

د. ديفيد ر. هاوكينز

مكتبة | 218

النجاح

هو

لك



ترجمة: د. محمد ياسر حسكي

بسام عبدي

النجاح
هو
كفا

SUCCESS IS FOR YOU

النجاح هو لك

د. ديفيدر. هاوكينز

ترجمة: د. محمد ياسر حسكي و بسام عبدي

تدقيق: كارمن الشرباصي

Copyright © 2016 by the David and Susan Hawkins Revocable Trust.

Original English language publication 2016 by Hay House, Inc., Carlsbad, California, USA

حقوق الترجمة العربية محفوظة للناشر ©



رأس بيروت المنارة شارع الكويت

بناية يعقوبيان بلوك B طابق 3

بيروت لبنان تليفاكس: 009611740110

الرمز البريدي: 2036 6308

Email: alkhayal@inco.com.lb

www.darelkhayal.com

التنفيذ الفني: دالخيال

الطبعة الأولى: 2017

ISBN: 978-9953-978-01-7

د. ديفيد ر. هاوكينز

النجاح هو كسب

ترجمة: د. محمد ياسر حسكي و بسام عبدي

للمزيد والجديد من الكتب والروايات

زوروا صفحتنا على فيسبوك

مكتبة الرمي أحمد

والخيال

مكتبة الرمي أحمد

المحتويات

- 7..... تمهيد بقلم «والي أرنولد»
- 11..... توطئة بقلم الدكتورة «دونا روبنسون»
- 12..... المقدمة: الطريق إلى الثروة والشهرة
- 22..... الفصل الأول: الحصول على الموز
- 39..... الفصل الثاني: تركيبة النجاح
- 57..... الفصل الثالث: البرهان موجود في الحلوى
- 71..... الفصل الرابع: تحقيق النجاح
- 83..... الفصل الخامس: إفساد النجاح
- 99..... الفصل السادس: تنجح النزاهة
- 115..... الفصل السابع: التخلّص من العمل التجاري
- 123..... الفصل الثامن: رقة القلب في مقابل قسوة القلب

- 139.....الفصل التاسع: النجاح السريع
- 169.....الفصل العاشر: عندما تضطر إلى دخول الحمام، فلا بد أن تدخله.
- 187.....الفصل الحادي عشر: القمّة
- 205.....الفصل الثاني عشر: الفائز على نحو سهل
- 217.....شكر وتقدير
- 219.....عن المؤلف

تمهيد

كان الأمر محض صدفة عندما علمتُ بأمر الدكتور هاوكينز للمرة الأولى. في عام 2004 كنتُ أنا وزوجتي في زيارة إلى «ويلز» حيث التقينا بصديقة جديدة خاضت مباشرة في نقاش حول الروحانية.

قامت صديقتنا عند نقطة معينة بسؤالني عن الكتب الروحانية التي أحبّ قراءتها، فقلتُ أنني كنتُ منجذبًا إلى طريق روحي داخلي، وبينما لعبت الكتب دورًا هامًا في ذلك التطور، إلا أنني لم أكن أقرأ في ذلك الوقت الكثير حول ذلك الموضوع، فأجابت أن المؤلف الروحاني الوحيد الذي تُوصي به هو رجل يُدعى الدكتور «ديفيد ر. هاوكينز».

بعد شهر أو أكثر، وصلت نسخة من كتاب «القوة مقابل الإكراه» Power vs. Force (الصادر باللغة العربية عن دار الخيال - لبنان) إلى صندوق بريدي، ثمّ التقيتُ بعد ذلك بوقت قصير، أنا وصديقتي في مدينة «سيدونا» في ولاية «أريزونا» من أجل حضور إحدى محاضرات الدكتور هاوكينز، الذي تحدّث لأكثر من ساعة قبل الخروج إلى استراحة،

فما كان مني إلا أن شققتُ طريقي إلى الخارج على الفور ورحتُ أبكي. لقد كانت دموع الامتنان ولا ريب في ذلك.

مرّت السنوات التالية سريعة عليّ وعلى زوجتي، ما بين تنمية تجارتنا وتنشئة أبنائنا الخمسة، ولكن مع ذلك، أوجدنا وقتاً من أجل حضور محاضرات الدكتور هاوكينز وفي النهاية تطوعنا للمساعدة بأيّ طريقة ممكنة. مع بلوغه الثمانين من العمر، تباطأ جدول محاضراته، إلا أنّ رسالة معززة للحياة كانت تنبعث على الدوام من كلماته.

كانت وفاة «الدكتور» أمراً مفاجئاً، فقد كان وما يزال هبةً من الإله لي وللآلاف من الأشخاص الآخرين. ثمّ في عام 2015، علمتُ أنّ الدكتور ترك مسوّدة غير منشورة بعنوان النجاح هو لك. نظراً لعملي مقاولاً مدى الحياة فقد اخترت بالتأكيد كلاً من النجاح والفشل، ولم أكن أطيق الانتظار حتى أقرأ ما قاله الدكتور حول هذا الموضوع.

منذ عدة سنوات، عندما كان لديّ شركة تُدعى «الأنوار»، عملتُ مع رجل رائع كان له دور أساسي في النهوض بشركة «ستاربكس» من شركة صغيرة إلى علامة تجارية عالمية. في أحد الأيام أخبرني قصة حول أهمية عيش «حياة القبعة الواحدة». لقد قال إنّ معظم الأشخاص الذين تلتقي معهم يرتدون العديد من القبعات: واحدة في العمل، وأخرى في المنزل، بالإضافة إلى قبعة أخرى في حياتهم الروحية. لقد تعلم أنّ الأشخاص يكونون في أفضل أحوالهم عندما يعرفون أنفسهم ويمتلكون مجموعة واضحة من القيم التي تُطبّق بالتساوي على جميع نشاطات الحياة.

تُساعدنا مجموعة أعمال الدكتور هاوكينز على اكتشاف قبعتنا الوحيدة، التي هي حقيقتنا، وعلى خلق إطار يضمّ جميع تجارب الحياة. يقوم الدكتور هاوكينز في صفحات هذا الكتاب المكتشف حديثاً بنسج

فهمه للحياة على شكل ملاحظات عملية وثابتة حول المبادئ الكونية وحول الفرق بين الإدراك والجوهر.

بالنسبة إلى أولئك المطلعين على أعمال الدكتور هاوكينز، سوف تُحبّون الطريقة التي يقوم كتاب «النجاح هو لك» من خلالها بدمج ما تعرفونه مسبقًا مع عالم الأعمال والنجاح. سوف تبتسم عند سماع قصصه، بما في ذلك تلك التي تدور حول المطعم الذي يُصرّ على تقديم سلطة مع صلصة «توت العليق مع تتبيلة الخل» على الرغم من أن الزبون ببساطة يُريدها مع صلصة «الألف جزيرة» التقليدية أو مع الجبن المعتق.

في المقابل، إذا لم تكن على اطلاع على كتب الدكتور هاوكينز، فإنّ هذا الكتاب هو بمثابة مقدمة مثالية، تُزوّدك بروى عميقة تسمح لك بالتركيز وتحقيق ما ترغب فيه.

بالنسبة إلى أولئك الذين يمتلكون مسبقًا عملاً تجاريًا، يُوضّح الدكتور هاوكينز أنّ هناك زبونًا واحدًا نقوم بخدمته وسبب ذلك، ولو كنتَ تنوي البدء بعمل تجاري يومًا ما، فإنّ هذا الكتاب هو مورد لا يُقدّر بثمن، اقرأه أولاً، ثمّ أبقه في متناول اليد.

عند استلامي المسوّدة، قررتُ قراءتها وتطبيق المبادئ بنفسي. لقد جعلتني أتذكّر مباشرة تلك الميزات التي جلبت عظيم الرضا إلى حياتي المهنية، كما أنّني اكتشفت الأماكن التي كنتُ عالقًا عندها والتي تحررتُ منها لاحقًا.

بعد عدّة شهور، كنتُ أشعر بالتوتر بشأن العمل، واقتَرحت زوجتي أن أطلع مرةً أخرى على مسوّدة الدكتور هاوكينز، وقد كان اقتراحها مزعجًا بكلّ أمانة في تلك اللحظة، إلا أنّني التقطتُ الكتاب في اليوم التالي وأعدتُ قراءة أحد أقسامه، فتلاشى التوتر مباشرة. قررتُ أن أنقل كتاب «النجاح هو لك» إلى مكان دائم على مكتبي.

أنا أنظر إليه ككتاب تمهيدي للحياة والعمل التجاري، فقد قام بتأليفه إنسان متواضع حقق العظمة، وهو رجل رائع قام بتسخير مواهبه لمساعدة الآخرين، وبناء شهرة عالمية في مجال الممارسة الطبية المتقدمة، وعلاوة على ذلك، هو إنسان روحاني أدرك حقيقة مَنْ تكونون في هذه اللحظة بالذات.

سوف أبقى إلى الأبد ممتناً لالتقائي بالدكتور هاوكينز، وقد تشرفت بأن يُطلب مني كتابة هذه الكلمات. إذا كنتَ تقرأها، فإنَّ رجائي أن تكون هذه هي اللحظة السارة التي يتم فيها إطلاعك، أو إعادة إطلاعك على رسالة المقدرة واللفظ الخالدة التي سوف تخدمك إلى الأبد.

«والي أرنولدر»

مؤسس شركة «بوبكورنوبوليس»

مؤسس شركة «إليومينيشنز»

«سانتا مونيك»، «كاليفورنيا» 2015

توطئة

من منا لا يُحبّ أن يكون ناجحًا؟ كم عدد الأشخاص الذين نعرفهم والذين يطمحون إلى أن يكونوا متوسطي المقدرة، أو ما هو أسوأ، إلى أن يفشلوا عمدًا؟ على الأرجح لا أحد. إذا كان الجميع يُريد أن يكون ناجحًا، فلماذا لا يحظى بالنجاح الحقيقي إلا قلة من الناس في عالمنا؟ يقوم الدكتور ديفيد هاوكينز، في هذا الكتاب، باستكشاف هذه القضايا، وتقديم المبادئ التوجيهية العملية التي تقودنا إلى مصدر النجاح الحقيقي، وإلى طريقة لتأكيد وجودنا في هذا العالم.

لقد تمّت صياغة هذه المسوّدة في الأصل عام 1991. لقد تغيّر كلُّ شيء في عالمنا تقريبًا على الصعيد التقني منذ ذلك الحين. إنّ انتشار الإنترنت على نطاق عالمي قد جعل العديد من أنظمة المعلومات السابقة مهجورة. سوف نكتشف على الرغم من ذلك، أنّ المبادئ الأساسية في بناء النجاح تبقى متشابهة إلى حدّ كبير. يُشجّعنا الدكتور هاوكينز على تجربة هذه المبادئ الخالدة من أجلنا نحن.

سوف يرى القراء أنّ الدكتور هاوكينز يستند إلى تجربته الشخصية

كجندي عريق في الحرب العالمية الثانية، ورجل أعمال، وطبيب نفسي، وعالم، من أجل أن يُوضَّح النقاط التي يرغب في توضيحها. تعكس بعض الأمثلة التي يست خدمها بعفوية الفترات السابقة في حياته. «كم عدد صالات السينما الحالية التي تستخدم آلات الرد على الهاتف؟»، مع هذا، لا تزال آراؤه تُؤخذ في عين الاعتبار، على الرغم من إشارتها إلى أمور تجاوزتها التقنية الحديثة بكثير. إنَّ الجمع بين حسه الفكاهي وأسلوبه البسيط في التواصل يجعلنا نشعر أننا جزء من الرحلة التي يعرضها أمامنا.

لقد كان الدكتور هاوكينز طوال حياته إنساناً كرس نفسه من أجل محبة الآخرين وتشجيع نجاحهم، وتخفيف المعاناة غير الضرورية عنهم. إنَّ ما حققه في حياته التي كانت عظيمة، كان نتيجة ما كان عليه وانعكاساً للنزاهة التي خضع لها بنفسه. لقد كان ناجحاً تقريباً في كلِّ ما أخذه على عاتقه. بناءً على ذلك، فإنَّ المبادئ التي وضعها في هذا الكتاب وُلدت من التجارب الشخصية عبر العديد من عقود حياته والعديد من المشاريع، وقد تمَّ إثبات فعاليتها. حاله كحال معظم الأشخاص الناجحين جداً، كان الدكتور هاوكينز متواضعاً، ودوداً، لطيفاً، كريماً، عطوفاً، محبباً، فرحاً، فكاهياً، ومحبباً للحياة في شتى تعبيراتها. إنَّ تواجدك في حضوره هو هبة لا تقدر بثمن.

إنَّ هذا الكتاب مُقدَّم من قلب ممتن إلى جميع أولئك الذين يتمنون بحق أن يكونوا ناجحين.

٥. «فونا روبنسون»

المحررة

المقدمة

الطريق إلى الثروة والشهرة

إنني مسرور بالفعل أنك اشتريت هذا الكتاب. لماذا؟ لأن متعتي في الحياة هي الابتهاج ومشاهدة الناس يُفلحون، ينمون، يزدهرون، ويحصلون النجاح. إن سر نجاحي الخاص تحت تصرفك.

تتم كتابة معظم الكتب حول موضوع النجاح على شكل كتيبات «إرشادية». يُوجد في هذا العالم ثلاث مستويات من الوجود: «الامتلاك»، «الفعل»، و«الكينونة». سوف يدفعك الكثير من الأشخاص نحو «الفعل» ولكنهم يُغفلون «الامتلاك» انطلاقاً من «الكينونة». عندما نُصبح ناجحين، الأمر الذي لا يتعلّق بالشهرة أو الثروة، وإنما هو في الحقيقة مستوى وعي، يُصبح «الامتلاك» نتيجة تلقائية.

إن جميع الرجال والنساء الذين نشاهدهم حولنا يُصارعون على

مكتبة الرمى أصد

نحو محموم من أجل النجاح، هم عند مستوى الرغبة في «الامتلاك». إنهم يعتقدون أن طريقة الحصول على شيء ما، هي الرغبة فيه، ثم العمل بجنون من أجله. إن السبب الوحيد الذي يدفعهم إلى «الفعل»، هو طمعهم بـ «الامتلاك». قد يُنهك الأشخاص أنفسهم عامًا بعد عام في السوق التجارية عند مستوى الوعي هذا، حيث يُحققون رُبما القليل من النجاح، ورُبما لا.

ما هو النجاح؟ حسناً، إنني لست منبهراً بالملايين التي جناها الآخرون. إنني منبهر بالملايين التي لم يجنوها.

من السهل أن تكون غنياً ومشهوراً. إنه أمر بالغ السهولة إلى درجة تجعل من المؤلم رؤية جميع هؤلاء الأشخاص في العالم يُعانون، يُصارعون، ويُضخّون بلا جدوى، إذ تراهم يدورون في حلقات مفرغة بينما يؤدي الطريق الذي يتبعونه بلا ريب إلى الفشل.

نستطيع من اللحظة التي يتم فيها افتتاح مشروع تجاري جديد معرفة إن كان هذا العمل سينجح أم لا. إن علامات الفشل موجودة مسبقاً من المكان الخطأ، الموقع الخطأ، الاسم الخطأ، المحفّز الخطأ، الصورة الخطأ، السلوك الخطأ، الموظفين الخطأ، الألوان الخطأ، التصميم الخطأ، البيئة الخطأ، الموسيقى الخطأ، الطعام الرديء، الخدمة السيئة، الانتظار الطويل، النوعية الرديئة، التغليف الرديء، وعلى قمة ذلك، والخطأ الأسوأ بين كل ذلك: النية الواضحة في خدمة مصالح المرء الأنانية وحسب، واستغلال العامة من أجل الكسب الشخصي دون تقديم أي من الخدمات اللازمة لحياتهم.

لقد لاحظنا جميع ما سبق في المطعم الذي لن نعود إليه، المتجر الذي نتجنبه، الموظفين الذين كانوا بغيضين، المعاملات التجارية التي

كانت تفتقر إلى الحماسة، والأماكن التي قمنا بالتسوق منها لأنها كانت الوحيدة المتاحة.

نستطيع أن نتعلم الكثير من أمثلة الآخرين. سوف نقوم بذلك وحسب، وليس فقط كي نرى ماهية الحقائق في المسألة، بل من أجل معرفة ماهية المبادئ. يدور هذا الكتاب حول المبادئ. إنه يتعلق بالجوهر. إنه يتعلق بالتركيز بدقة مطلقة.

عندما كنت أعمل في الممارسة السريرية، كان هناك فترة قصيرة من الزمن يتوجب عليّ فيها القيام «بحقن الحبل الشوكي»، وقد تضمن ذلك إدخال إبرة بين الفقرات في أسفل العمود الفقري واستخراج بضعة قطرات من السائل النخاعي من أجل الفحص تحت المجهر. لقد كانت لدي خبرة سابقة في مستشفى الولاية حيث كان عليّ أن أقوم بذلك عند كل حالة جديدة تدخل إلى المستشفى، في الحقيقة لقد قمتُ بذلك آلاف المرات على مدى سنوات. عندما مارستُ المعالجة الخاصة، بدأتُ أتقاضى مبلغ مئة دولار مقابل كل حقنة من «حقن الحبل الشوكي». عندما تدمر أحد المرضى حول سبب تقاضي ذلك المبلغ الكبير في حين أن الأمر لم يستغرق سوى بضع دقائق، رحّتُ أبين الحقائق: «لقد كانت خمسة دولارات من أجل إدخال الإبرة وخمسًا وتسعين دولارًا من أجل أن أعرف أين أضعها بالضبط»، ضحك وقال: «حسنًا دكتور، لقد فهمت».

إن «فهم أمر ما» يعني المقدرة. إنه يعني أن تمتلك القوة على تجسيد ذلك الأمر، صنعه، تجليته، إنتاجه، تبيانته عمليًا، وتحقيقه في العالم. تتزاحم لدى العديد من الأشخاص الكثير من الأفكار الجيدة، ولكن لا

مكتبة الرمى أصد

شيء يحدث في حياتهم. إنهم لا يمتلكون القوة من أجل جعلها تتحقق.

رجاءً لاحظ كلمة القوة. سوف تكون هذه الكلمة ذات أهمية عظيمة بالنسبة إلينا، إنها السر المركزي وراء كل ما ناقشه. إن الفرق الحقيقي بين «الامتلاك» و«الفعل» و«الكينونة» هو القوة. سوف نقوم بدراسة القوة ومعرفة ماهيتها وإدراك أنها المكوّن السري الذي «يجعل الأمور تتحقق».

يملك اثنا عشر شخصًا الفكرة نفسها، ولكن واحدًا منهم فقط يجعلها تتحقق. ما هو الفارق؟ لقد مررنا جميعًا بتجربة الاستماع إلى النصيحة نفسها من عدة أشخاص. على حين غرة، يسديها لنا شخص مميز وفجأة ندركها! لقد كان التفسير المألوف هو أننا «لم نكن مستعدين بعد»، إلا أن الحقيقة هي أن الشخص الذي يمتلك القوة الحقيقية هو الذي يجعلنا مستعدين. إنه يمتلك قوة كافية على التغلب على شتى أصناف مقاوماتنا، اعتباراتنا، أنواع التسويف، المماطلة، التخبط لدينا، شكوكنا، ارتباكاتنا، شروطنا، إضافاتنا، اعتراضاتنا، وجعلها ببساطة واضحة تمامًا بالنسبة إلينا. عندما تنتهي من الإصغاء إلى شخص مؤثر، يملكنا شعور داخلي أننا كنا نعرف دائمًا ما هو الصحيح. طالما كنا نعرفه، إلا أن الشخص المؤثر يملك المقدرة على جعلنا نبصر ما هو موجود مسبقًا في أذهاننا، ولكن في إطار مختلف. إنه إطار «آها».

تدل تجربة «آها» على مستوى قوة جبار. عندما «نصل» إلى فهم شيء ما، فإننا نصل إليه لأن طاقته قد تزايدت تواليًا. لقد تمّت الإشارة إلى ذلك على نحو بديهي بواسطة صورة مصباح يُضيء فوق رأس الشخص. إنّ النور هو القوة والطاقة. إنّ جمل الطاقة على هذا الكوكب، مهما كان نوع تجليها، قد أتت إلى هنا من خلال النور. إنّ القوة موجودة في النور.

يُوجد في هذا الكتاب قوة كافية لإخراجنا عن الطريق. في الواقع، يُوجد قوة كافية لإخراجنا عن بضعة عشرات من الطرق. إن الثروة والشهرة موجودتان مسبقاً في داخلنا، وكل ما علينا فعله هو اكتشافهما. كيف لهذا أن يكون؟ لأننا كي نقرأ هذه الكلمات، يجب أن نكون واعين، وكي نكون واعين، يجب أن نكون أحياء. إن سر النجاح المؤكّد هو جزء لا يتجزأ من طاقة الحياة في حدّ ذاتها، بالتالي، فهو موجود في داخلنا.

دعونا ننظر إلى مثال عن الفرق بين «الامتلاك»، «الفعل»، و«الكينونة». كان هناك رجل ذكي ناجح ومحترف لم يتعلّم كيفية الرقص إلى أن أصبح في الخمسين من عمره. قبل ذلك، كان يدخل بصورة آلية إلى حلبة الرقص، وعندما كان يتمّ شده إلى حلبة الرقص، كان يدفع نفسه مع الموسيقى على نحو أخرق، وخجول، وبصعوبة بالغة. لقد أخذ عدداً غير متناه من دروس الرقص، ومع ذلك ما زال عاجزاً عن الرقص، كما أنّه لم يختبر المتعة والسعادة والارتياح التي رآها على وجوه الآخرين.

ظهرت في الستينيات موسيقى «الديسكو»، وبات الرقص الحر الذي اتسم بالعفوية شائعاً. حسناً، إذا كانت رقصة «فوكستروت» مخيفة، فإنّ في التوجه إلى حلبة الرقص و«إطلاق العنان» كان أكثر استحالة بالنسبة إليه. «حتى أنّه لم يستطع أبداً القيام بالرقصة البهلوانية».

في يوم من الأيام كان متواجداً في مناسبة اجتماعية حيث كانوا يعزفون موسيقى «الروك». لقد تجنّب الاقتراب من حلبة الرقص خوفاً من أن يتمّ سحبه من قبل امرأة متحمّسة. عند تلك النقطة، اقتربت منه امرأة يعرفها وقالت له: «هيا، أنت تستطيع الرقص»، قال لها: «كلا، لا أستطيع. لقد حاولت، لا أستطيع القيام بذلك».

كانت تعرف أنه قد أنهى للتو دورة كاملة من الدروس في رقص «الديسكو» في صالة الرقص المحلي، وأن النتائج كانت معدومة. ضحكت وقالت: «سوف أريك كيف»، ثم قالت الكلمات السحرية: «لا تنظر إلى قدميك. انسَ أمر قدميك، انظر إلى وجهي، قُم بتحريك جسدك بالطريقة التي أحرك بها جسدي، وانسَ أمر ساقيك وقدميك. سوف تتحركان تلقائيًا في الاتجاه الصحيح».

راح يُركّز على نحو مكثّف على تعبيراتها وعلى الطريقة التي كانت تُوازن بها جسدها. لقد أخذ بنصيحتها ونسي أمر ساقيه وقدميه. من المؤكد أنه حالما انسجم مع سلوكها، وجد نفسه يرقص! بكلّ أمانة، كان الأمر بسيطًا، وسهلاً، ولم يُفكر فيه حتّى. لقد بدأ الأمر بالحدوث بكلّ بساطة «من تلقاء نفسه». لقد بدأ بالرقص كما لو أنه كان يعرف دائماً كيفية ذلك. كان الأمر تلقائيًا، وممتعًا، وقد شعر أنه حر مثل العصفور. فجأة، أصبح سعيدًا إلى درجة لم يكذب يُصدّق نفسه. شعر بموجة من المتعة، التحرر، والطاقة. أمضى تلك الليلة بأكملها وهو يرقص!

لقد انتهى الآن كلّ الألم الناجم عن سنوات من الشوق المكبوت المحبب لأن «يكون على هذا النحو»، وراح يُعوّض عن الوقت الضائع. كان يذهب إلى «الديسكو» في كلّ ليلة، ونادرًا ما يذهب إلى الفراش قبل الساعة الثالثة صباحًا. استمر على هذا الحال عدة سنوات، كان ببساطة عاجزًا عن التوقّف عن الرقص، والأمر الذي أذهل الجميع هو أنه اكتفى بثلاث أو أربع ساعات من النوم كلّ ليلة وبقي مع هذا، يُنجز أكثر مما كان ينجزه في أيّ وقت مضى خلال اليوم. نستطيع القول إنّه كان يحظى برحلة مجانية نتيجة زيادة الطاقة، الأمر الذي كان يتجلّى حقًا على هيئة فرح.

لم تكن صديقة الرجل معلّمة رقص، ولكنها حققت في غضون ثوانٍ ما عجز عن تحقيقه جميع المحترفين على مدى سنوات. إن سر الكتاب موجود في ذلك المثال، وهو تعليمنا كيفية الرقص بحيث يكون أمرًا سهلاً وتلقائيًا. إن الثروة والشهرة شبيهان بذلك، فهما أمران سهلان، وممتعان، وهما يتحققان ببساطة نتيجة «فهمهما». الآن بما أن الرجل عرف كيف يرقص، فقد سمح للأمر بالحدوث. لم يكن ذا خيالٍ واسع، ولكن بينما كان يرقص، كانت هناك نماذج معينة تخطر في ذهنه، جنبًا إلى جنب مع أساليب لتحريك يديه وجسده. لم يسبق أن حدث معه شيء من هذا القبيل.

لقد اكتشف أيضًا السر وراء «الرقص الصوفي»، فقد لاحظ أنه كلما رقص أكثر، امتلك المزيد من الطاقة. كان يذهب إلى «الديسكو» مع مجموعة كاملة من الأشخاص ويُرهبق النساء واحدة تلو الأخرى من كثرة الرقص، فيغادرن حلبة الرقص منهكات. كلما رقص مدة أطول، امتلك المزيد من القوة والطاقة. كان لا يتعب، وكان السبب الوحيد الذي يجعله يذهب إلى المنزل هو أنهم أغلقوا «الديسكو». كان ليواصل الرقص طوال الليل، فقد كانت القوة الداخلية «مطلقة».

لقد وجد أن جسده كان يصل أثناء الرقص إلى توازن داخلي معين كما لو أنه كان يدور حول مركز خفي، وكما لو أنه كان متوازنًا تمامًا كالدوّامة. ما إن تنطلق الدوّامة حتى تستمر في الدوران بلا عناء، وتلك كانت حاله أثناء الرقص. ليس أن الأمر لم يكن يتطلب منه بذل طاقة وحسب، بل إن طاقته كانت تزداد. في الواقع، كان في استطاعته الرقص بتلك الطريقة ساعات ورُبّما إلى ما لا نهاية. رُبّما كان سيضطرّ فقط إلى التوقّف كي يأكل أو يذهب إلى الحمام، لم يكن يعلم، لأنه كان يرقص أحيانًا عدة ساعات دون أن تتغيّر التجربة الداخلية على الإطلاق.

اعتاد هذا الشخص الذهاب إلى الرقص كل ليلة تقريبًا مع مجموعة من الأشخاص. في أغلب الأحيان تكون إحداهم هي تلك المرأة التي رقص معها في المرة الأولى. ثمَّ باتا مشهورين في أماكن «الديسكو» الرئيسية في البلدة. كان أصحاب «الديسكو» متحمسين لوجودهم دائمًا هناك، واعتادوا أن يسمحوا لهم الدخول دون مقابل ويقدموا لهم الطعام. كان حشد الناس يقف حولهم وهم يحتسون مشروباتهم، محاولين استنهاض شجاعتهم من أجل البدء في الرقص. نحن نعلم كيف يكون الأمر بالنسبة إلى أول زوج من الراقصين عند حلبة الرقص، فالجميع يُمانع أن يكون الشخص الوحيد هناك. حسنًا، كان صاحب «الديسكو» يُومئ إلى هذا الرجل وهذه المرأة بالرقص، فيندفعان بسلاسة إلى حلبة الرقص في حالة من البهجة. يبدو أن حالة البهجة المرتفعة كانت تُؤثر في كل شخص في المكان بأكمله. كانت الأضواء على المنصة تبدو فجأة أكثر سطوعًا، وكان الجمهور يقف ليُراقب فترة من الزمن لأنَّ هذا الثنائي كان بصراحة رائعًا بالفعل.

ليس ثمة مراحل متوسطة في الشهرة والثروة. إننا نحصل عليهما في اللحظة التي نصل فيها إليهما. إنَّ التعبير عنهما ومشاهدتهما يتحققان في العالم ما هو إلا نتيجة لما قد حصل مسبقًا. إنَّ النجاح هو ما يحصل «هناك في الخارج» نتيجة لما قد حصل مسبقًا «هنا في الداخل». إننا نمتلك مسبقًا واحدًا من أعظم الأسرار: إنَّ مصدر الشهرة والنجاح هو «هنا في الداخل» وليس «هناك في الخارج!».

إننا ندرك الآن السبب الذي يجعل الهرولة العقيمة وراء النجاح، مضمونة الفشل. إنَّ مثل هؤلاء الأشخاص يبحثون في المكان الخطأ. إنَّهم يبحثون «في الخارج»، في حين أنَّه في المقام الأول ليس «في الخارج». عندما ينظرون حولهم يرون رموز النجاح التي يمتلكها

الأشخاص في الخارج سيارات الليموزين، العناوين الفخمة، الملابس باهظة الثمن، النوادي المشهورة، ويستتجون أن هذه هي الأمور التي يجب السعي إليها، بينما السر الداخلي للنجاح هو البهجة. إننا نشرع في صنع كرة الثلج المتدحرجة ثم نجلس ونشاهدها تتزايد في الحجم فيما تكتسب قوتها الدافعة.

عند هذه النقطة أودُّ من الجميع الكفَّ عن محاولة أن يُصبح ناجحًا. أريد منك أن تُلقي بعيدًا جميع كتب «كيف تُصبح ناجحًا»، وأريد منك أن تُصبح شخصًا ودودًا. إنَّه لمن المخزي أننا نستطيع أن نجني من المال في هذا العالم فقط من خلال كوننا ودودين، أكثر بكثير مما نجنيه عند السعي إلى النجاح. ذاك هو الأمر الوحيد الذي أطلبه منك عند هذه النقطة: كُن ودودًا وامتلك ذهنا منفتحًا. إنَّ امتلاك ذهن منفتح هو جزء من كونك ودودًا، أليس كذلك؟ إنَّ إعطاء الشخص الآخر فرصة الاستماع إليه، هو جزء لا يتجزأ من كونك ودودًا. إذا كنت تنوي فعل ذلك، فليس لديك مشكلة.

عندما كنتُ طفلاً اعتدتُ الذهاب إلى المخيم كلَّ سنة، وفي كلِّ سنة كنتُ الضفدع. كنتُ خائفًا من السباحة، ولم أكن أعرف كيف. لقد بقيتُ ضفدعًا على الرغم من جميع دروس تعليم السباحة. في يوم من الأيام كنتُ أزور بعض الأصدقاء عند البحيرة في «ويسكونسن»، ثمَّ خرجنا على متن قارب صيدهم الصغير. بدأنا بالمزاح الخشن كما يفعل الأطفال، وكان الشيء التالي الذي أعرفه، هو أن ثلاثتهم قاموا بحملي ورمي من القارب. كنتُ أضرب بيديّ كلتيهما على الماء على نحو جنوني بضع ثوانٍ، ثمَّ جاءت اللحظة السحرية. على حين فجأة، استلقيتُ على ظهري، ركلتُ بقدمي، وبدأتُ السباحة على الظهر.

مكتبة الرمي أصد

يا إلهي، لم يكن في الأمر شيء على الإطلاق! كلُّ ما كان عليَّ فعله هو أن أطفو وأحرّك أطرافي في الماء بسهولة. كان الأمر سهلاً، وممتعاً. انتقلتُ من كوني ضفدعاً إلى دولفين، واستطعتُ القيام بجميع أنواع السباحات: وجدتُ نفسي أقوم تلقائياً بسباحة الصدر، ثمَّ انتقلتُ إلى أسلوب الفراشة، ثمَّ انتقلتُ إلى سباحة الظهر. بعد ذلك أصبحت سباحاً خبيراً. إنَّ النجاح الحقيقي شبيه بكونك فليئة في الماء، حيث تطفو نتيجة قابلية الطفو الخاصة بها وليس من خلال الجهد المسعور.

إنَّ الهدف من هذا الكتاب هو جعلك «تصل» إلى القناعة واليقين الداخليين أنك تستطيع أن تجني المال وتُصبح ناجحاً ومشهوراً إذا رغبتَ في ذلك. ما إن تحصل على الوصفة، حتى يُصبح تحقيق النجاح والشهرة مجرد مسألة إيجاد الوقت للقيام بهما، وسيكون ذلك هو حالك. لقد ساهمت جميع مؤتمرات الأعمال التجارية المكلفة في عطلة نهاية الأسبوع ورحلات الوعي ومؤتمرات «كيف تقوم ب...» التي قمتَ بحضورها في تكوين معرفتك. على الرغم من ذلك، فإنَّ امتلاك الحقائق ومعرفة كيفية لا يضمنان النجاح. يُوجد عوامل أخرى معنية. إنَّها تلك العوامل السريّة الأخرى التي سوف نستكشفها في هذا الكتاب.

الفصل الأول

الحصول على الموز

في تجربة شهيرة، تمّ وضع قرد في قفص، وتمّ وضع الموز خارج القفص عند الاتجاه المعاكس للباب، وبعيداً عن متناول يده. عندما رأى القرد الموز عبر القضبان، تمّ فتح الباب خلفه. إنّ ما حدث هو أنّ القرد مدّ ذراعه بين القضبان. لقد صارع وقام تقريباً بخلع كتفه، محاولاً باهتياج الإمساك بما كان بعيداً عن متناول يده. كان من الممكن أن يُصارع هناك ساعات، أسابيع، أو أشهر، وسيبقى الموز بعيداً عن متناول يده. كي يحصل على الموز، ما كان عليه سوى أن يُدير له ظهره ويسير عبر الباب المفتوح.

إنّنا نعلم أنّه في اللحظة التي اختبر فيها تجربة «آها» ورأى الباب المفتوح، كان النجاح تلقائياً. إنّهُ تجلّ وحسب لما حدث للتو. في اللحظة التي رأى فيها القرد الباب المفتوح، كان في حكم من امتلك الموز بالفعل. كان يستطيع أن يحصل على الموز ويأكل منه قدر ما يستطيع. إنّ الشهرة والنجاح يُشبهان ذلك تماماً إنّهما يحصلان في اللحظة التي ندرك فيها شيئاً ما. إنّ النجاح هو التعبير التلقائي عمّا

حدث للتو، وما يعتبره العالم شهرة ونجاحًا هما محض رموز وتمثيلات خارجية لما «حدث» للتو.

تكمن الصعوبة في أنّ العالم يخلط بين «هناك في الخارج» و«هنا في الداخل». إنّه يعتقد أنّ المال، النجاح، سيارات الليموزين، وكل ذلك الذي يتماشى مع النجاح هي الأسباب في حين أنّها النتائج. من أجل ذلك يسعى الناس، كما القردة، إلى الوصول إلى الموز. إذا نظرنا حولنا، سوف نرى الملايين من الأشخاص الذين يُعانون سنة بعد سنة من أجل الوصول إلى الموز، وليس لدينا أدنى فكرة عن السبب. إنّ النجاح والشهرة، كما السعادة، لا يُمكن السعي إليهما مباشرة. لا يُمكن تحقيق السعادة من خلال الكفاح، فهي النتيجة التلقائية لإحساس داخلي بالسرور والفرح والرضا. تأتي السعادة على نحو تلقائي من كونك شخصًا من نوع محدد، ومن تصرفك بطريقة محددة في العالم وتجاه الحياة. إنّ الشخص السعيد بحق يكون سعيدًا بغض النظر عمّا يحدث معه. لقد كنتُ غنيًا سعيدًا، وكنتُ فقيرًا سعيدًا. كنتُ أعزبًا سعيدًا، وكنتُ متزوجًا سعيدًا، كنتُ تلميذًا سعيدًا، وكنتُ معلمًا سعيدًا.

إنّ مصدر الفرح موجود في كلّ لحظة، إنّه مستقل تمامًا عن «هناك في الخارج». إنّ النجاح والشهرة يُشبهان ذلك تمامًا، فهما لا يملكان إلا أن يحدثا. ما أن نشرع في صنعها، حتى تندرج كرة الثلج تلقائيًا إلى الأسفل، وليس علينا فعل أيّ شيء آخر حيالها. إنّ الدقة والتوازن لا يحتاجان إلى بذل الجهد، و«القوة» أمر سهل، فهي البركة، الاتزان، اليسر، الثقة، اليقين. إنّ ما يعتمد عليه العالم خطأ هو «الإكراه».

إنّ أعظم ضاربي كرات البيسبول على مرّ التاريخ لم يكونوا معروفين بامتلاكهم لعضلات ضخمة. في الواقع، يُوجد الملايين من الأشخاص الذين يمتلكون عضلات ذراعيين وأكتاف أكبر من اللاعبين

النجوم على مرّ الزمان. لو كان في استطاعة «الإكراه» تحقيق النجاح، لكان الجميع ناجحًا. إذا بحثنا في السوق التجارية سوف نرى أنّ الجميع يُكرهون أنفسهم على الوصول إلى أقصى حدّ. أمّا «القوة» فهي شيء آخر. تصطدم القوة الدافعة للمضرب بالقوة الدافعة للكرة بتلك الدرجة من الدقة والتي هي التأثير الذي يُسير الكرة الراحبة.

دعونا ننظر إلى واحد من أعظم المبادئ الذي سوف نعمل عليها وهو الفارق بين القوة والإكراه، فمعرفة الفارق أمر حاسم.

في الحرب العالمية الثانية، حاز الألمان أعظم قوة عسكرية في ذلك الوقت. انتهى المطاف بـ «أدولف هتلر» الذي اعتمد على «الإكراه»، مجنونًا، متحجرًا، مهانًا، ميتًا، ملعونًا من قبل الجنس البشري، كما أنّه جلب الهزيمة إلى البلد بأكمله. قد يخلق «الإكراه» وهم النجاح فترة من الزمن، ولكن كما هو الحال لدى كل الشخصيات المشهورة التي تُقدم على قتل نفسها، من الواضح أنّ رموز النجاح ليست هي حقيقة النجاح.

ما هو مصدر «القوة»؟ إنّ «القوة» شيء تمتلكه داخل أنفسنا. لقد جسّد «وينستون تشرشل» «القوة» عندما قام بتحفيز إرادة الشعب البريطاني. بالتالي كان هناك مواجهة بين إكراه «هتلر» والقوة، إذ أنه دائمًا ما يخسر «الإكراه» عندما يُواجه «القوة».

دعونا نأخذ مثالاً آخر يظهر فيه المبدأ على نحو أكثر وضوحًا. كان ذلك في لقاء «قوة» «المهاتما غاندي» ضد «إكراه» الإمبراطورية البريطانية. في زمن تلك المواجهة، كانت الإمبراطورية البريطانية هي أعظم قوة عسكرية شهدتها العالم. لقد حكمت ثلثي الكرة الأرضية، إلا أنّ شخصًا «ضئيل الجسم» يزن تسعين باوندًا مُحترقًا من قبل

مكتبة الرمي أصد

منظومتها بسبب لونه، استطاع أن يُركعها. لو أننا فهمنا الفرق بين القوة والإكراه، لكننا تنبأنا بسقوط الإمبراطورية البريطانية، فقط من خلال ذلك الفهم. لقد انطلق «المهاثما غاندي» من مبدأ ذي حقيقة كونية، وهو المساواة بين جميع الناس بمقتضى طبيعة خلقهم. هذه هي المبادئ ذاتها التي تُعزز دستور «الولايات المتحدة الأمريكية». إنَّ المبدأ الكوني هو القوة المطلقة.

إنَّ ما حفَّز الإمبراطورية البريطانية كان المصلحة الشخصية، التي كانت محدودة. لم تكن مهتمة بصلاح الجنس البشري بأكمله، أو خدمة الحياة، أو أيِّ مبدأ كوني آخر ذي «قوة» عظيمة. عوضاً عن ذلك، لم تكن تهتمّ سوى بخدمة مصالحها الشخصية. عندما تقابل «الإكراه» المحدود في حدود الذات، والذي تجلّى أعظم ما يكون في الإمبراطورية البريطانية، مع «القوة» المطلقة لإرادة «المهاثما غاندي»، والتي وُطدت، وُحِّدت، وحفَّزت إرادة الشعب الهندي، كانت هزيمة الإمبراطورية البريطانية محتومة. إنَّ جميع الأحداث السياسية وكلِّ ما هو مذكور في كتب التاريخ هي مُجرّد نتائج، وليست السبب.

إنَّ سرِّنا الرئيسي الأول هو عكس فهم العالم للسبب والنتيجة، فالسبب والذي هو «القوة» موجود «هنا في الداخل». إنَّ ما نراه في «الخارج» ما هو إلا نتيجة، وهي تلقائية، ولا يُمكن لها إلا أن تحدث، وذلك بسبب القوانين الكونية للحياة. يُخطئ العالم عندما يحسد على النتائج. إنَّه يُحاول التقليد، ولكنه لا يعرف ماذا يُقلد. كي ننجح في حياتنا، علينا أن نُقلد السبب وليس النتيجة. إنَّ امتلاك الموز هو العاقبة، أي النتيجة. إنَّ «المظهر الخارجي» للنجاح، هو وحده الذي يعرف ما هو موجود «هنا في الداخل».

حالمًا نمتلك سر النجاح، الذي هو تجربة «آها» عند اكتشاف الباب

المفتوح، سوف تُسعد أنفسنا من خلال جعله أو عدم جعله يتجلى في حياتنا كما يحلو لنا. ما إن نُحقق البراعة الداخلية، لن يكون علينا إثباتها بعد الآن. إنَّ المتمرس الحقيقي في فن «الكاراتيه» لا يخرج إلى الشارع بحثاً عن الشجارات، وفي المقابل، إن اقترب منه شخص عنيف، فسوف يُلقنه درساً. إنَّه يلجأ إلى عشرات الطرق كي يتجنب المواجهة، لأنَّه يمتلك يقيناً مطلقاً ومعرفة داخلية بقدرته. إنَّ المعتدي لا يعرف ذلك، ولكنَّه يستطيع كسر عنقه بضربة واحدة.

إنَّ النجاح، كما الفنون القتالية، سهل للغاية. إنَّه البركة، اليسر، الاتزان، الدقة، التركيز. إنَّه وضع الشخص لأصبعه على المركز أو الجوهر الصحيح. إنَّه ليس الخلط بين السبب والنتيجة، ذلك هو الفارق. إنَّ أحد أسرار معرفة إن كنتَ حققتَ هذا أم لا هو حضور الفرح. إذا كنَّا متعبين ومنهكين في نهاية اليوم، فإنَّ ذلك نابع من عمل القرد في محاولة انتزاع الموز. يشقُّ العالم طريقه إلى بابنا عندما نخترع منتجاً أفضل، ولا حاجة بنا إلى إرهاب أدمغتنا.

كم يستغرق الوصول إلى النجاح؟ إنَّه يستغرق بالضبط جزءاً من الثانية. على الرغم من أنَّ قراءة هذه الكلمات قد يستغرق بعض الوقت على سبيل المثال، إلا أن «فهمها» الفعلي يستغرق جزءاً فقط من الثانية. في لحظة مجهولة، يفتح الباب ويختبر الشخص التجربة الداخلية التي تُفيد أنه كان دائماً يعلم.

ما إن بدأ الرجل الذي ذكرته سابقاً في الكتاب في الرقص حتى اكتشف أنه كان يعرف كيفية ذلك مسبقاً. ما الذي حدث على الصعيد النفسي، العصبي، التشريحي؟ هل كان الأمر أن الدماغ الأيسر قد اتصل مع الدماغ الأيمن؟ هل فُتح الباب بينهما؟ إنَّ الدماغ الأيمن الذي يُشبه الحاسوب التناظري والمرتبط بمعرفة كلِّ شيء، لم يكن متصلاً مع الدماغ

الأيسر الذي يشبه الحاسوب الرقمي إنه محدود ولكنه قادر على المعالجة الخطية للبيانات. إنَّ الرقص بالنسبة إلى الدماغ الأيسر هو أمر مزعج، شاق، ممل، متعب، وغير ممتع.

يُرهق الدماغ الأيسر نفسه، وسوف يُرهقنا سعيًا وراء الموز. إنه ببساطة يكتفي بالوصول إلى بضع حبات من الموز حتى يستمرّ في المصارعة. بطريقة ما، من المؤسف أن يصل القرد إلى حبة موز واحدة من القرط، لأنّه حينذاك هالك لا محالة، فما إن يمرّ بهذه التجربة مرة واحدة، حتى يغدو متأكدًا من أنّ الطريقة التي يحصل فيها على الموز هي المصارعة مع القضبان. سوف يتمّ تسييره من قبل ذلك البرنامج بقية حياته.

أصبحنا نُدرك الآن حالة العالم والسبب فيما هو عليه. سوف يكون بالطبع قردًا محظوظًا جدًا بالتأكد إذا صارع وسقط مجهدًا، ثم وقع نظره، وهو في حالته المهزقة، على الباب ورأى أمامه النور. لقد حصل معظم العالم على قدر من الموز كفيّل بجعلهم يجسسون أنفسهم على الدوام في مكانهم ذاته، ولذلك ليس ثمة منافسة في عالم النجاح الحقيقي.

أريد أن أعزز هذه الفكرة: في عالم النجاح الحقيقي ليس ثمة منافسة. عندما نصل إلى قمة أيّ شيء، لا يكون هناك منافسة، بل يُوجد قلة قليلة عند قمة الهرم. إنَّ العالم بالنسبة إلى أولئك الذين عند القمة هو محارّتهم. ما المشكلة؟ إذا كان أحدهم يمتلك أفضل مطعم في المدينة، فهو ليس مضطرًا لأن يُصارع من أجل النجاح، فهو تلقائي، والأشخاص يقفون في الصف عند الباب.

إذا كان شخص ما هو أفضل ميكانيكي في المدينة، هل سيكون لديه مشكلة في إيجاد عمل؟ كلا، فكلّ مكان تصليح في المدينة سوف

يعرض عليه فرصة العمل لديه، لأنّ الزبائن الذين اكتسبهم خلال تلك الفترة سوف يتبعونه. لقد كان هناك ميكانيكي في المدينة الصغيرة حيث كنت أعيش، وكان يستطيع تقريبًا الحصول على عمل في أيّ مرآب في المدينة، وكان لديه جمهور ضخم. كان الزبائن يتبعونه أنّى ذهب، فقد كان الأفضل، وكان الجميع يعلم ذلك.

