوع اهمیتی نداشت. اما توجه مدیر بخش منابع انسانی را به خود جلب کرده بود. او فکر می‌کرد این موضوع نشان می‌دهد که من آدم خاصی هستم.

امروزه قدرت جلب‌توجه در شبکه‌های اجتماعی آن‌قدر زیاد است که بر این باورم مردم حاضرند به هر نحوی جزو افراد تأثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی باشند و این موضوع را به گوش همه برسانند؛ حتی اگر بابت این کار پولی دریافت نکنند. باوجوداین، برخی از پرطرف‌دارترین افراد تأثیرگذارِ شبکه‌های اجتماعی را ترک کرده‌اند. از نظر برخی، شغل این افراد تأثیرگذار «شغلی رؤیایی» بود، اما آن‌ها آن‌قدر افسرده، مضطرب و به‌شدت خسته بودند که نمی‌توانستند ادامه دهند. آن‌هایی که همچنان به این کار مشغول‌اند نیز شروع کرده‌اند به صحبت دربارهٔ انواع مشکلات مربوط به سلامت روانی که به‌علت موفقیتشان با آن‌ها دست‌به‌گریبان‌اند.[۲]

یکی از کاربران شبکهٔ اجتماعی تیک‌تاک، به نام شاو کُرو، که ۵۵۰هزار دنبال‌کننده دارد، ویدئویی منتشر کرد که بسیار پربازدید شد. این فرد در این ویدئو توضیح می‌دهد

او و دوستان تأثیرگذارش در شبکه‌های اجتماعی به‌خاطر موفقیتشان با مشکلات سلامت روان دست‌وپنجه نرم می‌کنند. بخش نظرات پر از اظهارنظرهای افراد تأثیرگذارِ بسیار سرشناسی بود که همگی با او ابراز هم‌دردی کرده بودند. یک نفر نوشته بود «درکت می‌کنم»، درحالی‌که خودش ۵میلیون نفر دنبال‌کننده داشت؛ یعنی تقریباً به‌اندازۀ جمعیت ایالت مینه‌سوتا.

من شاو کُرو را درک می‌کنم، اما آیا همۀ ما نمی‌خواهیم تحسین شویم؟ نمی‌خواهیم مردم به ما احترام بگذارند؟ نمی‌خواهیم دوست داشته شویم؟ اگر واقعاً صادق باشیم، فکر می‌کنم همۀ ما دوست داریم که تحسین شویم. حتی ممکن است دوست داشته باشیم که مثل بت پرستیده شویم. به همین دلیل است که اسم یک برنامۀ محبوب استعدادیابی را *اَمریکن آیدل*[1] گذاشته‌اند. باید مراقب باشیم که آن‌قدر غرق در ظاهر موفقیت نشویم که فرصت واقعی موفق‌بودن را از دست بدهیم. ممکن است ثروتمند به نظر برسید، اما ورشکسته باشید. می‌توانید عکس خانوادگی زیبایی بگیرید و درعین‌حال از افراد حاضر در عکس متنفر باشید.

مفهوم موفقیت از نظر دیگران

دستیابی به موفقیت واقعی یعنی بفهمید تعریف فعلی‌تان از موفقیت چطور شکل گرفته است و آن را برای خودتان شخصی‌سازی کنید. پیش‌تر گفتیم که تربیت خانوادگی و محیط فرهنگی محل زندگی‌تان ممکن است تأثیر بسیاری بر معیار موفقیت از نظر شما داشته باشند، اما ممکن است عوامل بسیار دیگری نیز که با شما مرتبط‌اند، وادارتان کنند برای دستیابی به استانداردهای موفقیت از نگاه دیگران تلاش کنید.

برای برخی مردانْ معیار موفقیت این است که مانند دِواین جانسون به نظر برسند، مانند تونی رابینز رفتار کنند و بتوانند همانند ایلان ماسک پول خرج کنند. برای برخی زنان هم معیار موفقیت به همین اندازه غیرواقعی است؛ به‌خصوص برای مادران شاغل. از آن‌ها انتظار می‌رود که نه‌تنها خوب به نظر برسند، عملکرد خوبی داشته باشند و درآمد مناسبی کسب کنند، بلکه کودکان شگفت‌انگیزی نیز تربیت کنند.