يسوق الأشخاص أيّ عذر من أجل تجنّب مواجهة القضايا الرئيسية المتضمنة هنا. سوف يسألون: «كيف أستطيع أن أكون ناجحًا في هذا العالم وأنا لم أحصل أيّ تعليم؟ ما أنا إلا مجرد نادل»، حسنًا، دعونا ننظر إلى النُدُل. كنتُ أعرف بضع أشخاص من المنطقة الشرقية والذين يعملون رؤساء نُدُل في بعض أكثر نوادي البلد أهمية. أتذكر أنّني في إحدى الليالي في الثانية صباحًا كنتُ واقفًا في الخارج أتحدّث إلى أحدهم عندما توقّفت سيارة «ليموزين» أمام الرصيف. اعتقدتُ أنّها لا بُدّ أن تكون سيارة صاحب النادي. لقد أدهشني كثيرًا أنّ رئيس النُدُل كان من يركب في السيارة. لقد كانت سيارته «الليموزين»! أمّا مالك المطعم فقد غادر إلى المنزل قبل ذلك بساعات.

كان رئيس الندل في المطعم يجني مئة ألف دولار في السنة. من أجل ذلك، إذا كنت ستصبح نادلاً، كن أفضل نادل شهده العالم على الإطلاق. عامل جميع الزبائن كما لو أنّهم من الطبقة الملكية، وسوف يكون نجاحك مضمونًا. نستطيع أن نرى كيف أنّ نجاح رئيس النُدُل آت من «الطريقة التي يتعامل فيها مع الآخرين. بالطبع، إنّ عليه معرفة آليات العمل، هذا شيء بديهي، ولكنّ الفارق هنا يتعلق كليًا بالسلوك، الطاقة، الحافز، والعمل انطلاقًا من «القوة».

يعمل النادل الفقير انطلاقًا من الطمع، فهو يُصارع من أجل الموز، أمّا رئيس الندل الحقيقي فليس مضطرًا للقلق حيال المال البتة. أليس

كذلك؟ إنه يُعطي، ويُحقق الإتقان. إذا قمنا بتحقيق الإتقان في العالم، لن يتوجب علينا القلق حيال المال على الإطلاق، فسوف يسعى العالم إلينا. لن يتوجب علينا البحث عن وظائف. سوف تتصل بنا الشركات الأخرى على نحو مستمر وسوف تلاحقنا لأننا نمتلك ما يريدونه، إننا نمتلك الدراية. حالما نعرف كيف نُصبح ناجحين حقًا في ميدان من ميادين الحياة، نستطيع أن نُصبح ناجحين في أيّ ميدان آخر إذا اخترنا ذلك وإن كان يُسعدنا، فالتقنية هي ذاتها.

لقد كانت «إديث بياف» واحدة من أعظم الفنانين الذين شهدهم العالم في أيّ وقت مضى، فقد كانت الفنانة الوحيدة على الإطلاق التي رأيتها تنال إعجاب جمهور نادي «نيويورك» صعب الإرضاء. لم يكن هناك عين جافة في المسرح عندما كانت تغني، فقد امتلكت الجمهور بأكمله في راحة يدها. لقد امتلكت «القوة»، وامتلكت القدرة على تحفيزنا، تشويقنا، أسرنا، بالإضافة إلى إعادة إيقاظ تجاربنا الشعورية الداخلية المنسية منذ زمن طويل. لم يكن أحد يفهم كلماتها حتى، لأنها كانت تُغني بالفرنسية.

إنّ سرّ جميع الأشخاص الناجحين هو أنّهم يمتلكون «ذاك» السر. إنّ غاية هذا الكتاب هي اكتشاف حقيقة «ذاك» السر. يملك بعض الأشخاص «ذاك»، لكنهم لا يعرفون أنّهم يمتلكونه، وهم غير واعين وغير مدركين له. جميعنا يعرف أشخاصًا يمتلكون هبات عظيمة في بعض الجوانب، وإذا سألناهم كيف يفعلونها، سوف يقولون إنّهم لا يعرفون كيف يقومون بذلك، إنّهم يقومون بذلك وحسب. بالنسبة إليهم ما من حال آخر يكونون عليه. إنّها ببساطة حقيقتهم.

يعود سبب فشل الكتب التي تدور حول كيفية الوصول إلى النجاح

في تحقيق أهدافها إلى أنها تحاول وصف نمط الدماغ الأيسر. إنها تتضمن آليات الانطلاق من السبب والنتيجة، لكنّها لا تزال لم تضع إصبعها على السبب.

لقد قمت مرةً بحجز من أجل منظمة، إلا أنّ ممثلهم كان قلقاً من أننا لن نبيع جميع المقاعد في المسرح. لم أكن لأقوم بذلك في المقام الأول لو لم أكن متأكداً مئةً في المئة من أنّ الأمر ناجح. لقد أخبرتُ الشخص أن يسترخي، على الرغم من أنني كنتُ أعلم أنه لا يستطيع ذلك. بالتأكيد، كان المسرح لاحقاً عبارةً عن غرفة للوقوف فقط وكان النجاح ساحقاً، ولم لا يكون؟

إنّ كلّ ما نفعله انطلاقاً من ميدان المعرفة الداخلية سوف يكون مؤكّداً حتّى قبل أن يحدث. عندما نكون على المسار الصحيح، يكون لدينا يقين المعرفة الداخلي المطلق وتكون النتائج واضحة مسبقاً بالنسبة إلينا. لقد تمّ تشييد مبنى «إمباير ستيت» منذ اللحظة التي تمّ فيها الاتفاق على التوحد خلف فكرة تشييد أطول مبنى في العالم «في ذلك الوقت».

لقد كان ذلك المفهوم، ذلك الاتفاق، تلك الفكرة، تلك الرؤية، يحوي في داخله «القوة» الكافية لحشد آلاف العمال وملايين الدولارات، كي يُصبح ذا شهرة عالمية وأحد أهمّ المواقع السياحية في نيويورك. أمّا جمع الأموال من البنوك، وجمع العمال، المهندسين، المصممين المعماريين، ومواد البناء فلا يعدو كونه النتيجة التي تجلّت في هذا العالم، والتي تمّ حشدها، تنظيمها، وترسيخها من خلال «القوة» الكامنة خلفها.

إنّ أحد الأمور التي نلاحظها فيما يتعلّق بقوانين الفيزياء وقوانين الكون هو أنّ «الإكراه» يخلق قوة مضادّة، وهناك يكمن السبب في كوننا متعبين. إذا نظرنا إلى الأمر، نستطيع أن ندرك أنّ الإكراه غير ممكن

من دون قوة مضادة. لا يُمكن لأيّ شيء أن يضغط على شيء آخر، ما لم يكن هناك ما يُقاومه. إذا لم يكن هناك مقاومة، ليس ثمة ضغط. تتولّد الحركة من التوازن الدقيق بين هاتين القوتين. تأتي قوة دفع محرك الطائرة النفاثة من القوة الرافعة للفراغ الناجم عن سرعة الهواء عند السطح العلوي لأجنحة الطائرة في مقابل مقاومة الهواء في الغلاف الجوي. إنّ السرعة هي الفارق بين هاتين القوتين، ولذلك ينتج عن الإكراه قوة مضادة.

إنّ سرّ القوة هو أنّه ليس ثمة مقاومة لها! هناك أسطورة يونانية تتحدّث عن «سيزيف» الذي يُحاول دحرجة الصخرة إلى أعلى التلّ عكس قوة الجاذبية. إنّ حركة الصخرة هو الفرق القابل للحساب رياضياً بين القوة التصاعديّة للقوة العضلية والقوة التنازلية للجاذبية. إذا تغلبت القوة الأولى على القوة الثانية، سوف تتحرك الصخرة إلى أعلى التلّ، وإذا تمّ عكس التوازن، تتدحرج الصخرة إلى أسفل التلّ. إنّ محاولة تسلّق سلّم النجاح والوصول إلى الذروة من خلال «الإكراه» شبيهة بالقيام بلعبة «سيزيف»، فكلّ ما حصل عليه كان حالة سيئة من داء البواسير. بالطبع جميعنا نعلم النهاية الحقيقيّة لقصة «سيزيف»، فقد بدأ يتعاطى المسكرات بشراهة بالإضافة إلى تعاطي الكثير من المخدرات، ومات بسبب جرعة زائدة.

ذهب قسط كبير من الناس في ذلك الاتجاه، أليس كذلك؟ لقد كان لديهم تلك الومضة من النجاح الظاهري ثمّ ضيّعوا الفرصة. لقد بدا لوهلة أنّهم يمتلكونه لكنّهم لم يكونوا كذلك في حقيقة الأمر. لماذا نُقلّدهم؟ إنّنا لسنا مهتمين بالنظر إلى الأمور بالمقاطع العرضيّة فقط، وإنّما بالمقاطع الطولية. إنّ دليل النجاح هو كيفية تجلّيه في النهاية. إنّ الطيران عبر الهواء تمّ الوصول إلى الانهيار ليست هي الطريقة التي نُريد اتباعها. مع هذا فإنّ معظم الأشخاص في العالم يقومون بهذا،

أليس كذلك؟ إنَّهم لا يطيقون الانتظار حتَّى يفرغوا من قراءة المجلات السخيفة كي يُسارعوا إلى شراء الفستان ذاته، نوع السيارة نفسه، الذهاب إلى المطاعم نفسها، ذكر الأسماء نفسها، محاولة الظهور في الصحيفة نفسها التي يظهر فيها أولئك الذين يقرؤون عنهم. إنَّ هذا الأمر عقيم، أليس كذلك؟

لا تأتي «القوة» من الوقائع، المواقف، أو امتلاك أيِّ شيء «هناك في الخارج». تأتي «القوة» من الموقف الداخلي المتعلق بتلك الأمور. إذا نظرنا إلى أيِّ من الوقائع في العالم، سوف نرى أنَّه ليس ثمة «قوة» فيها. إنَّ ما منح تلك الوقائع «القوة» كان كيفية تفاعلنا معها، وشعورنا تجاهها، ومدى تأثيرها علينا. لقد كان سلوكنا بالمجمل تجاهها، هو ما حدد التجربة. إنَّ الموسيقى الصاخبة مزعجة بالنسبة إلى بعض الأشخاص ومبهجة بالنسبة إلى البعض الآخر، والميزة ليست في «هناك في الخارج»، وإنما هي في داخل أنفسنا، ولذلك فإنَّ النجاح هو أسلوب التعامل مع الأشياء. إنَّه مجموعة من السلوكيات، وهو أسلوب. إنَّه العزم على أن نكون محفِّزين على نحو صحيح وتبني الرؤية المناسبة. إنَّ هذه العوامل سوف تضمن النجاح على نحو تلقائي، وليس علينا فعل أيِّ شيء حيال الأمر.

إذا امتلكننا السلوك الصحيح، سوف يسعى الجميع إلينا، وسوف يرغب الجميع في أن يكون معنا. سوف يترقب الجميع القدوم إلى حفلاتنا، وسوف نتوقف عن القلق إن كان الأشخاص سيأتون إلى الحفلة، كحال معظم المضيفين والمضيفات. سوف نعلم أنَّ العكس هو الصحيح، ما لم نبقهم بعيداً، فسيكون المكان مزدحمًا.

أنا واثق أننا حصلنا سابقاً على بعض الموز. لكن ما أنا قلق حياله هو أننا لا نمتلك أقراباً منه. إذا عشنا على جزيرة استوائية من أشجار الموز

غير المتناهية، لن يكون هناك داع في الحقيقة لتخزينها. إذا جمعنا الموز أو خبأناه على نحو سرّي في مكان ما، فإنّ القرية بأكملها سوف تعتقد أنّنا مجانين. حالما نفهم عمّا يتحدث هذا الكتاب وننظر حولنا، سوف نُصاب بالذهول. إنّ جميع هؤلاء الأشخاص يقومون بتكديس الموز بينما نحن نمشي عبر أشجار الموز. سوف نرى أيضًا كم أنّ هذا الأمر مخزن، فجميع الأشخاص العطشى يجلسون في بركة من الماء، وجميع الأشخاص المفتقرين للحُبّ محاطون بالحُبّ، وجميع الأشخاص الفقراء محاطون بالمال، وجميع الأشخاص الفاشلين محاطون بالنجاح، وجميع أولئك اليائسين محاطون بالفرص، الأمر الوحيد هو أنّهم ببساطة عاجزون عن رؤيتها.

يُقال في الأسطورة إنّ «بودا» أهدى الاستنارة، دون التفوّه بأيّ كلمة، إلى مُريده «ماهاكاسيابا». في تلك اللحظة العظيمة من التاريخ، قام «بودا» بصمت بإعطائه زهرة، وفي تلك اللحظة، أصبح «ماهاكاسيابا» مستنيرًا. لم يكن هناك سعي، محاولة، تدريب، أو بذل جهد من أجل الاستنارة. لم يكن ثمة ما يتعلّق بأمر من أمور الدماغ الأيسر. لقد كانت لحظة «آها» مفاجئة، وكانت «تجربة» على نحو كامل وتام.

لقد جاء «بودا» انطلاقًا من يقين المعرفة بأنّ «ماهاكاسيابا» كان مستنيرًا مسبقًا لكنّه لم يدرك ذلك. حسنًا، إنّنا لا نعلم إن قام «ماهاكاسيابا» بالخروج واقتناء سيارة ليموزين أم لا بعد أن «فهم الأمر»، لكن من الواضح من القصة أنّ الأمر غير مهمّ. إذا اعتقد أنّها تخدم هدفًا ما في هذا العالم، أنا متأكد أنّه كان لبيتاع واحدة. إنّ البرهان الواضح ممّا حدث هو أنّنا عندما نمتلك كلّ شيء، فلا نحتاج إلى أيّ شيء.

إنَّ هذا يجعلنا ننظر إلى مجمل المأزق، الحصار، والعائق المتمثل في «الحاجة». إنَّ الرغبة في جوهرها العميق هي إنكار حقيقة أنفسنا. إنَّها تفيد أننا لا نعرف أمرًا ما، بينما في الحقيقة نحن نعرفه، وكلُّ ما هنالك أننا لسنا متصلين معه. عندما نملك كلَّ شيء، لن نحتاج أيَّ شيء. عندما نمتلك الوصفة، لن نكون في حاجة إلى تنفيذها، ومع ذلك، نحن أحرار تمام الحرية في تطبيقها إذا ما رغبتنا.

مهما بذلنا من جهد وحررنا أعيننا في جميع الاتجاهات، فلن نستطيع رؤية مؤخرة رؤوسنا. إنَّ رؤية مؤخرة رؤوسنا تحصل من مبدأ مختلف تمامًا، فهي تتطلب مرآة. هذه هي الغاية من العالم. إنَّ العالم هو مجرد مرآة نستطيع من خلالها رؤية مؤخرة رؤوسنا. إنَّ ما نراه على أنه عالمنا الخاص ما هو إلا انعكاس للمبادئ التي طالما كنَّا نتبناها على مستوى «السبب»، والذي هو موجود داخل تفكيرنا. يحدث النجاح على نحو تلقائي من خلال معرفة أين تبحث. ليس عمَّ تبحث، بل أين تبحث. يجب ألا ننظر إلى ما نملكه، أو حتَّى إلى ما نفعله، بل ننظر إلى من نكون. حالما نجد في داخلنا ما كنَّا نبحث عنه، لن يكون علينا أن نتكلَّف عناء البحث «هناك في الخارج».

بطريقة غريبة، إنَّ أقرب صلة بين الأمور في العقل اللاوعي هو النقيض بنسبة 180 درجة. إنَّنا نحصل على حلول الكثير من المشكلات إذا قمنا فقط بالتبديل بين العربية والحصان. إذا استطعنا للحظة واحدة إيقاف أنظمة معتقداتنا فيما يتعلق بالسبب والنتيجة، والافتراض لمصلحة التمرين أنهما معكوسان، فسوف تكشف الإجابات عن نفسها في لحظة. نحصل حينها على شعور «آها». لقد ذكر «فرويد» ذلك في كتابه عن الأحلام في مطلع القرن العشرين: لقد كانت إحدى آليات العقل اللاوعي هي تمويه الشيء على أنه نقيضه. إنَّ قلب قطعة النقود المعدنية هو أحد أسرار النجاح.

حسناً، لقد أجهدنا تفكيرنا كثيراً فيما يبدو أنه نظرية. يبدو أن النظرية قد تكون غامضة، نفسية، غير عملية، أو وجودية، أو بعض المصطلحات الأخرى التي يقوم تفكيرنا بإطلاقها. إن سبب حدوث ذلك هو المقاومة. يُريد دماغنا الأيسر أن يستمر في إدارة الأمور ويكون هو المسؤول. إنه لا يُريد سماع أنه من المفترض به أن يكون خادماً لشيء أعظم، ولا يُريدنا أن نكتشف ذلك الشيء، بل يُريدنا أن نعتقد بوجود جانب وحيد لقطعة النقود المعدنية.

إنني أؤكد لكم أن هناك جانبين، وأن الدماغ الأيسر لا يُريدنا أن نعرف ذلك، وهذا أمر طبيعي، ولا بأس بذلك. إذا كي تُرضيه، سوف نختم هذا الفصل بأمثلة عملية، سوف تُرضي حاجة الدماغ الأيسر إلى المعلومات وحاجته أن يكون مقتنعاً.

إن ما أحاول إيصاله هنا، في هذه الأثناء، هو المبدأ الأساسي خلف جميع الأمثلة. يعجز الدماغ الأيسر عن مقاومة ذلك، ولذلك سوف نحتال عليه. ليس الأمر أن وظيفة الدماغ الأيسر ليست ذات أهمية عظيمة، فنحن لا نُريد الحطّ من قدره، فالدماغ الأيسر يُنقذ كل ما يعرفه الشخص.

يأتي الافتقار إلى النجاح من تبني أحرف جر مثل «إما - أو» عوضاً عن «كل من». في عالم المنافسة والنجاح اليومي، فإن النجاح يعني الكف عن خلق أعداء أو منافسين والتوقف عن النظر إليهم بتلك الطريقة. عوضاً عن ذلك، يجب علينا البدء في النظر إليهم على أنهم مُحدّدو سرعة الانطلاق ومصادر إلهام. لولا الأحصنة مُحدّدة السرعة، ما كانت كلاب الصيد لتركض بإمكانيتها القصوى. ينبغي النظر إلى ما اعتدنا التفكير به على أنه أعداء ومنافسين بوصفهم مجرد مصادر للإلهام. إن ما يتحدّونه موجود في داخلنا، وليس التحدي بينهم وبيننا.

إنَّ أبطال الكاراتيه لا يتغلبون على منافسيهم على الإطلاق، بل يتغلبون على أنفسهم وحسب.

تخلّ عن التنافس مع أيّ كان، فلا يعدو المنافسون كونهم مجرد أمثلة عمّا يمكن أن يكون، ولذلك هم مصادر طاقة. في نهاية أيّ حرب عظيمة، يقوم القادة المتخاصمون بتهنئة بعضهم البعض، أليس كذلك؟ يتعامل البطل والخصم صاحب الجدارة مع بعضهما البعض بشرف واحترام، فهما يُخاطبان بعضهما عليّ أنّهما قائدان. لا نستطيع امتلاك ما هو عظيم داخل أنفسنا ما لم نتعلم تمييزه لدى الآخرين. يتصافح المحامون بعد المحاكمة وغالبًا ما يذهبون لتناول العشاء معًا. يشكر أبطال الملاكمة بعضهم البعض، فقد علّم بطل حقيقي مثل «جو لويس» أنّه يعجز عن أن يكون نجمًا دون الأداء الممتاز لخصمه. إنّ أولئك الذين يبدو أنّهم أعداؤنا، خصومنا، أو منافسينا هم في الحقيقة إلهامنا كي نصبح نجومًا.

عندما نحسد شخصًا فلسان حالنا يقول إنّنا لا نملكه وإننا نكرههم لأنهم يمتلكونه. نحن نعتقد أنّه موجود «هناك في الخارج»، ولكن يجب علينا أن نتوقّف عن ذلك في هذه اللحظة، فكلّ ما فعلوه هو أنّهم اكتشفوه في أنفسهم، وكلّ ما علينا فعله هو الشيء ذاته في أنفسنا. هناك شتى أنواع الكتب التي تُخبرنا أنّ مفاتيح النجاح هي الثقة بالنفس، السلوك الرابع، وما شابه ذلك، ولكنها جميعًا النتائج. إنّها نتائج تلك السلوكيات، وليست السبب. عندما نمتلك مفاتيح النجاح، سوف نصبح واثقين، مبتسمين، كرماء، منفتحين، بارعين، ومتواصلين جيدين مع الآخرين.

الفصل الثاني

تركيبة النجاح

كي نكتشف المبادئ المتضمنة في النجاح، دعنا نأخذ مشروعًا تجاريًا نموذجيًا ونتناوله على أجزاء. دعنا ننظر إلى مشروع تجاري قد يكون مألوفًا بالنسبة إليك وكان لديك فيه خبرة كبيرة في حياتك الخاصة. بتلك الطريقة نستطيع تجاوز هذا التمرين معًا مع اليقين المطلق أنك سوف تفهم الفكرة التي أحاول توضيحها على الفور.

لقد لاحظتُ أن بعض المطاعم ناجحة على نحو ساحق، في حين تُغلق العشرات منها أبوابها. إنَّ معدّل فشل المشاريع التجارية الجديدة هي نسبة معروفة جيدًا وهي خمسون بالمئة. يُصارع جزء كبير من الخمسين في المئة المتبقية من أجل البقاء. إنَّهم يتمكنون من ذلك، ولكن لا أحد سعيد على وجه التحديد. على الأرجح أنَّه من أصل عشرات المطاعم، هناك واحد منها فقط سوف يُصبح مشهورًا، مقصودًا، ذا أربعة نجوم. من الواضح أنَّ المالكين يُمكن أن يلمع اسمهم في أيِّ مكان، بما في ذلك كبار الطهاة. يضع أفضل الطهاة الذين يُحبّون ما يقومون به، كلَّ طاقتهم فيه على نحو كامل وتام. إنَّهم مُتحمّسون للتعلّم ومشاركة

ما تعلّموه مع الآخرين. إنَّ دافعهم هو إسعادنا، خدمتنا، إرضائنا، جعلنا سعداء، وجعل ليلتنا ناجحة.

إنَّ فرق الرقص العظيمة والناجحة، تلك التي عند القمّة «التي لا يعرف عنها حقًا عامّة الناس» هي تلك الفرق التي تُشبه الفرقة التي يتم قيادتها من قبل «ليستر لانين». لم يخلُ حدث ذو أهمية في الأوساط الاجتماعية من موسيقى «ليستر لانين»، فقد كانت من الضروريات. كان الجميع ينافس كي يصل إلى هذه الفرقة الموسيقية، وكانت محجوزة سنوات مسبقًا. لقد كان أحد أسرار نجاحه الذي لا يُصدّق هو أنه كان يعزف الموسيقى التي تُسعد المستمعين، والتي تُخرج أفضل ما فيهم، ولم يكن يعزف كي يُرضي غروره أو يتفاخر.

عندما نستمع إلى العديد من الفرق الموسيقية والسيمفونية، نستطيع أن نرى لماذا هم فاشلون تمامًا. إنَّهم موجودون هناك كي يُثيروا إعجاب الآخرين بما يستطيعون عزفه، وليس لديهم أدنى اهتمام في رقص الجمهور أو التسلية. راقب فقط. إنَّهم يعزفون موسيقى رقصة «الفالس» وفجأة تُصبح حلبة الرقص مزدحمة، إذ ينهض الجميع من أجل رقصة «الفالس». بعد ذلك، ولدهشتنا الكبيرة، لا يعزفون أبدًا موسيقى «فالس» أخرى طيلة الليلة. بالطبع لا. إنَّ ما يريدون عزفه هو مخزونهم من الموسيقى، وهم يُريدون التفاخر بقدراتهم. إنَّهم يُريدون عزف موسيقى «الرومبا» السريعة التي تُؤدّي إلى خسارة نصف الجمهور في الحال، ويُريدون أن يعزفوا موسيقى «الجاز» الارتجالي، التي تجعل حلبة الرقص خالية تمامًا. ثمَّ يُريدون أن يقوموا ببعض المعزوفات المنفردة الرائعة، والقليل من المقطوعات الغريبة التي سيكون من الأفضل في الواقع لو تمَّ تركها دون عزف. إنَّه أمر خلاق لا شك في ذلك، ولكنّه كارثيٌّ مجتمعيًا. إنَّه المبدأ والدافع الخطأ، باعتباره يعكس المصلحة الشخصية والسلوك غير المُحبِّ، كما أنّه غير داعم للحياة

التي تتمثل بالفرح والبهجة اللطيفة لدى الحضور. إنهم ليسوا مهتمين بإسعاد الجمهور، بل مهتمون أن يكونوا نجومًا، وأثناء محاولة وصولهم إلى الموز، يخسرونه.

أعرف رجلاً كان موسيقياً ناجحاً للغاية. تمكن بعد فترة من امتلاك فرقة الرقص الخاصة به واكتسب منها معيشته خلال فترة الركود الاقتصادي. سوف أخبركم أنه عندما نهض الجمهور وأحبَّ سماع موسيقى «الفالس» البطيئة، راح يعزف لهم الكثير منها. لقد اعتاد أن يقول لي: «هذا هو جمهور موسيقى «الفالس»، فلننتقل». لقد اعتاد أن يعرض كلَّ معزوفات موسيقى «الفالس» حتى يُصبح الجميع سعيداً وراضياً. إذا أحبَّ جمهور آخر موسيقى «البولكا»، حسناً، سوف يُصدِّع رؤوسهم بموسيقى «البولكا» طوال الليل. لم يكن لديه نوع من الوصفات التي كان عليه تطبيقها، والتي كانت تفرض عليه أن يعزف نوعاً مختلفاً من الموسيقى تلو الآخر. كم عدد الأشخاص الذي يرغبون في رقصة «الرومبا» حولك؟ جرِّب بعض الأماكن وانظر بنفسك.

إنَّ المبدأ هنا يتعلَّق بالملاحظة والاستجابة. كم هو عدد المرات التي عدنا فيها إلى المطعم نفسه وطلبنا الشيء نفسه، ليتم إخبارنا أنه لم يعد متوفراً لديهم؟ إلى أيِّ مدى يُمكن أن يكونوا غير واعين وغير متجاوبين؟ نقول لهم: «هل لديكم قهوة «اسبريسو»؟» فيكون جوابهم: «كلا»، أو يقولون لنا الجملة المعتادة: «إنَّ آلة القهوة «الاسبريسو» معطلة». إذا أراد أحدهم أن يجني مليون دولار، ما عليه إلا أن يتَّجه إلى مجال إصلاح آلات القهوة السريعة «الاسبريسو». في إحدى البلديات أخبرني أحد محبي قهوة «الاسبريسو» أن نسبة المطاعم التي تملك آلة معطلة هي واحد من ثلاثة كانت تُعلن عن توفّر القهوة السريعة «الاسبريسو» أنَّ آلة القهوة الخاصة بهم معطلة.

إذا استمرّ الناس في العودة إلى المطعم نفسه والطلب: «هل لديكم مياه غازية خالية من السكر؟»، واستمرّ العاملون في قول كلا، فإنّهم يملكون مفتاح الفشل: كُنْ أصمًّا، غير متجاوب، وعدم الملاحظة. اجعل من عدم إرضاء الزبائن البتة عادة لك، وقاوم عبثًا وبغور أيّ أفكار قد يقترحونها.

في المدينة حيث كنت أعيش، طلبتُ شراب الزنجبيل «شراب غازي» تقريبًا في جميع المطاعم، أعني المطاعم التي يتوفّر فيها حانات ذات خدمة واسعة. في بعض المطاعم اعتدتُ أن أطلبها عشرات المرّات. أجابني أكثر من خمسين في المئة منها على نحو متكرر أنّه ليس لديهم شراب الزنجبيل. الآن، هل تستطيع أن تتخيل وجود حانة مجهزة جيدًا وليس فيها شراب الزنجبيل؟ كانوا يرددون باستمرار أنّ لديهم «سفن آب». ثمّ ماذا؟ لم أكن أريد «سفن آب»، بل أردتُ شراب الزنجبيل.

بعد فترة نُصبح مستائين، أليس كذلك؟ إنّ هؤلاء الأشخاص لا يهتمّون بنا، هذا الأمر واضح. إنَّهم لا يهتمون إذا ما حصلنا على شراب الزنجبيل أم لم نحصل. ليس لديهم أبدًا نية في إسعادنا مهما يكن. إنَّهم راضون عن أنفسهم. وبالنسبة إليهم يظنون أنّهم حققوا النجاح لأنَّهم يُحقّقون أرباحًا. مهما كان الأمر، إنَّهم يشعرون أنّه ليس لديهم ما يتعلّمونه. لقد وصلوا من وجهة نظرهم إلى النجاح مسبقًا. لقد قنعوا بالبقاء عند مستوى متواضع تعيس. إذن، هم يكسبون مئة ألف دولار في السنة، وهي صفقة رابحة، إلا أنّ مئة ألف دولار في السنة هو مبلغ تافه بالنسبة إلى الأشخاص الناجحين. إنَّه لا شيء على الإطلاق. لديّ مئات الأفكار، وكلُّ واحدة منها تساوي قيمتها مئة ألف دولار، فماذا إذا؟

لا يهمني كمّ المال الذي يجنونه، ولكنّ هذه الأماكن فاشلة. إنّ

سبب بقائها هو أنها هناك. إذا كان المطعم المكسيكي الوحيد في المدينة، بالطبع سوف يذهب الناس الذين يحبون الطعام المكسيكي إلى هناك. لماذا يذهبون إلى هناك؟ لأنه ليس ثمة مكان آخر يذهبون إليه. هل هذا نجاح؟ هذا غير قابل للتصديق. بإمكانك الحصول على هذا النجاح إذا أردت.

لقد مررتُ بتلك التجربة المخزية التي تتمحور حول تناول العشاء في مطعم ثم يتم إخباري بأنه ليس لديهم زبدة. سألتُ النادلة: «ما الشيء الذي سأضعه على قطعة الخبز الخاصة بي؟ إن مذاقها فظيع». أجابت: «إنها الزبدة الحلوة». أنا لا أحب الزبدة الحلوة، إنها مروّعة، وطعمها كالشحم بالنسبة إليّ. أريد زبدةً حقيقية. قالت لي: «لا يوجد لدينا سوى الزبدة الحلوة». أودُّ أن أعرف لماذا ليس لديهم زبدة. ما خطب هؤلاء الأشخاص؟ هل هم غير واعين؟ هل هم غافلون؟ هل هم جاهلون؟ الجواب على جميع تلك الأسئلة أو أيّ منها هو نعم.

لقد نظرتُ إلى وجه صاحب المطعم، الذي كان مشغولاً على كلّ حال، فقد كانت هناك حافلات سياحية تمرّ من هناك، وكانت هناك بالتأكيد صفقة مضمونة آتية من حافلة سياحة. لم أرَ سعادة على الإطلاق، ولم أرَ فرحاً، ولم أشاهد أيّ إشباع للحبوية أو حماس تجاه الحياة، ولم أرَ سوى التذمّر. بدا لي كأنه أصيبَ بقرحة مزمنة وصداع نصفي. لم أكن اهتم بكمّ المال الذي يملكه هذا الشخص في المصرف. لقد تصالح هذا الشخص مع الرضا، وظنّ أنه هو النجاح.

إنّ السعادة شيء، بينما إشباع الرغبة هو شيء آخر. يستطيع الشخص الحصول على إشباع الرغبة من خلال طعن أحدهم والإمعان بغرس الخنجر في صدره، ذلك هو إشباع الرغبة. مع ذلك، من المستبعد

مكتبة الرمي أصد

أن ينتج عن ذلك حصول الشخص على حياة سعيدة. إنَّ السعادة في الحياة هي طريقة الحفاظ على النجاح، وهي طريقة كاملة للتعايش معه، وطريقة لمعرفة كيف يحدث. هل كان هناك سعادة عندما حصلنا على درجة «امتياز» في المدرسة لأننا قمنا بالغش؟ هل كان هناك نجاح؟ هل كان هناك فرح؟ هل كان الأمر يستحق؟ أعتقد نعم عند مستوى محدد، فقد نجونا. وتجاوزنا الأمر، ونجحنا، ولكن لم يكن هناك زيادة حقيقية في التقدير الذاتي أو أيٍّ من الأمور التي يتكوّن منها النجاح، مثل الثقة بالنفس، الحماس، ومتعة البراعة الداخلية. في المقابل، عندما درسنا للامتحان وحصلنا على درجة «ممتاز»، شعرنا حينها بمتعة خالصة. يعود ذلك إلى أنَّ الأمر كان شرعيًا، صادقًا، حقيقيًا. لقد علمنا أننا نظهر قوتنا المتفردة.

إنَّ رموز النجاح في العالم يُمكن أن تكون على ذلك النحو. إنَّ الحصول على درجة «امتياز» لأننا قمنا بتقليد ما ينجح على مستوى سطحي ليس هو ما نعيه بالنجاح. إنَّ المال لا يهّم، بل ما يهّم هو كونه جزءًا من سعادتنا. لا يُصدّق معظم الأشخاص أنَّ المال يجعل الناس تعساء، ولكننا جميعنا نعرف أشخاصًا ينطبق عليهم ذلك. إنَّهم يعيشون في الخوف، التكبر، الزهو، جنون العظمة، الغرور، والوقاحة بسبب المال، ويتم احتقارهم من قبل الآخرين، بل إنَّ بعضهم مثيرون للشفقة.

إنَّ أحد الأمثلة الجيدة هو ما يحصل لرابحي الجائزة الكبرى في اليانصيب. إنَّ الإحصائيات التي تتابعهم في الخمس سنوات الأولى تكون كارثية، إذ أنَّ نسبة مرتفعة منهم يُصبحون مفلسين، بينما يُقدم عدد منهم على الانتحار، ويكون معدّل الطلاق فلكيًّا. إنَّ الشقاء، المعاناة، والتعاسة هي القواعد النموذجية، لقد تلاشوا وتدمروا. يحدث الشيء ذاته في حالات الشهرة والمشاهير: بالنسبة إلى البعض يكون

الأمر مزعجًا، فيما يكون بالنسبة إلى آخرين مصدرًا للفرح. يختبئ بعضهم من المغرمين بالتوقعات، فيما يُحبّهم آخرون. ما الفارق؟ هناك بعض الأشخاص الذين نستمتع بنجاحهم في العالم، وآخرون نذريهم على نجاحهم.

إذا كان الشخص ناجحًا حقًا، سوف نلاحظ أننا معجبون به كشخص. إنَّ ما نُعجب به هو ليس ما يمتلكه، وليس حتّى ما يفعله، على الرغم من أنّ ذلك قد يكون مثيرًا للاهتمام أيضًا. بالأحرى، ما يُهرنا هو ما هم عليه. نُريد أن نتواصل مع ما هم عليه لأننا نعلم أنّهم يمتلكون «ذاك». نحن نأمل على نحو غير واع أنّ «ذاك» سوف يُؤثر فينا. هل سنحصل على بعض من «ذاك» إذا أُخرجنا برفقتهم؟ ذلك هو أساس العبارة القديمة التي تقول «إنّ المال يُؤثر فينا». ليس المال هو الذي يُؤثر، بل معرفة كيف نجعل المال يتجلّى هو ما يُؤثر على الآخرين.

يستطيع المرء إعطاء المال إلى أولئك الذين لا يعرفون ذلك المبدأ، إلا أنّهم وعلى الرغم من ذلك، سوف يُصبحون على الأرجح، مفلسين مرة أخرى. لقد تعلّمْتُ ذلك في القوات البحرية خلال الحرب العالمية الثانية. لقد اعتدنا في يوم استلام الرواتب أن نلعب لعبة قمار تدعى «كرابس». كان الأشخاص ذاتهم يخسرون دائمًا والأشخاص ذاتهم يربحون دائمًا. إنّ إغداق المال على الفقراء لا يُجدي نفعًا، فامتلاك المال هو تجلّي لموقف داخلي. إنّ الفقر موجود في رأسك، وليس في دفتر أوامر الصرف خاصتك.

يُقال إنّ النجاح قد دمر العديد من الأشخاص، وهذا سوء فهم. إنّ النجاح الحقيقي يجعل حياة الشخص مزدهرة، أمّا النجاح المزيف فيجعلها تتدمر في النهاية، والفارق بين الحالتين هو المبدأ الذي بُنيت عليه. إنّ الفرق بين الحصول على درجة «امتياز» لأننا نعرف المادّة

جيدًا، والحصول على درجة «امتياز» لأننا أحضرنا معنا أوراق الغش هو فارق كبير جدًا.

تأتي الثقة من معرفة أننا نمتلك ما هو ضروري داخل أنفسنا. بناءً على ذلك، فهو يذهب معنا أينما كنا. إنَّ النجاح سوف يتحقق بغض النظر عن المكان الذي يتم وضعنا فيه في هذا العالم. ضعني في مدينة غريبة دون نقود أو ممتلكات، وأضمن لك أنه في غضون سنة واحدة سوف امتلك مشروعًا ناجحًا. لماذا؟ لأنني أحمل الوصفة في رأسي. إنها ليست «هناك في الخارج»، بل «هنا في الداخل».

تلك نقطة أشير إليها تكررًا. تتم مشاركة المعلومات في هذا الكتاب بطريقة تصاعدية وليس من خلال منهاج «ابدأ هنا» الخطي، المستقيم. من خلال الدوران باستمرار حول نفس المنطقة، ندركها عبر الألفة البحتة. ولسنا مضطرين إلى حفظها. في الوقت الذي نكون فيه قد انتهينا، نكون قد استوعبناها. إنها ملكنا فقط من خلال الألفة البحتة، وسوف يكون الأمر واضحًا جدًا، إذ سنقول: «يا للدهشة، لقد كنا نعرف ذلك دائمًا».

هذا ما يتضمّنه هذا النوع من التعلّم. إنَّها مسألة نظر في اتجاه مختلف. هذا كلّ ما على القرد أن يفعله، أليس كذلك؟ توقّف عن النظر إلى الموز. وانظر عوضًا عن ذلك إلى الباب المفتوح. إنَّ الأمر سهل. إنَّه التفاف 180 درجة. إنَّه الجانب الآخر من العملة النقدية، وهو أسهل شيء في العالم، ولا يتطلب جهدًا. ماذا على القرد أن يفعل كي يتحرر؟ كل ما عليه أن يفعله هو أن يسقط أرضًا وينظر. بالنسبة إلى أولئك القردة المحظوظين في العالم، بما في ذلك المرة الأولى التي حصل معي هذا، هذه هي الطريقة التي سارت عليها الأمور. كنتُ قد وصلت إلى نقطة الإجهاد القصوى جراء محاولة العبور من خلال القضبان واستسلمتُ.

سقطت على الأرض مرهقاً، واستسلمتُ على نحو تامٍّ ومكتمل. كانت الإجابة ماثلة هناك على نحو صارخ وواضح للغاية، كما هو أنفي الذي يتوسط وجهي.

لنُعد إلى المطعم. دعونا نجتمع كلُّ هذه التجارب في مكان واحد، والفكرة التي أريد إيصالها سوف تُصبح واضحة. بادئ ذي بدء، لا بُدَّ للعمل التجاري من أن يكون له اسم فريد. أنا متأكد أن هذا يُرضي غرور المالك. سيكون علينا اختلاق اسم فرنسي طويل، فاخر، مثل «لا رولاد دو لا مير فانتاستيك». أنا متأكد الآن أنه سوف يُبهر مالك المطعم، عدا أنه لا أحد يستطيع تهجئة الاسم. إنني أعرف الكثير من الأعمال التجارية التي فشلت لأنها تحمل أسماء غريبة، خصوصاً في لغة أجنبية. إننا نمرجون دائماً عند السؤال عنهم لأننا متأكدون أننا سوف نسيء لفظ الاسم. العائق رقم واحد.

الشيء التالي الذي نقوم به هو عدم إعطاء عنوان مع التأكد من عدم وضع رقم الشارع على المبنى، فسيكون من الصعب إيجادها. تلك هي حيلة الفشل رقم اثنان. إنَّ الشركات الكبرى تفعل هذا طوال الوقت.

إليكم هذا المثال. قُم باختيار أيِّ شيء في المنزل، شيء محبب، وانظر إلى ختم الشركة المُصنَّعة. سوف يقول على سبيل المثال: «ويلسون»، «شيكاجو»، «إلينوي». أنا أفترض أن هذا الإعلان القصير يُسعد غرورهم، لا بدُّ أن الجميع في العالم يعرف من هو «ويلسون» من «شيكاجو»، ولكن كي أكون صريحاً، عدا عن جمهور الغرور الخاص بهم، فأنا لا أعرف من هو «ويلسون» من «شيكاجو» ولا حتى غيري يعرفه. إذا أُحبيبتُ منتجهم وأردت الحصول على المزيد منه، يجب عليّ المرور بعملية طويلة لإيجاد طريقة فعل ذلك. إذا اتصلتُ بقسم

مكتبة الرمى أصد

المعلومات، فإنَّ عاملة الهاتف لا تُريد إعطائي العنوان، بل تقول إنَّها تستطيع فقط تزويدي بأرقام الهواتف. ذلك يعني أنَّه عليّ أن أتصل بـ «ويلسون» من «شيكاغو»، والتعامل مع مجيهم الآلي، حيث يتمّ وضعي على الانتظار، ومن المحتمل أن يتمّ فصل الاتصال، مما يعني أنَّ عليّ معاودة الاتصال.

لقد صرفتُ الآن الوقت والطاقة محاولاً فقط التواصل مع بعض الأعمال التجارية التي أتوق إلى صرف مالي عليها وجعلها ثريّة. لقد وضعوا الكثير من الحواجز، وأنا أتساءل كيف يستمرّون. فكر كم سيكون من الرائع إذا قالوا: معادن «ويلسون» على الأقل، فهذا يُخبرنا طبيعة عملهم، 2960 الجادّة الثالثة، «شيكاغو»، «إلينيوي»، ورقم هاتفهم. إذا أسدوا لي هذه الخدمة البسيطة، أستطيع بسهولة أن أساعد في زيادة أرباحهم وتجارتهم. سوف أدرك أنَّهم وضعوا أنفسهم في موضع الآخر الذي يودُّ الوصول إليهم وتخيّلوا حجم معاناته خلال عملية البحث تلك من البداية إلى النهاية.

بعد عملية العثور على المطعم ذي الاسم الذي لا يُمكن لفظه، والمختبئ خلف العنوان غير المعروف، نُعاني من الرتابة السطحية لسلوك النادلة ذات الوجه الجامد أو الابتسامة المزيفة. نُعاني جراء وضعها اسمنا على قائمة الانتظار أو مهما كانت الإجراءات المعتادة. قد يتمّ دفعنا على نحو واضح في اتجاه المشرب، حيث يأملون الحصول على أكبر قدر ممكن من المال منّا مقابل المشروبات قبل أن يُعطونا على مضض مقاعد عند الطاولات التي نجدها عادة خالية عندما نخرج من حمام الرجال.

الآن، إنَّ الشيء الآخر الذي يحدث هو أنَّ حمام الرجال أو النساء يكون قدراً، وتنبعث منه الرائحة. إنَّه مقرف، وهو في حالة مزرية. يقول المثل القديم: «كما في الحمام، كما في المطبخ». لقد تراجعت

شهيتنا للتو. نتخيل الطاهي ذاهبًا إلى الحمام هنا حيث لا يوجد صابون أو مناشف. تظهر صور الجراثيم في مخيلتنا، أو خاطرة خاطفة أننا قد نُصاب بالإسهال في هذا المطعم.

حتى وإن كانت الحمامات نظيفة، فهي ليست جذابة على الإطلاق. إنها تعكس كامل السلوك المتزمت حول كون الحمامات ضرورات وظيفية، أو حول وجوب عدم الإتيان على ذكرها، عوضًا عن كونها فرصة للتصميم الداخلي المبدع. لا تنسَ إن أصحاب المطعم يُعبّرون عن مستوى اهتمامهم، خبرتهم، وإبداعهم من خلال تجربة الزبائن في الحمام. مما لا يدع مجالاً للشك أن ديكور الحمام يعكس مستوى المطعم أو المنشأة التجارية! إن الحمام القذر هو عرض مذهل مقدم لنا حول عدم مبالاة أصحاب المطعم براحة ورفاهية وسلامة زبائنهم، بالإضافة إلى انعدام الاهتمام بنوعية تجربتنا الشاملة فيما يخص تعاملهم معنا ومع ما يهّمنا.

هذا يقودنا إلى مبدأ مختلف بالكامل. تحدث جميع التفاعلات داخل المجال الذي نستطيع أن نطلق عليه اسم «جودة التجربة». كي نكون ناجحين، يجب على الناس أن يُركّزوا على جودة تجارب الزبائن، وليس على بيعهم، ولا الحصول على أموالهم، ولا إتمام الصفقة، ليس على هزيمتهم، بل فقط على جودة تجاربهم. عندما نُقابل هكذا مشروع تجاري، نتركهم متحمسين. إن أحد سمات النجاح المميّزة هي أنه تتم مشاركته. إذا لم تتم مشاركة النجاح مع الآخرين، عندها تكون رموز النجاح وحدها الحاضرة. إننا نعرف هذا من تجاربنا الخاصة، فثمة أماكن نشاركها مع الأصدقاء لأنّ التواجد هناك كان تجربة عظيمة.

تختلف الطريقة التي يتم فيها التعبير عن هذه التجربة العظيمة أو تجليها في لحظة ما، من موقف إلى آخر. ليس ذلك ما يهّم حقًا، بل ما

يهمّ هو أننا اختبرنا تجربة عظيمة. على سبيل المثال، أنا أتسوّق دائماً من سوبر ماركت «الباشا». لماذا كنتُ أفعل ذلك؟ لأنّ «إيدي الباشا» الذي كان رئيساً للشركة، قام بكتابة رسائل شخصية إلى جميع زبائنه وقام بنشرها في الصحيفة، وقد عبّر عن اهتمامه. لقد قام بتوظيف ذوي الاحتياجات الخاصة، ويبدو أنّه لم يكن يلجأ إلى تبديل في الموظفين على الإطلاق. لقد كان موظفوه ودودين على نحو لا يُوصف. لقد حَيروا ذهني. كيف يستطيعون الوقوف هناك على أقدامهم طوال اليوم؟ لا بدّ أنّهم كانوا متعبين من التعامل حرفياً مع المئات والمئات من الأشخاص، ومع ذلك لم يُصبِحوا فظين، قاسين، متشائمين، غير مهذبين، أو قاسي القلب. كيف تمكن جميع هؤلاء الموظفين من البقاء ودودين بصدق؟ حسناً، أعتقد أنّ سوبر ماركت «الباشا» قد امتلك «السر». كان الأمر الآخر هو وجود مكان للراحة من أجل الزبائن أمام المتجر. كانت هناك طاولات حيث يستطيع الناس الجلوس، التحدّث مع أصدقائهم، وقراءة الصحيفة. لا أحد يُضايقهم، ولا يحثهم على المغادرة، ولا أحد يُحاول بيعهم أيّ شيء. لقد قام متجر «الباشا» وحسب بتوفير مساحة لقاء اجتماعي دون وجود دافع ربح متضمّن. لم يكن لدى المتاجر الأخرى مثل هذه الطاولات أو المقاعد، بل كانت كل بوصة مرّبة محشوّة بالفوف حيث كانوا يُحاولون كسب الأرباح.

هل تكبّد «إيدي باشا» خسارةً على عدد الأقدام المرّبة التي قام بتخصيصها كمنطقة تجمّع؟ بالطبع لا، بالإضافة إلى أنّه كان لديه شرفة كاملة حيث يستطيع الناس الحصول على الأشياء من الخبز أو المطاعم، ثمّ يذهبون ويجلسون، ويستغرقون ما يحلو لهم من الوقت، يأكلون، ينظرون إلى المنظر العابر في نوع من مقهى الرصيف. حتّى في الخبز يُقال: «خُبزت بحب». بالطبع، لقد كانت الحمامات موجودة هناك. بالإضافة إلى ذلك، جميع وسائل الراحة وآلات التصوير، سلال

المهملات، وقد كانت هناك مرافق أخرى والهدف من كل ذلك هو الراحة. لقد كان كل شيء متوفرًا من أجل سعادة الزبائن.

إذا ما إجمالي كل هذا؟ لقد كان ما قدمه متجر «الباشا» هو تجربة وسط اجتماعي ودود، دافئ، مُحَبَّب. إنَّ ما حدث، إذا كان الآخرون مثلي، هو أنَّ الأشخاص قاموا بتطوير الولاء. أنا لا أبالي بعدد محلات السوبر ماركت التي افتُتحت في المدينة، ولا أبالي إذا كانت أسعارهم سوف تجعلني أوفر بعض النقود، فما أسرني لدى «إيدي الباشا» كان النية الحسنة.

إنَّ النجاح هو النتيجة التلقائية للنية الحسنة. إذا أراد شخص ما تقليد ما قام به «إيدي الباشا» معتقدًا أنه بذلك سوف يصبح ناجحًا هو الآخر، فهو بذلك يخدع نفسه بكل ما تعنيه الكلمة من معنى. لقد كان هذا النجاح نابعًا من الطريقة التي كان عليها، وكان من الواضح أنه سيكون ناجحًا مهما فعل. لقد شعر زبائنه بالانخراط في تجربته، وشعرنا أننا نُشاركها، وأنا جزء منها. لقد شعرنا تقريبًا أنه كان جزءًا من عائلتنا الأكبر. لقد كانت «القوة» موجودة في الموقف ذي النية الحسنة وفي الدافع.

دعونا نقارن ذلك بزيارة لأقرب قسم لشؤون السيارات. من الواضح أنه لا أحد مهتم بنا هناك على نحو خاص. إنَّ لون الأثاث رمادي، غير جذاب، جامد، وبارد، وسلوك الموظف نابع من الانزعاج، الضيق، وحتى الازدراء. نحن مجبرون على الانتظار في صف طويل تحت ظروف كدرة. إنها تجربة سيئة. يكره الجميع الذهاب إلى قسم شؤون السيارات، لكننا نذهب إلى هناك لأننا مضطرون لذلك. أعطنا خيارًا آخر ولن يذهب أحد منا إلى هناك، فالقسم لا يمتلك قوة الجذب.

يقودنا هذا إلى المبدأ التالي. نستطيع أن نرى أنه من خلال «الإكراه»

يُجهد الناس أنفسهم في محاولة الحصول على الأشياء. أمّا من خلال «قوة» الجذب فيقوم الكون بجلب الأشخاص عند أقدامهم. نستطيع القول إنّ «القوة» تُشبه الحقل المغناطيسي، إذ يُوجد بعض الأشخاص الذين تقوم حقولهم بصدّنا، وهناك أشخاص تقوم حقولهم بجذبنا. عندما نذهب إلى أماكن معيّنة أو حفلات، يكون هناك أشخاص محدّدون نتطلع إلى رؤيتهم، وإذا قابلناهم، سوف نشعر أنّه تمّ شحنتنا. يُوجد أيضًا أشخاص آخرون نمشي على الجانب الآخر من الشارع كي نتجنّبهم، لأننا نشعر بعد أن نلتقي معهم أنّنا مستنزفون.

إذن فالسؤال الذي نطرحه على أنفسنا هو: كيف نجعل الأشخاص الآخرين يشعرون؟ إنّ ملئ استمارة طلب طويلة، الوقوف في صفّ طويل، الدخول إلى حمامات قدرّة، الجلوس على مقاعد غير مريحة، وركن السيارات في الشمس الحارقة دون توفير مكان ظليل، لا يجعل الأشخاص يشعرون أنّهم في حالة جيدة.

إنّ ذلك يقودنا إلى مدخل المطعم. هل هناك مظلة قماشية؟ عدا عن الديكور الجمالي، الذي يُغيّر طاقة المكان كليًا ويجذب جمهورًا مختلفًا «سوف أضمن هذا»، فإنّ المظلة القماشية تُوفّر أيضًا راحة الزبائن. من الذي يُريد أن يمشي تحت المطر إذا كنّا في كامل أناقتنا وخرجنا إلى المطعم من أجل تناول العشاء؟ إنّ خدمة ركن السيارات يجب أن تكون متاحة إذا كان المطعم يستدعي ذلك، ينبغي ألا يكون أمرًا إلزاميًا، بل متاحًا. أنا أعرف الكثير من الأشخاص الذين اعتادوا تجنّب نوادي رقص بعينها لأنّ خدمة ركن السيارات فيها كانت إلزامية. أنا متأكد أنّ مالك النادي اعتقد أنّه يستجلب المزيد من المال من الزبائن، ولكنّه في واقع الأمر كان يقوم بإبعادهم زرافات ووحدانا. يعلم الجميع على مستوى حدسي الدافع وراء ذلك. إنّ مالك النادي لا يخدع أحدًا. ممثّل خدمة ركن السيارات في حدّ ذاتها، إما أخذ المالين راحتنا بعين

الاعتبار أو طمعهم في الحصول على المزيد من المال منّا. إننا نعرف الفارق عند المستوى اللاوعي.

عندما نتجه نحو الداخل، فإنّ الديكور، الإضاءة، والموسيقى تصدمنا بجو المكان العام بأكمله. إنّ هذا كتاب كامل في حدّ ذاته، فالنقص التام للوعي في هذا الحقل هو أمر صاعق وينبغي النظر فيه. إنّ الموسيقى صاحبة جدًّا، وهي إما موسيقى «الجاز» الارتجالي أو موسيقى «الهيبي ميتال». بالإضافة إلى أنّها لا تتوقف أبدًا. تُظهر الأبحاث أنّ الأشخاص في حاجة إلى الراحة من الموسيقى بين فترة وأخرى، وأنّ أولئك الذين يدرسونها ينبغي إخضاعهم إلى فترات صمت. يقوم أولئك غير الواعين بترك الموسيقى مضبوطة على أحد محطات الراديو المريعة، أو يضعون على نحو غير واع بعض الأشرطة التي يُحبونها. يجب أن ينسى المالكون الشريط الذي يُحبونه ويختاروا الموسيقى التي يُحبها زبائنهم.

لقد كان هناك مطعم إيطالي في المدينة حيث لا بُدّ أنّ صاحب المطعم كان من عشاق موسيقى «الروك أند رول» وتلك الحقبة بأكملها. كانت الموسيقى عبارة عن أمر بغيض. لم أذهب يومًا إلى ذلك المطعم دون أن يقوم الجمع الذي كان يرفقتي بالتعليق على مدى فظاعة الموسيقى. هذا الرجل أحبها، في حين أنّ الجميع كان يكرهها. ما الموسيقى التي يتوقع الناس سماعها في مطعم إيطالي؟ نود أن نسمع «فيردي»، موسيقى الشوارع الإيطالية، شيء ما هادئ وخافت، حتى نستطيع فتح حديث مع بعضنا، أو حتى يستطيع النادل سماع طلباتنا.

إنّ السمعيات هامة جدًّا، ولا بُدّ أنّ معظم أصحاب المطاعم مصابون بالصمم حقًا. ترتدّ الأصوات ذهابًا وإيابًا وتُعطي صدى، إذ تقوم الأسطح الصلبة بتضخيمها. ليس هناك مشكلة في الضجيج إذا قام

أصحاب المكان بخلق الضجة لأنّ ذلك هو الجو العام الذي يُريدونه في عملهم. إنّ ما أتحدّث عنه هو الضجة الجائرة. تُريد أن تقوم بنقاش عمل أو محادثة شاعرية بينما الأصوات مروّعة! بالإضافة إلى أنّ صوت اهتزاز نظام التكييف وصوت المراوح عالية السرعة في المطبخ يزيدان المشكلة. إنّ السمع هو أحد حواسنا الرئيسية، وهو مشابه للشم. كم يُكلّف خلق رائحة جميلة في مكان عمل تجاري؟ تقريباً، لا شيء.

إنّ مسألة اللون والديكور هي موضوع آخر في حدّ ذاته. إنّ الأمر الذي يُبهرنا هو إن تمّ التعامل معها على أنّها مهمّة أم لا، وليس من الضروري أن يُعجبنا الطراز، وإنّما مقدار الطاقة التي تمّ وضعها في محاولة خلق تجربة من أجلنا نحن الزبائن، هو ما يهم.

يُمكن للموقع أيضاً أن يكون مهمّاً على نحو ساحق. يكتشف الكثير من الأشخاص فقط من خلال الإفلاس أنّ الفارق الكبير بين النجاح والفشل عند الجانب الشرقي من مدينة «نيويورك» يعتمد على أيّ جانب يتموضع عنده المطعم. تتجه حركة المرور الأفضل نحو الشرق.

إنّ الأمر الآخر الذي يجب مراعاته هو إن كانت الأعمال التجارية السابقة في هذا الموقع قد أفلست أو فشلت. إذا أفلس أو فشل أحدها فقط في هذا الموقع، يُمكن أن أقول إنّ الامتناع عن افتتاح عمل جديد هناك هو بنسبة خمسين في المئة. إذا فشل اثنان في ذلك الموقع، فقد أرفع النسبة إلى خمس وتسعين في المئة. إذا فشل هناك ثلاثة أعمال تجارية، فمن الحماقة أخذ أمر افتتاح مشروع هناك في عين الاعتبار. أنا أعرف مبانٍ في المدينة حيث كنتُ أعيش حيث تعرضت العشرات من الأعمال التجارية في نفس الصف للإفلاس. من الواضح أنّه كان هناك أمر خاطئ تماماً. لقد كان هناك عوامل تتفاعل لن أتطرّق إليها في

هذا الكتاب، ولكن دعنا نقول باللغة العامية إنَّ بعض الأماكن تمتلك طاقة سلبية، ولن يُصلحها أيُّ كمية من الطلاء.

لقد تمَّ توضيح التوجُّه الرئيسي لهذا الفصل. إنَّ الوعي الكامل بالنية الحسنة المتأتي من تجربة الزبائن وجهود أصحاب العمل في خلق تجارب ممتعة على نحو صادق هما أمران مهمان بالتأكيد. أن تكون شخصًا عميق التفكير ومهتمَّ هو أمر مريح وممتع، وسيؤدي إلى أن تنهال عليك المجاملات. إنَّ الجميع مفتون بالسحر، وإذا لم تمتلكه في داخل أنفسنا، سيكون علينا أن نستأجره!

إنَّ نجاح عالم ديزني يعود في جزء كبير منه إلى التهذيب الودود، المنفتح لدى جميع الموظفين الذين يتواصلون مع عامَّة الناس. إنَّهم يُعاملون الأشخاص كما لو أنَّهم من العائلة. من المُهمَّ جعل الزبائن «يشعرون أنَّهم في بيتهم». تلك هي بالضبط اللباقة والحفاوة الطبيعية التي نفتقر إليها بشدة في مؤسسات الأعمال المملة هذه الأيام. تخلق البيئة المملة موظفين مملين وتجذب زبائن بليدين ومملين، الأمر الذي يجعل التجربة بأكملها مملة. سوف يسامحنا الناس على كلِّ شيء تقريبًا ماعدا جعلهم يشعرون بالملل! لذلك، دعونا ننتقل إلى العشاء.

الفصل الثالث

البرهان موجود في الحلوى

إذن، لقد فتننا المؤسسة التجارية، أو استدرجتنا، أو وضعنا بطريقة ما داخل أبوابها. إذا كانت مثلاً سيئاً، نكون مع حلول الآن قد فقدنا شهيتنا تقريباً، أمّا إذا كانت مثلاً جيداً، فسوف نتطّلع إليها بترقب لأنها كانت حتى الآن تجربة إيجابية. إنَّ تجربتنا المستقبلية مع هذا المطعم أو المشروع التجاري مليئة بالتوقّعات المتفائلة.

نحن نعلم أنه من شأن التوقع أن يُحدد جودة التجربة. إذا توقّعنا لشيء أن يكون رديئاً، فإنّه يكون كذلك على الأغلب. تقوم توقعاتنا بتهيئة جميع السلوكيات والمواقف التي سوف تُحدد نوع التجربة التي نخوضها، ولذلك فإنَّ توقّعات الزبائن هي أمر مصيري. هل نتطّلع إلى اللقاء التالي مع هذه المؤسسة التجارية، أم ترانا نخشاه؟

إنَّ ما يحدث لاحقاً، عند هذه المرحلة من تجربتنا في المطعم، سوف يكون مهمّاً للغاية. أتساءل لماذا يكون أصحاب المطاعم أو أيّ أعمال تجارية أخرى غافلين عن هذه النقطة، إلا وهي مشكلة الانتظار. إنَّ الانتظار هو تلك الفجوة القائمة بين تشكل توقّعات الزبائن وتحقيقها.

إنَّ السبب الذي يجعل هذا الأمر مهمًا للغاية هو أنَّ كلَّ زبون قادم من ميدان الحاجة. نحن في حاجة إلى ذلك المكان، أو ذلك المنتج، أو ذلك الطعام، أو تلك الخدمة، لذلك، نحن قليلو الصبر، ومحبطون. عند هذه النقطة من اللقاء، يجب التعامل معنا برفق شديد. عند هذه النقطة بالتحديد يظهر كبريائنا على الساحة. إذا تمَّ التعامل معنا على أننا مُهمَّون، سوف نُحبَّهم. إذا لم يتمَّ الإصغاء إلى حاجتنا، ليس ثمة ما يستطيع العمل التجاري أن يفعله كي يجعلنا سعداء، فهم لم يتعاملوا مع ما نحن عليه باحترام.

أتحدث عن الردهة غير الممتعة «أو معدومة المتعة» والانتظار غير المتناهي للنادل أو النادلة كي يأتي في نهاية المطاف ويُسجِّل طلباتنا. عندما نكون جائعين، تكون خمس دقائق كأبد الدهر، بينما عندما تكون بطوننا ممتلئة، لا تعني خمس دقائق شيئًا على الإطلاق. هناك فارق كبير هنا. إنَّ الهدف من وجود شخص يأتي إلى الطاولة في الدقيقة التي نجلس فيها، هو جعلنا نشعر أنه تمَّ الاهتمام بنا وتمَّ إرضاء حاجاتنا كأشخاص، وليس بطوننا فقط، بل شخصنا أيضًا.

يُرَكِّز الكثير من الطهاة وأصحاب المطاعم قصيري النظر على بطوننا كما لو أنَّ تلك البطون ليس لها أصحاب. عندما يتمَّ الاعتناء بنا، سوف نكون سعداء بغض النظر عما يُوضع في بطوننا، ولذلك فإنَّ القاعدة هي، سوف تحرص المؤسسة الناجحة على أن يتمَّ معالجة ذلك انطلاقًا من أخذ تجربتنا في عين الاعتبار، وانطلاقًا من معرفة معنى أن يكونوا في مكاننا. لن تعدم وسيلة التعامل الأمثل مع الوضع حسب ما يقتضيه الموقف، إلا أنَّ المبدأ وراء ذلك هو أنَّ غايتهم ودافعهم إلى التعامل مع ذلك هو الحرص على إنجاح الأمر، ممَّا سيُفضي إلى لفت انتباه الزبائن.

إنَّا نسأل: لماذا لا يكون لدى المطعم شخص واحد فقط لا يفعل

شيئاً سوى التجوّل بين الطاولات وأخذ طلبات الجميع ما إن يجلسوا ويكونوا جاهزين للطلب؟ لماذا لا يكون لدى المطعم ضوء صغير نستطيع الضغط على مفتاحه فيعلم النادل أننا جاهزون؟ لماذا يخفون دائماً في المطبخ عند هذه النقطة المصيرية؟ سوف يفعلون الشيء نفسه لاحقاً، أضمن لك ذلك، عندما يحين موعد طلب الفاتورة. لقد أصبحت النقطتان الأكثر مصيرية في التجربة بأكملها في مهبّ الريح: البداية والنهاية. نزرع من أنه علينا الانتظار كي يتمّ الاعتناء بنا، ثم نزرع مرةً أخرى حين يحين وقت الدفع. ليست تلك هي الطريقة التي تكسب من خلالها الأصدقاء وتؤثر في الأشخاص.

عند هذه النقطة يحين وقت مقابلة شخصيات طاقم الخدمة. إنهم إما أن يكونوا غير مباليين، آليين، وغير مكترئين، أو يتمتعون بطاقة عالية فنستمتع بهم. ما الفارق؟ الفارق هو درجة «حضورهم». إنهم إما أن يكونوا حاضرين معنا، أو ألا يكونوا كذلك. يجني النادل أو النادلة الحاضر معنا من البقشيش ضعف ذاك الذي ليس حاضراً. تأتي ردة الفعل على شكل بقشيش، سمعة، شهرة، وعودة للزبائن. سوف نتذكر ذلك المطعم ونعود إليه، إذا تمّت معاملتنا على أننا من الطبقة الملكية.

إن ما يُزعجني حيال الفشل هو أنه مُمل، وليس كونه سيئاً، وإنما فقط كونه مملاً. هل تستطيع إخباري ما هو الأكثر مملاً من الجلوس في المطعم وانتظار شخص ما كي يأتي أخيراً ماشياً على مهله ومدعيًا الاهتمام من خلال طرح ذلك السؤال المشهور: «هل أنت مستعد للطلب؟» إن ما يجول في خاطرنا هو، تُصبح على خير! لقد كنّا جاهزين للطلب منذ عشر دقائق.

هذا نموذجي في الشركات الباردة غير المبالية بالشعور الشخصي، مثل سلسلة مطاعم الوجبات السريعة. ليس هناك أحد، وليس هناك

أي شخص. نحظى بالتجربة نفسها في سلسلة المجمعات التجارية العملاقة أو متاجر البيع بالتجزئة الرائجة اليوم وغير المثيرة البتة. نقوم بالتجول عبر الرفوف، ولا نستطيع إيجاد ما نبحت عنه في أي مكان. ننظر حولنا فلا نجد أحدًا، وليس ذلك فقط، بل إنهم في العديد من الأعمال التجارية لا يقومون بتحديد هوية واضحة للموظف، كي نعرفه بسهولة. علينا الخوض في عائق الإحراج المحتمل جراء مخاطبة شخص يبدو لنا على الأرجح أنه الموظف، فقط كي يقول لنا: «أنا لا أعمل هنا». في النهاية نقول، «تبا»، ونتوجه خارجًا.

نهض وتوجه إلى خارج المطاعم التي تجعلنا نجلس هناك ومنتظر. إننا جائعون جدًا وقليلو الصبر، ولكن الأكثر أهمية، هو أننا غاضبون نتيجة ازديادهم لحاجتنا، سعادتنا، راحتنا، وبهجة نفوسنا. إنهم لا يريدون سوى أموالنا، ذلك واضح. حسنًا، إذا كنا جائعين كفاية كي نأكل هناك، إذا ماذا؟ من الممكن ألا تُعطي الزبائن أي شيء عمليًا ومع ذلك تحصل على المال منهم، كما لو أنه يتم ابتزازهم من خلال بطونهم. ما الذي يستطيعون فعله أكثر من ذلك؟

إن الأمر التالي الذي يُواجهنا إذا استمرينا في العودة إلى المطعم نفسه هو أن قائمة الطعام لا تتغير البتة من سنة إلى أخرى، كما لو أن الطاهي قد تعلم سابقًا أمرًا ما في المدرسة، ولم يتعلم أبدًا كيف يطهو أي شيء آخر منذ ذلك الحين. هذه هي مبادئ عدم المرونة، الجمود، والتمسك وحسب بسهولة هذه الأشياء التي تعلم المرء كيفية القيام بها. إنها تظهر نقصًا في الإبداع والتعددية والابتكار، وفي إدراك مدى سهولة أن يشعر الأشخاص بالملل في هذا العالم. يجب أن تبقى بعض الأمور على حالها، نعم، ولكن على القائمة المعدلة. بالإضافة إلى أن بعض الأشياء يجب أن تكون مختلفة، إبداعية وجديدة باستمرار، كي يحظى الزبائن بتجارب جديدة تجربة محيرة، مثيرة للاهتمام، ممتعة، واختيارية.

يخطر في بالي مطعم محلي صغير كان سخيًّا نوعًا ما لأنَّه كان متباهيًا جدًا إلى درجة الثقة الشديدة بقائمة طعامه. عندما طلبتُ تبيلة السلطة، أخبروني أنَّ لديهم صلصة «توت العليق مع تبيلة الخل» وأنَّ هذا كلُّ ما لديهم. صلصة «توت العليق بتبيلة الخل» أو جبنة «الفيتا»، هذا غير معقول! أنا أكره جبنة «الفيتا»، وأكره صلصة «توت العليق مع تبيلة الخل». إنَّني ببساطة شخص متواضع في الكثير من أذواقي. إنَّني أحب سلطة «الألف جزيرة»، وأحبَّ الجبنة الزرقاء، وإذا لم تكن متوفرة لديكم، فلن أعود مجددًا. مكتبة الرمى أصد

أنا أيضًا مهووس بالشوكولا، ولستُ الوحيد، هناك الكثير من مهووسي الشوكولا في هذا العالم. من الواضح أنَّ بعض المطاعم تبذل جهدًا في قسم الحلوى: إنَّ لديهم صينية الحلوى الكبيرة، المبهرة تلك، ولكن كلُّ ما فيها فاكهة. إنَّني أحب الشوكولا، وإذا لم يكن لدى المطعم أيُّ شيء بطعم الشوكولا على قائمته، وأصرَّ على ذلك، فلن أعود مجددًا.

عند هذا المطعم المحلي الذي يخطر في بالي، أسأل في كلِّ مرة أذهب فيها إلى هناك إن كان لديهم شيء ما بطعم الشوكولا. لو كان لديهم القدرة على سماع أيِّ شيء من المرة الأولى، لذهبوا إلى صاحب المطعم وأخبروه «أتعلم، إنَّ بعض زبائننا يُحبُّون الشوكولا، كما يُحبُّ بعض منهم شراب الزنجبيل والمياه الغازية الخالية من السكر. إذا لماذا لا نُقدِّمها؟».

إنَّ هذا لا يعني أنَّ عليهم التخلي عن الهبة المزيفة التي كانوا يظنون أنَّهم يحصلون عليها من خلال امتلاك صلصة «توت العليق بتبيلة الخل» لا غير. لقد كان بإمكانهم توفير صلصة «توت العليق بتبيلة الخل»، وكان بإمكانهم تقديمها لأنَّهم يتصرفون انطلاقًا من فكرة غريبة

تعتبر أنّ وجود صلصة «توت العليق بتبيلة الخل» في المطعم يجعله مطعمًا مميزًا بطريقة غريبة. إلا أنهم كانوا يستطيعون كذلك الاحتفاظ في الخلف بزجاجة من صلصة الألف جزيرة. ما الذي يتطلبه حقًا توفير علبه من شراب الشوكولا المركز، أو علبه «البيسي» الخالية من السكر، أو زجاجة من شراب الزنجبيل؟ هل هذا كثير؟ نعم على ما يبدو.

نعلم كيف فشلت الكثير من المؤسسات كليًا بسبب عدم وجود اهتمام. ليس ثمة عناية ولا استجابة، وليست هناك قدرة أو عزم على المراقبة، الاستماع، التعلّم. من الواضح أنّ الأشخاص قانعون بالمكان الذي هم فيه. إنّ لديهم عملاً تجاريًا يفتقر إلى الحماس، ويُدار بطريقة سطحية، ويحظى بدرجة سطحية من النجاح، ولديهم زبائن سطحيون تتمّ خدمتهم بأسلوب سطحي، في محيط سطحي. إنّ حياتهم بأكملها يتمّ عيشها عند مستوى الملل، الأمر المهلك من وجهة نظري. إذا تكشفت الحقيقية، فمن المحتمل أن يكون الأشخاص الذين يقتلهم الملل في هذا العالم أكثر من أولئك الذين يقتلهم التوتر الملام في معظم الأحيان. إنّ شعورك بالملل هو من أكبر الضغوطات الموجودة. أليس كذلك؟ إنّ الشركة التجارية التي تتصل بها وتضعنا على الانتظار تخسر أمامنا بالفعل، أليس كذلك؟ كلما طالت فترة وضعنا على الانتظار، خسرت أمامنا أكثر.

من أجل ذلك السبب كان لديّ عشرة خطوط هاتف واردة، عندما كنتُ أدير مؤسسة في المنطقة الشرقية. في الدقيقة التي كان يقول لي أحدهم: «كان لدي مشكلة في الوصول إلى خطك»، كنتُ أسارع على الفور إلى توفير خط جديد. كم من المرات حاولنا التواصل مع شركة تجارية، فتّم وضعنا على الانتظار، وفي النهاية قلنا «تبا» وأغلقتنا الهاتف؟ من الذي يحتاج إلى هذا؟ إنهم لا يهتمون بالزبائن، ذلك واضح. يُشبه الصوت عند الطرف الآخر الآلة الباردة، أو يتصرفون

كما لو أنهم منزعجون من اتصال الشخص الآخر بهم.

لقد اتصلتُ على سبيل المثال بمجموعة من مصنّعي الألومنيوم في مدينة «فينيكس»، حيث بدت إحدى السيدات غاضبة لأنني اتصلت: «هل أنت متأكد أنه لديك رقم ضريبي خاص بالمعاملات التجارية؟»، ثم استرسلت في الحديث كما لو أن قيام شركة بيع بالجملة عن طريق الخطأ بالبيع بالتجزئة قد يُشكّل النهاية بالنسبة إليهم.

حسنًا، يتم اختبار البرهان الموجود في الحلوى من خلال تناولها. إذا تجاوزنا عائق الانتظار في المطعم، فإنّ اللقاء التالي يكون مع الطعام في حدّ ذاته. إذا أراد أحدهم أن يُصبح طبّاخًا أو طاهيًا، فليكن إذاً أفضل طاه شهده العالم على الإطلاق. عندما يهتمّ شخص ما بشكل الطبق، وطريقة تربيته، من أجل خلق تجربة بصرية جميلة، فإنّ الطعام سوف يلفت نظر الناس على نحو غريب.

كان هناك مطعم أعرفه قام بالإعلان عن أنه متخصص في عجة البيض، ولكن عندما كنتُ أذهب إلى هناك فإنني لا أحصل إلا على عجة البيض الاعتيادية، والتي تكون مسطّحة دائمًا على نحو غريب. ربما كان معها قطعة صغيرة من البقدونس والقليل القليل من البطاطس. على الرغم من ذلك، فقد قاموا بالعمل. إن مشروعهم قائم لأنهم كانوا موجودين هناك ولأنّ الناس كانوا يتوقون إلى الإفطار.

الآن، إذا سنحت لك الفرصة، اذهب إلى جزيرة جبل «القديس ميشيل» قبالة ساحل «النورماندي»، والتي هي بالنسبة إلي واحدة من أعظم عجائب العالم. بعد المشي في الشارع الضيق الملتوي، صادفتُ مطعمًا متخصصًا في عجة البيض. عندما دخلتُ إلى هناك، كان هناك نار متوهجة، وكان هناك طهاة بقبعات طويلة، وأمامهم أوان نحاسية كبيرة، وأدوات خفق البيض. قاموا من خلال عرض إبداعي عظيم

بخفق البيض، مضافاً إليه المكونات السريّة الأخرى التي يضعونها فيها أيّ كانت تلك. «ربما لم يكن هناك ما يضعونه سوى العمل الشديد». على كلّ حال، لقد انخرطوا في ذلك بكلّ حماسة.

شاهد جميع الزبائن هذا، وقد شاركوا نوعاً ما في التجربة الإبداعية بأكملها. لقد كان واضحاً تماماً أنّ عجة البيض كانت أكثر من مجرد طبق صغير. لقد بدا المكان بأكمله مشتركاً في خلق هذه العجة التي طلبها أحدهم. عندما تمّ إحضارها كانت بسماكة أربع بوصات تقريباً، لم تكن مسطحة بسماكة نصف بوصة، بل أربع بوصات من الخلق المبهج! ماذا كان الفارق؟ لقد تمّ إعداد تلك العجة عند مستوى الإتقان، الامتياز، الاعتزاز. لو أنّني كنت صاحب مطعم العجة المسطحة وتمّ تقديم واحدة كهذه لي، لمُتُّ من العار، وتوجب عليّ أن أعرف في اللحظة، كيف يُدعون هذه العجة التي لا تُصدّق في جزيرة جبل «القديس ميشيل»؟.

إنّنا نقول لأنفسنا بعد أن نغادر مطعمًا سيئًا: «أتساءل إن سبق لهذا الرجل أن تناول الطعام في أيّ مكان آخر. ألا يعلم كيف تبدو الحلوى الجيدة؟ أين تفكير هذا الرجل؟». يرغب صاحب المشروع التجاري الناجح في خلق تجربة من أجل الزبائن، ويرغب في أن يُشاطرهم أجود ما يمكنه فعله، تعلّمه، خلقه، وتخيّله، انطلاقاً من احترامه لهم («ولنفسه») وجودة تجربتهم. يأتي النجاح على نحو تلقائي انطلاقاً من ذلك.

لقد تحدّثتُ عن أهمية «الإتقان» بمجمله في كتاب آخر. يكفي القول إنّهُ ليس بالأمر الذي يُمكن تقليده. إنّ الإتقان هو الميزة التي تأتي انطلاقاً من الالتزام بالإتقان، والذي هو النتيجة الجليّة، وليس السبب. مرّة أخرى، سوف يقول الدماغ الأيسر المقاوم: «نعم، لكنني لستُ شخصاً مبدعاً. أولئك الأشخاص أصحاب الدماغ الأيمن وُلدوا هكذا، أمّا أنا

فلستُ كذلك، فأنا لا أملك مخيَّلة إبداعية». في الواقع، إنَّ هذه الأمور غير صحيحة. يملك الجميع مخيَّلة إبداعية، وإلا لما كان من الممكن أن تبقى حيًّا على هذا الكوكب. إنَّ مخيَّلتنا الإبداعية هي التي تُوفِّر جميع التوقعات التي تُؤدي بنا إلى فعل كلِّ ما نفعله طوال اليوم. بالطبع نحن نملك مخيَّلة إبداعية، وكلُّ ما في الأمر هو أننا نفشل في إدراك أهميَّتها.

إنَّ الشخص المبدع حقًّا هو الذي يعمل انطلاقيًا من مواقف الاهتمام، المشاركة، المحبة، التعاون، وتخيل ما قد تكون عليه تجربة الشخص الآخر، ثم محاولة خلق أفضل تجربة ممكنة من أجله بصدق. إنَّ البديل الأفضل الذي تعتمد عليه الكثير من الأعمال التجارية من أجل الاستمرار هو الأسعار الرخيصة. إن لم يكن لديهم شيء آخر يقدمونه، فإنَّهم يعتمدون على الأسعار الرخيصة وعلى الكميَّة. إذا لم يكونوا بارعين تمامًا فيما يفعلونه، فلا بدَّ لهم من تقديم الكثير منه لتعويض الفارق.

أنا لستُ أقلل من هامش الربح. إنَّما أقول أنَّ هامش الربح هو النتيجة وليس السبب في الربح الحقيقي. إنَّ كلَّ ما نقوم به ببراءة، إتقان، واحترام كامل سوف يدرِّ ربحًا على نحو تلقائي. إنَّ سرَّ الكثير من الأشخاص الناجحين هو أنَّهم يقومون بما يُحبُّونه بشدة، ويذهبون في ذلك إلى أقصى الحدود. إنَّ ذلك يعني أننا نستطيع أن نكون ناجحين في صنع الدمى الورقية، أو الشوارب المزيفة، أو الفزاعات، أو منازل الطيور، أو مقاعد الحمام منزلية الصنع، أو أيِّ كان ما نُحبُّ، إنَّ البراعة نابعة في حد ذاتها من نيتنا، والإتقان هو تمثيل للبراءة في عالم نزاهتنا المتفردة. تنبع القوة الحقيقية للشخص الناجح بصدق، من تناغمه الحقيقي مع إنسانية الشخص الآخر.

إذا فإنَّ العلاقة تتمحور حول إنسانية الشخص الآخر وليس فقط

حول تفاصيل متطلبات صفقته الصغيرة. يعرف الأشخاص الناجحون بحق أنّ المشتري لخدماتهم أيّ كانت سواء كانت في مجال التسلية، الغناء، الرقص، الهندسة، أو أيّ يمكن هو دائماً الزبون نفسه. هناك زبون واحد فقط في هذا العالم بأسره. حالما نعرف من هو، فلن يكون هناك مشكلة في بيع أيّ شيء أو في أن تكون ناجحاً مع ذلك الشخص. إنّ اسم ذلك الزبون هو «الطبيعة البشرية». إنّ السبب الذي يجعلنا نشترك في أيّ شيء سواء كان دورة لغة، عقد ما، أو تأجير السيارات، هو أنّه يستميل شيئاً ما في طبيعتنا البشرية. هناك زبون واحد فقط، وتلك هي الطبيعة البشرية في حدّ ذاتها. إنّ كل زبون فرد ما هو إلا ممثّل عن الطبيعة البشرية في قضية بعينها، وما يتم جلبه إليه هو ذلك الذي هو كوني.

لقد قلت إنّ «القوة» تتبع من إدراك حقيقة ما هو كوني، وعدم التصدي إلى ما هو محدود. إنّ الطبيعة البشرية كونية، سواء كان المعني رجلاً، امرأة، أو طفلاً. وحدها الطبيعة البشرية هي التي جلبتهم إلى هنا، وهي وحدها ما سيحدد إن كانوا سيستمرون في المشروع التجاري وهل سيكون ناجحاً أم لا. إنّ التوصل إلى اقتراح ذكي لحل مشكلة ما لا يعني شيئاً، إلا إذا كان ذلك الاقتراح الذكي يخدم حاجة بشرية مهمّة كحاجات التقدير، القيمة، الاحتفال، وحقيقة أنّ هذه الأمور تعتبر مهمّة من وجهة نظر شخص ما.

من الواضح أنّني أتحدث عن السلوك الذي يميّز الرخيص، الطامع، والجشع عن الكريم ذي النزعات الخيرة والمعطاء. قد يقول الدماغ الأيسر مرة أخرى: «حسناً، أنا لا أملك تلك الميزات». من جديد، تلك محاولة لتقليد ما هو «هناك في الخارج». إنّ سلوكيات الكرم، الاهتمام، الكينونة، الإبداع، سعة الحيلة، والقدرة على التكيف تنشأ جميعها على نحو تلقائي انطلاقاً من حقيقة أنّ من يقوم بإدارة المشروع لديه طبيعة بشرية. هذه هي ميزات الطبيعة البشرية في حدّ ذاتها، ولذلك، فهي

موجودة في داخلنا جميعًا. إنَّ كلَّ ما علينا أن نعرفه هو مكان تموضع مفتاح التشغيل وكيفية تشغيل طاقنا الكهرومغناطيسية. كيف نجذب النجاح عوضًا عن محاولة ابتياعه؟ من المفترض بالنجاح أن يُطاردنا، وليس من المفترض بنا أن نُطارد النجاح، إنَّ العالم بأسره يُطارده. إذا ماذا؟ إنَّ أولئك الذين يمتلكون النجاح لا يقومون حتَّى بالسعي إليه.

مع حلول الوقت الذي نكون فيه قد انتهينا من هذه المحادثة، سنكون قد فرغنا من عشاءنا، وقد حان وقت الحصول على الفاتورة. إنَّها الكارثة الكبيرة التالية. يعرف كلُّ فرد من طاقم الخدمة متى يحين وقت دفع الفاتورة. يبدو أنَّهم يختبئون في المطبخ عمدًا، لأنَّه حان الوقت الذي يُدركون فيه أخيرًا مكسبهم وهو البقشيش. يكسب الجميع قوت يومه ويُغادر مع مشاعر إيجابية ونيّة حسنة، أليس كذلك؟ عند هذه النقطة النهائية المصيرية، وعندما يكون نجاح التجربة بأسرها معلقًا إلى خيط، يختفي طاقم الخدمة.

كم عدد المرات التي جلسنا فيها في مطعم، وكان لدينا موعد علينا اللحاق به أو حضور افتتاح مسرحي، أو أيّ يكن، ممسكين بمالنا ومتوسلين إلى شخص ما كي يأخذه؟ حتى بعد أن يُقرروا أخذ مالنا على مضض، سوف يختفون الآن عشرين دقيقة أخرى. ماذا يفعلون بالفاتورة؟ أين ذهبوا؟ نتساءل إن كانوا قد هربوا إلى الزقاق مع بقية حسابنا أو شيء من هذا القبيل. أو قد يكون هناك خطأ في المبلغ، عندما يظهرون أخيرًا مع بقية الحساب.

إذا كانت فاتورة الغداء عشرين دولارًا على سبيل المثال، فإنَّهم يرجعون بقية حساب ورقة نقدية من فئة خمسين دولارًا وتكون عبارة عن ورقتين نقديتين واحدة من فئة عشرين والثانية من فئة عشرة

مكتبة الرمى أحمد

دولارات. بقدر ما كنا نود بحسن نية ترك الحد الأدنى المتوقع الذي هو من 15 إلى 20 في المئة، على الرغم من أن الخدمة كانت قدرة، فقد نجحوا الآن بالقدر نفسه في الحيلولة بيننا وبين فعل ذلك بسهولة. إننا أمام خيار تجاهل النادلة أو تبديد عشر دقائق أخرى محاولين لفت انتباهها مجددًا. إنَّها تقوم بالمشي ذهابًا وإيابًا إلى مكان تسديد الحساب. حيث يجهل المرء ما الذي يجري هناك، إذ أن الأمر يبدو وكأنه يستغرق دهرًا. تعود أخيرًا مع خمسة دولارات وتتصرف كما لو أننا قد فرضنا ذلك عليها. نقول: ما المانع، إنَّه مالها. علاوة على ذلك، يُضيفون إساءة ضم الضريبة إلى الفاتورة وإعطائها لنا ك مبلغ واحد، ولذلك يُتوقع منا الآن دفع 15 إلى 20 في المئة على الضريبة كذلك الأمر.

يتطلب عشاء بقيمة 75 دولار كحد أدنى بقشيشًا بنسبة 15 في المئة على الفاتورة، أليس كذلك؟ إنَّ حقيقة أن هناك على الأقل خمسة دولارات ضريبة تجعل الفاتورة بعد ذلك 80 دولارًا كحد أدنى. هذا يعني أن النادل يتوقع الآن على الأقل نسبة 15 في المئة من الثمانين دولارًا. يقودنا هذا إلى المبدأ التالي: تحمّل مسؤولية رفاهية الزبون. ينبغي علينا الحرص على نقودهم، ويتحتم علينا حماية أموالهم والحيلولة دون تعرضهم للابتزاز، وعلينا حمايتهم من المضايقة والإزعاج. بصفتنا أصحاب المؤسسة التجارية، إذا لم نُقم بذلك، من ذا يفعل؟ سوف يقوم بذلك موظف جيد بين الحين والآخر، إذا كنا محظوظين، لأنَّه تعبير عمّا هو عليه. لا نستطيع تقليد ذلك، فإما أن نمتلكه أو لا.

إنَّ النجاح حتمي تمامًا إن مارسنا مجموعة السلوكيات الصحيحة. هذا هو السبب في رفض الأشخاص المميزين العديد من العروض. لا علاقة للأمر بأنهم لا يعرفون إن كانوا يستطيعون تحقيق النجاح فيه. بالطبع يستطيعون، فهذا أمر مفروغ منه، فالنجاح تلقائي. إنَّ ما

يُحاولون اكتشافه هو إن كان الأمر يستحقَّ العناء، أو إن كانوا مهتمّين حقًا. لماذا إذاً لا نستطيع شراء أفضل الناس؟ لأنّهم ليسوا للبيع. لقد حققوا المراد، شكرًا لك. الغريب هو أنّ حقيقة أنّه لا يمكن شراؤهم هي من أحد الأمور التي تجذبنا إليهم بقوة.

الفصل الرابع

تحقيق النجاح

نعرف من تجربتنا الخاصة أن بعض الأشخاص قد حققوا النجاح في هذا العالم وآخرين لم يفعلوا، مهما حاولوا. إذا حققناه، فإنَّ القليل ممَّا نفعله سوف يسير على نحو خاطئ، إذ سيتحول كلُّ ما نلمسه تقريبًا إلى كسب.

عندما نراقب فشل الناس في تقليد النجاح، نراهم كمن يُحاول إنماء حديقة غنَّاء دون أن يكون لديه خبرة في الزراعة. إنَّ ما يعيننا هو امتلاك المهارة الزراعية، والتي إذا ما امتلكنها، سوف تُنمي حديقة ناجحة أنَّى ذهبنا، لأنَّ المهارة الزراعية هي منهج البستاني. إنَّها ليست شيئًا ينمو في الحديقة، لأنَّ ما ينمو في الحديقة هو النتيجة، أمَّا السبب فيمكن في المهارة الزراعية.

إذًا، فإنَّ تحقيق النجاح يعني معرفة الكيفية، والتي هي أمر نحمله معنا أينما كنَّا، ويُفصح عن نفسه بغض النظر عمَّا نفعل. إنَّ امتلاك الكثير من المعلومات المتراكمة هو أمر مثير للاهتمام، فدورات التدريب، الجامعات، والكتب على اختلاف أنواعها، سوف تغمرنا بالمعلومات.

لم أكن يوماً مهتماً بالمعلومات، فاكتسابها أمر آلي تفعله الحواسيب، وما نحتاج معرفته هو المكان الذي تكون فيه المعلومات متاحة كي نستطيع استدعاءها، ولا جدوى من حمل كل تلك المعلومات عديمة الفائدة معنا. إنَّها رفاهية، ولكنَّها في غير موضعها، وهي رائعة، ولكنَّها ليست مفتاح النجاح.

في المرّة القادمة التي ترى فيها راقصاً مذهلاً، حاول تقليد كلِّ حركة يقوم بها، وانظر كيف يبدو الأمر في المرآة. إنَّه ليس الشيء نفسه على الإطلاق، فما ينقصك هو أنك لم تتعرف على مصدر جوهر قدراته. إنَّ سنوات التدريب ما هي إلا إتقان للتعبير عن شيء موجود داخل الشخص بالفعل. بطبيعة الحال، إذا تمرنت عدّة ساعات في اليوم، سوف تزيد خبرتك وقدرتك على التعبير، لكنك ستبقى عاجزاً عن تقديم أكثر ممَّا تملك.

لقد برع الكثير من الناس عند مستويات منخفضة من الإنجاز، وأتقن ذلك النوادل المملون، الآليون، الجامدون. إنَّهم رائعون في كونهم مملين، غير مباينين، غارقين في الدَّين، مكروهين، ومزعجين لزملائهم ورئيسهم في العمل. ما الذي برعوا فيه عدا ذلك؟ إنَّهم يحاولون عمداً أن يكونوا مملين، وسوف ترى ما أعني. من الصعب جدًّا القيام بذلك، لأنَّه من شأنه أن يُفقدك صوابك.

دعونا لا نُقلل من شأن الممل، لأنَّ لوظيفته الآلية مكانتها في العالم، وأنا متأكد أنَّ العالم لا يستطيع العيش دونه. هناك أشخاص ذوو مستوى براعة منخفض للغاية، بحيث أنَّهم لم يصلوا بعد إلى الممل حتى. كما أنَّ هناك كثيرين آخرين راضين تماماً بالعادي، الرتيب، والممل، لأنَّه يوفر لهم إحساساً بالحماية، الراحة، والأمان. إنَّه يخدم هدفاً نبيلاً، إذ نحتاج جميعنا إلى مشاعر الراحة والأمان، إلى الجوانب التي نشعر أننا

مسمّرون فيها، وإلى الجوانب التي لسنا مهتمين بصراحة بتنميتها بعد.
من أجل ذلك فإنّ المشكلة لا تكمن في كوننا مملين أو لا مبالين، بل فيما
إذا كان ذلك يخدم سعادتنا أم لا.

عندما كنتُ في الخدمة العسكرية، تنازل الكثير من الشبان عن
الترقيات وفرص الترشيح إلى كلية صف الضباط. كان أحدهم يقول:
«لا، شكرًا، لقد حققتُ النجاح ممامًا حيث أنا». إنَّ شعورهم بتحقيق
النجاح هو أحد الأدلة على ذلك. لم يكونوا في حاجة إلى مواصلة
البحث لأنَّهم وجدوه بالفعل. عندما تعثر على موقعك المناسب وتكون
منغمسًا فيه بيسر وسعادة، فهذا أمر عظيم ورائع. احذر الأشخاص
الذين يُحاولون باستمرار إبعادك عنه، لا شكَّ في أنَّهم شاركوا في
مجموعة كبيرة من برامج «الوعي»، وهم مفعمون بالأفكار الحماسية
المدهشة. إذا ذهبتَ بعيدًا في تصديقهم، فسوف تكتشف عمَّا قريب
أنَّهم أفسدوا عليك حياتك.