پژوهشی انجام شد که به‌مدت چهار دهه زندگی حرفه‌ای افراد بااستعداد را بررسی

---

۱. ترجمۀ تحت‌اللفظی امریکن آیدل (American Idol) می‌شود «بُت آمریکایی». -م

کـرد. نتایـج ایـن پژوهـش نشـان داد هـم مـردان و هـم زنـان بـر این بـاور بودند کـه خانواده مهم‌تریـن دسـتاوردشـان اسـت؛ امـا بـرای مـردان توانایـی حمایت مالـی از خانواده‌هایشـان ارزشـمندتر بـود و زنـان بیشـتر بـرای انـرژی عاطفـی و زمـان اختصاص‌داده‌شـده بـه خانواده‌هایشـان ارزش قائـل بودنـد.[۳] بـا فرض اینکه سـایر عوامل ثابت و یکسـان باشـند، می‌تـوان گفـت کـه تعریـف آن‌هـا از موفقیـت باتوجه‌به جنسیتشـان شـکل گرفتـه بـود.

در فضای دانشـگاهی موفقیت به میانگین نمرات، داشـتن چندین مدرک دانشـگاهی، اسـتخدام به‌صـورت رسـمی و دائمـی یـا تعـداد مقـالات منتشرشـده بسـتگی دارد. در شـبکه‌های اجتماعی، موفقیـت بـه معنـای پربازدیدشـدن و داشـتن تعامـل بالاسـت. برای کلیسـاها موفقیت اغلب با تعداد افرادی تعریف می‌شـود که آخر هفته به کلیسـا می‌آیند. در سیاسـت، موفقیـت در بودجـه و آرا خلاصـه می‌شـود. در ورزش حرفـه‌ای، موفقیـت بـه معنـای به‌دسـت‌آوردن انگشـترهای پیـروزی[۱] و کسـب احتـرام و پذیـرش عمومی اسـت. در موسـیقی، موفقیـت بسـتگی دارد بـه کسـب جایزهٔ گِرمـی و در صنعت فیلم‌سـازی، دریافت جایزهٔ اسـکار موفقیت محسـوب می‌شـود. تعریف موفقیت در شـرکت‌های حقوقی، یافتن شـریک مناسـب اسـت و در رویدادهای شبکه‌سـازی، با آشـنایان شـما تعریف می‌شـود.

در هـر صنعتـی معیـاری وجـود دارد. ممکن اسـت در یکی از ایـن عرصه‌ها به موفقیت دسـت یابیـد، امـا آیـا واقعـاً می‌توانیـد بگوییـد کـه موفقیـت با این معیـار خاص بـا تعریف *شـما* از موفقیـت هم‌خوانی دارد؟

چـه نمـرات باشـند، چـه یـک قطعـه جواهـر یـا عنـوان شـغلی، هریـک از مـا از مفهـوم مدیریـت نظـرات متفاوتـی داریـم. از همـان ابتـدا بـه مـا گفته‌اند کـه موفقیـت یعنـی رانـدن اتومبیلـی خـاص یـا کسـب یـک مـدرک تحصیلـی خاصـی و ایـن تصویـر در ذهـن مـا حـک شـده اسـت. اگـر از شـما بخواهـم کـه فـرد موفقـی را تصـور کنیـد، آن شـخص در نظرتـان چگونـه خواهـد بـود؟ در ذهـن بسـیاری از مـردم، چنیـن فـردی ثروتمنـد و خوش‌پـوش اسـت، سـاعتی زیبـا و کفـش ورزشـی گران‌قیمتـی دارد، بـا چابکـی سـوار جـت شـخصی‌اش می‌شـود و بـرای تعطیـلات بـه جزیـرهٔ خصوصـی‌اش مـی‌رود؛ همـهٔ ایـن رویدادهـا هـم فیلم‌بـرداری می‌شـوند.