من المهمَّ أن نفهم أنَّ السعادة يُمكن أن تأتي من الرضا عن إتمام
الهدف. من أجل ذلك، وبالنسبة إلى الأشخاص الذين كنتُ معهم في
الخدمة العسكرية، لم يكن ثمة حاجة إلى الذهاب أبعد من ذلك. لقد
نالوا ما كانوا راغبين فيه. دعونا ننظر إلى الأمر من وجهة نظر مختلفة:
إذا كان الأمر الذي ترغب فيه متوفرًا ومحدودًا في نطاقه، يحدث شيئا
عندما يتمَّ إنجازه: إمَّا الرضا والسعادة، أو الملل وخيبة الأمل، لأنَّه لا
يتضمن في داخله ما كنتَ تأمل العثور عليه هناك.

إنَّ تخيل الفعل في هذا العالم كتقدم من هنا إلى هناك، وتحقيق لمهمة
معينة في أوانها، وانتقال من هذا المكان إلى آخر، هو كلُّ ما يدور حوله
الأمر. إلا أنَّ السؤال هو: ماذا يحدث لمشروعنا بعد تحقيقه؟ تتعاقب
حياتنا بين امتلاك ما نرغب وعدم امتلاكه، فتارة نملكه وتارة لا في

كلّ مرة يتمّ فيها تحديد هدف جديد، يحدث ذلك انطلاقاً من تجربة عدم امتلاكه والرغبة فيه. ما يحدث لاحقاً هو أننا إما أن نحصل عليه أو لا. إذا لم نحصل عليه، نقول: نحن تعساء، أما إذا حصلنا عليه، فنقول: نحن راضون. إذا كان هدفنا محدوداً، فإنّ النجاح سوف يكون كذلك، أما إذا كان التزامنا تجاه مبدأ كوني، فإنّ هدفنا يكون دائماً في طور التحقيق وليس ثمة نهاية، لأنّ كلّ لحظة مكتملة في حدّ ذاتها وهي النهاية بالفعل. إذا كان هدفنا هو جعل تجربة زبائننا مبهجة، مربحة، ممتعة، وإسهاماً إيجابياً في حياتهم، فلن يكون هناك نهاية إطلاقاً للطريقة التي نستطيع فيها التعبير عن ذلك. إنّ كل يوم هو بهجة جديدة.

يُوجد مطاعم على هذه الشاكلة، حيث يسحرنا تنسيق المكان، وتكون خيارات قائمة الطعام شهية، والتجربة بأكملها فريدة لا تُعوّض. إنّ محفز صاحب المؤسسة من وراء هذه التجربة مختلف عن مبدأ الحمار والجزرة. إنّ الشخص الذي يعمل انطلاقاً من البرنامج العام «ارغب، اعمل، احصل» يلهث باستمرار وراء الجزرة. يُوجد دائماً زمان ومكان بين ما يرغب فيه وبين ما يُحقّقه أو ينجزه. انطلاقاً من مجموعة السلوكيات تلك، يمضي الناس حياتهم بأكملها منتظرين بفارغ الصبر الوصول إلى الغاية. بالتالي، فإنّ السعادة موجودة دائماً عند نهاية قوس قزح، وليست على الإطلاق حيث هم الآن.

إذا كنّا قررنا أن تكون إحدى غاياتنا، أهدافنا، أو دوافعنا هي أن نتمتع أنفسنا، فسوف نكون ناجحين. إنّ إحدى العلامات المميزة للأشخاص الناجحين حقاً هي أنّهم يستمتعون بما يقومون به في هذه اللحظة، وأنهم يستمتعون بالعملية. أنا أعرف فنانين عملوا على اللوحة نفسها سنوات، أو كتاباً عملوا على الروايات نفسها سنوات. إنّهم يُمتعون أنفسهم حقاً، إذا لم العجلة؟ يملك الأشخاص الناجحون بحق في دواخلهم القدرة على خلق سلسلة غير متناهية من

النجاحات. ما إن نعرف سر كسب مليون دولارًا، فإننا في كثير من الأحيان لن نكلّف أنفسنا العناء، إلا إذا ظهر ما يلفت انتباهنا ويجعل الأمر ذا قيمة.

إنّ «تحقيق النجاح» ليس نابعاً من الحاجة، وليس نابعاً من البحث عن النتائج «هناك في الخارج»، بل إنّ تحقيق النجاح، سلوك ينبع من التواصل مع ذاك اليقين في داخلنا. يفهم الآخرون ذلك، ولذلك فهم يريدوننا، ومن الواضح أنّهم في حاجة إلينا، فنحن نملك القدرة على خدمتهم، وهذا ما يجعلنا ذوي قيمة. لدينا نية خدمتهم، وهو ما يجعلهم يسعون خلفنا. إنّ القيام بالأمر على ذلك النحو هو أسلوبنا، وهو ما يجعلنا محبوبين.

من المؤلف في علم النفس الشائع، التقليل من شأن «مُسعدي الناس». إنّني أعرف الكثير من الأشخاص الذين ليسوا من مسعدي الناس، بل هم، في واقع الأمر، من مُزعجي الناس، ولذلك دعونا نُفصّل عناصر إسعاد الناس ونرى ممّ يتركّب. ليس إسعاد الناس في حدّ ذاته، إنّما «الكيفية» والنية من وراءه. إذا لم نقم بإسعاد الناس وبعض سمات طبيعتهم البشرية، فلننس أمر النجاح. إنّ النجاح لا يتحقق إلا إذا أسعدنا، أشبعنا وتناغمنا مع شيء ما داخل الطبيعة البشرية لربائنا، قرّائنا، مستمعينا، أو أيّ كان.

إنّ «إسعاد الناس» هو التعليق الساخر الشائع، لأنّه يتم الاستدلال منه على معنى بيع المرء لمرآته. يقوم الأشخاص بمساواته مع الخنوع، السلبية، أو تعذيب النفس «الماسوشية»، إذ يعتقد أولئك الذين يمتلكون هذا الفهم المحدود أنّ إسعاد الناس أمرٌ خاطئ. بناءً على ذلك، أصبح لدينا «الجيل الأناني» ذو التوجّه النرجسي نحو إسعاد نفسه، والعيش مسترخيًا تمامًا، والقيام بعزف منفرد منعزل عن سيمفونية الحياة. يبدو

الهدف اليوم هو إرضاء الغرور الداخلي للمرء، إذ ليس ثمة ارتباط صادق مع قيم الإنسان الحقيقية.

كيف لنا أن نُسعد الآخرين حقًا، ونكون ناجحين؟ نُحقق ذلك عندما نكون أبطالاً، فذلك ما يُسعد الناس. إنه ليس منتجنا، وإنما هي الجودة التي يُوصلها منتجنا، هي ما يصحب المنتج الذي يشتريه الناس. فكر في جميع المغنّين المشهورين، المشاهير العظماء الحقيقيين، الذين لم يمتلكوا ذاك الصوت القوي، مثل «فاتس والر»، «جيمي دورانتى»، و«بوب ديلن»، والذين امتلكوا جميعًا السحر الذي ندعوه بالجاذبية الجماهيرية الآسرة، والتي تعني إظهار نوع محدد من الحضور.

إننا نقرب الآن أكثر من جوهره، إذ بتنا ندرك أن النجاح يأتي تلقائيًا إلى الأشخاص بسبب حضورهم. يبدو أن جميع هؤلاء الأشخاص، كما سنلاحظ، يملكون الجرأة والثقة بالنفس كي يكونوا بالضبط من هم عليه. إنهم يستثمرون ما قد يعتبره الآخرون معوقات. كما قلنا، لا تنطوي الوقائع على القوّة، إنما هي مواقفنا تجاهها. لماذا كان الجميع يصيحون مطالبين بـ «بوب ديلن»؟ هل كان «جيمي دورانتى» وسيماً؟ أم كان عازف بيانو عظيمًا؟

ما الذي جعل «توماس أديسون» واحدًا من أعظم الشخصيات في التاريخ؟ لقد أضاء إنجازاه العالم وغير أسلوب حياتنا جميعًا إلى الأبد، ولكنني متأكد من أنه لو عاش في هذه الأيام لتم إرساله إلى زيارة أقرب محلل نفسي كي يتغلب على إدمانه الوسوأي القهري على العمل. ألم تقارب المواد التي حاول أن يصنع منها السلك الدقيق للمصباح تتراوح بين ثمانية إلى عشرة آلاف مادة قبل أن يتوصّل إلى معرفة السلك المناسب؟ لقد كان يعلم طوال الوقت أنه موجود، وكانت المسألة مجرد

مسألة بحث عنه وتحديد له. كان ما ينتظره، مؤكِّداً على نحو مطلق بالنسبة إليه، لأنَّه عرف المبادئ الأساسية المعنية. لقد عرف كيف يستفيد من المقاومة، فالضوء لا يأتي من الكهرباء، بل من مقاومة السلك لها. لقد استفاد من ميزة مقاومة القوة وليس من القوَّة في حدِّ ذاتها. لم تكن الإجابة هي الاستمرار في زيادة الجهد الكهربائي، وإنما في إيجاد مقاومة تقترب للغاية من طاقة القوة بحيث يقوم التفاعل والتأثير بخلق النتيجة المرجوة. هكذا نرى أنَّه لا يُوجد معوقات في العالم.

إنَّ المقاومة ليست بالأمر الذي ينبغي تجاوزه، وإنما يجب إدراجه، الاستفادة منه، واستخدامه كمنصَّة انطلاق. إنَّ السبب الذي جعل «روجر بانستر» يُحطِّم الرقم القياسي لسباق الجري مسافة ميل، والبالغ أربع دقائق، هو أنَّ الأربع دقائق لم تكن عائقاً بالنسبة إليه، بل كانت نقطة انطلاق. قبل أن يُحطِّم الرقم القياسي، لم يكن قد سبقه إلى ذلك أحد، أمَّا بعد تحطيمه، فقد فعلها غيره واحداً تلو الآخر. أين كانوا كلَّ ذلك الوقت؟ لقد كان موقف «بانستر» حيال عقبة الأربع دقائق مختلفاً، فقد أصبحت بالنسبة إليه المُحفِّز، المحرك، الإغراء، الباعث، والرافعة، وقد جعلها تخدمه. إنَّ ما ألهم حماسنا جميعاً كان مكانة الرجل، ولم يكن إنجازُه سوى تعبير عن تلك المكانة. إنَّ الحضور مكانة، إنَّها الطريقة التي يرى بها نفسه. لقد حقق «بانستر» النجاح، لم تكن سوى مسألة وقت.

في المطعم العظيم في البلدة التي ترعرعتُ فيها، كان صاحب المطعم يُلقي علينا التحيَّة دائماً ويتأكد بإخلاص من أنَّ كلَّ شيء يسير بما يضمن رضانا، وعاجلاً أم آجلاً كان الطاهي بنفسه يأتي هو الآخر، ولو لحظة واحدة. قد تجد الطاهي حاملاً صينية ضخمة عليها ديك

مكتبة الرمي أصد

رومي مشوي رائع، أو زوج من البط، أو سمكة سلمون عملاقة محاطة بنقاط من «المايونيز». لا بدّ أنّنا جميعاً ألقينا التحية وشاركنا وكنا جزءاً من تجربة العشاء المبهجة هذه. لقد حظي الطاهي بفرصة الحصول على بعض التعليقات التي تبعث فيه الحيوية، كما أنّ اللقاء بأكمله كان دائماً أمراً مهمّاً. ألا يحملنا ذلك النوع من التجارب على الشعور بأننا ضيوف مكرّمين عوضاً عن كوننا مجرد زبائن يسعى صاحب المطعم وراء نقودهم؟ إنّ ذلك يخلق بيئة مختلفة تماماً.

بالتالي، فإنّ النجاح لا يكون نجاحاً إلا عندما تتمّ مشاركته. يُشاطر صاحب المطعم زبائنه فرحة ومتعة نجاحه، ثمّ يخرج الطاهي ويعرض فرحة وبهجة إبداعه، الأمر الذي يكون على نحو واضح من أجل متعة وبهجة الزبائن كذلك. إنّ المكان بأكمله يفيض بالنيّة الحسنة، فقد حقق الجميع النجاح في هذه التجربة، والأمر المصيري هو أنّ الزبائن حققوا النجاح أيضاً من خلال اختبارهم مشروع الطاهي وصاحب المطعم. إنّ إسعاد الناس هو مسألة معرفة ما يستمتعون به حقاً.

لقد كان هناك ذاك المطعم الصيني الصغير الرائع في مدينة «سان فرانسيسكو» والذي أحبّه الجميع، حيث كان الطعام مدهشاً، والخدمة رائعة. كان المكان مزدحماً. لقد كان هذا المطعم مشهوراً جداً، كما أنّه كان ذا جو عائلي إلى حدّ ما. لم يكن هناك فاصل يحجب المطبخ، وكانت الطاولات بسيطة. كان الشخص الذي يُدير المطعم، واعتقد أنّ اسمه كان شيئاً يُشابه «تشارلي المجنون»، يُخبر زبائنه أين يجلسون، ماذا سيتناولون على العشاء، ما الجيد وما السيئ. كان يُسعد زبائنه بغضّ النظر عمّا يقولونه. لقد كان عابساً، فظاً، قصيراً، غير جذاب، وكان الجميع يحبّونه.

لقد كان التزامه بإتقان الطعام هو ما جذب الناس إليه، جنبًا إلى جنب مع فكاهاة أسلوبه الخشن. ما كان يُمكن أن يكون منقرًا يُصبح مشجّعًا معه، وما كان يُمكن أن يكون بغيضًا يُصبح جذابًا. لقد كان ماهرًا فيما يفعل وكان يعرف ذلك. كان يطهو أفضل طعام صيني تذوّقه أحد على الإطلاق، بالإضافة إلى أنه كان يفعل ذلك بسرعة، ولم يكن هناك انتظار.

عند هكذا نقطة يلجأ الكثير من أصحاب المشاريع الانتهازيين إلى رفع الأسعار، ولكن ليس «تشارلي المجنون». إنَّ جزءًا من كونه مثاليًا فيما كان يفعله، لم يكن يشمل تقديم طعام رائع وحسب، بل جعله متاحًا بأسعار معقولة أيضًا. إذا حاول شخص طلب شيء لم يُوصي به، فإنّه يطلب منه المغادرة إلى واحد من تلك الأماكن الفاخرة، غالية الثمن ذات الطعام السيئ. أمّا إذا قام شخص ما بإزعاجه، فإنّه لن يدخل إلى المطعم مجددًا. كان من الواضح أنه غني عن التعامل معه، إذ كان الناس مصطفين من أجل الدخول إلى مطعمه. كان مهتمًا تمامًا بتوجيه الأشخاص إلى أن يعرفوا ما الممتاز وما سوى ذلك، وكانت غايته وامتعته هي مشاركة تجربة ذلك الإتقان مع الجميع. عدا ذلك، لن يكون هناك هدف من امتلاكه لمطعمه.

لم يكن «تشارلي المجنون» قلقًا أو متوترًا حيال أيّ شيء. كان يستطيع تحقيق النجاح في أيّ مكان، وكان يعرف ذلك. كان صدق التزامه، غايته، ووسائل تحقيقه لهدفه يعني أنه كان يحظى باحترام كبير. إننا نحترم ما هو صادق، ومع أننا نتملّق، ولكننا لا نحترم ما هو مزيف. إنَّ الشهرة تتبع الإتقان على نحو تلقائي. كان «تشارلي المجنون» شخصية مشهورة بين محبي الطعام الصيني وهواته، وقد انتشرت شهرته من تلقاء نفسها.

لقد كنت في بلدة صغيرة هادئة جنوب ولاية «أريزونا». أقصد بهادئة، أنه يوجد فيها مطعمان، نُزلٌ صغير، محطتا وقود، ولا شيء آخر. كان تعداد سكانها ستمئة، ولم يسبق أن سمع بها أحد. أثناء التجول بين المحلات الصغيرة، وجدت أحدها مثيراً للاهتمام، فقد كان يصنع أسرجة الأحصنة، الأحزمة والمشابك. لقد شعرت نوعاً ما أن صاحبه حرفيٌّ ماهر على الرغم من أن المكان كان فوضوياً، ثمّ تبين دون شك، أنه كان الشخص الذي صنع حزام الأباذيم الفضي لـ «جون وين» مقابل ستة آلاف دولارًا للقطعة الواحدة. لقد كانت لديه طلبات من مختلف الأشخاص المشهورين في العالم، ومع أنه شخص مجهول في بلدة مجهولة، إلا أن شهرته انتشرت بحيث كانت لديه قائمة انتظار طويلة.

كنتُ أعرف صالون حلاقة في مدينة «نيويورك» حيث كان يجب على الشخص أن تتمّ التوصية به ويتمّ تقديمه من قبل صديق كي يحصل على موعد. كان كل شيء بمواعيد، فقد كان عمل الصالون بأكمله مقتصرًا على النخبة، وكان لديه قائمة انتظار كالنادي الحصري. كان علي الأشخاص أن ينتظروا حرفيًا حتى يموت أحد الزبائن قبل أن يتمكنوا من الشروع في حلاقة شعرهم هناك. كانت أجرته باهظة، وبمعدل أربع زبائن في الساعة كان يجني مالا أكثر من معظم المحترفين.

كان كلُّ هذا لشيء واحد، وهو أنه كان يهتم بوقت الناس. لقد أحبّه رجال الأعمال الناجحون، فعندما يكون لدى الشخص موعد حلاقة عند الساعة الثالثة، كان يجلس على الكرسي عند الساعة الثالثة تمامًا، وعند الساعة الثالثة والرّبع بالضبط يكون قد فرغ. لقد كانت خمس عشرة دقيقة مضمونة من الحلاقة، ولم يكن هناك انتظار أبدًا. لقد عامل هذا الحلاق كلَّ زبون على أنه مهم جدًا. إذا قال أحدهم حتى: «أين الإصدار الأخير من مجلّة «إسكواير»؟ سوف يجد ذلك الشخص مجلات «إسكواير» في المرة القادمة التي يذهب فيها إلى هناك. كان يستجيب

على الفور، كما كان يتذكر الأسماء وكل ما يتعلق بزبائنه. لقد كان يراعي مشاعر الآخرين ولا يقوم بفرض نفسه، بل يتصرف انطلاقاً من تحقيقه للنجاح. لم يكن متعجرفاً حيال ذلك كما بعض الأشخاص الناجحين، ولم يكن لديه تصنع للفخر أبداً، بل كان الاعتزاز بالنفس الصلب كالصخر الذي جاء من معرفة أنه كان جيداً فيما كان يفعله.

عندما يكون أحدهم جيداً فيما يفعله، فإنه يصبح مسعداً حقيقياً للناس. إننا جميعاً نُسِرُّ للغاية بالإتقان، والأداء المميز. إن ما يسعدنا في الفنان العظيم هو حضور القلب، إنه قلب البطل، ونحن نهلل لإبداعه، ونبارك مشروعه، ونمدح التزامه بالإتقان. إننا نُثني على الطريقة التي ينظرون بها إلى أنفسهم أمام أنفسهم. إن ما يجعل «بافاروتي» عظيماً، ليس صوته وحسب، لأن هناك الكثير من المغنين الإيطاليين الرائعين في العالم، بل إنه يتمتع بتواضع العظماء الحقيقي. إن إسعاد الناس الحقيقي لا يكمن في تزويدهم بالطعام، إنما في تجلي الإتقان.

يشيد العالم بأكمله بالإتقان. لا يهم سواء كان الشخص نادياً، نجماً سينمائياً، أمّا، أفضل طاه في الحي، أو أمير قاتل ماجور في الغرب. سوف يذيع صيتهم دون أن يتوجب عليهم فعل أي شيء من أجل ذلك. لن يتوجب عليهم السعي إلى المقابلات، أو دفع المال لخبراء الدعاية، أو التودد إلى محرري العمود الصحفي. لن يضطروا إلى بيع أنفسهم لأي كان، لأن شراءهم غير ممكن. إن القوة والنزاهة التي تجدها لديهم تعني أنه لا يمكن شراؤهم، إنها تعني أنهم لن يحدوا عن المبادئ المتضمنة من أجل نفعهم الخاص.

إن بيع النجاح من أجل المصلحة الشخصية يجعل الأشخاص ضعفاء، وهم بفعلهم ذلك يخسرون قوتهم. إننا نرى المهن التي انتهى

بها المطاف في حالة انهيار لأنَّ الأشخاص فعلوا ذلك تمامًا. لقد كان لديهم نجاح حقيقي بين أيديهم، إلا أنَّهم ارتكبوا خطأً بيع النجاح من أجل المصلحة الشخصية، فأصبحوا بعضًا من «ذكريات» التاريخ.

الفصل الخامس

إفساد النجاح

لا يأتي النجاح، حال كحال أي مشروع، فقط من معرفة ما ينبغي فعله، بل كذلك من معرفة ما ينبغي الامتناع عن فعله. ينبع فهمنا لما ينبغي الامتناع عن فعله من فهم مبادئ ما ينبغي فعله، وليس إفساد الأمر بالفعل، سوى فرصة لاستخلاص العبرة وتحويل الأمر لمصلحتنا تمامًا كصنع عصير الليمون حلو المذاق من الليمون الحامض. إنَّ الهدف هو تحليل خطأ ما بطريقة تخدمنا كي نستطيع أن نستخلص أفضل ما فيه. من المهم أيضًا أن نُبدد الندم والمرارة ونُدرك أنه مع العسر يسرًا. فلنعد مجددًا إلى المطعم كمثال على المشروع التجاري.

إنَّ واحدة من أكثر حالات إفساد النجاح التي يُمكن ملاحظتها بسهولة هي عندما يُقرر مطعم ناجح أن يقوم بالتوسعة. لاكون صادقًا، أعرف القليل جدًا من المطاعم التي تبقى ناجحة عندما تتخذ هذا القرار. يحدث الشيء نفسه مع العديد من الأعمال التجارية لأنهم غير واعين بماهية الميزة التي تجلب لهم النجاح.

إنَّ استراحة «لويجي» للمعكرونة مزدحمة، حيث تجد هناك مفارش

طاولات المشمّعة. إنّها موجودة في الجزء القذر من البلدة، وعلى الرغم من ذلك فهي تسير على نحو رائع، ولذلك يُقرر «لويجي» أنّ ما يحتاج فعله هو التوسّع. عندما تظهر فرصة استئجار المتجر المجاور، فإنّه يغتنمها. يجلس ويده قلم رصاص وورقة، ويكتشف أنّه إذا ضاعف عدد الطاولات فسوف يضاعف عدد الزبائن، وسوف يجني ضعف الربح، وهكذا يشرع في تغيير كلّ شيء. لا بُدّ من إزالة الفاصل بين مطعمه والمساحة المجاورة، أمّا مفارش الطاولات المشمّعة فلم تعد مقبولة، وإذا كان يُريد تسريع الكارثة فإنّه يضع لافتة: مغلق من أجل إعادة التصميم. إذا أراد حقًا أن ينهار مشروعه، فتلك هي طريقة تسريع الأمر. كن واثقًا من أن جميع عادات زبائنه الذين يأتون إلى هناك في ليالٍ محددة من الأسبوع قد تمت مقاطعتها، وهم مجبرون الآن على إيجاد مطعمٍ إيطالي آخر يستطيعون تناول الطعام لديه في ليالي الاثنين. أستطيع أن أوكد لك أنّهم سيفعلون، فقد أرغمهم «لويجي» على الرحيل، وسوف يكونون ساخطين.

سوف يعودون حالما يقوم بإعادة الافتتاح، فقط من باب الفضول، ولكنّ الغريب هو أنّه لم يعد المطعم نفسه. لماذا؟ لأنّ أجواء الزحام، الجو العائلي غير المتكلف، البساطة، وكونه المكان الذي يستطيع فيه الناس أن يُشَمروا عن سواعدهم ويكونوا على طبيعتهم، حيث لم يكونوا مضطرين إلى التأنق أو القيام بالحجز، هي الأمور التي جذبتهم إلى هناك. لقد كان الطعام في استراحة «لويجي» للمعكرونة جيدًا، سريعًا، ورخيص الأسعار.

لا بُدّ من رفع الأسعار لتغطية تكاليف هذه التوسعة، فقد استدان «لويجي» الكثير من المال. إنّ دفعات الفائدة كبيرة إلى حدّ كبير، وهو في الواقع يُواجه الإفلاس. ماذا حدث لجمهوره القديم؟ حسنًا، لقد

ذهبوا إلى مكان آخر، لأنَّ الشيء الذي جذبهم في المقام الأول قد اختفى الآن.

كان هناك مكان تمامًا كهذا في البلدة حيث كنت أعيش. كان جميع سكان البلدة يُمضون أوقاتهم في مطعم المأكولات الغربية الرائع ذاك منذ سنوات. كان يستعمل مفارش الطاومات ذات المربعات الحمراء، وكان جوه بعيدًا تمامًا عن الرسمية. فجأةً، تمَّ إغلاقه من أجل إعادة التصميم وعندما أعيد افتتاحه، اختفت مفارش الطاومات. حلَّ الآن الحراك النشيط لسلسلة المطاعم السريعة محلَّ الجو المريح والودود. صحيح، أنَّه أصبح أكثر نظافة، وأنَّه تحسَّن من وجهة نظر موضوعية، جمالية، إلا أنَّ الجمهور القديم هرب إلى مكان آخر، لإحساسهم أنَّ قيمتهم كزبائن قد انقُصت.

نجد الشيء نفسه يحدث مع أيِّ مكان صغير رائع، في اللحظة التي تكتب فيها عنه بعض الصحف والمجلات بوصفه ملاذًا سياحيًا مثاليًا، تتغيَّر طاقة المكان بأكمله. لقد مرَّت البلدة التي كنتُ أعيش فيها بمثل هذا التغيَّر، فقد كانت منذ سنوات مضت، هادئةً وعفويةً، حيث كان في استطاعة الناس ارتداء الجينز في أيِّ مكان. كانت الأسعار منخفضة، وكان الجميع يثقون ببعضهم. كنَّا نصرف أوامر الصرف دون طلب رخصة القيادة.

في بداية انتقالي للعيش هناك، أعلنت امرأة في الصحيفة عن سيارة من نوع «فولكس فاجن» مقابل خمسة آلاف دولارًا. بالتالي ذهبت إليها وسألتها: «كيف حال أداءها؟»، أجابتنني: «جيد». سألتها: «هل تُعانين من أيِّ مشاكل معها؟»، قالت: «لا». أخذتُ السيارة في جولةٍ تجريبية وقلتُ للمرأة: «حسنًا، سوف آخذها».

لقد وافقت على قبول أمر صرف شخصي من خارج الولاية من

شخص لا تعرفه حتى. ثم أخبرتني أنها لا تمتلك صك الملكية لأنها كانت لا تزال تسدد دفعات السيارة. كان صك الملكية لدى المصرف، حيث يُمكن إرساله لي عن طريق البريد. إذا، فقد وافقت على أمر صرف من خارج الولاية من شخص مجهول بقيمة خمسة آلاف دولارًا وتخلت عن ملكيتها، أمّا أنا فقبلت السيارة دون صك ملكية، أو حتى معرفة إذا كان لدي ما يثبت ملكيتي القانونية. في ذلك الزمن، وذلك المكان، لم يكن ثمة مشكلة ولا أيّ تشكيك. هكذا كان حال الأمور، لأنّ هذا ما كان عليه حال الناس. لم تكن الأشياء هي المهمة بل الأشخاص.

بعد ذلك، ظهرت مقالة كبيرة حول هذه البلدة في القسم المالي من صحيفة «نيويورك تايمز»، معلنة أنّ العقارات هنا كانت أفضل ثاني استثمار في «الولايات المتحدة الأمريكية». بين عشية وضحاها، جاء الناس إلى البلدة حاملين معهم دوافع، طرق، وأساليب عيش مختلفة في هذا العالم، إذ كانوا يتطلعون إلى جني الربح، الاستغلال، والاستثمار.

يتوجب الآن على الجميع إظهار رخصة القيادة. لن أعطي أبدًا أحدًا خمسة آلاف دولار دون صك الملكية، ولا أحد سيقبل أمر صرف من خارج الولاية من شخص مجهول. لقد تلاشت النزاهة، وانهارت في خضم السعي إلى النجاح باعتباره شيئًا نجده «هناك في الخارج»، على أمل أنّ هناك ربح، ثمّ كان الربح بعد ذلك مبررًا للاستغلال. لا يهم كمّ المال الذي تمّ عرضه في صفقة ما عند ذلك المستوى، فهي لا تملك سوى مظهر النجاح.

لقد تلاشي النجاح عندما تلاشت النية الحسنة عندما تختفي النية الحسنة، تغيب معها الثقة، الإيمان، الرضا، السلوك، ولاء الزبائن، وكل ما يجعل الحياة جديرة بالاهتمام. إنها تتداعى سويًا. علينا الآن إحكام إغلاق أبوابنا، ونُخرج المفاتيح من مشغل سياراتنا في البلدة. إذا لم

نتصرّف انطلاقاً من كوننا أصدقاء تجمعنا الحياة والطبيعة البشرية، فلن يكون هناك ما يضمن أن يكون العالم صديقنا هو الآخر.

إذا ما الذي يتوجّب على «لويجي» فعله إذا كان يريد توسيع مشروعه؟ عوضاً عن التوسع فيما هو ناجح أصلاً وبالتالي تدمير جميع العناصر التي كانت تجعله على تلك الشاكلة، قد يُبلي بلاء أفضل بكثير فقط من خلال تكرار المشروع في بلدة أخرى أو قسم آخر من المدينة. كان يستطيع امتلاك مطعم «لويجي» الشرقي ومطعم «لويجي» الغربي، ولكن يجدر بمطعم «لويجي» الغربي أن يكون مطابقاً لمطعم «لويجي» الشرقي، عدا ذلك فإنّ جميع الزبائن سوف يزورونه مرةً واحدة ولن يعودوا إليه أبداً.

إنّ أحد أفضل الإثباتات على هذا المبدأ هو ما حدث مع واحد من النوادي المشهورة جداً في حي «إيست فيليدج» في مدينة «نيويورك» عند أواخر الستينيات وأوائل السبعينيات. لقد كان مثلاً يُحتذى في البلد، فقد كان أول نادٍ للرقص يُوفّر الوسائط المتعددة والرقص الحر وأجهزة الإضاءة التي تُصدر ومضات قصيرة وكثيفة وسريعة، ممّا جعله صيحة في ميدان الترفيه. كان مشهوراً واصطفّ الناس في الخارج، وارتاده طليعة الفنانين، مثل «آندي وار هول» ولك أن تُسمّي من تشاء. من الواضح أنّه لم يتمّ إنفاق الكثير من المال على تجهيزه، فقد كان في الطابق العلوي، وكانت خلفية المسرح من الستائر الكتانية التي رُسمت عليها لوحات زيتية باليد، لأنّهم لم يستطيعوا تحمّل تكاليف أيّ شيءٍ آخر. على الرغم من ذلك كان مثالياً تماماً كما هو. كان المكان مزدحماً، وكان المكان الأكثر رواجاً.

ثمّ حدث الأمر المحتوم. إمّا أنّ ملكيته انتقلت إلى آخرين أو من يدري ماذا حدث، ولكن تمّ اتّخاذ القرار بتحسينه، وبالتالي تمّ ارتكاب

الخطأ المميت، وهو إغلاقه من أجل إعادة التصميم، الذي استغرق دهرًا على ما يبدو. إن كنتُ أتذكر جيدًا، فقد استغرق عدّة شهورٍ قبل إعادة افتتاحه. كما هو متوقع، حلّت الآن جدران المرمر الأملس ذات السطوح المنحنية، فائقة الحداثة، محل ستائر الكتان ذات اللوحات الزيتية المرسومة باليد. عاد الجميع مرة واحدة كي يروا كيف أصبح شكله ولم يعودوا أبدًا مرةً أخرى. لقد غيّرت الأسطح الصلبة المنحنية، الملابس، اللامعة، الصوتيات على نحو تام، فاختفى الجو الخاص بالمكان. لقد تم الآن استغلال الميزات التي جعلت المكان رابعًا على نحو أناني وغير أخلاقي. لقد أدرك الجميع أنّ هذا ما حدث، دون أن يعرفوا التفاصيل حتى. لم يذهب أحد إلى هناك مجددًا.

إنّ المبدأ هنا هو أنّه عندما يكون لدينا مشروع رابع، يجب أن نلزمه وألا يصيبنا الجشع. إنّ أولئك الذين يُركّزون فقط على هامش الربح، غالبًا ما يخسرون، تسير شركات ضخمة في رتل الإفلاس كل يوم، بغضّ النظر عن مدى نجاحها.

هل تعني هذه الأمثلة أنّنا ينبغي ألاّ نتحسّن؟ بالطبع لا، إنّها مجرد مسألة معرفة ما الذي ينبغي تحسينه. إنّ الشيء الذي ينبغي تحسينه هو الشيء الفعّال كي يعمل بصورة أفضل. إنّهُ يعني قيادة الحصان في الاتجاه الذي هو ذاهب إليه. إنّ حقيقة أنّنا لاعبو بولو جيدين لا تجعل منّا فرسان سباق رابحين، فاللعبتان مختلفتان. لا بأس أن تتعلّم كيف تكون فارس سباق، ولكن دعنا لا نفسد لعب البولو من أجل تحقيق ذلك.

انظر إلى جميع السيارات الناجحة والمذهلة التي أنتجتها مدينة «ديترويت» على مرّ السنين. أين هي الآن؟ لقد كان لديهم تصميم جعل تلك السيارة الخصوصية متفوّقة، وهكذا قرّروا تغيير التصميم، وهو الشيء الأهمّ الذي كان مُربحًا بالنسبة إليهم. على سبيل المثال،

كانت سيارة «لينكولن كونتيننتال» من طراز عام 1946 أنيقة، ملساء، براقه، ومذهلة في ذلك الحين، ولكن انظر إلى السيارات التي أنتجت تحت الاسم نفسه منذ ذلك الحين، تجد أنها ليست الشيء نفسه.

إن الدافع التسويقي وراء التغيير المستمر في تصميم السيارات واضح جداً بالنسبة إلى الجميع إلى درجة تُثير الضحك. إن جعل تقادم الطراز جزءاً لا يتجزأ من التصميم هو أحد أسباب كفاح «ديترويت» المستمر من أجل البقاء. إن أي شيء نشتريه سوف يُصبح قديم الطراز خلال سنة. هم يعتقدون أنهم يجنون ربحاً من خلال هذه الخطة، في حين أنهم في واقع الأمر، يتلقون خسارة كبيرة. إذا عرفنا أن طراز سياراتنا سوف يبقى دارجاً لسنوات قادمة، فقد نرغب في إنفاق الكثير من المال عليها، وعلى قطع الغيار. «أنا أدرك أن الربح من قطع الغيار هو أعلى من ربح السيارات الجديدة».

انظر إلى صعود أسعار السيارات التقليدية، واسألهم: إذا كان ذلك التصميم يستحق مثل هذا السعر الفلكي، فلماذا لا تقوم «ديترويت» بالتحوّل إلى التصميمات التقليدية؟. أنا متأكد أن حواسيبهم لديها أسباب تُبرر ما يقومون به. إذا ما الذي انتشل شركة «كرايسلر» من أزمتها الاقتصادية؟ إن شخصية «لي أيا كوكا» هي التي فعلت ذلك. هل تراها كانت معرفته بالتسويق، أم معرفته بعلم الآليات، أم معرفته بالاستثمار؟ ما الذي صنع الفارق؟ لقد عرف جمهور الناس أن «كرايسلر» كانت شركة مختلفة بوجود «لي أيا كوكا» على رأسها في الثمانينيات. كما حدث مع «أيدي باشا» صاحب متاجر «الباشا»، حيث تولى الإدارة شخص مختلف، فتحوّلت الشركة بأكملها نحو الأفضل. أي كان ما فعله «أيا كوكا» فقد كان نتيجة ما كان عليه، إنه التجلي لما كان عليه. كما قلنا سابقاً، إن القوّة تكمن في الحضور، وتكمن في جاذبية الشخصية، وتكمن ببساطة في كونك على حال بعينها.

بالإضافة إلى الطموح المبالغ فيه، التوسّع الطائش، والطمع، فإنَّ العثرة التالية للنجاح هي الفخر. يتمّ إفساد النجاح عندما يبدأ إتقاننا في التعبير عن نفسه في استجابة للعالم، ثمّ نسمح لذلك أن يُصينا بالغرور. إنَّ ما كان اهتماماً يراحة زبائنا وبهجتهم، قد أصبح الآن لامبالاة، إذ لا نستطيع أن نهتمّ لشيء بعد الآن بسبب ذلك الإحساس بالأهمية.

ذلك هو الانهيار العظيم للمهن الرائعة. إنّه يحدث مع المشاهير في مجال الترفيه على نحو واضح للغاية، وما المخدرات، الكحول، والجرعات الزائدة المميتة سوى أعراض لما حدث مسبقاً، فقد عجزوا عن التعامل مع الأمر. إنَّ ضمان النجاح هو المعرفة الداخلية أنّه كان نتيجة وعيك ببعض من الحقيقة الداخلية للطبيعة البشرية التي لا تخصك كغير د. إنَّ ذلك يمنحك التواضع الذي تحتاجه للتصدي لسطوة النجاح. إنّه اختبار حقيقي، بل أحد من أهم الاختبارات في العالم. لا تسمح لأننا المزيفة لديك أن تُفسد وتستغل ذاك الذي كان المصدر الحقيقي لسحرك.

إنَّ الامتنان هو واحد من أفضل الدفاعات. إذا اكتشفتَ موهبتك وهي اليوم تؤمّن لك لقمة العيش، فكن ممتناً لذلك. كُن شاكرًا واسعًا إلى مشاركة النجاح مع الآخرين عوضًا عن التباهي به بغرور. إنَّ السيارة باهظة الثمن لا تعني شيئًا في عالم الأشخاص فائقي النجاح. بما أنّهم جميعًا يستطيعون تحمّل نفقات شراء سيارة باهظة الثمن. إلا أنّ السيارة باهظة الثمن هي ضرورة في عالم الأشخاص مدّعي النجاح. يجلب النجاح الحقيقي حالة داخلية أنّه ليس عليهم إثبات أيّ شيء لأيّ أحد، وليسوا في حاجة إلى إبهار أحد. إذا كان الآخرون منبهرين فهذا رائع، ولا ريب في أنّ كسب استحسان الآخرين هو سعادة مشروعة تشحنهم بالطاقة في معظم الأحيان.

لقد قامت شركة «كوكا كولا» بجذب الخطأ الفادح العظيم لـ «كوكا الجديدة» من خلال تغافلها عن حقيقة أنها تتعامل مع الطبيعة البشرية للزبائن وليس مع أموالهم، وذلك عندما قاموا بتغيير التركيبة الأصلية وبالتالي ارتكاب واحدة من أكثر الحماقات إخراجاً في تاريخ الأعمال التجارية.

لقد كانت الشركة واحدة من أكثر قصص النجاح المحيية في العصر الحديث، وكان الجميع في «أمريكا» يعرفها، إلا أن صورتهم تشوّهت على نحو لا يُصدّق. لقد أفسدوا الأمر حقاً، وقد أصبحت صورة الحياة العائلية الرغيدة والآمنة لـ «كوكا كولا»، والتي جعلت منها جزءاً من نمط الحياة الأمريكية، فجأةً في مهب الريح نتيجة قرارات الشركة والاستخفاف بالطبيعة والعلاقات البشرية. مهما كان ما أظهرته الحواسيب للمدراء التنفيذيين حول الخطوة التي قاموا بها، يجب أن نتذكّر أنه ليس للحواسيب مشاعر، ولا طبيعة بشرية، فهي تتعامل مع الأرقام وحسب.

نعلم جميعاً أن «كوكا كولا» اضطرت إلى التراجع، والسعي لتعويض خسائرها، والقيام بجميع المحاولات التي تستطيع كي تستعيد صورتها الراسخة وولاء الناس، إلا أننا جميعاً كنا مستائين لأنّ هناك ما تمّ انتهاكه داخل إنسانيتنا. لم يكن للأمر علاقة بنوعية المنتج، أو توفره، أو سعره، فقد كنا مستائين لأننا شعرنا أنه تمّ التلاعب بنا، استغلالنا، التعامل معنا باستخفاف ولا مبالاة. لقد استخفّت الشركة بأمر ما كان ينبغي أن تستخفّ به، فقد تمّ انتهاك كرامتنا كبشر. إنّ بعض الأمور لا تُقدّر بثمن، ولن يُسامح الناس أولئك الذين يتعدون عليها، وأمنهم وثقتهم هما بعض تلك الأمور.

ماذا فعلت شركة «كوكا كولا» حيال تلك المشكلة؟ من أجل سمعة

الشركة، استمع مدراؤها التنفيذيون إلى احتجاج العامة، وبعد أشهر قليلة فقط، أعادت شركة «كوكا كولا» تركيبها الأصلية إلى رفوف المتاجر. لقد أسفر ذلك الإعلان عن تغطية إعلامية للقصة في نشرات القنوات الإخبارية وعلى الصفحات الأولى لجميع الصحف في البلاد تقريباً. لقد انهال أكثر من ثلاثين ألف اتصال على الشركة للثناء على ذلك القرار، وارتفعت علامة «كوكا كولا» التجارية إلى مستويات قياسية، وبقي الزبائن يذكرون الحُب الذي كانوا يكتونونه لها. لقد تمت استعادة الثقة.

لا نستطيع أبداً خداع العامة بالتملق. عندما تُفسد الأمر، فإنَّ الطريقة الوحيدة لاسترداد ما ضاع منّا هي من خلال الأمانة المطلقة. تتحقق إعادة تأهيل نزاهتنا ومصداقيتنا من خلال الاعتراف بالخطأ علانيةً عندما نرتكبه، فنُثبت للعالم نتيجة لذلك، التغير الصادق في القلب، وسيُسامحنا العالم.

يرتكب الجميع أخطاء، ولكنَّ الأخطاء ليست هي السبب في الفشل، بل هي مجرد نقاط انطلاق تُحدد ما الذي خرج عن الانسجام، وتُصححه، وترتقي به إلى مستوى أعلى. إنَّ خروجنا خاسرين أو أبطالاً، يعتمد على الطريقة التي تعاملنا فيها مع الخطأ. يجب أن يكون الهدف من مشاركة الخطأ صادقاً، ولا يجوز أن يكون من أجل التلاعب بالآخرين واستدراج تعاطفهم وشفقتهم، أو من أجل التخلص من الذنب. إنَّما، ينبغي القيام بذلك كي نُشارك بصدق ما تعلمناه كي يتسنى للآخرين التعلّم من تجربتنا. سوف يشعرون بالامتنان تجاهنا نتيجة لذلك، وسنستعيد مكانتنا في أعينهم.

في ميدان الرياضة، أو الشهرة، أو أيّ ميدان من ميادين السعي البشري، يُهمل الجميع ويُساندون من يقوم بالنهوض من جديد أو على

الأقل المحاولة ثانية. لقد ربح مسبقاً خمسين في المئة من اللعبة. بمجرد إظهار استعداداه لفعل ذلك. إنَّ كلَّ من يُصمم على القيام بمحاولةٍ أخرى، يكسب احترام العالم، لأنَّهم يُدركون المجازفة المتضمَّنة في ذلك. إنَّهم يعرفون ما الذي يتطلَّبه فعل ذلك. لا عزاء في كونك بانئسا، فهو انغماس ذاتي وحسب. سوف يشعر الناس بالأسى لحال هكذا شخص وسيُساعدونه، لكنَّهم لن يمنحوه احترامهم.

هل نستطيع القيام بعودة ناجحة إذا كنَّا أفسدنا الأمر حقاً؟ بالطبع نستطيع. هناك الكثير من رجال الأعمال الناجحين الذين كسبوا وخسروا ثروات كبيرة في حياتهم. نملك جميعاً أساليب تعلِّم مختلفة، إلا أنَّ بعض الأشخاص لا يكتشفون أماكن الحفر إلا بوقوعهم فيها. ذلك هو أسلوبهم في تعلِّم الأشياء، ولا بأس في ذلك. على الأقل عندما يُدركون الأمر بتلك الطريقة، فإنَّهم يُدركونه إلى الأبد. إنَّ احتمال سيرهم في ذلك الزقاق الخاطئ مرة أخرى هو أمر مستبعد.

إنَّ الفائدة من الخطأ الفادح هي أننا انتهينا من ذلك الخطأ فيما بقي من حياتنا. من الواضح، من خلال الأمثلة في هذا الفصل، أنَّ القوة تأتي من النية الحسنة، وأنَّ النية الحسنة مرتبطة بمفهوم. إذا أفسدنا النية الحسنة، فإنَّنا نُفسد المفهوم، ويذهب النجاح الحقيقي نحو الهاوية.

في جولاتي الناجحة حول العالم، طالما وضعتُ قيمةً عظيمةً للجدارة الائتمانية بدلاً من النقود أو رأس المال. لأنَّ النقود أو رأس المال تأتي وتذهب، أمَّا الجدارة الائتمانية فهي دائمة. إذا كان لدينا سمعة جيدة، فإنَّ كلَّ ما علينا فعله هو تحرير أمر مصرفي من أحد حساباتنا المتجاوزة كي نخرج من أيِّ مأزقٍ ونشتري لأنفسنا بعض الوقت، الوقت الذي سيسمح لنا بالعثور على طرق عدة للتعامل مع الأمر. في هذه الأثناء، تكون الفائدة معفية من الضرائب، وبصراحة لا يستطيع أحد حصرنا في

الزاوية. إذا كان لدينا ما يكفي من حسابات الائتمان، سوف ينتهي بنا الحال ونحن ندفع فقط الفائدة المعفية من الضرائب. بالطبع، فإننا نصل إلى أقصى ما نستطيع مع أسلوب التوسع هذا عندما يعجز تدفق المال عن تحمّل دفعات الفائدة. عندما يحدث ذلك، ندرك أنّ ظننا كان خاطئاً.