در هـر رویـدادی کـه شـرکت کنیـم، با خـود فکر می‌کنیم افرادی کـه در بخش خصوصی

۱. در آمریکای شـمالی، بازیکنان تیم برنده در مسـابقات ورزشـی حرفه‌ای، انگشـتر پیروزی (Champion-ship Ring) دریافـت می‌کننـد کـه برخـلاف جام‌های ورزشـی، به خود بازیکنان تعلـق دارد. -م

یا لُژ نشسته‌اند حتماً افراد موفقی هستند. در پروازها، احتمالاً از کنار مسافران بخش فرست کلاس عبور می‌کنید و با خودتان فکر می‌کنید: «این‌ها *حتماً* آدم‌های موفقی‌اند.» (مگر اینکه پرواز شما از هواپیمایی سَوت‌وِست باشد. آن وقت گروه اولی که سوار هواپیما می‌شوند، به نظرتان افراد مهم و موفقی هستند.[1])

ممکن است آدم موفقی نباشیم، اما اگر در بخش درجه‌یک هواپیما بنشینیم، چنین *احساس می‌کنیم* که آدم موفقی هستیم. هر آنچه باور داریم افراد معمولی نمی‌توانند داشته باشند برایمان مطلوب می‌شود؛ چون سبب می‌شود نگاهی به معیار خودمان بیندازیم و به این نتیجه برسیم که موفق شده‌ایم. حالا بهتر هستیم. نخبه هستیم. حتی اگر فاصلهٔ بین موفقیت نمایشی‌مان و موفقیت واقعی‌مان بسیار زیاد باشد، با خودمان فکر می‌کنیم *تا وقتی کمی بهتر از افراد معمولی عمل کنم، آدم موفقی به حساب می‌آیم.*

مقایسه بازی خطرناکی است و محض اطلاعتان برعکس عمل می‌کند. شاید سالانه ۴۰۰هزار دلار درآمد داشته باشید، اما چون همهٔ دوستانتان کسب‌وکارهای نوپای فناوری به ارزش میلیون‌ها دلار راه‌اندازی کرده‌اند، اکنون احساس فقر می‌کنید. تصویری که در جوانی از موفقیت داریم و پیوسته از آن الهام می‌گیریم، معمولاً باتوجه‌به موفقیت‌ها یا شکست‌های دیگران ایجاد می‌شود.

کاری که همهٔ ما باید انجام دهیم این است که تلفن‌های خودمان را کنار بگذاریم، از اینترنت فاصله بگیریم و عمیقاً تأمل کنیم و از خودمان بپرسیم: «آیا تعریفمان از موفقیت منحصر به خودمان است؟»

زیرا اگر غافل شوید، فرد دیگری این معیار را برایتان تعیین خواهد کرد.

نمی‌توانید مطمئن باشید که هدف منحصربه‌فرد خودتان را دنبال می‌کنید یا خیر، مگر اینکه بتوانید از تعریف *بیرونی* موفقیت به تعریف *درونی* آن دست یابید. هریک از ما باید موفقیت را برای خودمان تعریف کنیم و برای شروع باید بفهمیم که دیدگاهمان دربارهٔ موفقیت از کجا نشئت گرفته است. در غیر این صورت، این خطر ما را تهدید می‌کند که به جهاتی هدایت شویم که نباید.

---

۱. ترتیب سوارشدن افراد به هواپیما نشانهٔ کلاس پرواز آن‌هاست (مسافران فرست‌کلاس و بیزینس کلاس پیش از مسافران اکونومی سوار هواپیما می‌شوند). -م

اما دانستن اینکه دیدگاهتان دربارهٔ موفقیت ازکجا ناشی می‌شود، فقط نیمی از تکلیفتان است. وقتی این حقیقت را کشف کردید و تشخیص دادید که از چه کسی تأثیر گرفته‌اید، آن‌گاه باید دیدگاهتان را دربارهٔ اهدافتان شفاف‌سازی کنید.

خواسته‌هایتان را تعریف کنید

هدف من این نیست که کسی بابت تعریفش از موفقیت احساس گناه کند. تنها خواستهٔ من این است که بتوانید خواسته‌تان از زندگی را به‌روشنی تعریف کنید.

در حیطهٔ کاری، این خواسته ممکن است به درآمد، مسیر شغلی، بازدهی مالی، آمار فروش یا تعداد کارمندان مربوط باشد. در زندگی شخصی ممکن است موفقیت به معنای داشتن اتومبیل، خانه و زندگی در محله‌ای خاص یا کسب یک مدرک خاص باشد. خواسته‌های شما هرچه باشند، باید بتوانید آن‌ها را مشخص کنید.

تعریف درونی خود شما از موفقیت چیست؟

وقتی در محیط‌های کاری این سؤال را می‌پرسم، بیشتر مردم معذب‌اند که بگویند تعریف درونی‌شان از موفقیت در پول خلاصه می‌شود. اما واقعیت این است که اگر موفقیت از دیدشان معادل پول است، فقط باید دراین‌باره با خودشان صادق باشند. حالا فرض کنید که تعریف شما از موفقیت معادل پول است، پس باید به این پرسش پاسخ دهید: «چه مقدار پول باعث می‌شود که احساس موفقیت کنید و چه رقمی برایتان کافی خواهد بود؟» بیشتر افراد در پاسخ می‌گویند «زیاد» و به همین دلیل است که هرگز احساس موفقیت نمی‌کنند. اما اگر رقم خاصی در ذهنتان دارید، یادداشتش کنید. این هدف شماست.

اگر هدفتان افزایش تعداد کارمندان در کسب‌وکارتان است، برای این هدف هم باید عدد مشخصی در ذهنتان داشته باشید. اگر تعریفتان از موفقیت معادل «چیزی» است، باید جزئیات دقیق این چیز را مشخص کنید؛ یعنی باید بتوانید به‌راحتی جای خالی را در این جمله پر کنید: «اگر من... را داشته باشم، آن‌گاه آدم موفقی خواهم بود.» اگر اتومبیل است، چه مدل اتومبیلی؛ اگر خانه است، چطور خانه‌ای، چه اندازه‌ای و در کدام منطقهٔ شهر؛ اگر توانایی خرید یک جفت کفش ورزشی منحصربه‌فرد است، منظورتان دقیقاً کدام برند کفش ورزشی است.

اگر برای خواسته و موفقیت خود، خانواده یا تیمتان تعریف مشخصی نداشته باشید، دچار مشکل می‌شوید؛ چون اگر به آن دست پیدا کنید، متوجه نخواهید شد که چه زمانی باید جشن بگیرید و ازآنجاکه نمی‌دانید چه زمانی و برای چه چیزی باید جشن بگیرید، چنین احساس می‌کنید که در زندگی سرگردانید و فرصتی ندارید تا طعم موفقیتتان را بچشید و از آن لذت ببرید.

پژوهشی دربارهٔ برندگان قرعه‌کشی نشان داده است که برنده‌شدن در قرعه‌کشی افراد را خوش‌حال‌تر نکرده است؛ با اینکه ما به‌طور استعاری بیان می‌کنیم که برنده‌شدن مقدار زیادی پول در قرعه‌کشی می‌تواند بهترین اتفاق زندگی‌مان باشد. در عوض، برندگان خودشان را با وضعیت جدید سازگار می‌کنند و مقیاسشان برای سنجش موفقیت بالاتر می‌رود.[۴] این نارضایتی در تعقیب همهٔ ماست، به‌خصوص اگر این موضوع را تحلیل نکرده باشیم که اهدافمان از کجا آمده‌اند. ممکن است کسب‌وکار کوچکتان سال پررونقی را بگذراند، اما عرضهٔ عمومی نداشته باشد یا اینکه عرضهٔ عمومی داشته باشد، اما قیمت سهام عرضه‌شده مطابق انتظارتان نباشد. یا حتی عرضهٔ اولیهٔ سهام به‌خوبی پیش رفته باشد، اما حالا شما نگران گزارش درآمدهای سه‌ماهه باشید.

اشکال معیارهای بیرونی و ناقص این است که همیشه فردی ثروتمندتر، مشهورتر و محبوب‌تر یا با دنبال‌کننده‌های بیشتر از شما وجود دارد که خودتان را با او مقایسه کنید. باز هم تکرار می‌کنم که معیارتان برای موفقیت هرچه باشد، باید منحصر به خودتان باشد. اما حرف من این است که موفقیت پیچیده‌تر از آن است که صرفاً در چیزی خلاصه شود. چطور می‌شود اگر موفقیت فقط به چیزی که به دست می‌آوری، به چیزی که می‌خواهی یا به دست می‌آوری محدود نباشد، بلکه به کسی که در حال تبدیل‌شدن به آن هستی بستگی داشته باشد؟