تأتي القوّة المالية من الثقة. أنا لست منبهراً بحجم المال الذي يضعه الأشخاص في المشروع التجاري، بل بحجم المال الذي يستطيعون جنيه منه. إنّ جني المال يعتمد على النزاهة، السمعة، القيمة، والأصول الثابتة. لقد انفقْتُ مبالغ ضخمة من المال على مشاريع هامة دون توقيع عقد حتّى. يقول المثل القديم إنّ قيمة العقد تُساوي قيمة الورق الذي كُتب عليه، وما يعنيه ذلك هو أنّ قيمة العقد مبنية بدقّة على نزاهة الشخص الذي نتعامل معه. إذا لم يكن يتمتع بذلك النوع من النزاهة، ينبغي ألاّ نتعامل معه في المقام الأول. إذا كان السبب الوحيد لتعاملهم معنا بأمانة هو أنّهم لا يريدوننا أن نأخذهم إلى المحكمة ونُقاضيهم، إذا من يحتاجهم؟ يتمّ العبث بعالم الأعمال التجارية بأكمله ضمن ذلك الميدان.

إذا كنّا ناجحين حقاً، فإنّ قيمتنا بالنسبة إلى الآخرين سوف تصل إلى درجة تجعلهم متأكدين منها عفويّاً وتجعل أمر الصرف جيداً حتى لو كان بلا رصيد. يعود السبب في ذلك إلى أنّ المتشابهات تتجاذب. إنّنا نجذب الأشخاص ذوي الطبيعة نفسها إلى داخل دوائرنا الحميمية. يميل الأشخاص أصحاب النزاهة القويّة إلى التعامل مع بعضهم البعض. هذا هو الجذب بعينه، فالبطل يُميّز الآخر.

من أجل مثالنا الأخير، دعونا ننظر إلى أكبر الأخطاء الشنيعة في القرن الماضي، وإلى المبدأ الكامل المسؤول عن إصلاحه التام، ثمّ إلى

موقع الريادة في العالم. تلك هي قصة «اليابان» في الحرب العالمية الثانية، لقد خرجت «اليابان» من الهزيمة الساحقة ومن كونها الشرير المطلق، ومن الخزي الدولي على المقياس الذي لن نعرفه أبداً، ومن العار المطلق في أمة تضع الكثير من التركيز على الشرف والفخر، ومن أشد درجات الذل والهزيمة وزوال النعمة، إذ لا يُمكن أن يكون المرء في حال أسوأ من حال «اليابان» بعد الحرب العالمية الثانية.

ليس ذلك وحسب، لقد تمّ وضع الرعايا الأمريكيين اليابانيين تحت الإقامة القسرية في «الولايات المتحدة الأمريكية» في نسختنا من معسكرات الاعتقال الجماعي. لقد تمّت مصادرة ممتلكاتهم المادية، ومعاملتهم كأعداء غرباء، على الرغم من حقيقة أنّ غالبيتهم كانوا من الأمريكيين المخلصين. كان هناك تمييز عرقي ولوني ضدهم، وكانوا محط الكراهية الوطنية. لقد كانوا في أقصى حالات الانهيار. هل من الممكن أن تحلّ بأمة كارثة أعظم من ذلك؟ ناهيك عن ذكر الموت البشع لمئات الآلاف في انفجار القنبلة الذرية، وموجة الصدمة التي اجتاحت بعدها مشاعر الناس. هذا ما كان على المستوى العسكري الدولي.

ماذا عن المستوى الاقتصادي؟ قبل الحرب العالمية الثانية، كانت عبارة «صُنع في اليابان» مزحة، إذ كانت تدلّ على التقليد الرخيص والابتدال. كانت تعني أنّ الناس غير مستعدين لدفع الكثير إذا كان المنتج قد صُنع في «اليابان». ياله من تغيّر هائل الآن، أليس كذلك؟ إنّ عبارة «صُنع في اليابان» الآن هي تعهدٌ بمنتج متقن. بالنسبة إليّ لم أكن لأقبل بأقل من شركة «سوني» عندما اشتريتُ تلفازاً. إنّ اليابان الآن هي واحدة من أعظم القوى الاقتصادية في العالم والمتصدّرة. تتمّ دراسة هيكلية شركاتهم وأساليبهم في العمل التجاري من قبل خبراء حول العالم. لقد قام اليابانيون بواحدة من أسرع التحولات في التاريخ بأكمله. إنهم ناجحون كمجتمع، وفائقو النجاح كأمة. كيف حدث هذا مع اليابان؟

لقد كانوا صادقين حيال الأمر، أليس كذلك؟ لقد اعترفوا علانيةً: «كنا على خطأ»، وقاموا بمشاركة معاناتهم مع العالم، ولم يُحاولوا تزييفها. جميعنا كان يعرف أنهم كانوا يتعلمون درسًا مؤلمًا إلى حدّ فظيع، ولكنه مصيري. كانوا عازمين على تحمّل الألم ومواجهته، وعلى أن يكونوا صادقين، وعلى الاعتراف، واستخدام الدرس القاسي من أجل تعلّم العبرة منه إلى الأبد، والعودة إلى الميدان ثانية، ولكن هذه المرّة بانسجام مختلف مع النزاهة، الأمر الضروري من أجل نهوضهم. كانوا ملتزمين هذه المرّة بمبادئ مختلفة، ولم يكونوا عاكفين على المجد الزائف، وإنما على الإلتقان.

تكاد كلمة «ياباني» اليوم تكون المكافئ للإلتقان، الإلتزام بكمال التفاصيل، الذي يتجلّى في موثوقية منتجاتها وفي الإثبات العملي لتحمل المسؤولية من خلال جعل قطع الغيار متوفرة. هناك إدراك أنّ التغير في التصميم لا يطرأ إلا نتيجة التحسّن الحقيقي في المنتج، وليس باعتباره تلاعبًا ملحوظًا لجعل ما نملكه مسبقًا قديم الطراز. لقد تم إظهار صدقهم وأهليّتهم. لا أحد يريد أن يخوض التجربة مرّةً أخرى، بالنسبة إلى اليابانيين على الأقل. يتعلّم الأشخاص الناجحون كذلك من درس كهذا.

تمثّل «اليابان» نجاحًا مذهلاً. إنّها أمة استعادت قوتها بالكامل وهي الآن أقوى من أيّ وقت. لقد حاولت في السابق تحقيق مكانة بارزة في العالم من خلال الإكراه، يفشل الإكراه لأنه ليس قوة. تمثّل القوة العسكرية الإكراه. عندما كان لديها جيش عظيم، كانت «اليابان» ضعيفة.

كخصوم على الصعيد الفردي، كان اليابانيون مرعبين. لم يكن المحارب الياباني هو الشخص الذي أتمنى خوض نزال بالأيدي معه في

الأدغال. كُنَّا نكَنّ الاحترام لالتزامهم كأفراد.

إنَّ حقيقة أنَّ الطيار الفدائي الياباني «الكاميكازي» قد يُحلّق بطائرته مباشرة في اتجاه سفننا الحربية ويقوم بتفجيرها، مضحياً بذلك بحياته، قد أخافت الكثير من الناس. يفترض الشخص ذو الذكاء المتوسط والذي لم يفهم معنى الالتزام أنه لا بُدَّ أنَّهم متعصّبون. كانت قوّة الطيارين الفدائيين اليابانيين تكمن في التزامهم بمبدأ: في سبيل مجد الإله والإمبراطور. لقد تخلّى طيار الكاميكازي عن كلِّ شيء من أجل مجد بلاده وشرف إمبراطوره. بالتالي، كان محارباً لا يُمكن إيقافه. لقد انتهى بهم الأمر بالفشل، لأنَّ التناغم المطلق عند القمة والدوافع كانت خاطئة. لم يفشل المحاربون لعيب في بسالة الأفراد المشاركين، وإنما لضلال أولئك الأعلى منهم رتبة.

إننا نرى المبادئ التي تمّت إعادة بناء «اليابان» عليها، ونرى عواقب ما يحدث للقادة السياسيين ورجال أعمال في الآونة الأخيرة والذين انحرفوا عن هذه المبادئ المجربة والمثبتة. إنَّهم يدفعون الثمن، ويواجهون سقطة على العلن. لن يتمّ ضرب أعناقهم بواسطة فأس الجلاد بعد الآن، بل سيتمّ ذلك على يد وسائل الإعلام. إنَّ طريقة تجنّب تلك الأخطاء هي مراقبة كلِّ خطأ يحدث في العالم وتحليل المبادئ التي تمّ انتهاكها. عندما نرى ذلك، فسيكون لدينا أساس مختلف تماماً نتخذ عليه قراراتنا.

إنَّ بيع النزاهة من أجل المنفعة هو خسارة لقوّتنا. إنَّ الالتزام الثابت بالمبدأ هو استعادة لقوّتنا، حتّى لو نتج عنه في الظاهر خسارة مؤقتة. ربما نُفسد الكثير من المشاريع، ولكن طالما أننا لم نُفسد سمعتنا فإنَّ المصرف سوف يُقرضنا المزيد من المال. إذا قمنا ببيع سمعتنا من أجل بعض المال، فسنحظى ببعض المرح المؤقت، ولكن عندما يُصبح الموقف

صعبًا، سنكون في مهبّ الريح. ليست المشكلة في أننا أفلسنا هذه المرة، بل في «السبب» وراء ذلك.

إذا كان العالم بأكمله ينوي مسامحة «اليابان» على الكارثة العظيمة، فسوف تفعل هي الشيء نفسه معنا بشرط أن نسلك الطريق نفسه نحو التعافي. لقد كانت إحدى أعظم هدايا اليابانيين لنا جميعًا هي أنهم أسسوا طريق العودة إلى التعافي. لقد أثبتوا ذلك لنا جميعًا بحيث أصبح بإمكاننا المشاركة في درسهم.

الفصل السادس

تنجح النزاهة

قال لي المريض الذي كان يُواجه شتى أنواع المشكلات المالية: «دكتور، إنَّه عالم قاسٍ هناك في الخارج يأكل القوي فيه الضعيف، والجميع يعلم ذلك. لو لم أتنازل وأختصر النفقات وأقم ببعض التلاعب هنا وهناك، لما تمكَّنتُ من البقاء في السوق». دعونا نفحص هذه المبادئ ونرى ما الذي تتضمنه.

كان الوهم الأول لدى المريض هو أنَّه كان مضطراً للتنازل لأنَّه كان على شفا الإفلاس. الحقيقة هي أنَّه كان على وشك الإفلاس لأنَّه كان يتنازل طوال الوقت عن مبادئ النزاهة. هذا هو السبب في أنَّ تجارته كانت في مأزق.

ماذا عن المنافسة؟ هذا ما يتمُّ استنتاجه من استخدام تشبيه عالم الأعمال بالغابة. إنَّ حقيقة الأمر هي أنَّ النجاح سهل نسبياً، وهو الحيلة البسيطة للتغلب على وهم المنافسة في هذا العالم. ليس ثمة منافسة حقيقية في المقام الأول لتحدث عنها. ما الذي أعنيه بذلك؟ في عالم

أولئك الملتزمين بالإتقان والمبدأ، وعدم المساومة على النزاهة، ليس ثمة منافسة. يُوجد قلة من الناس عند قمة هذا الهرم، بحيث أنّ أولئك الموجودين هناك يملكون القدرة على اختيار ما يرغبون.

إذا كنتُ أفضل ميكانيكي في البلدة، هل تعتقد أنه سيكون لديك أيُّ مشكلة مع التنافس؟ كلا. ستكون المشكلة متعلّقة فقط بضغط العمل. ما إن يختبر زبائننا ميزة الإتقان، فلن يرضوا أبداً بأقل من ذلك. إذا، الإتقان، هل أعني بذلك الخبرة؟ هل أعني القدرة الاستثنائية؟ كلا، لستُ أعني ذلك على الإطلاق. سوف يُقدّم الزبائن جميع أنواع التنازلات فيما يخصّ توقعاتهم إذا علموا أنهم سوف يحصلون على الصدق والنزاهة في المقابل. سوف يُسامحون أخطاءنا على اختلاف أنواعها إذا عملنا ضمن القانون، وكنا صادقين تماماً حيال ذلك. قد يخيب أملمهم بعض الشيء، إلا أنهم لن يذهبوا إلى مكان آخر طالما أنهم يُدركون صدق نوايانا.

على سبيل المثال، إذا قمنا بالمزايدة على عقد ما، واكتشفنا بعد أن يستقرّ علينا أننا لا نستطيع إكمال المشروع كما كنا نأمل لأنّ تقديرنا كان أقل من القيمة المناسبة، سوف يُسامحنا الزبون إذا قلنا: «انظر، سوف نضطرّ إلى التنازل عن جودة مادة معيّنة من أجل أن نُحافظ على سعر العرض هذا». اسمح للزبون أن يكون لديه خيار القرار هنا. في تلك الحالة لا يستطيع لومنا أو تشويه سمعتنا لاحقاً. على العكس، سوف نبني سمعة جيدة، والسمعة هي التي تبني النجاح.

أجل، تلك هي الكلمة: السمعة، حيث يكمن السر فيها تماماً. لن نضطر إلى أن نبذل أقصى ما في وسعنا للفوز في المنافسة، فسمعتنا تفعل ذلك من أجلنا دون عناء. إنّ هذا لا يعني أنه ليس لحيل التسويق، الدعاية، وغيرها دور، ولكن دعونا نتذكر أنّ هذه ليست سوى وسائل

لجذب الانتباه. ما إن نجذب انتباه الزبون المحتمل، فسوف يتوجب علينا اتباع ذلك بالنزاهة، الجودة، والإحساس بالصدق، والتي لا يمكن خلقها إلا إذا كان الصدق موجودًا حقًا هناك.

لا يحتاج النجاح الحقيقي إلى جهد، إنه غاية في السهولة، من المحزن مشاهدة الناس في الخارج وهم يُصارعون، يُرهقون أنفسهم، يتنكرون لمبادئهم بمنة ويسرة، ومحاولين «تحقيق النجاح». تكمن مشكلتهم في أنهم يعتقدون أن النجاح «هناك في الخارج». يحصل النجاح على نحو تلقائي مع الشخص الذي حققه. إن «تحقيق النجاح» هو موقف داخلي، وحالما نتخذ هذا الموقف، يكون النجاح تلقائيًا. إنها ليست مسألة «ماذا إذا؟» إنما «بالطبع»، وليست مسألة احتمال بل مسألة حتمية.

أليس النجاح هو كسب الكثير من المال؟ أليس ذلك هو الافتراض الشائع؟ قد يُصاحب النجاح جني الكثير من المال وقد لا يُصاحبه. إن الأمر غير ذي بال بالنسبة إلى الأشخاص الناجحين. هل سبق وأدركت أنه عندما كنا راضين وسعيدين بنجاحنا على نحو تام وكامل، كان كمّ المال الذي نجنيه غير ذي صلة تقريبًا. إننا نحتاج فقط ما يكفي لدفع فواتيرنا ويوفر لنا مستوى معيشيًا معقولاً، ولكن لن تكون هناك تلك الحاجة إلى كسب الكثير من المال، والتي هي في الحقيقة تعويض عن نقص النجاح.

إذا كان جني الكثير من المال هو ما يُحفّزنا، فنحن إذن لا نمتلك مفتاح النجاح. في الواقع، إنّ المال هو بديل عن الرضا الذي يختبره الأشخاص الناجحون حقًا في كل عمل أو عملية سارت على ما يُرام بالنسبة إليهم. إنّ العديد من نجاحاتي الأكثر إسهادًا وأهمية لم تجلب لي في واقع الأمر ربحًا ماليًا على الإطلاق. عندما يكون النجاح في

الداخل، فإنه لن يتطلّب أيّ شيء « هناك في الخارج ».

إنّ جنني الكثير من المال بحكم طبيعته، يتم « هناك في الخارج ». إنه يُوفّر في أفضل الأحوال بعض وسائل الراحة الإضافية والملذّات في الحياة، ورُبّما التحقق من صحة نظرية الشخص المالية في مسألة محددة. إنّ الرضا وشعور النجاح يُمكن أن يكونا كاملين وتأمين دون حدوث أيّ شيء على الإطلاق « هناك في الخارج ». هذا ما أعنيه بتجاوز العالم، من خلال الكفّ عن الخضوع لتأثيره، وعن كوننا ضحيّة ما هو « هناك في الخارج ». يمتلك الأشخاص الناجحون العديد من جوانب الرضا في حياتهم بحيث لا يوجد لديهم أيّ جوانب ضعف. بالتالي، إذا لم تحدث النتائج المتوقّعة، فإنّهم لا يختبرون رد فعل عاطفي حيال الأمر.

دعونا ننظر إلى مثال من حياتي الشخصية والمهنية، كي نُبرهن المبادئ التي أتحدّث عنها. إنّ هذا المثال في الحقيقة موثق في السجلات العامة، كي يعرف الجميع أنّي لا أختلق الأمر من أجل الكتاب.

لقد ظهر مرض عصبي مريع بين المرضى الذين كانوا يتعاطون فئة محددة من المهدّئات تُسمّى «فينوثيازين». إنّ هذا الاضطراب المسبب للعجز، والمسمى «خلل الحركة الشبخوخي» يتعدّر عكسه لدى حوالي 5% من المرضى، وهو مترقّ في كثير من الأحيان. يتصاحب مع تكشير الوجه وحركات الجسد غير الإرادية، الارتعاش، وحركات متواترة مثل حركة «فم الأرنب». لقد شغل هذا الاضطراب مهنة الطب النفسي لأنّه يخلق الكثير من العضلات، ليس فقط عند المريض، بل عند الطبيب أيضاً، بما يتضمن دعاوى سوء التصرف المهني والمأساة غير المتناهية.

إذا فشل الأطباء في حمل المرضى ذوي الحالات الشديدة على

تعاطي ما يُسمّى بالمهدّئات الرئيسية، فقد يتمّ إلقاء اللوم عليهم ومقاضاتهم على سوء المعاملة والفشل في المعالجة تبعاً لمعايير المنظومة السائدة. إذا قام الأطباء بحمل المرضى على تعاطي هذه الأدوية حسب ما تتطلبه حالتهم وأصيبوا بـ «خلل الحركة الشبخوخي» الذي يحدث لدى 25 إلى 50 في المائة من المرضى الذين يتعاطون هذه العقاقير»، فقد تتم مقاضاتهم لأنّ المرضى أظهروا تأثيراً جانبياً عصبياً مؤدياً إلى العجز نتيجة هذا الدواء. من أجل ذلك يُدان الأطباء إن فعلوا، ويُدانون إن لم يفعلوا، ممّا خلق معضلة أخلاقية، معنوية، إجرائية، مهنية، وضعتهم بين المطرقة والسندان. لقد وضع «خلل الحركة الشبخوخي» صناعة الأدوية في خطر، وألحق الضرر بصورة المهنة، وكان مكلفاً للغاية، ورفع معدّلات التأمين على الممارسات المهنية الخاطئة، وعرّض علاقة المريض مع الطبيب للخطر، وخلق كارثة مهنية بصورة عامة.

إنّ السبب في شرح هذا المثال هو عرض فداحة المشكلة. حتّى الآن، بقيت مهنة الطب النفسي عاجزة عن حل المشكلة على نحو تام، ويوجد أطروحات غير متناهية في المطبوعات والوثائق الطبية تُناقش الآليات الرئيسية والكيمياء الجيوية الافتراضية.

آنذاك كنت قد عملت في الممارسة السريرية منذ خمس وثلاثين عاماً، وكان لدي واحدة من أكبر الممارسات السريرية النفسية في «الولايات المتحدة الأمريكية». كنتُ قد سمعت في الستينيات أنّ استخدام الفيتامينات في علاج المرضى ومنعهم عن السكر والحلويات أمرٌ مفيد جداً، ولذلك قمتُ بتطبيق ذلك. لم أفعل هذا بدلاً عن العلاجات التقليدية المثبتة، بل فعلته بالإضافة إليها. أخبرتُ الأشخاص الذين يتناولون الكثير من الحلويات أنّ البنكرياس الثديي لم يُخلق أبداً لمعالجة السكر المكرر. إنّه لا يتواجد حتّى في الطبيعة، إلّا إذا وصل الدب إلى بعض العسل. على مرّ ملايين السنين من التطور البيولوجي لجسد

الشدّيّات، لم يكن هناك أيّ حاجة للبنكرياس للقيام بمعالجة مدخلات كبيرة من السكر، ولذلك، يبدو الأمر بالنسبة إليّ غير طبيعي.

كنتُ قد سمعت أنّ جرعات كبيرة من فيتامينات محدّدة مثل ب6، ب3، ج، هـ مفيدة للمرضى الذين يُعانون من اضطرابات مثل انفصام الشخصية، وأنواع متعددة من الإدمان بما فيها إدمان الكحول، داء الصرع، والاكْتئاب، ولقد طبّقت هذه المعلومة على مرضاي. لقد علمتُ أيضًا أنّ العديد من الأعراض النفسية تأتي نتيجة التحسس من أطعمة متنوعة يتناولها الناس، والتي يمكن إقصاؤها من خلال التجريب العلمي. لقد تبينَ بما لا يدع مجالاً للشك أنّ هذا الأمر صحيح. في الواقع لقد تضاءلت نوبات صداعي النصفى بنسبة خمسين في المئة من خلال امتناعي عن الحليب، واختفى لديّ أيضًا التهاب القولون، وتلاشى من حياتي الإعياء والاكْتئاب الدوري من خلال هجر السكر والحلويات. اكتشفت لمنفعتي الشخصية والمهنية، أهميّة التغذية في الاضطرابات الجسدية، الجسديّة النفسية، العاطفية، والمتعلقة بالطب النفسي.

يبدو هذا الحسّ سليمًا، أليس كذلك؟ إنّ واجب الأطباء هو فعل أفضل ما في وسعهم من أجل المريض. طالما كان لديّ ما أسميها فلسفة «فراش الموت»، أعني بذلك أنّه في اللحظات الأخيرة من الحياة، سوف تتمّ مواجعتنا جميعًا بإصدار الحكم علينا إن كنّا فعلنا أفضل ما لدينا أم لا. على هذا الأساس، كان التزامي تجاه المريض بلا هوادة. شعرتُ دائمًا أنّني سأكون محاسبًا على نحو تامّ وكامل على ما فعلته من أجل الآخرين.

الغريب في الأمر أنّ زملائي في المهنة بدوا مستائين من حقيقة أنّني استخدمتُ الكثير من الفيتامينات وأبعدتُ المرضى عن أنواع كثيرة من الطعام كان رد فعلهم سلبياً تجاهها. ما يُثير الدهشة هو اعتبار ذلك مثيرًا

للجدل إلى حد كبير والتنديد به بشدة. قلتُ في ذهني: تبا، لا يهمني رأيهم. لن أحاسب على كوني مشهوراً أو مشيراً لأعجاب الآخرين أم لا. لا أملك سوى تصديق الدليل المائل أمام عيني.

على سبيل المثال، عانى المرضى الذين كانوا يُحاولون التعافي من إدمان الكحول من انتكاسات مستمرة. إلا أنهم بقوا متزنين حالما أبعدهم عن السكر والحلويات وأخضعتهم لجرعات كبيرة من الفيتامينات. كان لديّ مرضى توجب عليهم الخضوع للعلاج بالصدمات الكهربائية دورياً ولسنوات من أجل الاكتئاب، إلا أنهم تشافوا فوراً عندما استبعدوا السكر والحلويات من حميتهم الغذائية. كان لديّ مرضى مصابون بجنون الارتياب واضطراب الوهمية، وقد اختفى جنون الارتياب عندما جعلتهم يتناولون فيتامين ب6 وأبعدهم عن تناول البطاطس. إذا من أصدّق؟ نقد زملائي، أم ما كان واضحاً فيما أخبرني به مرضاي؟ لقد التزمتُ جانب المرضى.

في النهاية أصبحتُ معروفاً حول العالم وكان لدي ممارسة سريرية مذهلة. عالجتُ مرضى من جميع أنحاء الكرة الأرضية، كانوا يصطفون في المطار في باريس، روما، وفي كل مكان، منتظرين كي يكون هناك سرير شاغر في المستشفى من أجلهم. لقد انتهى بي الحال مع اثني عشر مساعداً وعشرة خطوط هاتف واردة. على الرغم من ذلك لم أكن مهتماً بالنجاح، ولم أكن مهتماً بجني الكثير من المال. لم يكن أحد متفاجئاً أكثر منّي عندما بدأ المال يتدفق بوفرة. بدأ الأطباء بالتوافد من جميع أنحاء العالم كي يطلبوا منّي تعليمهم الطرق التي استخدمتها. كان يأتيني أشخاص يُعانون من المرض منذ عدّة سنوات، وفي غضون ثلاثين يوماً يتعافون ويعودون إلى بيوتهم. لقد أبهر ذلك المجتمع، ولذلك تدفّق عدد كبير من المرضى من مدينة تلو أخرى. وبدأت المنظمات تتشكل لدعم هذا النوع من العلاج.

كنا آنذاك مجموعة أطباء تُمارس ذلك، وكان يصلنا الكثير من الاستفسارات بحيث كنتُ أمضي الوقت كله وأنا أكتب الرسائل. قلتُ لزملائي: «أتعرفون، يجب علينا تأليف كتيب نُفسر فيه للناس ما نفعله كيلا نضطرّ إلى الاستمرار في كتابة الرسائل شارحين لهم ومعلمين إيّاهم واحداً تلو الآخر، الأمر الذي يستهلك الكثير من الوقت. سيكون لدينا ببساطة كتاب نُقدمه لهم ونقول: «إليكم هذا».

وافقوا جميعاً على أنّها كانت فكرة عظيمة. في الواقع، مثلما يحدث غالباً في مواقف كهذه، قاموا باختياري لتأليف الكتاب. لقد قمتُ بذلك وطلبتُ مساهمات في كتابة الفصول من جميع شركائي. راسلني واحد من أكثر العلماء شهرةً في العالم، والشخص الوحيد على قيد الحياة في ذلك الوقت الذي حصل على جائزة نوبل مرتين، وسألني إن كان يستطيع أن يشارك في إعداد الكتاب وكتابة أحد الفصول. بعد أن تمّ كتابنا، قام رجل ثري، استفادت عائلته من هذا العلاج، من تلقاء نفسه بتخصيص صفحة كاملة في مجلّة العلوم «ساينس» حيث نشر عرضاً إيجابياً للغاية بهدف إطلاع المجتمع العلمي على هذا العلاج.

نرى في هذا المثال أنّ عدم التنازل عن النزاهة يجلب الشهرة، الثروة، والربح غير المتوقع، الامتيازات العديدة، وطلبات غير متناهية من أجل المقابلات. لقد انتهى بي المطاف، بكتابة مقالات حول عملي في الإصدارات الرئيسية في «الولايات المتحدة الأمريكية». ظهرتُ في العديد من البرامج التلفزيونية، بما فيها برنامج «بارابارا والترز» مرتين، برنامج ماكنيل/لير «نيوز أور»، وبرامج أخرى. كان هناك مطالبات عديدة من أجل المقالات، الصحف، الكتب، المحاضرات، والظهور الإعلامي. على الرغم من ذلك، فهذه ليست نهاية القصة.

خلال السنوات التي شهدت فيها المهنة زيادة في حدوث حالات

«خلل الحركة الشيوخوخي»، لم يصب به أحد من مرضاي أبداً. كانت المطبوعات والوثائق الطبية تُبلّغ عن إصابة خمسين في المئة من المرضى الذين يتناولون المهدّئات الكبرى بهذا المرض المسبب للعجز، والذي كان غير عكوس وغير قابل للشفاء في كثيرٍ من الأحيان.

نظرًا إلى حجم ممارستي، لا بدُّ أن عدد المرضى الذين عاجلتهم باستخدام المهدّئات الكبرى كان أكبر مما عاجله معظم الأطباء النفسيين الآخرين في «الولايات المتحدة الأمريكية». لقد عاجلتُ ألف مريضٍ مقيم بجرعات عالية من هذه العقاقير، ولم يصب أيُّ منهم بـ «خلل الحركة الشيوخوخي» إطلاقًا، ولا حتى أيُّ من مرضى العيادة التي كنتُ أديرها. من مجمل خمس عشرة إلى عشرين ألف مريض تقريبًا، لم تظهر أبدًا أيُّ حالة للإصابة بـ «خلل الحركة الشيوخوخي».

اعتقدتُ أن هذا كان اكتشافًا مذهلاً حقًا وأن مهنة الطب النفسي سوف تكون متلهفة جدًا لهذه الأخبار. قمتُ بدراسة نشرتُ فيها نتائج الوقاية من «خلل الحركة المتأخر» من خلال وسيلة بسيطة هي إضافة الفيتامينات إلى النظام العلاجي. نشرتُ الأطروحة في عام 1983، وقدمتها إلى جمعية علمية في عام 1984 وعام 1985، إلا أن أحدًا لم يعرّها اهتمامه. قامت مجموعة دعم من المرضى بتأسيس صندوق ودفعت بالفعل تكاليف إعلان في مجلة تعنى بعلم النفس Psychiatric Journal، كما وفّرت شركة الأدوية إعادة طبع مجلتي، ومع ذلك لم يكن هناك اهتمام.

قمتُ بمضاعفة جهودي وزيادة حجم الدراسة، كما قمتُ أيضًا بتضمينها دراسات من ممارسات سريرية لثمانين زميلًا كانوا يستخدمون الجرعات العالية نفسها من الفيتامينات والحميات الخالية من السكر. لقد توصلنا إلى مجمل 58000 مريضًا ونشرنا أطروحة في عام 1986

تحت عنوان «الوقاية من خلل الحركة الشيخوخى».

بعد ذلك قمت بتمديد الدراسة ثلاث سنوات أخرى. في عام 1989، نشرت أطروحة عن الوقاية الناجحة من «خلل الحركة الشيخوخى» لدى 61000 مريض على مدى عشرين سنة، قمت معالجتهم على يد ثمانين طبيباً مختلفاً. اعتقدتُ، إذا أخذنا في عين الاعتبار مناخ مشكلة «خلل الحركة المتأخر» شديد الاحتمال، أن الأطروحة ستكون بالتأكيد ذات أهمية، ولكن لم تكن كذلك. في الواقع، تم رفض الأطروحة من جميع المجلات التقليدية. لم تكن المجلة الأمريكية للطب النفسي The American Journal of Psychiatry مهتمة، ولا مجلة «سجلات الطب النفسي» Archives of Psychiatry. لماذا؟ حسناً، لقد استخدمتُ الفيتامينات، أليس كذلك؟ بدا ذلك جريمة إلى حد ما في الوسط العلمي.

إن العالم العلمي، بسبب سببته الراجعة، متأثر ومنبهر تماماً بالدراسة مزدوجة التعمية المترافقة مع إحصائيات خيالية والمدعومة بمنحة بحث مالية ضخمة والمقدمة من أستاذ مساعد في أحد الجامعات في مكان ما. في حين لم أستطع نشر أطروحتي، كانت المجلات الطبية مليئة بمقالات حول الاختبارات ذات النتائج المشكوك فيها، والتي كلفت مبالغ كبيرة من المال. كانت تلك الأطروحات مبنية على منح بحثية بمبالغ ضخمة.

في تلك الأثناء، غطت دراستي عشرين عاماً و61000 مريض، مسفرة عن سلسلة من ثلاث أطروحات منشورة لن تكلف شيئاً إطلاقاً. كانت في حوزتي إجابة عن المشكلة المربكة التي أثرت على مليون أمريكي يُعانون من «خلل الحركة الشيخوخى». كانت المهنة تتعرض للمضايقات من قبل دعاوى سوء التصرف المهني، إلا أن أحداً لم يكن مهتماً بالدراسة! أرسلتُ نسخاً إلى كل من كان يعمل في المجال وظننتُ أنه سيكون مهتماً، بما يشمل شركات الأدوية.

قد نقول من ناحية النجاح الدنيوي إن مشروعني كان فشلاً ذريعاً، فلم أجن منه قرشاً واحداً، ولم يجلب لي شهرة ولا ثروة، ولا أيّ تقدير حتى، بل إنني متأكد أنه يوماً ما، في مكان ما، سوف يتلقى أستاذ مساعد ما في إحدى الجامعات منحة بحثية كبيرة وسينشر أطروحة عن 18 مريضاً لديه أظهروا أن بعض الفيتامينات مفيدة للوقاية والعلاج من «خلل الحركة الشيوخوني». سوف يصبح هذا الشخص مشهوراً على مستوى العالم ويحصل على التقدير لاكتشافه علاجاً للمرض. الآن، هل هذا يُزعجني؟ الجواب هو كلا، لأنه تبعاً لقناعتي الخاصة، قمتُ بهذا الاكتشاف منذ سنوات مضت. قدمته وفعلتُ كل ما في وسعي لجعل زملائي مدركين له، من أجل إبراء ذمّة واجبي الأخلاقي، المهني، والمعنوي تجاه مرضاي، وتجاه عائلاتهم، والعالم. لقد كان عملي مكتملاً.

إلى الآن، لم يحدث شيء على الإطلاق «هناك في الخارج»، فلا اعتراف، ولا تقدير، ولا مال، ولا ربح، ولا لقب، ولا جوائز. في حقيقة الأمر، لقد كلّفني بعض مئات الدولارات، وأفقرني بدل أن يُغنييني. كيف شعرتُ حيال ذلك؟ شعرتُ بالرضا التام والكامل. هل تمنيتُ أن تُولينني المهنة انتباهاً؟ هل تمنيتُ لو يستفيد جميع المرضى من هذا؟ هل تمنيتُ لو يتوقف كل ما يتعلّق بهذا المرض المسبب للعجز؟ نعم بالطبع. هل ما زلتُ أتمنى ذلك؟ نعم. بالطبع سأكون مسروراً إذا حدث، إلا أن إحساسي الداخلي لا يعتمد على ذلك على الإطلاق.

كانت التجربة مكتملة وتامة مسبقاً في داخلي. إن أيّ شيء يحدث حيالها «هناك في الخارج» قد يكون زينة للكعكة وحسب، ولكن لم يكن هو الشيء الذي صنّعت منه الكعكة. لم تكن كعكتي لتسقط. لم يُصب أحد من مرضاي بهذا المرض، ولم تتم مقاضاتي أبداً من قبل مريض ما لأنه أصيب بهذا المرض. عشتُ في سلام، وفي راحة. إن

الدرس الأساسي الذي أثار كركم به هو أنّ النجاح لا يحدث عن طريق التنازل من أجل المنفعة، بل يتحقق النجاح من خلال رفض التنازل عن النزاهة من أجل أيّ شيء كان.

لا يوجد في النجاح الحقيقي تأخر زمني، فالمكافأة فورية، حيث أنّ العملية برمتها مجزية. إنّ النجاح هو الشعور بالرضا حيال ما فعله. إنّنا نعرف مشاعر السلام والاطمئنان تلك عندما نخلد إلى النوم وقد أكملنا مشروعًا نعلم أنّنا فعلنا فيه أفضل ما في وسعنا. لم يحدث شيء حقًا «هناك في الخارج»: لم يحصل مديرنا على التقرير بعد، لم تر عائلتنا ما قمنا به، لم يعرف الجيران بالأمر. على الرغم من ذلك، يُشبه الأمر امتلاك حديقة مزروعة جيدًا، وعندما نذهب إلى السرير في الليل، نعلم أنّها مجرد مسألة وقت قبل أن تنبت الأزهار والخضراوات. إنّ الحديقة تلقائية حالما تتمّ زراعتها على نحو مناسب. أمّا مراقبتها وهي تنمو فلا تعدو كونها زيادة في الرضا، إنّها ليست مصدره.

كما قلتُ في بداية الفصل، ليس هناك منافسة بالنسبة إلى أولئك الذين هم عند قمة الهرم. إنّ أفضل المطاعم في البلدة ليست مضطّرة إلى التنافس على الزبائن، الذين يعرفون جيدًا أنّه ينبغي أن يحجزوا مسبقًا. إنّ أفضل عمّال الميكانيك في المدينة ليسوا مضطّرين إلى البحث عن عمل، بل عليهم التخفيف من ضغط العمل. إنّ النزاهة هي الباب المفتوح من تلقاء نفسه. في الحقيقة، إنّ باب مفتوح بكلّ ما تعنيه الكلمة. اكتشفتُ هذا خلال السنوات التي اضطررتُ فيها للعمل في عدد لا متناهي من الوظائف في العالم كي أدفع مصاريف كلية الطبّ.

كانت البطالة منتشرة بعد الحرب العالميّة الثانية نظرًا لعودة المحاربين القدماء، وكان الجميع يذهب إلى نادي «اثنان وخمسون/عشرون»

ويقبضون عشرين دولارًا في الأسبوع كتعويض بطالة مدّة 52 أسبوعًا، لأنه ظاهريًا لم يكن هناك وظائف متاحة. في ذلك الوقت الذي «لم يكن فيه وظائف متاحة»، كان لدي ثلاث وظائف متزامنة. واحدة منهم كانت هي الطواف من منزلٍ إلى آخر من أجل أعمال التسقيف وتركيب ألواح الجدران الخشبية.

إذا كنت تعرف أيّ شيء عن الطواف من منزل إلى منزل لعرض أعمال التسقيف وتركيب الألواح الخشبية، فستعلم أنّها المهنة الأقسى، الأصعب، الأكثر إجهادًا وتعرضًا للاستغلال على أصحابها، حيث تُوجد السمعة السيئة، الخداع، ومقاومة الزبون. في الوقت الذي مارستها، كانت مهنة مندوبي المبيعات في ذروتها نظرًا للبطالة. كان كلُّ شخص مع أخيه يقرعان جرس المنازل من أجل جميع أنواع المشاريع التي يستطيع أن يتخيّلها شخص ما. كانت مقاومة الزبائن هائلة، خصوصًا في بلدةٍ مثل «ميلووكي ويسكونسن»، التي كانت متحفّظة بطبيعتها.

إنّ محاولة القيام بأيّ عمليّة بيع بهذه الطريقة كانت أشبه بقلع الضرس. حاول الرفاق القيام بذلك زرافات ووحدانًا، إلّا أنّهم تساقطوا على جانبي الدرب بعد صفق خمسين بابًا في وجوههم. لقد قاموا ببساطة بترك العمل نتيجة الإحباط. لم يدم طاقم المبيعات الجديد أكثر من أسبوع. أستطيع القول إنّ نسبة العمال المستعاض عنهم كانت 95% ضمن طواقم المبيعات. لقد مشى مندوبو المبيعات على أقدامهم مغطين حيًا تلو آخر وعملوا طوال الصباح، الظهر، والليل دون تحقيق نجاح.

لقد نُصبت أماننا غابة لا بُدّ لنا من اقتحامها: المنافسة الشرسة، أساليب البيع الماكرة، البائعون الجيدون ذوو الأساليب المشاكسة

والثابرة، المناطق المغرقة بالمنافسين، المقاومة الكبيرة من الزبائن، مع اليقين أنّ النجاح يعتمد على الشيء «هناك في الخارج». كان النجاح شبه مستحيل في هذا المسعى. على الرغم من ذلك، فإنّ ما حدث معي كان العكس تمامًا. في الواقع، لقد جنيتُ مالا أكثر من أيّ شخص آخر في المنظومة بأكملها. كنتُ أعطي منطقتي، وبالتالي أفرغ مع حلول وقت الظهر، وأتوجّه إلى وظيفتي التالية، التي كانت إدارة مسرح. بعد ذلك، أذهب إلى وظيفتي الثالثة. ماذا كان السر هنا؟

لاحظتُ أنّ مندوبي المبيعات يُشبهون بعضهم تمامًا. يرتدون سترة، قميصًا أبيضًا، وربطة عنق، ويحملون حقيبة في غالب الأحيان، يقرعون جرس الباب، فيرصد صاحب المنزل مَنْ كان واضحًا أنّه مندوب مبيعات. اعتاد الزبائن المحتملين الإطلال برؤوسهم من النافذة والقول: «لا تُريد شيئًا، لسنا مهتمين اليوم». أدركتُ أنّ صورة مندوب المبيعات كانت تفتقر إلى النزاهة.

إنّ ما فعلته كان العكس تمامًا. ارتديتُ مئزر العمل الملوّث قليلاً وقميص العمال الأزرق. كانت مفكات البراغي والمطارق تندلّي من حزامي، وكان وجهي وسخًا بعض الشيء، وشعري أشعثًا قليلاً. كانت مسطرة 15 سم وقلم الرصاص بارزين من جيب القميص. كنتُ أحمل صندوق الأدوات أو علبة الغداء عوضًا عن الحقيبة. كانت الصورة التي أعطيها هي صورة العامل الكادح ذو الياقة الزرقاء.

يتمتع العمّال الكادحون ذوي الياقات الزرقاء بالنزاهة والصورة غير المثيرة للتهديد في أذهان الأمريكيين المحافظين. أتعلمون شيئًا، كانت الأبواب تُفتح لي على نحو تلقائي في الأحياء التي لم يستطع فيها مندوبو المبيعات الآخرون الدخول إلى منزل واحد. دخلتُ إلى كل منزل، وأخبرتُ الناس أنّ لدي بعض المواد الجيدة المتبقية من الأعمال

الأخرى التي كنت أقوم بها في الجوار، وأنتي لاحظتُ أنَّ سقفهم كان على وشك السقوط، وأنَّ لدي مواد تسقيفٍ إضافية، قد أضعها من أجلهم إذا أرادوا.

من الواضح أنَّهم لم يكونوا في حاجة إلى سقف جديد بالكامل، ومن الواضح أنَّني لم أكن مندوب مبيعات. إلا أنَّهم كانوا حذرين بعض الشيء، وبناءً على ذلك تحدَّثنا بصراحة. كنتُ أخبرهم أنني سأقاضي أجراً على المواد بالإضافة إلى العمل. وافق الجميع دون جدال. بصراحة لا أحد يستكثر علينا كسب لقمة العيش. لم استخدم أبداً أساليب البائعين المشاكسة والملحة، ولم استخدم مطلقاً الترويج، التشويه، الطرق الملتوية، ولم أقطع وعوداً زائفة، ولم أرعبهم أبداً أو أقدم لهم عقداً كي يقوموا بتوقيعه. أخبرتهم أنَّ دفع المال سيكون خمسين في المئة عند انتهاء نصف العمل، والباقي عند إتمام العمل، فلم يتذمَّر أحد حيال ذلك الاتفاق.

في حالات قليلة توجب علي إخبار الناس أنَّهم إذا لم يدفعوا الدفعة الأخيرة فسأطلب من العامل أن ينزع السقف، وكان ذلك كفيلاً بتغيير رأيهم وجعلهم يحررون أمر صرف جيد. كان بإمكانني اقتلاعه أيضاً، حتى وإن كان سيكلفني المال، كنتُ لأقوم بانتزاع جميع تلك الألواح ثانية، لأنني أدين بذلك لنفسي. لم يكن الأمر متعلقاً بتصفية الحسابات، وليس من أجل الانتقام. إنَّما لأنني كنتُ مديناً بذلك لنفسي.

قد نتساءل في عالم الأعمال الآن، كيف سوف نحصل حقنا من الزبائن ما لم يكن لدينا ذلك العقد الملزم أو سلطة رفع دعوى قضائية؟ الجواب هو: إن كانت تلك هي الطريقة الوحيدة لتحصيل حقنا من أولئك الزبائن، ينبغي ألا نتعامل معهم.

التخلّص من العمل التجاري

على الأغلب أنت تفكّر الآن كالتالي: ماذا؟ أتخلّص من العمل التجاري؟ لقد اعتقدتُ أن غاية النجاح هو «الحصول» على عمل تجاري.

إنّ ما أعنيه هو التخلّص من خمسة في المئة من عملنا. إذا أردنا أن نكسب المال وتكون لنا حصة في الأرباح، نحن إذاً في حاجة إلى أن نجعل من التخلّص من خمسة في المئة من العمل قاعدة لنا. كيف نختار الخمسة في المئة تلك؟ إنّ ذلك مبنيّ على المبدأ الذي اكتشفته على مدى سنوات، وهو أنّ 95 في المئة من مآزقنا ومشاكلنا تأتي من خمسة في المئة من زبائننا. إنّ ذاك الجشع لكسب آخر دولار هو ما يكلفنا ثروة من الوقت، الطاقة، الصورة الذهنية، الدعاوى القضائية، المدفوعات القانونية، أقساط التأمين، تبديل الموظفين، المآزق، الخلافات الزوجية، الأعصاب المتوترة، المعدة المتشنّجة، والقرحة. إنّ ما يقتلنا هو الخمسة سنوات الأخيرة. تكون الـ 95 سنّاً الأولى سهلة، أمّا الـ 5 سنوات الأخيرة فهي التي تكلفنا كلّ هذا العناء. ماذا يحدث إذا تخلّينا عن الخمسة في المئة المؤذية؟ سوف يتضاعف دخلنا.

اكتشفت ذلك منذ سنوات مضت. هذا يرتبط في مهنة الطب بما يُسمّى البرنامج الحكومي الصحي لرعاية كبار السن Medicare، والبرنامج الحكومي الصحي لمساعدة للفقراء Medicaid. إنَّ ما اكتشفته بخصوص ذلك على مرّ السنين هو أنَّها كانت عبارة عن نزاع هائل بسبب طلبات القبول التي لا نهاية لها، متابعة الطلبات، وطلبات دورية أخرى. ليس هذا فقط، ولكن كان علينا التنازل عمّا اعتبره خصوصية العلاقة بين الطبيب والمريض، إذ كان يتوجّب علينا إظهار التشخيص وجميع أنواع التفاصيل حول الحياة الشخصية للمرضى لتبرير الحصول على دفعات المال. كان الدفع يتأخر كثيرًا. إذ أنَّ هناك رسائل احتجاج تُشكك في الحكمة من طريقة العلاج أو مدتها، أو أيّ يكن. ظهر «محققو» Medicare، Medicaid على الساحة، ولسوء الحظ، كان هناك ما يكفي من عناوين الاحتيال البارزة لجعل هذا ضروريًا، إذ لا يخلو الوسط من بضع أشخاص فاسدين.

حسنًا، كانت المشكلة في هذا كله أنَّ الديوانية المزعجة التي كان علينا تحمّلها من أجل مقابل شبه ضئيل كانت سخيّة. لقد خلقت صعوبات تحصيل المال من الحكومة، في حدّ ذاتها، مشروعًا ضخّمًا، فقد لجأت العديد من العيادات التي كانت تعتمد على مصدر الدخل هذا، إلى «بيع الديون» والإكتفاء بنسبة من الدفعات. بالتالي تجد الشركة المتخصصة في شراء الديون نفسها مع المشروع الرائع القائم على محاولة تحصيل المال من الحكومة. كما ترون، فإنّ النزاع الدائم، المخاطر المحتملة، النفقات العامة، الأعمال الكتابية، وتحمل التعقيدات الديوانية غير المتناهية، كانت مستنزفة للطاقة، محبطة، وبصراحة غاية في الصعوبة.