حسرت‌های روز شکرگزاری

اشکالِ تغییر تعریف موفقیت از *چیزی* به *فردی* دیگر این است که پاداش‌های یکسانی برایشان وجود ندارد؛ دست‌کم در فرهنگ عمومی ما چنین است. وقتی اول می‌شوید، جام قهرمانی را دریافت می‌کنید. وقتی در محل کار عملکرد خوبی دارید، پاداش مالی می‌گیرید. وقتی در یوتیوب ولاگر شمارهٔ یک هستید، پربازدید می‌شوید و پول دریافت

می‌کنید. اما اگر با اطرافیانتان مهربان و سخاوتمند باشید، هیچ‌کس به شما مدالی نخواهد داد.

درجامعه‌ای که هرکسی به منافع خودش فکر می‌کند، خوب‌بودن بسیار مشکل است. معمولاً کسی بابت اینکه کار درستی انجام می‌دهید یا دوست و همسایهٔ باملاحظه‌ای هستید، به شما پاداشی نمی‌دهد.

متأسفانه بر اساس نتایج بسیاری از پژوهش‌ها، سخاوتمندی یا بخشندگی ارتباط مستقیمی با احساس خوشبختی خود ما دارد. برای مثال، در پژوهشی به شرکت‌کنندگان صد دلار داده شد تا طی چند هفته خرجش کنند. به نیمی از شرکت‌کنندگان گفته شد که آن پول را برای خودشان خرج کنند و از بقیه خواستند که آن را برای دیگران خرج کنند. حدس بزنید که در نهایت کدام گروه احساس رضایتمندی بیشتری داشتند؟[۵] پاسخ گروهی است که پول را برای دیگران خرج کرده بودند.

من در حوزهٔ فعالیتم زمان زیادی را روی صحنه می‌گذرانم. چه در کلیساها با حضار حرف بزنم و چه مشغول سخنرانی در شرکت‌ها باشم، وقتی کارم را خوب انجام می‌دهم، مردم متوجه می‌شوند؛ به من توجه می‌کنند، تشویقم می‌کنند، آمار بازدیدم در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و محتوای من را می‌پسندند. اما وقتی با بچه‌هایم بازی می‌کنم و مثل دایناسورها روی زمین چهاردست‌وپا راه می‌روم، هیچ‌کس مرا نمی‌بیند. وقتی با همسرم گفت‌وگویی عمیق و عاطفی دارم، کسی رفتارمان را مشاهده نمی‌کند. وقتی هنگام نیاز در کنار دوستم هستم، هیچ‌کس متوجه نمی‌شود.

من این کارها را انجام نمی‌دهم چون فکر می‌کنم آدم خوبی هستم، بلکه انجامشان می‌دهم زیرا افراد زیادی را دیده‌ام که به همهٔ اهداف شغلی‌شان رسیده‌اند، اما از اهداف شخصی‌شان غافل شده‌اند. من هرگز مخالف پول نیستم، اما معتقدم به‌خاطر خودمان هم که شده باید تعریف جامع‌تری از موفقیت داشته باشیم. شاید زمانی که برای خودتان صرف می‌کنید، شما را به آدم بهتری تبدیل کند، اما زمانی که صرف دیگران می‌کنید، به‌منزلهٔ سرمایه‌گذاری بلندمدتی در خوشبختی جمعی شماست.

خوب است از خودتان بپرسید:

اکنون چه کاری از دستم برمی‌آید تا مطمئن شوم که اطرافیانم قلباً دوست دارند روابطشان را با من حفظ کنند؟ اکنون چه کاری می‌توانم انجام دهم تا خیالم راحت

باشد که فرزندانم در آینده با اشتیاق برای تعطیلی روز شکرگزاری به خانه‌ام می‌آیند؟

اکنون چه کاری می‌توانم انجام دهم تا اطمینان حاصل کنم که مردم دوست دارند مدتی طولانی برای من یا در کنارم کار کنند؟

اگر عزیزانم به‌خاطر اقتضای اهداف شغلی‌ام روابطشان را با من قطع کنند، آیا دستیابی به امیدها و آرزوهای شغلی برایم کفایت خواهد کرد؟

درحال‌حاضر، فرزندانم کوچک‌اند. می‌دانم که می‌توانم در همهٔ تعطیلات آن‌ها را ببینم. می‌دانم که فرصت دارم تا کار درست را انجام دهم و اشتباه‌هایم را جبران کنم، اما تضمینی وجود ندارد که آن‌ها برای همیشه در کنارم بمانند. واقعیت این است که همهٔ ما به‌اندازهٔ یک میز خالی در مهمانی سوت‌وکور روز شکرگزاری با این حسرت فاصله داریم که ای‌کاش طور دیگری رفتار کرده بودیم.

آخرین برگ برنده

هنگام مربی‌گری اجرایی، یکی از مباحثی که برای کارآموزان توضیح می‌دهم، «تمرین دیدگاه شخصی» است.

این تمرین با پاسخ‌دادن به این پرسش آغاز می‌شود: *دیگران* چگونه شما را در یک یا دو کلمه توصیف می‌کنند؟ اندکی دربارهٔ این پرسش فکر کنید. می‌توانید برای اطمینان از کسی بپرسید یا حدس خودتان را بگویید. بخش دوم تمرین شامل پاسخ‌دادن به این پرسش است:

خودتان را در یک یا دو کلمه چگونه توصیف می‌کنید؟

در یکی از کلاس‌ها این تمرین را با یکی از کارآموزان آغاز کردم و کنجکاو شدم که بدانم دیگران او را با چه کلماتی توصیف می‌کنند.

او به من گفت: «رُک و رُوراست.»

گفتم: «چه جالب. حالا خودت را با یک کلمه توصیف کن.»

بی‌درنگ پاسخ داد: «بامزه!»

خب، اینجا با مشکل مواجه شدیم.

اشکالی ندارد که آدم رُک یا روراست باشد، اما بامزه‌بودن با این ویژگی‌ها هم‌خوانی ندارد. تنها مشکلی که با رُک یا روراست‌بودن داریم این است که هیچ‌کس آگاهانه این خصوصیات اخلاقی را انتخاب نمی‌کند. مثلاً هیچ دانش‌آموز کلاس هشتمی وجود ندارد که الان نشسته باشد و با خودش فکر کند: «وقتی بزرگ شدم، می‌خواهم... روراست باشم.» اما هریک از ما ممکن است ناخواسته تبدیل به آدمی رُک یا روراست شویم. گاهی تجربه‌های زندگی ما را به این نتیجه می‌رسانند که برای بقایمان باید به‌شیوهٔ خاصی رفتار کنیم. اما قرار نیست که زندگی یا شغلتان را با تکیه بر شانس و اقبال توسعه دهید. باید در این مورد حساب‌شده عمل کنید.

به همین دلیل، پاسخ‌دادن به پرسش سوم بخش اصلی این تمرین است: *دوست دارید دیگران شما را با چه کلمه یا کلماتی توصیف کنند؟*

بیشتر مردم نمی‌دانند که می‌توانند کلمهٔ دل‌خواهشان را انتخاب کنند و برای رسیدن به آن ویژگی تلاش کنند. اغلب مردم بر این باورند که محصول محیط اطرافشان هستند. ممکن است برخی از مردم ذاتاً خوش‌بین یا بدبین باشند. برخی از افراد ذاتاً درون‌گرا یا برون‌گرا هستند. اما بهترین بخش رفتن به پلهٔ بعد این است که شما می‌توانید انتخاب کنید چطور آدمی باشید. کلمهٔ دل‌خواهتان را انتخاب کنید.

شجاع

کوشا

صمیمی

شاد

روشن‌فکر

دل‌سوز

منحصربه‌فرد

آرامش‌بخش

وفادار

اصیل

مهربان

شما واقعاً می‌توانید جهت زندگی‌تان را *انتخاب کنید*. گاهی ممکن است یک کلمه بینشی را به شما ارائه کند که لازم است برای رسیدن به آن تلاش کنید. اگر می‌خواهید طور خاصی توصیف شوید، فقط حواستان باشد که به آن ویژگی عینیت ببخشید. اگر دوست دارید دیگران بگویند بهترین مشوقی هستید که تابه‌حال با او کار کرده‌اند، دست‌به‌کار شوید و اطرافیانتان را تشویق کنید. هیچ‌کس نباید برای تعریف‌کردن از شما مجبور به دروغ‌گویی شود.