إذًا، ماذا كان الحل؟ كان الحل هو أن نُخبر الناس أننا سنعالجهم مجانًا عوضًا عن ذلك. عاجلتُ الكثير من المرضى كبار السن مجانًا، أهداني العديد منهم سترات صوفية محاكة باليد، بطيخ، طماطم، لوحات،

سجاد، أثاث، بطّانيات، لحافات ملونة، فطائر التفّاح المعدة في المنزل، والكعك. أخبرت العديد من المرضى أن يدفعوا ما يستطيعون تحمّله. ألغينا على نحو تلقائي ما كان يُعادل حوالي خمسة في المئة من التكاليف. إذا ماذا؟ كان الجميع سعداء، وقد وقر ذلك الوقت، الطاقة، إدارة الحسابات، ومساحة المساعدين، لصالح التركيز على ما كان أكثر أهميّة. ذاع صيتي عن كوني غير طماع، وعندما تكون غير طماع في هذا العالم فهي لوحدها سمعة كافية كي تبني عليها النجاح.

كان أفضل ميكانيكي في البلدة الصغيرة التي عشتُ فيها مرّة يتعرّض إلى اللوم من زوجته وآخرين على «تقديم الخدمات مجّاناً». كانوا جميعاً يتذمّرون لأنّه كان يتقاضى القليل. كنتُ أذهب في كثير من الأحيان إلى مرآب تصليح السيارات فيقولون لي أنّ عليهم استبدال «قطعة ما»، وأنّها تكلف مئتي دولار، فلا يكون مني إلا أن آخذ السيارة إلى «فريتز»، فيقول لي بلكنته الألمانية الثقيلة: «حسنًا، سوف نقوم بشيها جميعًا نحو الجهة الأخرى وسنقوم بتضييق الفجوة، ممّا سيكلفك 80 دولارًا».

من الواضح أنّي لا أفقه شيئًا في السيارات. كان بإمكانه بيعي نظامًا كاملًا لحقن الوقود مقابل 250 دولارًا. مع هذا، كنتُ أخرج عليه بسيارتي من أجل شيء ما، فيقوم بإصلاحه مقابل لا شيء. كان يقول: «ها، إنّه مجرد سلك فالت». أراد مرآب تصليح السيارات تركيب مضخّة وقود جديدة ونظام قاذف، فقال لي «فريتز»: «لديك خزّان وقود قدر، هناك ماء في داخله». قام بإفراغه، ووضع وقود جديد، ثم مضيتُ في سبيلي. ذهب إلى فراشه راضيًا وكذلك زبائنه. كان يتوجّب على الزبائن الوقوف في الصف من أجل الوصول إليه، فلم يكن لديه أيّ منافسة.

في المقابل، إذا كان هناك زبائن مزعجين، فسرعان ما يُحيطهم علمًا أنه ليس لديه وقت للمتذمرين، المتطلّبين، الذين يُلحّون في الطلب، العدوانيين، المولّعين بالجدل، أو الناقدين. سوف يقول: «مَن يحتاجهم؟ إنَّهم عبارة عن صداع لا غير». شاهدته وهو يرفض العديد من الأعمال «المربحة»، وبالتالي، لم يكن لدى «فريتز» سوى زبائن رائعون.

إنَّ إهلاك أنفسنا من أجل تلك الخمسة في المئة الأخيرة هو أمر عائد إلى عدم الأمان، الافتقار إلى النجاح، الجشع الصريح، وقصر النظر. يتحتم علينا التخلّص من جميع الزبائن الذين يُعانون من جنون الارتياب، الشك، وقلة الثقة. لماذا؟ إنَّهم لا يُحبون فقط اللجوء إلى المحاكم والتسبب بمشاكل جمّة، بل إنَّهم لن يتجاوزوا الأمر مهما فعلنا، والسبب في ذلك هو نقص النزاهة لديهم، والذي يُسقطونه على العالم ويفترضون أننا على شاكلتهم.

إنَّ الشخص الذي يشكّ في أمانتنا بطبيعته غير أمين. من الواضح أنّ البريء لا يشكّ حتّى. إن كُنّا نعتقد أنّنا لا نستطيع الوثوق عمليًا بزبون بناءً على اتفاق لفظي ومصافحة يد وحسب، يجدر بنا ألا نتعامل معه. من يرغب في تجميع المشاكل؟ بنيتُ عقارًا بقيمة مليون دولار على قطعة أرض مساحتها ثلاثون فدانًا في الساحل الشمالي من «لونغ آيلاند» على مدى عشر سنوات ولم أوقع عقدًا واحدًا البتة. كنتُ أتلقّى العروض وأقول: «إنَّ عرضك هو أفضل عرض حصلتُ عليه وسوف آخذه». يقول الرجل: «سوف أرسل إليك العقد»، فأقول له: «انس أمره، قم بالتنفيذ وسوف أدفع لك». ثمّ يسألني، «ماذا لو لم تدفع لي؟»، كنتُ أقول له: «حسنًا، يُمكنك نزع ما وضعته مرّة أخرى». إذا لم يعجبه ذلك، كنتُ أجد مَنْ يفعل.

بصراحة، لم أواجه مشكلة قط، فقد وفّى جميع المقاولين بالتزاماتهم.

لقد فعلوا في الواقع أفضل ما في وسعهم، ووضعوا فيه كما وعدوا كل مهارتهم الحرفية وصنعتهم بحيث أصبح المنزل مكاناً يستحق المشاهدة. لقد جاء آلاف الأشخاص لرؤيته، بعد أن سمعوا عنه بسبب النزاهة التي تجلّت في بنائه. كانت الأبواب بسماكة 5 سم، يدوية الصنع ومن خشب البلوط الصلب. أمّا الأرضية فكانت مطعّمة يدوياً برقع بوصة من خشب البلوط. كانت المفصلات على الأبواب عبارة عن محمل كريات مصنوعة من النحاس الأصفر الصلب. أما عوارض السقف فكانت مقطوعة يدوياً من خشب «الهيملوك» ذي المئة عام والمضاد للحشرات. كانت الأساسات مصنوعة من الفولاذ، وقد تمّ وضعها لتصمد خمسمئة عام. هل ثمة منافسة عندما يتعلّق الأمر ببيع منزل كهذا؟ بالطبع لا، إنه منقطع النظير.

يقودنا هذا إلى المبدأ التالي الذي يجعلك ناجحاً: كُن فريداً. على سبيل المثال، كان هناك عمل تجاري في البلدة يُسمّى «أوريون لتنظيف المداخن». عندما كان يتصل أحدهم، كان «ميكي» المالك نفسه يُعاود الاتصال. لقد أدرك ما كان يحتاجه الأمر. كان يُحدد وقتاً مناسباً، وكان دقيقاً في مواعيده. إذا قال إنه سيكون هناك في تمام الساعة الحادية عشر صباحاً، فإنه لا يظهر في الساعة الحادية عشر والرابع. كان يتصل إذا تأخّر ويقول إنه لن يكون هناك في الحادية عشر تماماً، وإنه سيتأخّر قليلاً، ثمّ يتصل بالزبون ويؤكد على موعد الوصول.

كانت جميع الفرش منظّمة على نحو مرتّب في شاحنته ومعلّقة في سقفها تبعاً للأحجام المصنّفة. كان يشرع بعد ذلك في القيام بأكثر عمل دقيق يستطيع المرء تخيله. كان بإمكانه حرفياً تناول الطعام في موقد الخشب بعد أن يُغادر. كان يبيّن لي الأخطاء التي حصلت، وسبب

مكتبة الرمي أحمد

حصولها، وكيفية تفاديها، وكيفية تخفيض الفاتورة في المستقبل. قال لي في زيارته الأخيرة: «كلا، إنَّ مدفأتك لا تحتاج إلى تنظيف هذه السنة».

كان في استطاعته أن يبيعي عملاً آخرًا طالما أنه كان هناك من أجل تنظيف المدفأة، نظرًا لكوني لا أفقه شيئًا، إلاَّ أنه كان مؤدبًا، مهذبًا، يقظًا، كفؤًا، وودودًا، وقد حرص جدًّا على ألاَّ يُفسد المنزل، وعندما غادر، بدا المنزل أنظف ممَّا كان عليه قبل وصوله. كانت فاتورته منصفة، تُقدِّم فورًا دون إلحاح. في الفترة التي تفصل الموعد الذي وضعه لتنظيف المدخنة عن الموعد ذاته كان يُرسل ورقة مطبوعة تُوضِّح خدماته كي يعرف الزبون ما يتوقَّعه منه. كان يُجيب على أيِّ أسئلة تظهر، وبعد أيام قليلة من قيامه بالعمل، كانت تصل منه رسالة لطيفة للغاية عبر البريد، يشكر فيها الناس على رعايتهم، ويضع اقتراحات من أجل السنة القادمة، ويُخبرهم أنه سيُذكِّرهم في المرة القادمة التي سيحين فيها موعد التنظيف من خلال إرسال ملاحظة والاتصال بهم.

هل كان لدى «ميكى» أيُّ «منافسة»؟ كلا لم يكن. أعني أنه لم يكن هناك نظير لهذا الرجل. لم يكن هناك تأخير في الرد على المكالمات الأولى، ولا حتَّى مساعدة فظة تضع الزبون على الانتظار. لم يكن هناك تقصير في الحضور في الوقت المُحدد مسبقًا، ولا عدم إشعار بالتأخير في حال حدث ذلك. لقد أسست نزاهته لسمعته التجارية وشهرته، وحاز بناءً على ذلك، على ولاء الزبون. لم أكن لأفكر أبدًا بالتعامل مع منظفٍ مداخلن آخر ما لم أكن مجبرًا نتيجة مغادرة «ميكى» للبلدة أو الكف عن ممارسة المهنة.

كنتُ منبهرًا جدًّا بنزاهته بحيثُ أخبرتُ الآخرين عنه وجلبتُ له زبائن آخرين. إنَّ هذا ما نُريده تمامًا. إذا أخبر زبون واحد شخصًا آخر،

سوف يتضاعف عملنا، أليس هذا صحيحًا؟ ضاعف «ميكى» عمله من خلال علاقته بى، وزاد عمله دون أن يُحرّك ساكنًا، ودون أن يصرف قرشًا على الإعلان، ودون حيل تسويق، أو طرق بيع ماهرة، ودون قلق حيال «إشباع السوق». لا يهتم كم كان عدد منظفي المداخن في البلدة، لأنني لم أكن لأبدله أبدًا، حتى وإن عرضوا علي القيام بذلك بخمس دولارات أقل، من يهتم؟ أردت أن أنام راضيًا ومطمئنًا لعلمي أن حريق الموقد غير ممكن، لأن «ميكى» قام بتنظيفه بعناية فائقة.

رأيت منظفي مداخن آخرين يُحرّكون الفرشاة إلى الأعلى والأسفل ويتسببون بالكثير من الفوضى والقذارة. عندما كنت ألقى نظرة داخل الشاحنة، كنت أستطيع معرفة ما يفترض أن يكون عليه حال أذهانهم، لأنها بدت أشبه بوكر الفئران. كما أن نظافة الحمام في المطعم هي مؤشر جيد جدًا على نظافة المطبخ، فإنّ الفوضى في سيارة العامل مؤشر على الفوضى في ذهنه.

أما الزبون الآخر الذي يجب التخلص منه فهو الذي «يُسدي لنا معروفًا». لا نريد هؤلاء الأشخاص حولنا على الإطلاق لأنهم مهووسون بالعظمة، وهم دائمًا مرتابون، مزعجون، متعبون، وانتقاديون، وحتى بعد أن نقوم بعمل جيد من أجلهم، فسيُشوّهون سمعتنا. يبدو أن ما يُحفظهم هو الكراهية والوقاحة الذهنية المزمنة. إنّ موقفهم الذهني هو الازدراء. في الغالب سوف نُهلك أنفسنا من أجلهم، ولكنهم لن يرضوا أبدًا. إنهم يعيشون في السخط الذي يُعشش في أذهانهم، ولذلك لا يرون سوى الخلل في العالم، ومهما فعلنا فلن يكون جيدًا بما فيه الكفاية. تخلّص منهم.

أذكر مريضة دخلت إلى مكنتي ذات مرة، وهي تتخذ موقفًا

مكتبة الرمى أصد

متحدياً سريع الانفعال. أرادت دليلاً على مؤهلاتي وطلبت رؤية جميع شهاداتي العليا. كان سلوكها يُوحى أنني دجال أو محتال إلى أن يثبت العكس. أخبرتها أنني مشغول تماماً وأنه ليس لدي وقت للتعامل مع حالتها، حتى أنني لم أتقاضى منها مالاً على المقابلة. مَنْ يحتاج إليها؟ كانت هذه السيدة ستزعج وتُضلل الناس. سوف تُسبب لهم الصداق حتى وإن قاموا بعمل جيد.

لقد كان القول المأثور المفضل لديّ دائماً هو، لا تثق بالشكّاكين، لأنهم ليسوا محل ثقة، فهم يفتقرون إلى النزاهة. يجب أن نحذر من الأعيب هؤلاء الأشخاص المخادعين. سوف يُحاولون استدراجنا للدخول معهم في جدال بحيث نكون في موقع الدفاع عن أنفسنا. في اللحظة التي نلاحظ فيها حدوث ذلك، فليكن إشارة تنبيه لنا. لماذا نُدافع عن أنفسنا أمام شخص طبيعي ومحترم؟ سوف نكتشف أننا لا نضطر إلى الدفاع عن أنفسنا إلا أمام الأشخاص الذين ليسوا «محترمين» في دواخلهم. إن تحديهم نابع من نظرتهم وتجربتهم السلبية مع العالم، والتي على أساسها يُطالبوننا الآن وبطريقة متعجرفة، بالدفاع عن أنفسنا. إياك أن تفعل ذلك.

يقودنا هذا إلى الفصل التالي.

الفصل الثامن

رقة القلب في مقابل قسوة القلب

نرى من خلال التحرّي في المسألة أنّ النجاح ينبع من القلب، في حين أنّ الربح يأتي من الرأس، وهناك فارق شاسع. هناك تقاليد ذكورية قائمة على التخلي عن الحبّ من أجل الربح، التنازل عن النزاهة من أجل المنفعة، وانتهاء الحياة من أجل ما هو معاد للحياة. إنّها تترافق مع نظام دفاعي دقيق يحفظه كلُّ رجل عن ظهر قلب: اربح مهما كان الثمن، فالربح يأخذ كلَّ شيء. احذر أيّها المشتري. خذ الربح وانس أمر السمعة. إنّ تشويه الرجولة الحقيقيّة من خلال تطوير القدرة على أن تكون باردًا، ماكرًا، عديم الشعور، عديم الرحمة، متحجّر القلب، وقادرًا على القتل دون رقة عين، بالإضافة إلى كامل فكرة الصرامة والرجولة، هي جرائم العالم، والتي ينال عليها الناس قصاصًا مستمرًا لا نهاية له.

إنّ تلك الأفكار الثابتة التي تقول إنّ ما هو معاد للحياة يُعتبر جيّدًا لها، وإنّ السمّ مفيد للناس، أو إنّ الكراهيّة تُمثل القوّة، هي بمجملها

تحريفات عميقة و كارثية. في حين أننا قد نتملّق إعجاباً لأمثال هؤلاء، إلا أننا في قرارة أنفسنا ننظر إليهم بصدق بوصفهم أنواع من البشاعة وتشوّهات شاذة في الإمكانيات البشرية. إنهم أولئك الأشرار في أفلام الخيال العلمي. على الرغم من ذلك نشعر في عالم الأعمال الذي نعمل فيه أنه يتمّ تبرير ما هو معاد للحياة من خلال جميع المسوّغات المستفيضة التي نستطيع دعمهم بها.

دعونا ننظر إلى بعض الأفكار المقنعة على مرّ الزمن. إنّ فكرة أنّ العمل انطلاقاً من القلب تعني أنك لئن، متخاذل، منقوص الرجولة، هش، ساذج، مغفل، واهن، خصم ضعيف، أو صيد سهل، هي واحدة من الأفكار المقنعة هذه. يُشير هذا إلى تشوش ناتج عن عدم معرفة الفارق بين الضعف والقوّة. سوف نرى عندما نقوم بفحص ذلك أنّ رقة القلب هي القوّة، بينما قسوة القلب هي الضعف.

إننا ننسى أنّ القلب هو موطن الشجاعة. أن تكون جريئاً يعني أن تمتلك قلب الأسد. عندما عمل «ونستون تشرشل» انطلاقاً من هذا المبدأ في الحرب العالمية الثانية لم يتهمه أحد بكونه لئياً أو ضعيفاً. لقد أظهر شجاعة قلب الأسد كي يقف إلى جانب المبدأ مهما كلف الثمن وليس من أجل اختيار المنفعة بأيّ ثمن.

يفتخر العديد من رجال الأعمال بأنفسهم كونهم شديدي العناد. سوف يقول أحدهم بعجرفة: «أنا رجل أعمال شديد العناد». هذا يعني بالنسبة إليّ العكس تماماً إنّ ما يعنونه عندما يقولون ذلك، هو أنّهم قساة القلوب وبلهاء. إنّ قسوة القلب مكلفة جداً في مجال الأعمال، بل إنّها كارثة، ولا شيء يُفسد تجارتنا أسرع منها. قد تجلب لنا بعض الإعجاب المؤقت من أولئك المتشابهين في الأفكار والميول، ولكنّ هذا هو كلّ ما سنحصل عليه منها. سوف ينسانا العالم، ولن نكون جزءاً من ذكريات

الناس العزيزة على قلوبهم. سوف يهابنا الناس، ولكنهم لن يحترمونا، والفارق شاسع. سوف يُدعن الناس لنا، ولكنهم لن يحترمونا. إنَّ مصير الوضاعة هو الوضاعة في حدّ ذاتها.

يجب على الشخص أن يكون حذرًا كي يُميّز بين الربح والنجاح. يعمد التفكير الساذج إلى الافتراض أنّهما سيّان، أو أنّ جني الكثير من المال، الربح، والنجاح هي جميعها أمور متطابقة. إنّ القافلة اللامتناهية لنجوم الأفلام والمشاهير الذين يُقدمون على الانتحار هي الدليل على أنّ هذا ليس صحيحًا. يبدو أنّ كلّ المال والشهرة في العالم لا يُقدّمان لهم الكثير، أليس كذلك؟

يكن السر في أنّ النجاح لا يتم اختباره إلا في القلب، ولا يُمكن اختباره في الرأس، فأفضل ما يستطيع الرأس فعله هو رضا المتعة المؤقت. على الرغم من ذلك، وكما نعلم جميعنا، فإنّ المتعة والسعادة ليستا الشيء نفسه على الإطلاق.

تزر حياة كثير من الناس بالمتع، الطعام باهظ الثمن، البيئة المحيطة الرائعة، السيارات الفارهة، الفراء، المجوهرات، والتغطية الإعلامية، ولكن تنطفئ فيهم شعلة النور. من الواضح أنّ نجاحهم لم يجلب لهم شيئًا. هذا ما أعنيه بالفوز الأجوف. يتلاعب المرء من خلال أساليب ملتوية بخصمه كي يصل به إلى الهزيمة. إنّ إحساس الفوز مفقود، إنّ فوز ميت. يتحوّل طعم النصر في فم المرء إلى رماد. لا يمكن الظفر بالنجاح «هناك في الخارج». لن يأتينا به أيّ مقدار من الجهد، لأنّه غير موجود «هناك في الخارج». تأتي القوّة والصلابة الحقيقيّة من قدرة المرء على التمسك بمبادئه مهما حصل.

كنتُ أعرف سابقًا عضوًا ناجحة جدًا في منظمة مدمني الكحول المجهولين، كانت قد تعافت منذ عدّة سنوات. اعتادت أن تقول للناس:

«نحن لا نشرب الكحول في هذه المجموعة مهما ساءت بنا الأحوال». إنَّ ما عنته بتلك العبارة كان هو القانون الراسخ الذي تبنته في حياتها. لقد اعتمدت حياتها على عدم التخلي عن نزاهتها أو التنازل عنها لأيِّ سبب كان، وتحت أيِّ ظروف. لقد منحها هذا قوَّةً ومقدرةً عظيمتين، في حين انتهى الأمر بالذين انتهكوا هذا المبدأ في مستشفيات الولاية، وعانوا من الاختلاجات وفارقوا الحياة. لقد كان شفاؤها نجاحًا دائمًا.

إذا أحببنا كتاب حياتنا بأكمله ولم نكن مولعين بفصل منفرد، فسوف تُصبح حياتنا ناجحة كذلك. إنَّ القاعدة هي: لا تنازل عمَّا يفيد ويدعم حياة الجميع، ولا عن ذلك الذي يُلهم الحياة، يسمو بها، يدعمها، ويكرِّمها. يتحقق النجاح من فهم طبيعة الحياة. حالما يتم فهمها، فلا شيء ممكن سوى النجاح. إنَّ هذا لا يعني عدم نشوء صراع، لأنَّه عند تجاوز أساليب العيش القديمة وتبني أخرى جديدة، سوف يكون هناك بالطبع فترة من الصراع. إنَّ أحد الأسباب الرئيسية لفشل العالم والبؤس والتعاسة في حياة الكثير من الناس هو أنَّ العالم لا يفهم السببية.

لأنَّ فهم طبيعة الحياة، أساسي في النجاح، نحن في حاجة إلى النظر في السببية. سوف يخلق الفهم الجديد سياقًا مختلفًا لحياتنا، إذ تستطيع ومضة الفهم تلك أن تحقِّق لحيواتنا أكثر من سنوات من الجهد والعمل الشاق.

كما ذكرنا في مواضع أخرى، فإنَّ الطريقة التي يفهم بها العالم السببية هي عادةً من خلال النموذج الخطي للدماغ الأيسر. إنَّه يرى أنَّ (أ) ← (ب) ← (ج)، ثم يفترض ويُسقط على الملاحظة مبدأ، أو فكرة تُدعى «السببية». لأنَّ شيئًا يتبع آخر، فإنَّ ذلك يفترض ضمناً أنَّ (أ)

تُسبب (ب) تُسبب (ج) في متتالية وسلسلة لا نهاية لها من الأحداث. إنَّ هذا التعاقب هو في الوقت ذاته فُخٌّ، وصندوق ضيق، ونموذج الحقيقة المحدود الذي يُقلِّص الخيارات بشدَّة. إنَّه يعتقد أنَّ الشيء الوحيد الذي يُمكن أن يحدث هو الشيء العلمي أو المنطقي.

إنَّه متحالف على نحو وثيق مع فكرة أخرى والتي تبدو مختلفة، ولكنها خاطئة على حدِّ سواء، وهي مبنية على نقص الفهم ذاته، وهي فكرة أنَّ الأشياء هي مجرد صدفة أو حظ. سواء كان حظًا جيدًا أم سيئًا، تبقى النتيجة هي ذاتها، حيث يُعتبر أنَّ هذا الكون فوضوي لا نظام له. إنَّ ما يبدو فوضوي في الظاهر عائدٌ إلى كون الشخص قادمًا من وجهة نظر محدودة، وإلى أنَّ ذلك الشخص قريب جدًا من الأمر بحيث يعجز عن رؤية التنظيم والتصميم الشاملين.

إنَّ قانون الكون، والصحيح على جميع المستويات الفيزيائية، المادية، العاطفية، النفسية، الأخلاقية، الروحية، هو أنَّ كلَّ شيء مرتبط مع كلِّ ما سواه، إذ يستحيل على أيِّ شيء أن يكون خارج الكون. إنَّ أفضل ما نستطيع قوله حول ما يبدو في الظاهر فوضوي هو أنه لم يتمَّ تحديد نظامه الحقيقي بعد. لقد توصلت الحواسيب الحديثة إلى اكتشاف إيقاع محدّد ونظام داخلي في أمور كانت تبدو عشوائية، وتمَّ إثبات هذا في دورات الطقُّس وفي أمورٍ أخرى والتي لم نكن لنتمكن حتى الآن من رؤية الترتيب الحقيقي لها دون مساعدة الحواسيب.

لا تحدث السببية على المستوى نفسه، بل وحدها النتائج تحدث على المستوى ذاته، بالتالي فإنَّ الطريقة التي تحدث بها السببية بالفعل هي من خلال النموذج البسيط التالي:



أ ب ج النمط الجاذب

العوامل المؤثرة

أ ب ج الأحداث التي نشهدها

نرى من خلال هذا الرسم البياني أنّ السبب هي عند مستوى النمط الجاذب أ ب ج، وينتج عنه تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج). إنّ النمط الجاذب (أ ب ج) هو الأمر الذي «هنا في الداخل» وتسلسل الأحداث هو الأمر الذي «هناك في الخارج». نستطيع أن نرى الآن كم أنّ محاولة السعي إلى ما هو «هناك في الخارج» عديمة الجدوى، إذ أنّ السبب موجود «هنا في الداخل».

كما قلتُ في فصل سابق، إنّ النجاح أمر يتحقق. بمجرد تحقق التصوّر الأصلي. إنّ ظهوره في العالم هو ببساطة التسلسل التلقائي لما هو موجود مسبقاً عند مستوى السبب.

إنّ التدخل في تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) هو العمل انطلاقاً من الإكراه. كما نستطيع أن نرى، فإنّ أيّ إكراه مبذول تجاه تسلسل الأحداث سوف يخلق قوّة مضادّة ومكافئة. نلاحظ أيضاً، أنّنا إذا قمنا بتغيير النمط الجاذب (أ ب ج)، والذي هو نيتنا الداخليّة، قناعتنا، دافعنا، مبدؤنا، هدفنا، غايتنا، المعنى بالنسبة إلينا، أو تناغمنا

فسوف يتغير تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) في العالم على نحو تلقائي نتيجة لذلك، دون أن نضطر إلى فعل أي شيء حيال الأمر. كما لو أن تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) هو كامل الفيلم الذي يظهر على الشاشة، بينما يقوم النمط الجاذب (أ) ب (ج) بعرض ذلك الفيلم.

إننا لا نستطيع تغيير ما يحدث في الفيلم من خلال الجري نحو الشاشة، محاولين تحريك الشخصيات بالقوة. حتى الطفل قد يضحك على ذلك. على الرغم من ذلك، فإن هذا ما يفعله العالم بأسره طوال الوقت، أليس كذلك؟ إلا أن الفيلم بأكمله سيتغير من خلال تحوّل بسيط في القلب. إن أفضل ما يستطيع الرأس فعله هو تغيير نص الفيلم أو تحسين جودة الإنتاج، ولكن ليس هناك تغيير حقيقي إلى أن يُغيّر المرء قلب المسألة. ذاك هو المكان حيث تكمن القوة.

حالما نفهم مبدأ السببية، سوف نفهم مصدر القوة ومكان استقرارها، وتختفي مشكلة النجاح في العالم. عندما تكون لدينا معادلة تركيب الذهب، لن نضطر إلى جمعه أو كثره بعد ذلك. عندما نتحاشنا الرغبة فيه نستطيع امتلاكه أو لا. قد يُسعدنا جني مليون دولار وقد لا يفعل. يعتمد الأمر برمته على إن كان يستحق الإزعاج وفيما إذا كان هناك أشياء أخرى متضمنة. على الرغم من ذلك، يكون ما نفعه بعد ذلك نابعا من الاختيار، ولن يكون بسبب الحاجة، أو الدافع، أو الإكراه، أو نقص الحرية.

بالعودة إلى مثال «المهاثما غاندي» والإمبراطورية البريطانية لراجعته من وجهة نظر السببية هذه. كانت الإمبراطورية البريطانية، التي كانت تعمل انطلاقاً من الإكراه، تصب اهتمامها على تسلسل (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج). اعتقدت الإمبراطورية البريطانية أنها قد تنجح في تحقيق

ما يخدم المصالح البريطانية من خلال التدخّل في تسلسل الأحداث، وللمفارقة، فقد كان التأثير الوحيد لذلك كله، هو تعزيز قوّة موقف «المهاتما غاندي». كانت القوّة تكمن في تناغم «غاندي» مع النمط الجاذب (أ ب ج)، والذي لم يكن موجوداً إلا في ذهنه. لم يكن في ذهن «المهاتما غاندي» شيء اسمه «هناك في الخارج» على الإطلاق. لم يكن في ذهنه جيش، جماعات مسلحة، أو أسلحة. لم يكن فيه دبابات أو مال، ولم يكن فيه ألقاب، زخارف، أو صروحاً، ولم يكن فيه موسيقى ولا جوقات ولا أعلاماً، ولم يمتلك قوّة عالميّة البتة. على الرغم من ذلك، تمكّن النمط الجاذب (أ ب ج) الموجود في ذهن المهاتما غاندي من جعل تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) للإمبراطورية البريطانية بأسرها يجثو على ركبتيه، واضطرتّ الإمبراطورية البريطانيّة إلى الاستسلام.

كيف كان للإمبراطورية البريطانيّة أن تفوز؟ من الواضح أنّه كان بإمكانها فعل ذلك فقط لو كانت قادرة على تكريس جهدها لمخاطبة النمط الجاذب (أ ب ج) في ذهن المهاتما غاندي واستبداله بطريقة أو أخرى، ببرنامج آخر، كأن تستبدله بمبدأ يتمتع بقدر أكبر من الجاذبية والسمو. في الواقع، تلك هي بالضبط الطريقة التي يتعامل فيها المعلمون الحقيقيون مع بعضهم البعض. إنهم يتبارزون من خلال التحدّي لتبيان إن كان النمط الجاذب (أ ب ج) في ذهن الشخص الآخر هو أعلى مبدأ ممكن.

ترى ما المبدأ الذي أعطى «المهاتما غاندي» هكذا قوّة؟ لقد كان المبدأ الكوني المتعلق بحقوق «المساواة بين جميع الناس» المبني على قدسية خلقهم «المبادئ نفسها التي وطّدت «الولايات المتّحدة الأمريكيّة» كقوّة عالميّة عظمى. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ القوّة الوحيدة التي تتمتع بها الحكومة مستمدة من تأييد أولئك الذين تحكمهم، فيكون أولئك

الذين يحكمون خدم لدى أولئك المحكومين. تكمن القوة داخل أولئك الأشخاص الذين يحكمون بسلطة الاعتراف بمساواتهم بغض النظر عما يكون عليه مظهرهم « هناك في الخارج ».

لم يكن بإمكان الإمبراطورية البريطانية هزيمة «المهاتما غاندي» إلا من خلال استمالة وعي العالم قائلة أن عملها نابع من مبدأ أسمى من مبدأ «المهاتما غاندي»، وبالتالي الظفر بدعم وتأييد العامة. لم تكن حظوظ فوز الإمبراطورية البريطانية أوفر من حظوظ فوز ولايات الجنوب الأمريكي في الحرب الأهلية. حيث تلقت مبادئ المصلحة الشخصية المتعلقة بحق امتلاك العبيد صفة في المواجهة مع مبادئ كونية أكثر قوة والتي نص عليها الدستور وتم دعمها من قبل «أبراهام لينكولن»: المساواة بين جميع الناس.

لقد هزمت رقة قلب «المهاتما غاندي»، قسوة قلب البريطانيين. من شأن فهم هذه المبادئ، توضيح أي تشوش حول اعتبار رقة القلب، ضعفاً أو ليناً. إن ما يعتبره المجتمع قوة مستترة خلف قسوة القلب، ليس سوى أنانية طفولية. يقوم الطفل الصغير بضرب طفل آخر على الرأس وأخذ لعبته. إن ما ينظر إليه الكثير من الناس على أنه قوة، لا يتعدى كونه جهلاً أو لا مبالاة صارخة، وهي ليست بقوة، وليس هناك ما يثير الإعجاب فيها.

نستطيع أن نرى أن الانحراف الجسيم وسوء فهم القوة يحدث في فترة المراهقة. يبدأ الآن المراهق الذي يشعر بانعدام الأمان وغير المتأكد من عجزه بالتعرض إلى غسل دماغه من قبل أولئك الذين فشلوا أيضاً في القيام بذلك. عليهم أن يبذلوا جهداً كي يبقوا مقتنعين من خلال إقناع الآخرين، أن هناك بعض الحقيقة فيما يؤمنون به. إن قدرة عصابة راكبي دراجات على اغتصاب امرأة مسنة على نحو سادي ثم ضربها حتى

الموت دون أن يكون لديهم أي شعور حيال ذلك أو ندم، لا تحملنا على الإعجاب بقوتهم أو رجولتهم. إنه أمر محض مفزع، وهو أمرٌ مريع، وما السوط، السلاسل، الأسلحة، السكاكين، الضجة الصاخبة، الدرجات النارية الهادرة، والعرض المغرور للجماجم والسترات الجلدية بمجملها سوى رموز للضعف الفادح. إنها المراهقة الواهنة على نحو مأساوي.

إن ترجمة السلوكيات نفسها في سوق العمل تبقى مراهقة واهنة هي الأخرى. كلما كان الشخص ضعيفاً من الداخل، احتاج أكثر إلى امتلاك رموز القوة في الخارج. ببساطة، لا يستطيع مهاجمو الشركات المساكين تجاوز الأمر. إنهم يستولون على شركة تلو أخرى، وعلى الرغم من ذلك يبقون مثيرين للشفقة، كما هو شأنهم دائماً. سوف نكف عن كرهنا لهم عندما نراهم على حقيقتهم، وعوضاً عن ذلك، سوف نشعر بالشفقة عليهم، ونأسف لخالهم. على الرغم من كل ذلك، ما زالوا لا يشعرون بالاكتفاء رجالاً كانوا أم نساء. إنهم لا يعلمون أن النجاح هو أن تكون إنساناً مكتملاً.

هل يعني ذلك أنه علينا ألا نجني المال؟ بالطبع كلا، فلا شيء أكثر متعة من جني المال. إنه رياضة، وهو لعبة، وهو يجلب الكثير من الجوائز، والشرعية منها أيضاً. لماذا يجب ألا نجني كل المال الذي نريد؟ إلا أن الفارق هو: الرغبة في جني المال، ليس الاضطرار إلى ذلك، وأن نفعل ذلك اختياراً، لا حاجة.

حدثت واحدة من أكثر التجارب المُجزية والمثيرة في حياتي من خلال العمل مع رجل كانت حياته عبارة عن كارثة. كان يتجه نحو الحضيض مالياً، وكان عاجزاً عن سداد الديون، كما كان على شفا الإفلاس. كانت عائلته تتداعى، وكان يشرب الكحول بإسراف،

ويجعل من نفسه أضحوكة. كان مكتئبًا على نحو مفهوم. لقد كان في السابق وسيطًا تجاريًا ناجحًا للغاية، أمّا الآن فهو مثقل بالشفقة على الذات، الاستياء، الحقد، الكراهية، لقد كان شخصًا تعسًا حقيقة.

لم تكن مجمل هذه النتائج سوى تسلسل للأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) لما كان موجودًا هناك في داخله. كان نمطه الجاذب (أ ب ج) فاشلاً إلى أبعد حد. إنّ محاولة مساعدة الناس على مستوى تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) هو مضيعة للوقت، على الرغم من أنّ العالم بأسره يُدّد معظم وقته في فعل ذلك. رأيتُ بوضوح أنّ هذا الرجل كان على وشك الموت إذا استمر على الحال التي كان عليها، ولذلك عملتُ على نمطه الجاذب (أ ب ج) على نحو غير لفظي. لا يكون النمط الجاذب لدى المرء قابلاً دائماً للتعريف، للتعبير عنه، أو وصفه، فهو طريقة للوجود في العالم. إنّ ما حاولت نقله إليه كان شعورًا كاملاً إزاء طريقة «وجود» مختلفة، وهذه العملية ليست خطية.

ذات يوم جاء لرؤيتي، وكان بإمكانني على الفور، معرفة أنّه أصبح شخصًا مختلفًا، بل كان شخصًا مختلفًا تمامًا! لقد أصبح قادرًا على العمل، وتمكّن من سداد الديون، وأصبح متزنًا، وبعيدًا عن خطر الإفلاس. لقد تخلى عن الاستياء، الكراهية، والشفقة على الذات، وأصبحت حياته ناجحة.

بكلماته المتفردة وصف لي لحظة حدوث ذلك بالضبط على النحو التالي:

لقد ترعرعتُ على صيد الغزلان. كان جميع رجال العائلة يخرجون إلى الصيد، وذهبتُ معهم هذه السنة مرّةً أخرى. جلسنا في مكان مستتر في اليوم الأخير من الموسم، ولم يكن أيّ منا قد اصطاد شيئًا حتى الآن. بعد ذلك، وقف ثلاثة غزلان في المنطقة مقطوعة الشجر أمامي. كان

أحدها ظيبًا ضخماً. أمعنت في مهداف منظاري وكان مركز الشعيرات المتصالبة للمهداف مصوبًا إلى صدر الظبي ليُصيبه في مقتل. غمرني فجأة عند تلك النقطة، جمال ذلك الحيوان وروعته التي لا تصدق، إنه ذلك الواقف هناك بسموه وعظمته، جلاله، ومكانته. قرّرت ألا أضغط على الزناد، وإنقاذ حياته.

تحوّل في تلك اللحظة من كونه مراهقًا إلى رجل وامتلك قوّته بحق. لقد وجّه إليه الرجال في العائلة النقد، ولكنّه علم في قرارة نفسه أنّه كان انتصارًا عظيمًا. كانوا لا يزالون عالقين في مرحلة المراهقة، أمّا هو فقد تخطاهم. مازال عليهم إثبات أمر ما، في حين أنّه نجح في الاختبار ولم يكن في حاجة إلى إثبات شيء بعد الآن. عندما قرر أن يستخدم قوته في صون الحياة وأن يُصبح بطلها بدلاً من أن يُدمرها من أجل المصلحة الشخصية، فأصبح كائنًا قويًا. لقد حولت قوّته حياته بأكملها وأولئك الذين تمسّهم حياته. كيف له أن ينقل قوّة الحياة إلى الآخرين، إن لم يكن هو نفسه ملتزمًا بها ومتناغمًا معها؟

إنّ القوّة هي شيء نحوزه فقط عندما نمُنحه، فلا نستطيع أن نهب ما لا نملك. كلّمًا جُدنا بها أكثر، امتلكنها أكثر. إنّه تعزيز الذات ونماؤها. إنّه كالإبداع.

يقلق الناس، على سبيل المثال، من أنّهم لن يحصلوا على أكبر قدر ممكن من المال من اختراع معيّن. لماذا القلق حيال ذلك؟ إنّ في المكان الذي أتى منه ذلك الاختراع، مؤونة لا تنتهي. إنّ أفعال هذا العالم غامرة إلى درجة أنّ كل ما علينا فعله هو دراستها وسوف تُقدّم الإجابات نفسها لنا، وليس علينا حتّى أن نبذل جهدًا من أجلها. لا يزعجني البتة إن قام شخص بسرقة فكرة، ثمّ لاذ بالفرار وربح منها. يُوجد الكثير من الأفكار في المكان الذي جاءت منه تلك الفكرة. إنّ

امتلاك القوّة والإبداع يعني الوفرة المطلقة، وهذا لا يعني أن تكون غير مبالٍ، إنّما يعني ببساطة أن تعيش من مكان غير مهتدّد.

لا يستطيع أحد تهديد نمطنا الجاذب (أ ب ج)، كلّ ما يستطيعون فعله هو تهديد تسلسل أحداثنا (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، طالما أنّ تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، ما هو إلا نتيجة للنمط الجاذب (أ ب ج) الذي نتبناه في داخلنا، فلا يُمكن تهديده أبدًا. إذا تعاملنا مع أنفسنا كألة عرض سينمائي، ومع الحياة في حدّ ذاتها كمصدر النور داخلنا، فسوف نُدرك أنّنا نستطيع إعداد أفلام طوال اليوم. سوف نترعج إذا لاذ أحدهم بالفرار مع واحد من هذه الأفلام، ولكنّ حياتنا لا تتغيّر حقًا.

ليس علينا إثبات شيء «هناك في الخارج» عندما يكون موجودًا لدينا مسبقًا «هنا في الداخل». لا يدخل معلّم فن «الكاراتيه» أبدًا في شجارات، وإذا فعل ذلك فإنّه لن يكون معلّمًا، أليس كذلك؟ أعرف صديقًا حائزًا على الحزام الأسود في فنّ «الكاراتيه». لقد تعرّض للسطو في أحد شوارع مدينة «نيويورك» من قبل زوج من الزعران، مهددين إيّاه بالسكاكين. ماذا تفترض أنّه فعل؟ هل تحوّل بسرعة إلى لعب دور البطل المرن وانهال عليهم ضربًا، كما يحدث في الأفلام؟ سأخبرك ماذا فعل بالضبط. لقد ضحك وأعطاهم ماله، ساعته، وخواتمه دون أن يُطلب منه ذلك، ثمّ انحنى لهم. غادروا المكان مع جوائزهم، ومشى هو بعيدًا ضاحكًا حيال الأمر.

لقد مررتُ بتجربة مشابهة، تمامًا في ساحة «التايمز». كنتُ أسير وحيدًا في وقت متأخّر من الليل، عندما ظهر رجل ضخّم يبدو أنه تناول بعضًا من المشروبات الكحولية، وبدأ في اللحاق بي، دنا منّي من أجل طلب المال أو عذر آخر للدخول في مواجهة غير سارة من نوع

ما. استمرّ في الاقتراب من الخلف أكثر فأكثر، أصبح بذيتاً على نحو متزايد، وكان يهدّدي أكثر فأكثر بينما كنتا نمشي. ثمّ قال أخيراً: «تعتقد نفسك أفضل مني، أليس كذلك؟» أدركت أنني لن أهرب من الموقف من خلال الابتعاد وحسب، ولذلك استدرتُ على نحو عفوي، قفزتُ في الهواء محرّكاً يديّ وساقيّ، وصرختُ: «ها!»، حسناً لقد أصابه ذلك بالدهشة، فترجع إلى الخلف في حالة من الفوضى. لقد تمكّنت منه في ذلك الجزء من الثانية. ضربته ضربة خفيفة على كتفه وقلت له: «حظاً أوفر في المرّة القادمة». من جديد، تنشأ التسلية الواشية والضحكة النابعة من الشعور بالرضا في داخل نفس المرء. إنّ الفوز يجلب بهجته معه. يجلب النصر الحقيقي الضحك والرضا للذين لا مثيل لهما.

يخلط العالم رقة القلب واللفظ مع الشفقة. إنّ الشفقة تعني أن ترى ضعف الشخص الآخر وتؤيّد، بدلاً من أن يكون لديك الشجاعة كي تحفّز قوّته. في ميدان معالجة الإدمان، معالجة الاعتماد على الآخرين، ومعالجة الاعتماد المفرط على الشريك، وما شابه ذلك، هذا يُسمّى عامل تمكين، وهذا يعني أننا نُغذي ضعف الشخص الآخر. إنّ هذا يعني فعلاً أنك قاسي القلب وألا تعمل انطلاقاً من الشجاعة التي تملئها رقة القلب. إنّ رقة القلب تعني حماية نزاهة الشخص الآخر حتّى وإن كان غير قادر على رؤيتها في الوقت الحالي. دائماً ما يُصاحب القوّة الحقيقيّة، اللطف، الرفق، ورقة التعبير. ذلك الموقف نابع من الاختيار وليس من الإكراه.

إنّ رقة القلب هي مكن الحرية، القوّة، والحصانة. حالما نمتلكها في داخل أنفسنا، سنعرف من لحظتها فصاعداً أننا مضادون للخصم. يستطيع العالم إزعاجنا، وإسقاط قلاعنا الرملية، ولكنّه لا يستطيع الوصول إلينا حيث نعيش. إنّ المرونة هي القوّة. إنّنا نرى القدرة على البقاء لدى الحيوانات من خلال فرائها وجلدها المترهل. إذا أمسكتُ

بِقَطَّتِي من فرائها، أستطيع رفعها عدّة إنشآت دون أن أتسبب لها بأيّ إزعاج، وما يعنيه ذلك هو أنّ الخصم الذي يُهاجم القطة لن ينال سوى ملء فمه فراءً وجلدًا، وتبقى الأعضاء الحيويّة في معزل عن الخطر. تخوض القطط عددًا غير متناه من الشجارات وينجو الخصمان كلاهما. هذا من أجل توضيح أنّ التناغم مع المبدأ لا يعني أن تكون جامدًا أو متزمّتًا، فلدينا حرّية التحرك في أيّ اتجاه لأننا لسنا مرتكزين «هناك في الخارج».

قد يبدو مصارع السومو مناقضًا لذلك المبدأ، إذ يبدو أنّه أتقن كامل المبدأ المتعلق بكون المرء متجدّرًا وراسخًا. يجثو هناك مثل وحيد القرن أو شاحنة من طراز «ماك»، ويبدو كأنّه تمّ شده إلى الأسفل بواسطة الجاذبيّة المضاعفة، وبالطبع هو كذلك. إذا ما سرّ مصارع السومو؟ إنّها صلابة ارتكازه ونقطة ارتكاز توازنه عندما يرمي خصمه. إنّ المرونة هي التي ترمي الخصم. تعمل صلابة ارتكاز المصارع وحسب على زيادة قوّة تأثير مرونته. إنّ الأمر مشابه إلى كون القوة المرتدّة عن سطح صلب أعظم من تلك المرتدّة عن سطح لين.

إنّ فاعلي الخير، الفاضلين على نحو متكلف، المتفائلين بغياء، هم جميعًا مرتكزون في الضعف لأنّهم يعملون بناءً على ما «هناك في الخارج». إنّهم يُحاولون التأثير على تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، ولا ينتقلون إلى مستوى السبب، ولهذا يكون القلم أمضى من السيف.

عندما تتناغم مع تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، ونتماهى معه ونُدافع عنه، نُصبح مكشوفين على نحو واضح. نحن عرضة للهجوم. لقد اتّخذنا موقفًا، وبالتالي، قمنا باستدعاء معارضة من الموقف أو القطب المعاكس. من الممكن أن يكون، ما نراه فوزًا، هو

بُجَرّد ظاهرة مؤقتة لا تمتلك حقيقة خلفها. نحن نقرأ عن التجار الذين تم إطلاق النار عليهم على يد لص، عندما حاولوا الدفاع عن 56 دولارًا لا قيمة لها في آلة تسجيل المدفوعات النقدية. نشعر بالأسف عليهم لأنه من الواضح أنهم لم يعرفوا ما كان يتطلبه الموقف. لقد كانوا أغبياء عوضًا عن كونهم شجعانًا وجريئين.

إن الشجاعة هي أكثر من مجرد إظهار القوة. إنها معرفة ما الذي يستحق أن تمنحه قوتك.