شاید تعریف جدیدتان از موفقیتْ درونی باشد. شاید دلتان بخواهد فاصلهٔ موجود میانِ کلمه‌ای را که برای توصیف خودتان انتخاب کرده‌اید و کلمه‌ای را که دوست دارید در توصیف شما به کار ببرند، از بین ببرید. شاید تعریف جدیدتان از موفقیت ربطی به پول نداشته باشد، بلکه نشان‌دهندهٔ تأثیری باشد که بر زندگی دیگری می‌گذارید.

اینکه تصمیم می‌گیریم چه کسی باشیم و انتخاب‌هایی که پس از آن پیش رویمان قرار می‌گیرند، در نهایت تبدیل به چیزی می‌شوند که من دربارهٔ آن بسیار فکر می‌کنم: میراث. میراث شما آخرین برگ برنده‌تان است؛ میراث به معنای فکرکردن به مفهوم موفقیت از این زاویه است که چگونه زندگی شما بر دیگران تأثیر خواهد گذاشت. از همین چشم‌انداز، من کلمهٔ توصیف‌کنندهٔ خودم را پیدا و انتخاب کرده‌ام: دوست دارم دیگران مرا سخاوتمند توصیف کنند. به همین دلیل است که در شرکت و خانوادهٔ ما اهداف مادی وجود ندارند، کار و زندگی‌مان حول محور اهدافی با تمرکز بر بخشیدن به دیگران می‌چرخند.

ما هر سال مبلغ مشخصی را برای بخشیدن مشخص می‌کنیم. این هدف دقیقاً همان چیزی است که باعث رشد شرکتمان شده است؛ این ارزش هم شخصی است و هم کاری. معیار و تعریف ما از موفقیت در این هدف خلاصه شده است که چقدر می‌توانیم از سازمان‌ها و افرادی حمایت کنیم که سعی می‌کنند در دنیا تفاوتی ایجاد کنند. از طرفی این همان میراثی است که دلمان می‌خواهد در پایان زندگی‌مان از خودمان به جا بگذاریم. اثرگذاشتن و سخاوت به ما انگیزه و قدرت می‌دهند تا به هدفمان جامهٔ عمل بپوشانیم.

انگیزهٔ شما چیست؟ موفقیتتان را چگونه ارزیابی می‌کنید، با رسیدن هدف موردنظرتان یا با بدل‌شدن به فردی جدید؟ شما را تشویق می‌کنم که تمرین دیدگاه

شخصی را انجام دهید و با دقت تأمل کنید که دوست دارید جهت زندگی و شغلتان با چه چیزی مشخص شود.

چکیدهٔ نکات مهم فصل

- تعریف ما از موفقیت اغلب تحت‌تأثیر آرزوهای گذشته‌مان است.
- تعریف ما از موفقیت همیشه منحصر به خودمان نیست، بلکه در نتیجهٔ عواملی بیرونی مانند جنسیت، نژاد، ملیت یا صنعت انتخابی‌مان شکل گرفته است.
- ما باید تعریفی درونی از موفقیت داشته باشیم و اهدافمان را به‌وضوح مشخص کنیم.
- باید مراقب باشیم که بهای دستیابی به اهدافمان، ازدست‌رفتن زندگی شخصی و روابطمان نباشد.

یک راه برای اطمینان حاصل‌کردن از ایجاد تعریفی جامع و متفکرانه از موفقیت این است: به‌جای خلاصه‌کردن مفهوم موفقیت در یک چیز، آن را در فرد جدیدی خلاصه کنیم که قرار است به آن تبدیل شویم.

همین حالا دست‌به‌کار شوید

تمرین دیدگاه شخصی

از خودتان بپرسید:

۱. *دیگران* مرا با چه کلمه یا کلماتی توصیف می‌کنند؟

۲. من خودم را با چه کلمه یا کلماتی توصیف می‌کنم؟

۳. دوست دارم دیگران مرا با چه کلمه یا کلماتی توصیف کنند؟

ادامه دارد...

برای مطالعهٔ مشخصات کتاب **پلهٔ بعدی** یا سفارش نسخهٔ فیزیکی آن می‌توانید روی لینک زیر کلیک و کتاب را از سایت نشر نوین تهیه کنید.

خرید کتاب **پلهٔ بعدی**

www.NashreNovin.ir