النجاح السريع

الآن وقد أصبحنا نعلم القليل حول الأرض التي سوف نسير عليها في سفرنا، قواعد الطريق، والقليل حول وجهتنا، والتي هي في الحقيقة، نقطة بدايتنا، نحن جاهزون لإخضاع هذا النموذج لاختبار حاسم. أعني، هل تراه ينفع؟ حسنًا، سوف أخبرك، لسنا في حاجة إلى شهادة ماجستير في إدارة الأعمال من جامعة «هارفارد» كي نجعله ينجح. نحن فقط في حاجة إلى إتباع هذه الخطوات التسع.

خطوة 1: نقوم بفحص نمطنا الجاذب (أ ب ج) قبل أن نفعل أي شيء حيال تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج). هل يمتلك المبدأ المؤسس الرئيسي الذي نعمل انطلاقًا منه جاذبيّة كونيّة؟ هل يستطيع الجميع تأييده بإخلاص إذا كان معروفًا بالنسبة إليهم؟ إذا لم يكن كذلك، فإن نجاحنا محدود تلقائيًا منذ البداية.

دعونا ننظر إلى مثال «ألمانيا» النازية على المستوى العالمي، والتي كان يبدو من المؤكّد، أنها امتلكت جميع إمارات الفوز فترة من الزمن. لقد قامت بحشد أكبر قوّة عسكرية تمّ حشدها على سطح الكوكب، نفوذًا

وإبهارًا في ذلك الوقت. على الرغم من ذلك، أتجهت نحو الحضيض. ماذا كان هتاف تجمّعهم؟ «Deutschland über alles»، أي «ألمانيا فوق الجميع»، وهو هتاف يفتقر حقًا إلى الجاذبية الكونية، أليس كذلك؟ سوف نواجه صعوبة في أسر قلوب البلجيكين، الفرنسيين، والبريطانيين أو أيّ أحد سواهم من أجل تلك المسألة.

إذا كان دافعنا المبدئي هو الفوز بجائزة، أو أن نبيع من السيارات أكثر من تاجر السيارات الآخر في البلدة، أو أن نُصبح أغنياء ومشهورين، فإننا سنعجز حتى عن الانطلاق عند خط بداية النجاح الحقيقي. قد يروق لنا أنه ينبغي أن نكون أغنياء، مشهورين، وذوي نفوذ، ولكنّ ما هو مهمّ بالنسبة إلى الآخرين هو ما يجعلهم هم أغنياء، مشهورين، وذوي نفوذ. إذا كان لدينا خدمة من شأنها مساعدة الآخرين على تحقيق تلك الأهداف، فإننا نمتلك ما سيحظى بجاذبية كونية.

غالبًا ما أتساءل، لماذا لا يسأل أولئك الذين يعملون انطلاقًا من ذلك الموقف، عن السبب الذي قد يحمل الكون على الاهتمام على وجه الخصوص بدعم فوزهم على شخص آخر. ليس لدى الكون سبب لفعل ذلك، وبالتالي، هو لا يفعل. إذا كانت أهدافنا أنانية، تخدم مصلحتنا لا غير، حتى وإن ترافقت مع التبرير بأنها لمصلحة الزوجة والأولاد، فإننا لوحدنا. إنّ الطموح وحده غير كاف. يودّ الجميع أن يكونوا أغنياء ومشهورين، وأشبه هؤلاء الأشخاص موجودون بكثرة. إذا كان هدفنا جعل هذا عالمًا أفضل بالنسبة إلى الجميع ليعيشوا فيه أو زيادة أمان الحياة متعتها وجمالها، عندها يستطيع الجميع أن يُصادق على ذلك. إنّ العمل انطلاقًا من المبدأ الكوني هو العمل انطلاقًا من القوة، أمّا العمل انطلاقًا من المصلحة الشخصية فهو العمل انطلاقًا من الإكراه.

قد نحاول فرض النجاح، ولكن لا تنسى قاعدة الكون: يُقابل

الإكراه بالقوّة المضادّة. نحن كمن يحاول قلب الأمور، ووضع العربية أمام الحصان. إنّه الخلط بين السبب والنتيجة. قد نجني الكثير من المال منه فترة من الزمن، ولكنّ النجاح شيء مختلف تمامًا، وما نتحدّث عنه هنا هو النجاح. مكتبة الرمى أصد

عندما نكون ناجحين حقًا، يُصفق لنا العالم، لأننا نُقدّم شيئًا يتسم بالكونيّة، شيئًا يُشاطرونك إيّاه في داخل أنفسهم. يُهَلّل العالم دائمًا للنبل، لأننا نقدم ونمتلك ما يتمنّى الآخرون لو أنّهم يستجمعون القوّة والشجاعة كي يمتلكوه في داخلهم. إلا أنّنا لا نعني بذلك. مثاليّة القصص الخياليّة. لن يُعارضنا أحد، إذا أردنا تقديم الجودة الأفضل بأرخص سعر ممكن بالخدمة الأسرع والأكثر كفاءة، وتحسين نوعية الحياة. هناك متّسع دائمًا للجودة في هذا العالم في كلّ ميدان من ميادين الحياة. نحتاج جميعنا إلى محاسب جيد آخر، محامي، طبيب، طبيب أسنان، ميكانيكي، عامل صيانة التلفاز. يفسح العالم مكانًا للأفضل.

الخطوة 2: تحديد إذا كان ما نرغب في القيام به هو ما نستمتع بفعله. نشاهد أناسًا يُجبرون أنفسهم على الذهاب إلى العمل في الصباح لأنّهم ألقعوا أنفسهم بالذهاب إلى مشروع تجاري ما، ولكنّ قلبهم غير معلق به. إنّ الطريق إلى النجاح هو فعل ما نُحبّ فعله، الاستمتاع بما نعمل، ولذلك نقوم به بأفضل ما نملك من قدرات. بتلك الطريقة لن نكون مضطرين إلى الضغط على أنفسنا.

كان لديّ مريض تعيس في عمله، على الرغم من أنّ عمله كان ناجحًا. كان لديه الكثير من المال، إلاّ أنّه كان يتدّمّر من أنّه خسر شغفه بالحياة. كان يكره الذهاب إلى العمل في الصباح، ويتعامل بعصبية مع أولاده. كان مكتئبًا، حتى إنّّه لم يكن يحظى بأيّ تعاطف أو دعم من أصدقائه أو عائلته، لأنّهم كانوا ينظرون إليه نظرة غبطة. كان لديه

كلُّ ما يستطيع العالم تقديمه، سيارات «الكاديلاك»، منزل ساحر في الضواحي، الألقاب. كان رئيس الشركة، وكان دخله بالملايين، وكان لديه زوجة وأطفال رائعين. على الرغم من ذلك كان يسأل نفسه: «لماذا كلُّ هذا؟».

سألته ماذا كانت هوايته، كي أعرف ما الذي كان يُحبُّ فعله حقًا. كانت لديه ورشة عمل صغيرة في منزله، وقال لي: «دكتور، قد يبدو هذا جنونيًا بالنسبة إليك، لكنني أحبُّ صناعة منازل الدمى». لقد صنع منازل دمي لأولاده ولبنات أخوته، لأولاد أخوته، وأولاد عمه. سألته: «هل سبق وبعث واحدًا من منازل الدمى هذه؟» قال لي: «أوه، لم أفكر أبدًا في ذلك. لقد منحتها الكثير من الوقت والجهد إلى درجة أنني لم أستطع أبدًا كسب المال من بيعها». قلتُ له: «حسنًا، من أجل التسلية، لماذا لا تأخذ منزل الدمية الذي تعمل عليه الآن، تُحدد له سعرًا مريحًا، تضع بطاقة السعر عليه، وتضعه برسم الأمانة في أيِّ متجر يسمح بذلك، ولكن ليس في متجر الألعاب حيث سوف يضيع ولا يلحظه أحد بين التشكيلة الساحقة للبضائع الأخرى»، وكذلك فعل. كان يعرف شخصًا يملك متجرًا للأدوات المنزلية، والذي قام بدوره بعرض منزل الدمية واستخدمه كي يُساعد في بيع ألواح خشب السلام «كان هناك سلّم صغير في بيت الدمية».

تمَّ بيع منزل الدمية في وقت قصير. قام بوضع المنزل التالي الذي صنعه، للعرض فقط وأخذ الطلبات. سرعان ما اضطر إلى توزيع بعض العمل. كان لديه أشخاص آخرون، ورشات عمل أخرى تقوم بصنع الأجزاء المتنوعة، مقطعين إياها بمناشيرهم الماهرة. اضطر إلى توظيف شخص آخر كي يقوم بجمع هذه القطع الفردية وتركيبها. ثمَّ ما لبث أن دخل مجال تجارة منازل الدمى، كان يبيعها بالسرعة نفسها التي كان يصنعها فيها.

صنع هذا الرجل أجمل منازل الدمي على الإطلاق. كانت بديعة، لا تُقاوم، عجيبة، فاتنة، وأحبها الأطفال بكل تأكيد. كان هذا هو المكان الذي يعمل انطلاقاً منه عندما قال: «أريد أن أجلب البهجة إلى قلوب الأطفال». ذلك هو المبدأ الكوني الذي بالكاد يستطيع أحدهم أن يُجادل فيه: جلب المتعة إلى قلوب الأطفال. إنَّ أحد معايير المبدأ الكوني هي كونه يستميل القلب. إذا كان منتجنا أو خدمتنا يستميل الرأس فقط، فسوف يلقي نجاحاً محدوداً، وهذا لا يعني أنه لن يحقق ربحاً مالياً قد يكون مربحاً للغاية، ولكنَّ النجاحات العظيمة في العالم هي تلك الأمور التي تُغيّر حياة الناس.

الخطوة 3: نتأكد فيما إذا كان ما نودُّ فعله يلبي احتياجات الآخرين حقاً. هل يُؤدّي حقاً خدمة للعالم؟ تعود أهمية هذه الخطوة إلى أننا نريد التأكد من أن ما نحن مقبلون على إلقاء أنفسنا فيه، ليس مجرد مشروع يستهويننا أو تفضيل شخصي. قد تكون سلطة توت العليق بتبيلة الخل هي فكرة أحدهم عن «المطبخ الراقى»، ولكن من غير المحتمل أن تتمّ مشاطرة هذا الرأي من قبل كثيرين من عامّة الناس الذين قد يدخلون إلى المطعم مرّة أو مرّتين من باب الفضول. سوف نلاحظ أنه نتيجة لذلك قد يُصبح مثل هذا العمل التجاري موجهاً سياحياً في المقام الأول، إلا أنه لا يستميل السكان المحليين لأنّ الطلب محدود. إنّه لا يخدم أيّ حاجة بعينها، باستثناء فكرة كونك رائعا، فريداً، مختلفاً.

الخطوة 4: نتحقق من جميع الوسائط الحسية ونقوم بالتعويض عن الغريبة منها على شخصيتنا من خلال التشاور مع الأشخاص الخبيرين في هذا المجال. ماذا أعني بذلك؟ لقد أظهرت أبحاث البرمجة اللغوية العصبية (NLP) أنّ الناس يتعاملون مع تجارب حياتهم، في الأساس، من خلال واحدة من الوسائط الحسية: بعض الأشخاص سمعيون على نحو رئيسي،

وبعضهم بصريّون، والبعض الآخر حسيّون. بالطبع إنّ حاسّتي اللمس والشم ضروريتان أيضًا.

كنتُ أعرف مطعمًا في المدينة غاية في الروعة. من الواضح أنّ المرأة التي تُديره كانت شخصًا بصريًا وقد قامت بعمل مذهل. كان الناس يعتبرونه رائعا عندما تقع أعينهم عليه. قامت أيضًا بعمل رائع فيما يتعلق بالطعام والسعر، ولكنّ الصوتيات كانت بغیضة. بالكاد استطاع الناس سماع أنفسهم وهم يفكرون. كانت الموسيقى مريعة، وصاخبة جدًا، ولم تكن تُناسب طابع المكان، ودون التوقّف ولو لاستراحة واحدة. من الواضح أنّ هذا ما كانت تُحبّه، إلاّ أنّه كان كفيلاً بإبعاد الجميع عن المكان. ذهب الناس إلى هناك من أجل الجزء الجيّد وتحملوا الجزء السلبي. لكن من يحتاج الجانب السلبي؟

إذا كنّا عكس ذلك، وكنّا من الأشخاص الذين لا يهتمون كثيرًا بمظهر الأشياء طالما أنّها تبدو مناسبة، من الأفضل أن نستدعي بعض الأشخاص البصريين في المقام الأول، ونسألهم كيف يبدو الأمر بالنسبة إليهم. يمكننا معرفة كيف يُعالج الناس المعلومات من خلال لغتهم. إنّ الأشخاص الذين يقولون: «أرى ما تعنيه. هل ترى ما أقول؟ كيف يبدو هذا بالنسبة إليك؟ فلنطلق بالون اختبار ونرى»، هم على الأغلب معالجون بصريّون. أمّا الأشخاص الذين يقولون: «هذا لا يُشعّرني بحالة جيّدة. أشعر أنّ هذا غير صحيح» فمن الواضح أنّهم أشخاص حسيّون. سوف يقولون الأشخاص السمعّيون: «لا يبدو ذلك صحيحًا بالنسبة إليّ». إنّنا نحصل على تلميحات، إنّ انتباهنا لها سوف يجعل نمط المعالجة التي يتبعه الشخص واضحًا بالنسبة إلينا.

نحن في حاجة إلى الحرص على تغطية الجوانب التي ليست قوية لدينا. لا يستغرق هذا وقتًا طويلاً. إنّ نصف ساعة أو ساعة على أبعد

تقدير مع شخص خبير في هذا المجال، كافية لإيصال الفكرة. شاهدتُ أحد المطاعم يتحوّل من الفشل إلى النجاح، في الأساس، من خلال تغيير الموسيقى في الخلفية من الموسيقى الريفية الصاخبة «كانتري ميوزيك» إلى موسيقى «الباروك» الهادئة. لقد جلبت موسيقى «الباروك» الهادئة الزبائن الذين يدفعون مبالغ كبيرة والجمهور الراقى. أمّا الموسيقى السابقة فقد أبتت الزبائن بعيداً، على الرغم من أن المطعم كان يقدم شرائح اللحم المشوية بنكهة «المسكيت».

يُريد الناس أن يسترخوا على العشاء، ويُريدون أن يكون لديهم أغطية طاوولات، مناديل قماشية، موسيقى ملائمة، وإضاءة مناسبة. قد تكون أضواء الفلورسنت والألوان الرئيسية عظيمة بالنسبة إلى مطعم يُقدّم الفطور، ولكنها سوف تُدمر عشاء العمل. أتساءل لماذا لا يكون هذا واضحاً بالنسبة إلى الناس. أي نوع من مساحيق تجميل السيدات يبدو جيداً في ضوء «الفلورسنت» الساطع؟ على الرغم من أن سلاسل مطاعم الوجبات السريعة تدحض ذلك على ما يبدو، إلا أن الناس ينشدون بالفعل الاحترام في حياتهم. عندما يُبادرهم بالاحترام أو نُوفّر لهم وسائل تحقيقه، فإنهم سوف يُكافئونا ويُقدروننا.

إن طريقة التقديم مهمة جداً بالنسبة إلى الكثير من الناس. قد لا يكون كذلك بالنسبة إلينا، على الرغم من ذلك، فإنه يصنع الفارق كله بالنسبة إلى العديد من الناس. بالعودة من جديد إلى مشروع المطعم كمثال، لجأ المطعم الأكثر نجاحاً في المدينة في مجال تقديم العشاء، إلى تقديم الطعام في طبق كبير. وضعوا الكثير والكثير من الخضراوات، الكثير من البطاطس، والكثير من المقبّلات. بالمقارنة مع السعر نفسه في مطعم مشابه في المدينة، بدا أننا نحصل على قدر كبير من الطعام ورُبّما أكثر ممّا تستطيع تناوله. استخدم المطعم الآخر حجم الأطباق نفسه الذي كان يستخدمه للغداء. كان هناك عرق صغير من البقدونس، شريحة من

الفجل، وشريحة رقيقة ضئيلة من الطماطم. عندما تنظر عملياً إلى الطبق في حد ذاته، سوف تشكّ أنه سيكفي لإشباع شهيتك. نتيجة لذلك، بدت أسعار المطعم مبالغاً فيها، فيما بدت أسعار المطعم الآخر أقل من اللازم. أنا متأكد أن ذلك لم يكلف المطعم الناجح سوى بضعة سنتات.

مهما كان الذي نُقدّمه، يجب علينا أن نتأكد من تقديمه بأفضل أسلوب ممكن مع مراعاة الوسائط الحسية، ومن أنه يُسعد أكبر قدر من الناس نستطيع إسعاده. إن الأمر يستحق العناء الإضافي. بصرف النظر عن الوسائط الحسية التي سبق ذكرها، فإن نسبة كبيرة من عامة الناس تضع الراحة في مرتبة عالية جداً في قوائمها. عندما نذهب إلى أقرب متجر «وول مارت» أحد أنجح المشاريع في «أمريكا»، سوف نلاحظ أنه ناجح ليس فقط لأنه يقدم نوعية جيدة بسعر منخفض بالإضافة إلى التوافر والراحة. بل كذلك لأن الحمامات متاحة بالقرب من المدخل، ويوجد موظفة ترحيب بالقرب من الباب تبتسم للزبائن وتسالهم إن كانت تستطيع تقديم أي مساعدة لهم، ويوجد مكان للجلوس، يطلب فيه الزبون وجبة خفيفة على الطاولة، ويُريح قدميه المنهكين.

لقد غادرتُ عددًا لا يُحصى من المتاجر لسبب بسيط وهو أنه ليس لديهم كرسي أجلس عليه. يُفكر الكثير من الناس ملياً ويحزمون أمرهم فقط عندما يكونون جالسين.

على سبيل المثال، سوف يجول الرجل في المتجر الخاص بملابس الرجال بغرض التسوق، ينظر إلى البدلات المتنوعة، ويُقارن الأسعار في ذهنه. إذا كنت تُراقبه في المتجر، فقد تتساءل، ما الذي يبحث عنه هنا؟ إنه يبحث عن مكان يجلس فيه ويُقلّب الأمور، إذ يجب عليه أن يُقرر. ما لم يعثر الزبون على مكان يجلس فيه، فلن يتمكن موظف المبيعات من إتمام الصفقة، فالآخر عاجز عن التوصل إلى نتيجة في ظل الظروف

المحيطة به في ذاك المتجر. أضف إلى ذلك بعضاً من موسيقى «الروك» الصاخبة في الخلفية، والتي تُخرج دماغه عن توازنه، وفي النتيجة تراه يُتمتم للموظف: «سوف أفكر في الأمر، سأعود لاحقاً»، ثمَّ يُغادر المتجر.

من الواضح في المتاجر الكبرى حيث نرى عددًا غير متناه من الأزواج أنَّ سعر المشتريات سوف يأتي من مصدر الرزق الرئيسي للعائلة. بغض النظر عن نسبة توظيف النساء العالمية المرتفعة، يبقى ذلك هو دخل الرجل. بينما تقوم ربّة المنزل بالتسوق للحصول على الأدوات المنزلية أو ملابس الأطفال، ماذا تبقى للرجل كي يفعله عدا تفقد منضدة بيع الأدوات؟ ليس ثمة مكان للجلوس ببساطة عند زاوية ما، قراءة مجلة، أو الذهاب إلى الحَمَّام. يبدأ في هزّ ذراعها: «هيا بنا لورين، دعينا نذهب»، ثمَّ تقول لأصدقائها: «يا إلهي، إنَّ جورج لا يصبر أبدًا». إنَّ جورج ليس فارغ الصبر، بل تُزعجه أوردته المصابة بالدوالي، قدمه تؤلمه، لديه مشكلة في ركبتيه، عليه أن يذهب إلى الحَمَّام، يحتاج إلى كوب من القهوة، يُزيد فرصة كي يُفكر في الأمر، يُريد مكانًا كي يتعد عن كلِّ هذه الموسيقى والتشويش. لقد قيل له إنَّه لا يُوجد مكان كي يجلس، ولا مكان لاحتساء كوب من القهوة، أمَّا حمام الرجال فهو موجود دائمًا في الطابق السادس في الجزء الخلفي إلى جانب بسط الحائط المزخرفة. إنَّ الرجال الذين يتحكمون بمبالغ المال الكبيرة هم إجمالاً في منتصف العمر. من المؤكّد إنَّ استخدام المصعد أو السلم المتحركة في اتجاه الطابق السادس عندما يكون لديهم مسبقًا مشكلة في البروستات، سوف يدفع بهم إلى خارج المتجر على عجل.

إنَّ حقيقة استمرار بعض الأعمال التجارية بغض النظر عن حقيقة أنَّهم ينتهكون جميع القواعد لا تُثبت أيَّ شيء البتة يذهب الناس إلى هناك لأنَّهم مضطرون إلى فعل ذلك. يكره الزبائن إكراههم على

الشعور بالملل والانزعاج، كما إنهم يمتعضون من النقص في وسائل الراحة. ما مدى أهمية الحمام؟ إنه مهم جدًا.

لقد حقق متجر طعام صحي صغير في جزيرة «لونغ آيلاند» نجاحًا عظيمًا، مما أثار دهشة الجميع. كان سرّ نجاح صاحبة المتجر هو أمر واحد بسيط: لقد قامت بتوسيع حمام السيدات، وقامت بتزويده بمنطقة مريحة شبه مغلقة مع سجادة ورفوف محاطة بقضيب من حولها كي تستطيع الأمهات تغيير حفاضات أطفالهنّ. سرعان ما سمعت جميع الأمهات عن هذا المكان وذهبنّ للتسوق هناك لأنّ المكان «يهتمّ بالأمهات». لقد قمنّ بدفع ثلاثة دولارات مقابل علبة دقيق الشوفان العضوي الذي كان بإمكانهنّ الحصول عليه من السوق التجاري بثلث المبلغ تقريبًا، وكنّ سعيدات بفعل ذلك.

كان الشيء الوحيد الذي قام به المتجر على نحو مختلف، هو إظهار مراعاته للآخرين والاهتمام الحقيقي. كان هناك منطقة لعب صغيرة للأطفال الأكبر سنًا، تتوفر فيها أنواع متنوعة من الألعاب. إذا شعر الأطفال بالملل، فسوف يشدّون ملابس والدتهم ويكون: «هيا بنا نذهب أمي، أنا أشعر بالملل»، سوف تتخطى حينها شراء بضعة مشتريات، كانت لتشتريهم لو لم يحصل ذلك. من أجل ذلك، فإنّ توفير الراحة هو جزء من كونك رقيق القلب.

الخطوة الخامسة: كي نتأكد من أننا نعمل انطلاقًا من النمط الجاذب (أ ب ج) وليس من تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، نحن في حاجة إلى أن نسأل أنفسنا عن مقدار النجاح الذي سنُحصّله من الجذب ومقدار النجاح الذي سنُحصّله من الترويج. ضَع في الاعتبار أنّ الترويج من خلال التسويق العدواني، العنيف، التقليدي في التوجه إلى الجمهور وأساليب البيع المتلوية هو بمجملة موجه إلى الخارج ويكلف المال، يتطلّب الوقت

والطاقة، وهو باهظ الثمن. هذا لا يعني أن هذه الاستراتيجيات لا تأتي بنتائج، بل يعني أن كلفتها يجب أن تُؤخذ في عين الاعتبار. في المقابل فإنَّ الجذب لا يتطلب وقتاً، طاقة، جهداً، ولا مالاً. إنه ليس موجوداً في عالم تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، بل عوضاً عن ذلك إنه موجود في عالم النمط الجاذب (أ ب ج). ما الذي يجعل ترويجنا لمنتجنا، مشروعنا، فكرتنا، أو مهنتنا يتمتع بقوة جاذبة تحصد لنا الفوز دون عناء، من خلال قوة الجذب المحضة؟

إنَّ الترويج ينطلق من الإكراه. إنَّ قاعدة الكون هي أنَّ الإكراه يُقابله القوة المضادة. يلقي الإقناع، مقاومة المبيعات، أمَّا التكرار فيقود إلى الملل. كلما أنفقنا المزيد من المال على الترويج، اضطررنا لرفع سعرنا. بالتالي، نخلق، في نهاية المطاف، الحدَّ الأعلى لمقاومة السعر ونضيق الفجوة بين منتجنا ومنتج منافسنا.

ما الذي يجذب نجاحنا، يُرَوِّج له، ويُنبيه دون الحاجة لأيِّ وقت، طاقة، أو بذل جهد؟ إنها سمعتنا. ليست الصورة المزيفة التي نقوم بتوظيف شركة تسويق لتزييفها، إنما صدق مسعانا الذي يشعُّ حولنا والبادي للجميع في كلِّ ما نفعله. إنَّ النمط الجاذب (أ ب ج) الذي نتبناه في ذهننا هو المغناطيس الذي يمتلك القوة الجاذبة. إنه لا يكلفنا شيئاً. إذا كان لدينا سمعة جيّدة في الصناعة، سوف يأتي إلينا الباحثون عن الكفاءات، كي يمهدوا لنا الطريق بعروضٍ أفضل.

هل سبق أن خطر في بالنا أنَّ الخبراء الممتازين في العالم لا يلجؤون إلى الإعلان البتة؟ في الواقع، إنَّ أرقام هواتفهم ليست مدرجة حتّى في أيِّ دليل هاتف. إنَّهم محاطون بالعملاء، الفرص، الزبائن، المرضى، أعضاء مجلس الإدارة، التقدير، والألقاب. إنَّ المزيد من العمل هو آخر ما يحتاجونه.

إنني أعرف ما الذي أتحدّث عنه هنا. لقد نجحت، وليس فقط من خلال الأشخاص الذين أسديت إليهم النصائح والمرضى الذين عالجتهم في المهنة التي كنتُ أعمل فيها مستشارًا، بل وفي حياتي الشخصية، وفي جنبي عدّة ملايين دون أن أنفق قرشًا واحدًا على الإعلان أو الترويج أو التطوير الذاتي بأيّ طريقة كانت. إذا كنّا نقوم بعمل جيّد، فسوف يبحث الناس عنّا. إنّ هذا لا يعني أنّه ليس علينا إعلامهم أنّنا موجودون في الساحة وبالخدمة التي نقدمها، وعروضنا الخاصّة هذا الأسبوع، وساعات عملنا، إلا أنّ الاعتماد على الترويج وحده هو خلل في التوازن. إحدى المسلّمات القديمة في عالم الأعمال هي أنّ الزبون الراضي هو إعلاننا الأفضل. يقول الجميع: «نعم، أعلم ذلك»، ثم يمضون في تجاهله.

من المبادئ العامة الجيدة، أن نسأل أنفسنا إن كانت محاولتنا سلوك طريق مختصر تستحقّ تعريض مشروعنا للانهايار. فلنأخذ مثالاً بسيطاً عن اختصار النفقات والذي ربما يبدو غير ذي بال في ظاهر الأمر، وهو الكعك المحلّي المتبقي من يوم أمس. لقد تبقى لدينا في نهاية اليوم دزينة ونصف من الكعك المحلّي، نضعهم في اليوم التالي في الواجهة الزجاجيّة مع الكعك المحلّي الخاص بهذا اليوم. لو أنّنا قلنا بدلاً عن ذلك: «الكعك المحلّي الخاص بيوم أمس» مع إشارة تخفيض للسعر، فسوف نبيعه كلّهُ، وفي حال لم يكن الكعك المحلّي مشابهاً لطعمه المعهود، فلن نعرض تجارتنا لأيّ خطر. لن يكون لدى الزبون أيّ شكوى لأنّه تمّت الإشارة إليه على نحو واضح على أنّه «كعك يوم أمس».

قد نجني دولارًا إضافيًا إذا وضعناه في واجهة العرض وقمنا ببيعه على أنّه الكعك المحلّي لهذا اليوم، ولكن عندما يشتكي الزبون لعائلته ويقول: «حسنًا، يُوجد شيء غريب حيال هذه الكعكات. إنّها مخيبيّة

للأمل. إنها ليست كالعادة»، نكون قد شوّهنا سمعتنا مع عائلة واحدة،
ولتلك العائلة أصدقاء وأقارب.

ينبغي ألا نسلك البتة طريقًا مختصرًا يُفضي إلى إفساد سمعتنا. إنَّ
إحدى الطرق لضمان هذا، هو منح زبائننا على الدوام، أهمية أكبر من
تلك التي ننوي تقديمه لهم عادة. إذا افترضنا أنَّ زبوننا يعلم ما الذي
يجري، عندها سوف نكون على حق. إنَّ الناس «يعلمون وحسب»،
حتى وإن لم يستطيعوا أن يُحددوا الأمر.

على سبيل المثال، أنا أبيع البيض. ليس كمية كبيرة، بل القليل منه.
على الرغم من ذلك، إذا فوّت جمع بيضة من قنّ الدجاج ولم اكتشفها
حتى اليوم التالي، فإنّني لا أضعها أبدًا في الصندوق مع البيض الآخر،
بل أضعها جانبًا في البراد من أجلي أنا. كنتُ أعلم أنَّه باستطاعتي ترك
بيضة في قنّ الدجاج بضعة أيام ولن يحدث ذلك أيّ فرق بالنسبة إلى
نضارتها، ولكنَّ حقيقة أنها فوّتت يومًا واحدًا من التبريد تُحدث فرقًا.

عندما نتبع طريقًا مختصرًا، يعلم الجميع بذلك. إنَّهم لا يعرفون
كيف يعلمون، ولكنَّهم يعلمون وحسب. إنَّهم محقّون تمامًا في معظم
الأحيان. أنا متأكد أنه كان بإمكانني الإفلات من العقاب فترةً من الزمن
لو وضعتُ البيض القديم مع الطازج، ثمَّ في يوم من الأيام عند الفطور
ستقول إحدى الأمهات لعائلتها، لا أدري، يبدو طعم بيض مزرعة
«الدجاج السعيد» هذا مختلفًا عمّا كان عليه. لا يستحقّ جنّي خمس
سنتات إضافيّة خسارة زبونٍ جيد.

ينشأ التبرير والابتعاد عن الجودة من الإكراه المتضمن في مقولات
مثل، «لن يؤذيهم ذلك طالما أنَّهم لا يعلمون». هذا صحيح، ما لا
يعلمونه لن يؤذيهم، ولكنَّه بالتأكيد سيؤذيونا. لن يعلموا الأمر على نحوٍ
واعٍ، إلاَّ إنَّهم كما سبق وذكرت، سيعلمون على نحوٍ غير واعٍ.

يُوجد الكثير من الأعمال التجارية التي توقّفنا عن التعامل معها. إذا سُئِلنا عن السبب، فلن نعرف الإجابة حقًا، عدا أنّها لم تعد تروق لنا. سنقول: «لا أعلم، كلُّ ما في الأمر أنّني لا أفكر أبدًا في الذهاب إلى هناك». إنّ البحث الدقيق هو جزء ممّا يجب علينا استخدامه كي نعرّي ونكتشف بالضبط طبيعة الأعمال التجارية والتي رفضت أذهاننا أخذها حتّى في عين الاعتبار.

الخطوة السادسة: ضع في اعتبارك أنّ أحد أعظم مكونات النجاح هو معرفة الناس أنّهم يستطيعون الاعتماد علينا بطرق متنوّعة. إنّ أمرًا بسيطًا كتغيير ساعات العمل يُمكن أن يُؤدّي بنا إلى خسارة جميع أنواع الزبائن. كان لديّ مطعم صغير مفضّل في المدينة حيث اعتدتُ تناول الفطور عدّة مرّات في الأسبوع. كنتُ أذهب أيضًا كلّ ليلة ثلاثاء من أجل العشاء لأنّهم كانوا يُقدّمون الدجاج والفطائر، وكانت لديهم مائدة مفتوحة بسعرٍ معقول.

كانت الجريمة الأولى التي ارتكبوها هي عندما توقّفوا عن تقديم الدجاج والفطائر. انزعجتُ من هذا، وتوقّفْتُ عن الذهاب إلى هناك في ليالي الثلاثاء. كانت الجريمة التالية التي ارتكبوها هي لافتة على الباب تقول: يُغلق عند الثالثة مساءً خلال شهر تموز من أجل ساعات الصيف. قلتُ: «حسنًا، سحَقًا لذلك»، لم أرجع إلى ذلك المطعم مرّة أخرى حتّى الخريف. أتذكّر تحديدًا أنّني ذهبت ليلة الثلاثاء «لاحظ كيف يتذكّر الزبون جميع التفاصيل التي تبدو تافهة في الظاهر»، فقط كي اكتشف أنّهم أصبحوا يُغلقون الآن أيام الثلاثاء. لم أعد إلى هناك أبدًا.

من المهمّ تجنّب جميع هذه الأمور الصغيرة المنفّرة، مثل آلة الرد على الهاتف التي لا تعمل، موظفة الاستقبال غير المهذّبة، السجادة القذرة في المطعم، ومن المهمّ كذلك معرفة مدى استعدادنا لتقديم ما يحتاجه

العالم. رأيتُ العديد من الأعمال التجارية التي تُفلس لأنها كانت تفتح في أيام العمل فقط وتُغلق عند الخامسة مساءً. بما أنّ كلّ الذين لديهم وظائف ونقود يعملون من التاسعة صباحًا حتى الخامسة مساءً، إذاً من الذي سيشتري منهم حسب توقعاتهم؟ الذين يقضون العطل؟ المتقاعدين؟ ذاك الزبون المأمول من حقبة ولت؟ العاطلون عن العمل؟ كنتُ أنصح الكثير من الأطباء الشبان المقبلين على الممارسة الطبيّة والذين أتوني طلبًا للنصيحة حول كيفية التأسيس لذلك. كنتُ أخبرهم دائمًا: «ابدأ بتقاضي الرسوم التي يستطيع الناس تحمّلها، وكُن متاحًا في الفترات المسائية وأيام العطل».

ما قيمة الراحة بالنسبة إلى الناس؟ الإجابة هي: قيمتها كبيرة. إنّ ظاهرة المتجر «المريح» بأكملها هي دليل على ذلك. يتدفق الناس ويدفعون نسبة 25 إلى 50، أو حتى 100 في المئة زيادة مقابل الشيء نفسه، فهم مستعدون لدفع المال في مقابل الراحة. إنّ الصفوف الطويلة عند طاولة الدفع هي أسرع الطرق لإفساد العمل التجاري في عالم اليوم. كم يكسب هؤلاء الموظفون في الساعة على أيّ حال؟ إنّ آلات تسجيل المدفوعات النقدية موجودة هناك وعليها لافتة تقول: هذه الآلة مغلقة، بينما يقوم الزبائن الغاضبون والمنزعجون بمغادرة المكان زرافات ووحدانا. من ذا يهتمّ إن كانت الأسعار أرخص، إذا كان علينا الانتظار خمس وعشرون دقيقة في صف طاولة الدفع؟

إنّ صرف الأمر المصرفي، في المتجر يتطلّب وقتًا إذ نحتاج إلى إبراز شهادة القيادة، بطاقة الهوية الشخصية، بطاقة المصرف، إعطاء رقم الهاتف، واستفاد بطاقة التخفيضات. في تلك الأثناء يقف عشرة من الزبائن الذين يُريدون الدفع نقدًا في الصف. من شأن حيلة بسيطة مثل تأمين صفّ منفصل من أجل أولئك الذين يواجهون مشاكل في صرف الأوامر المصرفية، مفيدة جدًا. إذا فعلت خطوط الطيران الشيء نفسه

مع المسافرين الذين لديهم مشكلات، فسيكون ذلك مفيداً جداً بالنسبة إلى الجميع.

إذا أراد أحدهم تغيير تذكرة ما، فيجب أن يكون هناك نافذة من أجل تغيير التذاكر. كم مرة وقفنا في الصف مع عشرين مسافراً آخرين، بينما كان هناك مسافر واحد يُواجه مشكلة كبيرة تُعرقل الصفّ بأكمله، والساعة تدقُّ وتقرب أكثر فأكثر من موعد المغادرة؟ إنَّ تجاهل راحة ورفاهية الزبائن هو أمر مكلف جداً. إنَّ حقيقة بقاء هذه الأعمال التجارية في ميدان العمل أو كسبها مليون دولاراً بالفعل لا تعني أيّ شيء، فما يُثير العجب ليس المال الذي يكسبونه، بل المال الذي لا يكسبونه.

تتوسّع وتزدهر المهنة الراسخة أو العمل التجاري الذي يتمتع بالنزاهة تلقائياً من خلال ميزة الإلتقان المتفرد فقط ولا شيء سواها. إذا لم يحدث هذا في حياتنا، يحين عندها دراسة النمط الجاذب (أ ب ج) عوضاً عن تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج).

كم مرة شعرنا فيها بالغضب تجاه منتج ما وقلنا لأنفسنا: «ينبغي إرغام من قام بتصنيع هذا أيّ كان، على فتحه، ارتدائه، أو استخدامه»؟ يصلنا ذلك الطرد الصغير إلى البيت فنحاول فتحه، شقّه، تمزيقه، ولكن دون جدوى. ألا يعتقد من قام بتصنيع هذا أن هناك من سيفتح أو يستخدم هذا المنتج؟ نتوجّه لوضع المعطف على الشماعة فيسقط على الأرض لأنَّ السلك نحيل ولين جداً، أو نستخدم مضرب الذباب فينحني المقبض عند الضربة الأولى.

الخطوة السابعة: تذكّر أنه ليس لدينا سوى زبون واحد. لا يُمكن أن نخطئ! إذا وضعنا في اعتبارنا القاعدة الأساسية التي تقول: لدينا زبون واحد نخدمه ونسعدده، واسم ذلك الزبون الوحيد هو الطبيعة البشرية.

لا يهّم مَنْ قد يكونون من حيث الشكل، فالزبون نفسه موجود داخل الجميع. من السهل فهم زبوننا، وكل ما علينا فعله هو أن نسأل ما هي الميزات التي نبحث عنها نحن أنفسنا في المنتج. لاحظ كلمة ميزات، فهي ما نبحث عنه دائماً. مهما كان السعر، فلن يجعلنا نشترى شيئاً لا تتوفر فيه الميزات التي نبحث عنها.

في هذا المجال ينبغي أن نراقب ميل أذهاننا إلى الالتفاف حول الضعف الموجود في شخصيات الناس. إذا غدّيناها قد نجني ربحاً، وقد تتمكن حتى من الاستمرار على نحو جيد جداً، على الرغم من ذلك لن نكون ناجحين أبداً. إن رفضك التآمر مع ما هو بغيض أو فاسد لا يعني أنك إنسان فاضل، بل يعني كونك واقعياً. هل نستطيع خداع الكون؟ إن الإجابة التي نحصل عليها من علم الحركة هي كلا. حتى إذا لم يكن لدى الناس معرفة واعية بالحقائق، فإننا عندما نقوم باختبار أشخاص غرباء تماماً لا يعلمون شيئاً البتة حول الموضوع، نجد أنهم إذا قاموا بالتركيز على شيء تُفتقد فيه النزاهة، فسوف ينتج عن ذلك ضعف عندما يتم اختبار العضلة.

إن استجابة اختبار العضلة تكون إجابة بسيطة بـ «نعم» أو «ليس نعم» «كلا» عند التعرض لمحفّز محدد. يتم ذلك غالباً من خلال قيام الشخص موضوع الاختبار بمدّ ذراعه فيما يقوم الشخص المختبر بالضغط نحو الأسفل على معصم اليد الممدودة باستخدام إصبعين وضغط خفيف. يحتفظ الشخص المختبر في ذهنه بصورة غير معروفة بالنسبة إلى الشخص الخاضع للاختبار ويقول: «إن الصورة التي أحملها في ذهني إيجابية» «أو صحيحة». من خلال اتباع التوجيهات يقوم الشخص موضوع الاختبار بعد ذلك بمقاومة الضغط النزولي على المعصم. إن كان الشخص المختبر يحتفظ بصورة إيجابية «مثل صورة «المسيح»، الأم «تيريزا»، «أبراهام لينكولن»، ومن شابه، فسوف تُصبح

عضلة ذراع الشخص موضوع الاختبار قويّة. إن كان الشخص المختبر يحتفظ في ذهنه بعبارة خاطئة أو صورة سلبية «مثل «أسامة بن لادن»، «أدولف هتلر»، ومن شابه فسوف تُصبح الذراع ضعيفة. باعتبار أنّ الخاضع للاختبار لا يعرف ما يحمله الشخص في ذهنه، فإنّ النتيجة غير متأثرة بالمعتقدات الشخصية. «من أجل شرح شامل يرجى مراجعة أيّ من كتبي، مثل السماح بالرحيل أو القوّة مقابل الإكراه».

نقول مجدّداً: إنّ كلّ شيءٍ في الكون مرتبط بكلّ شيءٍ آخر. عندما ندرك ذلك للمرة الأولى، سوف نُصاب ببعض الذعر فترة من الزمن، ولكنّه سيكون ذعراً علاجياً. أنا متأكد أنّه إذا قام شخص بتصنيع «دمية منزوعة الأحشاء»، فسوف يكون هناك الكثير من الأشخاص غربيي الأطوار الذين سوف يشترونها كاملة مع سكّين الانتحار اليابانية «هارى كاري»، والأحشاء التي تُحاكي تلك الواقعية، الصراخ الإلكتروني، ومصل الدم المزيف. ربما سوف يكسب منها أحدهم ربّحاً. لا نهاية للأسواق التجاريّة المريعة في هذا العالم إنني متأكد أنّ المرء يستطيع بيع عدة الانتحار كاملة مع «سيانيد البوتاسيوم»، الزرنيخ، الحبوب المنومة، الحبل المعقود مسبقاً، والبندقية التي تُطلق النار مرّة واحدة. على الرغم من ذلك، فإنّ الكلفة التي يدفعها المستغلون لمثل هذه الأذواق باهظة جدّاً، وقد تكون خافية عليهم هم، ولكنها جليّة بالنسبة إلى كلّ من سواهم.

إنّ ما كنت أصفه ليس الطبيعة الإنسانية، إنّما الطبيعة اللإنسانية، فما نلمسه يُلوثنا. نخدع أنفسنا إذا اعتقدنا أنّنا نستطيع دعم ما هو ضعيف دون أن نُصاب نحن أنفسنا بالضعف. إنّ رؤية الأمر على حقيقته يتطلّب التمحيص ليس من وجهة نظر عرضيّة، وإنّما طوليّة. ما هو الثمن بعد فترةٍ من الزمن؟

من وجهة النظر العرضية، قد يكون أولئك الذين ينتهكون الآداب الإنسانية والذين يبدو أنهم يكسبون ربحاً من ذلك، في حالة جيدة في الوقت الراهن. إلا إنه عندما ندرس حياتهم بالتفصيل من وجهة نظر طولانية، يكون فهمنا لدمارها صادماً. هل نهزم شيئاً ما من خلال مقاومته؟ كلا. إن السبيل إلى هزيمته هي النماء والابتعاد عنه. عندما يصبح من الواضح أن في حياتنا شيء معاد للحياة، غير ناضج، سطحي، فهذا هو الغرور المتخفي حقيقة. عندما نكتشف أنه يخلو من الحب أو النية الحسنة، هل يجدر بنا أن نشعر بالذنب حياله، نُعاقب أنفسنا، أو نُصبح مصلحين؟ كلا. إن الحل هو النضج والحكمة. عندما نُصبح أكثر وعياً وإدراكاً، لن يجذبنا قتل البط بعد الآن، وسوف نتحوّل إلى رياضة رماية الأطباق. سوف نتذكر أن الطيور التي تُصدر أصواتاً وتُحلّق في تشكيلة رقم سبعة، إنما تُحاول الوصول إلى الجنوب كي تستطيع النجاة وتنشئة سرب جديد من أجل السنة القادمة.

كنتُ أظنّ أنني سأتي على ذكر «موسم السناجب» عند وصولي إلى هنا كذلك. ذات مرّة كنتُ أعمل في بلدة صغيرة ليست بعيدة عن المكان الذي كنتُ أعيش فيه. قلتُ لصاحب متجر محلي: «أين الجميع؟».

قال لي: «حسناً، يبدأ موسم السناجب اليوم». لم أكن قد سمعت قط بموسم السناجب، الأمر الذي أثار صدمتي. من الواضح أن القصة هي كالتالي، لقد استنفذ جميع أولئك الأشخاص مكتملي الرجولة كل ما يُمكن قتله. أعتقد أنهم أطلقوا النار على جميع الدببة، أسود الجبال، الطباء، الأيل، الجواميس، الغزالان، الخرفان، الخنازير البيكارية، النيص، القندس، الثعالب، الفرس البري، البجع، البط، الحمام، اليمام، وكل ما يدبّ على الأرض، وقد وصل بهم الأمر الآن إلى السناجب. عندما فكرتُ فيما قد تفعله قناصة عالية القوة أو بندقية بالسناجب، كاد ذلك يعصف بي. دفعني الغرابة الصرفة للأمر برمته إلى ما يُشبه الضحك السوداوي.

تخيّل هذا السنجاب الصغير جالسًا على فرع الشجرة وهو يقضم جوزة البلوط التي يحملها بين كفيه الصغيرتين، وهنا يأتي السيد «ماتشو» الصياد. على الأرجح يُعاني «ماتشو» من مشكلة عصبية ما قد تقوده إلى نسف كتلة الفراء الصغيرة الواقعة هناك، وهو يرتعش بالكامل خوفًا وانفعالاً. بعد قتلهم كلّ النسور، الصقور، طيور العقاب، البجعيات الصافرة، وحيوانات الراكون، هل وصل الحال بهؤلاء إلى قتل السنجاب الصغيرة؟ هل يستطيع أيُّ أحد تصديق ذلك؟ ما إن يتمّ نسف جميع هذه السنجاب واستبعادها من اللعبة، سيحين دور موسم صيد حيوان «الصيدناني» على ما أعتقد. ما الذي يتبقى بعد أن يتمّ نسف قطع الفراء الصغيرة هذه بالقناصة عالية القوّة سوى رذاذ متلاشي؟ لا يوجد حتى تذكّار لأخذه إلى المنزل وتثبيته على حائط الوكر. هل تستطيع تخيّل رأس سنجاب معلق على الحائط؟ «نعم، لقد قتلت ذاك السنجاب في ولاية «مونتانا». لقد جعلني أجري وراءه فترة من الزمن».

إذا كان الناس يُحبّون الصيد فأعتقد أنّه لا مشكلة في ذلك طالما أنّهم يعرفون ما يصطادون. هناك في الخارج عدد غير متناه من الأفاعي المرجانية والمجلجلة، تعج «الهند» بأفاعي «الكوبرا» التي تقتل الكثير من الناس كلّ عام. هناك شتى أنواع العقارب التي تقتل الناس. هناك أفاعي «المومبا السوداء» السامة وعناكب الأرملة السوداء. إنّ المدن مليئة بالجرذان التي تحمل البراغيث الناقلة للأوبئة. قلتُ لأحد هؤلاء الصيادين ذات يوم شيئًا من قبيل: «لماذا لا تذهب إلى هناك وتقلب كوم الأخشاب القديمة وتلك الصخور وتقتل العقارب الموجودة هناك؟». كان خائفًا حتى الموت، لأنّ قتل العقارب يتطلّب شجاعة. لا أعرف كم من الشجاعة يتطلّب قتل سنجاب، ولكني لا أظنه يتطلّب قدرًا كبيرًا حقًا.

ما الثمن الذي يدفعه من يُقدم على إزهاق الحياة عمدًا من أجل إثارة مؤقتة؟ في الحالات طويلة الأمد التي درستُها كان الثمن الذي يدفعه

ذاك الشخص باهظًا. إنَّ الكلفة مُدمِّرة جدًّا بالنسبة إليهم. لا يملك أيُّ من هؤلاء الأشخاص قوَّة شخصيَّة أو جاذبيَّة، ولا يمتلكون القدرة على إحداث نقلة في الموقف ببساطة من خلال كونهم على طبيعتهم. إنَّ الأشخاص الذين يعملون انطلاقًا من القوَّة يمتلكون القدرة على تحويل الموقف من خلال حضورهم ليس غير. ببساطة فإنَّ حقيقة كونهم موجودين هناك، وحقيقة كونهم جزءًا من الأمر هي التي تصنع الفارق بأكمله.

عندما نمتلك القوَّة لا يهم ما نمتلكه أو نفعله، بل ما نحن عليه، وما أصبحنا عليه. إنَّ القوَّة هي العظمة، والعظمة هي المكانة، والمكانة هي الحضور. يأتي الحضور من النمط الجاذب الذي نحوزه داخل أنفسنا. لا يُمكن شراؤه، ولا يُمكن اكتسابه أيضًا. يعترف العالم بحضوره فقط لأنَّه «موجود».

الخطوة الثامنة: قرّر ما هي السمة التي نعتزم إرضاءها لدى الآخرين، وكن حذرًا. إنَّ ما نرضيه لدى الآخرين هو تمامًا ما سوف نحصده في داخلنا. لقد أعطيتُ مسبقًا عدَّة أمثلة على هذا، ولكن دعونا ندخل في التفصيل الدقيق.

إنَّنا نجذب إلى حياتنا ما نُقدِّمه، ومن المستحيل أن نخدم سيِّدين. لا نستطيع أن نصبح أقوىاء من خلال تغذية الضعف البشري، إنَّما من خلال دعم القوَّة. نُصبح فعّالين عندما ندعم حيويَّة الآخرين، ونُصبح عظماء عندما ندعم العظمة لدى الآخرين، ونُصبح جميلين عندما ندعم جمال الحياة. لا داعي إلى القلق حيال النجاح إذا كنَّا نعمل بصدق وانطلاقًا من القلب. سوف يُحبِّبنا العالم، ويكون مخلصًا لنا، يدعمننا، ويغفر لنا أخطئنا بكلِّ أنواعها. إذا قمنا بمعاملة جميع الزبائن كما لو كانوا من الطبقة الملكيَّة، فسوف نجد فجأة أنَّنا نعيش حياةً أشبه بالملكيَّة.

عندما ندعم جميع السمات البشرية التي ذكرناها: العظمة، الجرأة، الشجاعة، الجمال، الصدق، الأمانة، النزاهة، الصحة الجيدة، التعليم، وما شابه ذلك، فسوف نجلب الخصال نفسها إلى داخلنا، والعكس صحيح كذلك، إلا أنّ قلة من الناس يُدركون أنّ ما يُلهم الناس هو ما نحن عليه.

على سبيل المثال، لا أتذكر الآن أيّ هديّة قدّمها لي أحد في العائلة عندما كنتُ طفلاً. أتذكر فتح الهدايا في كلّ أعياد رأس السنة وأعياد الميلاد، ولكن الغريب هو أنّني لا أتذكر أيّ «شيء» قدموه لي. أذكر أنّني كنتُ أحبّ جدّي وجدّتي على ما كانوا عليه تجاهي، وليس على ما فعلوه من أجلي. بعبارة أخرى، إنّ قيام جدّي بأخذي إلى صيد السمك لم يكن هو الأمر المهمّ، بل كانت محبّته التي عبر عنها باصطحابي إلى صيد السمك ورُبّما أخذه لي في جولة كي يتباهى بي أمام أصدقائه. إنّ ما أتذكره هو افتخاره بي.

يتمّ الاستشهاد اليوم بحزن وعلى إطار واسع بأنّ مشكلة عالمنا الحالي هي افتقاره إلى الأبطال. إلّا أنّ الأبطال ليسوا مفقودين، إنّما المفقود هو القدرة على رؤية الأبطال الذين يملئون المكان. إنّ العجز عن رؤيتهم يعود إلى أنّ الناس يخلطون بين البطل وما هو بطولي أو ما هو مُبهر. هناك أبطال في كلّ مكان، وهناك عظمة ينبغي ملاحظتها. نحن فقط في حاجةٍ إلى معرفة أين نجدّها.

لنُبرهن على هذا، وننظر إلى واحدة من الشخصيات العظيمة في زمننا الحاضر. كانت «الأم تيريزا» واحدة من قصص النجاح التي لا نظير لها: امرأة تزن تسعين رطلاً، لم تصرف مالا على الإعلان، استراتيجيّات السوق، أو الترويج، ولم يكن لديها طاقم مبيعات، ولا صانعوا صور في مركز «ماديسون أفينيو» لوكالات الإعلان، ولا حتّى

كاتبو خطابات، إلا أنها كانت تملك في طرف إصبعها من القوة أكثر مما يستطيع أحد تخيله. كل ما كان عليها فعلة لتجمع الملايين هو تحريك إصبعها الصغير. لقد تبعتها الحشود، وسافر الناس آلاف الأميال كي يقفوا ساعات على أقدامهم المتعبة والمتآلة تحت أشعة الشمس أو المطر كي يحظوا بنظرة خاطفة منها.

ماذا كان سحر هذه السيدة؟ هل السبب أنها كانت شخصيّة مشهورة؟ حسنًا، يكمن سحرها في تسلسل الأحداث (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج) عندها بأكملها، كلا. كان الناس يأملون في نظرة منها كي يستطيعوا اختبار نمطها الجاذب (أ ب ج)، وكان ما أرادوا اختباره هو «حضورها». لم تحظ بقليل إعلان، تسويق، أو صناعة صورة، ومع ذلك كتب عنها عدد لا متناه من الكتب، وكان لديها ملايين المعجبين، وحازت على جائزة نوبل، وذاع صيتها عالميًا باعتبارها إحدى عظماء زماننا الحالي.

من أين نشأت عظمة وقوة «الأم تيريزا»؟ لقد نشأت لأنها خاطبت الإجلال في الطبيعة البشريّة وكانت الميزتان الأكثر نبلاً وعظمة فيها هما الحبّ غير المشروط والرحمة الخالية من إلقاء الأحكام. لقد أظهرت قلبًا يسع جميع القلوب، على الرغم من حجمها الصغير، ذبولها، وظهرها المنحني، ومن أنه لا منصب لديها ولا مال خاص. كان هناك قائمة انتظار طويلة من أجل الانضمام إليها. في الواقع كان على الناس الخضوع إلى تسع سنوات من التجربة، الاختبارات، والعمل الشاق في الخدمة من أجل معرفة إذا كانوا مؤهلين حقًا كي ينضمّوا إلى منظمتها.

لا ريب في أن هذه السيدة تمتلك حقًا شيئًا ما، أليس كذلك؟ من الواضح أنها كانت عند مرتبة مُعلّم، وقد تفوّقت على الجميع. إذا ما الفضيلة التي تحقق ذلك من خلالها؟ الإحسان؟ هناك الكثير من

المحسنين في العالم، والكثير من المؤسسات الخيرية. من خلال النزعة إلى فعل الخير؟ كلا، فهناك الكثير من فاعلي الخير المهنيين، وهم لا يحصلون على جائزة نوبل. هل تحقق من خلال لطفها؟ كلا، فهناك الكثير من الأشخاص اللطيفين في العالم. لماذا تفوّقت عليهم جميعاً؟ إنّ هذا عائد إلى تناغمها، التزامها، تكريسها، وتضحياتها الشخصية التي وصلت إلى ذلك المستوى الذي لا يُمكن وصفه إلا بأنه التفاني.

عندما يقوم المرء بتكريس حياته لتطبيق مبدأ ذو حقيقة كونية، يُصبح ذلك المرء جذاباً. إنّهُ يُطوّر قوّة الجذب. إنّ ما يمتلكه وما يفعله ثانويان مقارنة بما هو عليه. هناك ملوك العالم وهناك صانعو ملوك. إنّنا نعلم أنّها حقيقة بديهية أنّ معظم الأشخاص الناجحين لا يسعون أصلاً إلى النجاح، بل يسعون إلى ميزات مختلفة تمام الاختلاف. إنّ تلك الميزة، التي يعترف بها العالم ويجلبها إليهم، هي ما نُطلق عليه مصطلح النجاح.

ماذا كان الشيء الذي اعترفت «الأم تيريزا» بوجوده عند الآخرين، ومن خلال فعلها ذلك، تمكّنت على نحو رائع، من حملنا جميعاً على رؤيته لديها هي؟ عندما قامت بمدّ يد العون إلى الفقراء والمرضى والمحتضرين في شوارع مدينة «كلكتا»، هل كانت تُحاول إنقاذهم من الموت؟ هل كانت تُحاول جمع المال من أجل الفقراء؟ كلا. إنّ ما اعترفت به وقامت على خدمته كان الحقيقة الجوهرية للكرامة الإنسانية، القيمة، التقدير، النبل، والعظمة. إنّ هذه الصفات أصيلة لدى كل إنسان، بغض النظر عن مدى السوء الذي وصلت إليه ظروفهم الحياتية.

لقد أقرت لهم «الأم تيريزا». بما لم يقرّوا به داخل أنفسهم، ونتيجة لذلك، كانت بمثابة مرآة بالنسبة إليهم. من خلال النظر إليها رأوا انعكاس ما قاموا بإنكاره، فهي عظمة وجود كينوتهم المتفردة. إنّ أبسط البسطاء حتى يستحقّ أن نُكّن له الاحترام تقديراً للكرامة

الجوهريّة لمجرد كونه إنساناً. إنّ مشاركة التجربة الإنسانية تُحدث تحولاً. الآن وقد رأوا هذا في داخلهم، وشهدوا ذلك، وعرفوا حقيقته من خلال رؤية انعكاسه في عينيها، فقد ماتوا والابتسامة على وجههم في حالة من الغبطة. تلك هي القوّة، وهو أمر مبهر ورائع.

إذا عدنا بالذاكرة فسنجد أننا ذهبنا عدّة مرّات إلى حفلة أو حدث ما لأنّ شخصاً بعينه سوف يكون هناك. لاحظ أنّ السبب في ذهابنا هو أنّ ذلك الشخص سوف «يكون» هناك وحسب، فهو لن يقدّم شيئاً، ولن يفعل شيئاً، بل سوف يكون هناك فقط. إننا نرغب في لقاء أمثال هؤلاء لأنّ لديهم بعض الصفات التي نأمل في اكتسابها. عندما نصبح ناجحين حقاً، سوف يرغب الناس في أن نتواجد في حفلاتهم، فوجودنا هناك في المناسبة سوف يُحدث فرقاً. سوف يرغب الناس بعد فترة من الزمن أن نكون عضواً في مجلس الإدارة لديهم، فهم يُريدون أن يكون اسمنا ضمن اسم الشركة، ويُريدوننا أن نكون ضمن لجانهم، عضواً في منظماتهم، ويُريدوننا أن نكتب مقدّمة لكتبهم، ويطلبون منا إعلاناً لمعطفهم. إنهم يُريدون تواقيعنا، ويُريدون أن يلتقط الناس صوراً لهم وهم يقفون إلى جانبنا.

قد يجلب النجاح وقد لا يجلب حالة الشهرة. يعتمد الأمر على ميدان المغامرة وخياراتنا فيما يتعلّق بالمسألة. بصرف النظر عمّا يعكسه العالم، سوف يبقى نجاحنا مسألة داخلية، يتمّ اختبارها على نحو فردي في داخلنا. إنّ أقصى ما يستطيع العالم فعله حقاً هو أن يحتفل به.

الخطوة التاسعة: لا تنسَ أبداً أنّ الطريق إلى نجاحك يمرّ عبر مشاركته مع الآخرين. من خلال امتناعنا عن مشاركة النجاح مع الآخرين فإننا نحرمهم من الحافز الذي يدفعهم إلى دعم نجاحنا. إذا اعترفنا لهم بتقديرنا لأهميّة الدور الذي لعبوه في نجاحنا، فسوف يشاطروننا

جميعهم دعمه والاحتفال به. إنَّ السبيل إلى الحصول على عدوٍّ مدى الحياة هو أن يكون لدينا شخص يساهم في حياتنا بينما نرفض نحن الاعتراف بذلك. كذلك يفعل العديد من الناس مع أزواجهم ويفشلون في الاعتراف بالدور الذي لعبه إلهام أولئك في تحقيق ذلك النجاح.

غالبًا ما تنطوي الأعمال التجارية على مشاكل معقدة لأن أصحابها يرفضون مشاركة نجاحهم مع موظفيهم، ناهيك عن زبائنهم بأي طريقة كانت. يتقاضى الموظفون أجورهم في الساعة، فقد تمّ توظيف معظمهم محليًا بواسطة شركة لا مبالية بعيدة، ويبدو ذلك واضحًا جدًا عندما نذهب إلى هناك. إنَّهم لا يستطيعون الاهتمام أكثر من ذلك، فسيجنون المقدار نفسه من المال سواء صدّعوا رؤوسهم أم لا، وهم يعلمون ذلك. لقد تلاشى الحافز، وتمت إزالة أساس المسعى الإنساني، وتمّ إنكار كرامتهم وقيمتهم كبشر. لقد حصلت مثل هذه الأعمال التجارية على مقابل ما دفعته، والذي هو لا شيء. لقد حصلوا على الموظفين الآليين، الخالين من العواطف، اللامبالين. يتمّ تقديم الطعام الذي يفتقر إلى الحماسة من قبل أشخاص تعوزهم الحماسة في محيط تعوزه الحماسة بأسلوب باهت من أجل الحصول على المال. على الرغم من أنها رخيصة على ما يفترض، إلاَّ أنها في واقع الأمر باهظة الثمن عندما نُقلرن ما نحصل عليه بالمال الذي ندفع.

لقد وصلت الحواسيب وخبراء الكفاءة إلى ذورة نجاحهم حقًا، حيث نجحوا في تجريد التجربة بأكملها من المشاعر الإنسانية، وقد وصل مستوى الاقتصاد في هكذا منشآت إلى مستوى متدنٍ للغاية، إلى النقطة التي يتوجّب علينا فيها طلب ملعقة بلاستيكية من خلف طاولة البيع. إنَّ معدّل تبديل الموظفين مرتفع جدًا، إذ نرى وجوهًا جديدة خلف طاولة البيع في كلِّ مرة نذهب إلى هناك. ما هي كلفة مجمل هذا الاقتصاد المتدنّي للغاية. إنَّ حسابها أمر صادم للغاية.

في المقابل، عندما كنتُ أذهب إلى متجر «باشا» كنتُ أرى الموظفين المتبسمين أنفسهم عامًا بعد عام، وفوق طاولة المدير كانت هناك لوحة تذكارية لجائزة. يا للدهشة، ماذا كانت تقول لوحة الجائزة؟ لقد كانت الجائزة السنوية «للموظف الأكثر لطفًا». لم تذهب الجائزة إلى الموظف صاحب أكبر نسبة مبيعات، بل الألف. أليس ذلك مذهلاً.

نظرتُ إلى مدير المتجر وأنا أطلب منه استرداد المال لقاء إعادة بعض المشتريات. كان ودودًا إلى أبعد حد. لقد أعطاني نقودي على الفور دون أن يطرح أيَّ أسئلة. عرضتُ عليه إعادة المشتريات إلى الرفوف، ولكنه قال لي: «لا، لا، أنا سأفعل ذلك». نظرتُ إلى المحاسبين فبدوا جميعًا ودودين. كانوا لطفاء عامًا بعد عام. ثم بدأتُ أنظر إلى الزبائن عند طاولة حساب المشتريات وهناك رأيتُ الأمر الأكثر إثارة للدهشة. لقد بدوا الزبائن الأكثر لطفًا في العالم. كان المدير ودودًا، والموظفون لطفاء، وكان المحاسبون ودودين كذلك، أمَّا الزبائن فقد كانوا سريعين ولطيفين. كان الزبائن يتسمون ويضحكون مع المحاسبين. في مقدمة المتجر عند الطاولات الصغيرة جلس كبار السن يتحدثون وقد عقدوا اجتماع ناديهم لبعده الظهيرة هناك، وكان من الواضح أنهم لطفاء كذلك.

سوف يذهب بعض الناس إلى مدينة مثل «نيويورك» ويتذمرون كم كانت مريعة، وكم كان الجميع وقحين، وكم كان الناس عدوانيين وباردي العواطف، وكيف أنهم لم يُطبقوا صبرًا حتى يُغادروها. سوف يقول آخرون: أنها أكثر مدينة ودودة سبق لهم أن زاروها. أيهما على حق؟ طالما اعتقدتُ أن مدينة «نيويورك» أشبه بمدينة كبيرة صغيرة، حيث يمثل كلُّ حي مجتمعًا صغيرًا مختلفًا.

يُحبُّ الناس تعاملنا معهم بلطف، ويستشعرون نوايانا على نحو

لحظي. كيف يُمكن للشخص أن يكون وحيداً إذا كان ودوداً؟ إذا تحدّثنا إلى كل سائق سيارة أجرة، نادل، وشخص نقابله في الشارع، بغضّ النظر عن المكان الذي نحن ذاهبون إليه، كما لو أنهم أصدقاء قدامى، فكيف لنا أن نشعر بالوحدة؟ في هذه المدينة الكبيرة، لا يُوجّل الناس إظهار ردود أفعالهم. إنهم يتمتعون بقدر كبير من الحداقة فيما يخصّ شوارعهم. في زحمة الحشود، لا وقت لديهم يضيعونه في التظاهر. بالتالي، لا وقت للتأجيل، فالناس ودودين على الفور.

لقد سئم الناس وتعبوا من تعرضهم للاستغلال، ومن الضغط عليهم، بيعهم، استخدامهم بألف طريقة وطريقة، ومحاولة الآخرين إبهارهم. عندما يستشعرون دوافعنا، التي هي الصداقة غير القائمة على الحاجة، والتي لا تُريد أيّ شيء منهم، عندها سوف يتخلّون عن حذرهم وينطلقون بالثرثرة في الحال. إنّ المشكلة ليست هي الوحدة، بل المشكلة هي حمل الناس على السكوت. إنّ الناس في أمس الحاجة إلى مَنْ يكون ودوداً معهم بصدق. عندما كنتُ طفلاً، اعتادت جدّتي أن تقول دائماً: «إنّ ما يفعله الجمال هو الجمال». لسنوات، بقي ما كانت تقصده غامضاً بالنسبة إليّ، ثمّ فهمتُ تماماً ما الذي كانت تعنيه.

كم يستغرق من الوقت كي تُصبح ناجحاً؟ الجواب: طرفة عين. إنّهُ يتطلّب بالضبط ثانية واحدة. في اللحظة التي تُقرر فيها أن «نكون» على حال ما، نكون قد حققنا النجاح بالفعل، فهو ليس «هناك في الخارج». إنّهُ ليس ما نمتلكه، ولا حتّى ما نفعله. إنّ الفعل يُساهم وحسب، بينما يقوم الامتلاك بالتنميق وحسب. إنّ ما نحن عليه هو ما يخلق النجاح. كلّ ما هو مطلوب هو أن تُقرر أن تكون على حال بعينها، وليست درجة الماجستير، شهادات دبلوم، دورات المراسلات، المحاضرات المملّة، أو ورشات العمل ضرورية.

ما إن نُقرر أن نكون على حال بعينها، فإننا نكتسب أهميّة ومعنى جديدين لدى الآخرين. إنَّ تواجدنا في حياتهم أو عدمه يصنع فارقاً بالنسبة إليهم، كما أنَّ تواجدنا في حفلاتهم أو عدمه هو أمر يُحدث فارقاً بالنسبة إليهم. إنَّ الناس فخورون بالعمل معنا، إذ يبدوون بالتصرف كما لو أنَّ التعرف علينا شرف بالنسبة إليهم. إنَّ الصفات الإنسانية الإيجابية معدية، والناس يُشبهون شوكة التنغيم بطريقة ما. إنَّ ميل الطبيعة البشرية يُشبه شوكة التنغيم، من حيث إنَّه يلتقط على نحوٍ متعاطف ترنيمه النعمة التي نهترّ لها أيّ تكن تلك النعمة.

الفصل العاشر

عندما تضطر إلى دخول الحمام فلا بد أن تدخله

إذا أدركنا الفكرة الأساسية لهذا الفصل، فإن نجاحنا المبني في هذا العالم سوف يكون مضموناً، دعني أؤكد لك ذلك. كما أقول مراراً وتكراراً، ليس هناك منافسة. إن المنافسة ليست موجودة حتى في عالم الأشخاص الناجحين للغاية. إلا أنه عند مستوى القدرة المتوسطة، والإهمال التام وانعدام الكفاءة والأهلية، هناك منافسة هائلة. إن ما يقصده معظم الناس عندما يتحدثون عن المنافسة هو عالم كامل من العبث.

هناك صفتان رئيسيتان في الطبيعة البشرية، يمكننا تحويلهما إلى مزيتين عوضاً عن كونهما عيبين، إنهما نفاذ الصبر وعتبة الإحباط المنخفضة. نستطيع التعويل عليهما كي تعملنا لصالحنا إذا أدخلناهما ضمن فهمنا لكيفية العمل بفاعلية في هذا العالم. إلا أنهما عائقان كبيران بالنسبة إلى معظم الأعمال التجارية، فهما جزء من أعذارهم الكبيرة لإلقاء اللوم

على الزبائن أو العملاء عوضاً عن إلقائه على افتقارهم للكفاءة. سوف ننظر إلى بعض الأمثلة، لنستحضر بالدرجة الأولى في أذهاننا تجارب مشابهة بحيث تتمكن من فهم أهمية هذه المسألة.

قد يحدث المشهد التالي في أيّ يوم من حياتنا عشرات المرات إمّا في المنزل أو في العمل: نتصل بشركة ما فيتمّ وضع المكالمة قيد الانتظار «لماذا لا يملكون خط هاتف إضافي؟». يُفلح عامل الهاتف غير الكفء، والذي يتقاضى على الأغلب الحد الأدنى من الأجور، في قطع اتصالنا. ينبغي علينا معاودة الاتصال إلى أن يتمّ الاتصال بصورة صحيحة. مع حلول الآن، تمّت إثارة سخطنا فيما نجلس ومنتظر. لا يعرف الشخص الذي يُجيب أخيراً على اتصالنا أيّ شيء تقريباً عن العمل التجاري. تعتقد العديد من الشركات أنّ عامل الهاتف هو مجرد عامل هاتف. إنهم لا يدركون أنّ عامل الهاتف هو مفتاح نجاحهم، إذ يُحدد سلوك ذلك الشخص برمته، النجاح أو الفشل.

بعد طلب البضائع وبطاقتنا الائتمانية في يدنا، يُعلموننا أنّهم لا يتعاملون مع هذا البطاقة الائتمانية بصفة خاصة. مهما كان ما نطلبه فهو إمّا أن يكون غير متوفر أو قد تمّ تأخير تسليمه. ثمّ يضعون العراقيل بخصوص الدفع. إذا كان غرضاً صغيراً ونريد إرساله بالبريد السريع UBS مع الفاتورة المرفقة، يُعلموننا أنّه علينا تقديم طلب للحصول على ائتمان. نظرًا إلى أنّ هذه شركة صغيرة غير جديرة بالثقة، وإلى أنّ لنا باعًا طويلاً في عالم الأعمال يقرب الأربعين أو الخمسين سنة، يبدو أنّه كان حرياً بهم أن يكونوا قادرين على الوصول إلى مكاتب تبادل المعلومات الائتمانية، دون أن يقولوا أيّ شيء، وأن يعرفوا من خلال الحاسوب إن كنا أهلاً لذلك أم لا. من الواضح أنّهم يُريدون توفير ثمن هذه الخدمة الائتمانية. إنّهم من خلال إساءتهم إلى الزبائن يخسرون من المال أكثر ممّا لو كانوا يدفعون لخدمة شهرية من أجل التحقق من

الحساب الائتماني على نحو آلي محوسب.

بعد أن نتجاوز هذه العقبات، ننظر الآن البضاعة أو الخدمة، حيث لم يتم تزويدنا بأي تأكيد. لا يتم إعطاء أي تفسير عندما لا تصل البضاعة، بل عوضاً عن ذلك، هناك أيام وأسابيع من الصمت. إن كان الأمر يتطلب عمالاً، فمن الواضح أنه من قواعد شغلهم، إخبارنا أنهم سيحضرون يوم الثلاثاء، وينهون العمل يوم الأربعاء، إلا أنهم لا يظهرون حتى الأسبوع التالي، هذا إن ظهروا، أو يُغادرون على نحو غامض في منتصف العمل دون إخبارنا متى سيعودون. لا بد أن هذا المعيار هو القاعدة لدى معظم العمال حيث يتركون العمل عندما اكتماله بنسبة 95 في المئة، إذ نفقد صوابنا ونحن نحاول التعامل مع الخمسة في المئة المتبقية بأنفسنا. يتم ترك عزقة، مزلاج، برغي، مفتاح، لمسة ترميم من اللون المناسب تماماً، أو مهما تطلب الأمر «لإنهاء» العمل، دون إنجاز. إن الفشل في إتمام العمل كفيل بإغضاب الزبائن وجعلهم يُوجلون دفع الفاتورة الأخيرة على نحو واع أو غير واع.

إذا كان مطعمًا، تكون لائحة الطعام قديمة ومتسخة نوعًا ما، إنها اللائحة نفسها التي كانت لديهم منذ سنوات، كما لو أنهم لم يتعلموا طهي أي شيء جديد منذ ذلك الحين. يهتم الجميع براحتهم هم، لا براحتنا.

من أجل جعل فهمنا لهذا المبدأ يعمل لصالحنا، ضَع في ذهنك صورة زبون مضطر إلى الذهاب إلى الحمام. تخيل كيف سيبدو الأمر حين يقوم بالاتصال بشركتنا، مشروعا التجاري، أو مكتبنا، أو تقديم طلب للحصول على خدماتنا أو منتجنا. تخيل أن الزبون في الطرف الآخر من الخط مضطر جدًا إلى الذهاب، وهو لا يرغب في وضع مكالمته قيد الانتظار، كما لا يرغب في أن يتم قطع اتصاله، ولا في التحدث إلى

شخص لا يفقه شيئاً عن الشركة أو المنتج. إنه لا يُريد الدخول إلى متجر والسؤال عن البضائع ليقوم الموظف بالتصرف كما لو أنه لم يسمع بها قط. إنه لا يُريد أن تتم مقاطعته عندما يكون منشغلاً تماماً بعقد صفقة، ولا يرغب في أن يستقبل الموظف مكالمات هاتفية أو يختفي في مهمة أخرى.

لا يرغب الناس في دخول هذه المتاجر العملاقة، الأسواق المركزية، ومخازن التخفيضات ذات الطابع غير الشخصي والتجول محاولين العثور على البضائع بأنفسهم. لماذا ينبغي أن يستغرق الأمر عشر دقائق من أجل تحديد مكان البضاعة في حين أنهم يستطيعون تعيين موظف استقبال عند الباب مثلما تفعل محلات «وول مارت» كي يُجيب في الحال عن أسئلة الزبائن ويُخبرهم بمكان الشيء الذي يُريدونه، أو إن كان غير متوفر لديهم، أو إن كان لديهم عروض خاصة أو تخفيضات؟ لماذا لا يُوظفون شخصاً يُرحّب بالناس كما لو أنه مسرور لرؤيتهم؟

سوف يكون من الرائع كذلك لو استفسر فيما إذا كانت هذه زيارتهم الأولى إلى المتجر. إن كانت كذلك، يُخبرهم عن مكان الحمامات. ما مدى صعوبة فهم أن الجميع يودُّ معرفة مكانها؟ كما يودُّ الجميع معرفة أين يستطيعون إيجاد ركن مريح ليشربوا فنجاناً من القهوة، ويقوموا بمكالمة هاتفية، ويبحثوا عن شيءٍ ما، أو يريحوا أقدامهم بينما يتسوقون.

إلى جانب هذه الاعتبارات، يشعر الجميع بألم في القدمين. إنني أتخيل موظف طباعة مشغولاً للغاية، إذ تتم مقاطعته باستمرار من قبل أيٍّ كان ممن يتعامل معهم في المتجر. في كثير من الأحيان، عندما يطلب أحدهم ترويسة جديدة أو نشرة إعلانية تكون قد مرّت ساعة ونصف من الوقت. يستبدّ الغضب بكثير من الأشخاص ويُغادرون بعد وقوفهم على أقدامهم ساعة ونصف في انتظار أن يضع الموظفون حدّاً

لمقاطعاتهم، مكالماتهم الهاتفيّة، رسائلهم، محادثاتهم الشخصية التي لا نهاية لها، و الإلهاءات المبهمة بأمر كان من المفترض التعامل معها بالأمس.

قد يكون لدى الزبائن أمراض أخرى تزعجهم. علينا أن نكون متجاوبين مع حقيقة أنّ الناس يحتاجون إلى استخدام الحمام، أنّ أقدامهم تؤلمهم، وقد يكون لديهم مسائل صحيّة أخرى تضايقهم.

إنّ كلّ ما علينا فعله من أجل النجاح الفوري هو معاملة جميع زبائننا كما لو كانت هذه الأمور الثلاثة حقيقية وسوف نكون مذهولين تمامًا بردة الفعل. إنّ الجميع في عجلة من أمرهم. نحتاج إلى فهم تلك الحقيقة. لا أحد يهتم إن كان عملنا التجاري مشغولاً جدًا اليوم، أو إن كان موظفونا في إجازة، أو إن كان الموظف الأساسي مريضًا، إذ ينبغي إيجاد حل لجميع هذه الأمور مسبقًا.

لا بدّ أن يكون لكلّ موظف، شخص احتياطي ينوب عنه. على سبيل المثال، نستطيع وضع الموظفين المتقاعدين في حالة استعداد إلى حين الاتصال بهم. يُمكنهم كسب الكثير من المال شهريًا والاستمرار في الحصول على التأمين الاجتماعي، فهم على أيّ حال، جالسون في المنزل يُشاهدون التلفاز ومن المؤكّد أنّهم يستطيعون أن يسدوا ذلك الفراغ، فلدى العديد منهم سنوات طويلة من الخبرة في الأعمال التجارية.

لا عذر على سوء الكفاءة. من السهولة بمكان تصور أنفسنا كزبون، متخيلين كلّ مشكلة يُمكن أن تحصل ومكتشفين كيفية حلّها. لقد أصبحت العيادة الكبيرة التي كنت أملكها في «مانهاست، نيويورك» مشغولة على نحو متزايد بفضل قدر من الشهرة حول العالم. عوضًا عن تعليق مكالمات كثير من الناس قيد الانتظار، كان العديد منهم يتصلون

من خارج البلدة، خارج الولاية، وحتى من خارج البلد استمرنا في إضافة خطوط هاتف جديدة. في آخر المطاف انتهى بنا الأمر مع عشرة خطوط هاتف، جميعها ذات دارات إضافية. إن لم يكن عدد المساعدات كافيًا، كُنَّا نوظف المزيد منهم. عندما أصبح مكنتي مشغولاً تمامًا، كان لدي ما يصل إلى اثني عشرة مساعدة.

إذا وجدنا أننا في حاجة إلى المزيد من المساعدة، علينا أن نوظف البعض، وإذا وجدنا أن الموظفين في حاجة إلى تحفيز أفضل، نستطيع أن نُقدّم لهم نسبة من الربح، الحصص، أو الحوافز. إن لم يُصبحوا بعدها متحمسين تجاه عملنا، فنحن مضطرون إلى طردهم. إن أكثر رفاهية مكلفة في العالم هو الموظف الفاشل، فلا يسعنا تحمله. لقد سمعتُ أشخاصًا يتبجحون حول زهد المبلغ الذي دفعوه مقابل توظيف شخص ما. إن ذلك يجعلني أبكي من الداخل لأنهم سيحصلون تمامًا على مقابل ما دفعوه. إن الحماسة بخسة الثمن.

فكر فقط كم سيكون رائعًا إذا قمنا بالاتصال بشركة كبيرة، خصوصًا إذا كُنَّا زبائن جيدين محتملين، وتمّ إعلامنا في اتصالنا الأول أنه تمّ تعييننا وكلاء لهذه الشركة. سوف يحرصون على تقديمنا إلى الأشخاص المناسبين، وعلى أن نحصل على المعلومة الصحيحة، ونحصل على أفضل الأسعار، وتسير الأمور على أفضل وجه، ونكون راضين. سوف يحرصون على الدقة في الفواتير، الشحن، والتعليمات، وسوف يُعاودون الاتصال بنا والمتابعة إن حدث هناك أيُّ تغيير في الظروف ينبغي إعلامنا بشأنه. يقول لنا أحدهم: «أنت زبوني الشخصي وأنا مسؤول عنك. أنت الآن واحد من عملائي». من خلال إتباع هذا الأسلوب يتمّ الارتقاء بالناس من بائعين إلى مسؤولي مبيعات، والارتقاء بهؤلاء إلى وكلاء بيع، ومن ثمّ إلى مدراء العلاقات بالعملاء.

عندما تتبع الشركة هذا الأسلوب، تكتشف من هم الموظفون الأكثر نفعًا. سوف يكسبون أتباعًا مخلصين وسوف يبدأ الناس في السؤال عنهم. نحن نعلم تمامًا أنه إذا كان لدينا نادل مفضل في مطعم، فإننا نريد حقًا أن نجلس إلى الطاولة التي في قسمه. إنه يعلم ما نريد، ويتذكر أسماءنا. إنه مجامل، لطيف، يُحضر الفاتورة فورًا كي لا نتأخر عن حضور الفيلم. يرغب الجميع في أن يشعروا أنهم مرتبطون ومعروفون، فقد سئم الجميع من اعتبارهم شخصيات مجهولة.

إن معظم الأعمال التجارية لا تُدرك ذلك، ويعود السبب الوحيد في أن الناس تتسوق لديهم إلى الأسعار، أو توافر المواد، أو إلى أنهم الوحيدون هناك. إنني أذكر مطعم البييتزا الذي بقي في ميدان العمل فقط لأنه كان مطعم البييتزا الوحيد على مسافة أميال. كان الطعام رديئًا، والخدمة فظيعة. إذا اتصلنا وطلبنا أن تكون البييتزا جاهزة في الساعة السادسة، نجد أنها لم تجهز بعد عندما نصل إلى هناك في الساعة السادسة، وكان يتعذر أنه لديه الكثير من الطلبات. من يكثرث لطلباته؟ أحضر مساعدًا. اشترِ فرنا أسرع. إنها مشكلته، وليست مشكلة الزبائن.

يتم تبديد الكثير من الوقت على التنافس في تحديد الأسعار، كما لو كان ذلك هو العنصر الوحيد الذي يهتم الناس. إن ما وجدته من خلال التجربة هو أن الناس سوف يدفعون أي سعر تقريبًا في مقابل الخدمة، المكانة، وإحساسهم أنهم أشخاص مميزون. كم مرة تعاملنا فيها مع شركة ما سنوات وسنوات وأنفقنا عدة آلاف من الدولارات، وفي المرة التالية التي نتصل بهم يبدو كما لو أنهم لم يسمعوا بنا أبدًا؟ إن التجاهل التام لشخصيات الناس هو أمر معضل. لقد ساعدنا نحن حرفيًا في إبقائهم في ميدان العمل كل هذه السنوات، ولكنهم لا يعرفوننا البتة. أليس ذلك وقحًا؟ أليس ذلك غبيًا؟ أليس ذلك مثيرًا للغضب؟ أليس ذلك مهينًا؟

من وجهة نظري فإنّ وظيفة الإعلانات الوحيدة هي إطلاع الناس على منتج جديد، أو على تغيير في ظروف عمل تجاري قائم. حالما يتحقق ذلك، فإنّ الحاجة إلى الاستمرار في الإعلان ما هي إلا مؤشر على فشل في اتباع أبسط قواعد النجاح. إذا لم تتضاعف تجارتنا تلقائيًا من خلال تناقل الخبر والسمعة الحسنة المحضة، فإنّ علينا أن نعوض عن النقص من خلال إنفاق الكثير من المال على خطط الإعلان. يالها من إضاعة للمال والوقت! إنّ القواعد الأساسية هي: لا يوجد أبدًا أيّ عذر أو سبب في خسارة زبون، كما أنّه ليس هناك عذر أو سبب يمنع كلّ زبون من الزبائن من جلب آخر جديد.

كم مرة ألغينا الذهاب إلى متاجر بعينها لأننا نعلم أنّه سوف يكون هناك دور طويل عند طاولة المحاسبة؟ هل نستطيع التفكير في أيّ مبرر لهذا الخطأ القاتل في عالم الأعمال؟ يتقاضى الموظفون أجرًا بائسًا في الساعة، وفي الوقت نفسه قد يتعامل واحد منهم في ساعة واحدة مع بضائع تُساوي آلاف الدولارات، هل نستطيع التفكير في شيء أكثر غباءً؟ هذا هو المبدأ وراء انتشار المتاجر ذات البيع الميسر: فكرة أنّ الناس يفضلون شراء نصف دزينة من منتج ما على أن يقفوا في الدور إلى الأبد.

من الضروري أن يكون هناك صفوف خاصّة للأشخاص المضطّرين لتبديل البضائع أو صرف أوامر الصرف الشخصية وبالتالي إبراز جميع أنواع بطاقات إثبات الشخصية التي يُسارعون إلى التنقيب عنها في محفظتهم أو حقيبة اليد كي يجدوها، أو الحصول على موافقات البطاقات الائتمانية، وجميع إزعاجات الحياة اليومية. كيف سيجذبنا هذا إليهم إن كان لدينا بالفعل مكان آخر نقصده؟

ندخل إلى مطعم ونجلسنا النادلة إلى طاولة، الأمر الذي كان بإمكاننا فعله بأنفسنا. تُعطينا قائمة الطعام التي كان بإمكاننا التقاطها بأنفسنا،

وتُجلسنا إلى طاولة لم نكن لنختارها في المقام الأول. تبتسم بلطف، تُغادر، وتجاهلنا تمامًا، إنها صدقًا لا تُعيرنا أيَّ انتباه على الإطلاق، ولا تعود أبدًا لتتفقدنا وترى إن كان هناك مَنْ يعتني بنا أم لا. في المقابل، نجلس هناك ونتساءل إن كان ثمة مَنْ يعلم أننا موجودون. يصل في النهاية مساعد النادل ويُحضر لنا الماء. ما لم نكن نموت عطشًا، هل هناك مَنْ يهتمّ بالأمر؟ ثمَّ يختفي الجميع فترة من الزمن. نُشير على نحو مسعور محاولين جذب الانتباه، بينما نلاحظ أنه لا أحد مسؤول هنا.

ذلك هو المبدأ الأساسي. ليس هناك مَنْ هو في موقع الإشراف والاهتمام الشاملين، كي يُحدد إن تمَّ الاعتناء باحتياجاتنا أم لا. على الرغم من أنه من المفترض بطاقم النادل الاهتمام بهذا، إلا أنَّ سلوكهم يبدو دائمًا غير مبال، أليس كذلك؟ لديهم واجب يقومون به، وهم يفعلون. أمَّا فيما يخصنا كأشخاص، فليس لديهم أدنى اهتمام. بالتالي فإنَّ هذه هي القاعدة الأخيرة التي سوف نُضيفها إلى القواعد السابقة. دعونا نعرضها كلها:

قواعد النجاح الست:

- 1 - يضطرّ الجميع إلى الذهاب إلى الحمام.
- 2 - يشعر الجميع بألم في القدمين.
- 3 - لدى الجميع أمور أخرى تُزعجهم.
- 4 - يشعر الجميع بالضيق ويُريدون مَنْ يتواصل معهم، يُرشدهم، ويكون حاضرًا على صعيد شخصي في هذه التجربة.
- 5 - يشعر الجميع بالجوع.

يُغادر الناس الأماكن التجارية زرافات ووحدانًا نتيجة للأسباب المذكورة أعلاه. كم مرة كنّا نتسوق في متجر شامل واحتجنا إلى دخول

الحمام، على الرغم من أننا نودُّ شراء شيء آخر؟ يُخبروننا أنه في الطابق السادس وأنه علينا استعمال السلم الكهربائي أو انتظار المصعد، ثم نقول: «آه، تبًا لهم»، ثم نلتفت ونذهب إلى حانة ومطعم شواء «ماك جينتيز» ونطلب مياهاً غازية، أو جعة، أو أيّ يكن، فقط كي نتمكن من استخدام حمامهم. كم مرة كنّا في خضم ما قد يكون رحلة تسوّق عظيمة للغاية ورجبنا في كوب من القهوة أو كعكة محلاة أو أيّ شيء يجعلنا نصبر حتّى الوجبة التالية؟ تبدأ قوانا تخور بسبب الجوع.

بينما ننظر حولنا، تكون احتمالات تناول أيّ شيء ضعيفة. تقودنا غرائزنا الرئيسيّة إلى الخارج. عندما أعود بتفكيرى إلى الوراء، أستطيع التفكير بآلاف الدولارات التي لا تُعدّ ولا تُحصى والتي لم أنفقها على عدد من المشاريع التجارية.

إنّ عدم توفير ولا حتى كرسي واحد يجلس عليه الزبائن هو أمر كافٍ للدفع بالكثير من الأشخاص إلى خارج المتجر. إنّ الترحيب بالداخل في أيّ عمل تجاري يجب أن يتعامل مع جميع المتطلبات البشريّة الأساسيّة التي سبق ذكرها. حتّى عندما ندخل إلى مطعم جديد، يجب أن يسألونا: «هل سبق لكم زيارتنا؟»، إذا كانت الإجابة كلا، يجب أن يُعلمونا أنّ الحمام موجود في الجزء الخلفي، والمشرب عند الجهة اليسرى، وطاولات الخدمة السريعة موجودة في ذاك القسم.

أليست تلك فكرة مذهلة إلى أبعد حد، ألا تساوي الكثير من المال حقاً؟ هل سبق وفكّر أحدهم في تخصيص قسم للخدمة السريعة في مطعمه، مشروعه التجاري، أو منشأته، أو أيّ يكن؟ ألم ينتهبوا حتى الآن إلى أن مواعيد الناس مستعجلة ومهمّة جدّاً، تمامًا بقدر أهميّة وقت أصحاب العمل بالنسبة إليهم؟

إنّ بعض الأعمال التجارية تُعامل الزبائن أو المرضى كما لو أنّ

الحاجة إلى الاستعجال هو عيب في شخصية الزبون. إنهم قليلاً ما يُدركون المشاكل الصحية المتعددة «ذكرنا بعضاً منها في هذا الفصل» التي ربما تُزعج المرء، والذي قد يشعر أيضاً أنه تائه ومرتبك ولديه موعد لدى طبيب الأسنان بعد 42 دقيقة تماماً، أو رُتِّمًا يتوجب عليه زيارة طبيبه النفسي، الذي سوف يتقاضى أجره سواء ظهر المريض في الموعد أم لم يظهر، أو أن عليه إحضار السيارة من المرآب قبل الإغلاق، أو يجب عليه التعامل مع التزامات أخرى مهمة أو مقابلة أشخاص في الساعة الثانية مساءً.

إن سلوك عامة الناس ليس عصبياً على نحو اعتباطي، بل يعكس المشاغل، حدّة الحياة، وتعدد الحاجات الملحة لدى الجميع.

إذا فكّر كم أنّ هذه الفكرة بسيطة ولكنها عظيمة. إن الأشخاص الذين يُريدون الوصول في الوقت المحدد لحضور بداية الفيلم، أو الذين لديهم ارتباطات لاحقاً، يستطيعون الجلوس في قسم الخدمة السريعة. يجب ألا تكون لائحة الطعام هناك مفضّلة كالعادة. من الواضح أنّهم لا يستطيعون انتظار الطبق الفاخر إذا كانوا على عجلة من أمرهم.

في حال عدم توفر قسم للخدمة السريعة، يُمكن وضع علامات نجميّة على لائحة الطعام من أجل الإشارة إلى أطعمة الخدمة السريعة. في جميع الأحوال، إنهم لا يشرعون في طهي الديك الرومي عندما تُسجّل طلبنا. ألم يتمّ طهي الديك الرومي مسبقاً وحفظه ساخناً وجاهزاً كي يتمّ تقطيعه إلى شرائح على الفور؟ كم من الوقت يتطلّب تقديم طبق من شرائح الديك الرومي، الصلصة، البطاطا المهروسة، والبازلاء؟ يستطيع الناس فعل ذلك في البيت في غضون ثلاثين ثانية. لماذا يستغرق الأمر إذن عشرين دقيقة في المطعم؟

ينطبق هذا على أيّ عمل تجاري. من خلال تقليص بعض الإضافات،

نستطيع تأمين خدمة سريعة بغضّ النظر عن مجال المشروع. عليك أن تُدرك أيضًا أنّ الناس مستعدّون لدفع زيادة في مقابل الخدمة السريعة. خطر في بالي دكان طباعة محلي، كان يطلب سعرًا أعلى بنسبة خمسين في المئة مقابل تلبية الخدمة في اليوم نفسه، أربعين في المئة مقابل تقديم الخدمة في يومين، ثلاثين في المئة مقابل تقديم الخدمة في ثلاثة أيام، وعشرين في المئة مقابل تقديم الخدمة في أربعة أيام. بتلك الطريقة لن يضطرّ الأشخاص الذين ليسوا على عجلة من أمرهم إلى دفع الثمن من أجل المستعجلين، ويصبح لدى أولئك المستعجلين وسائل لتحقيق غاياتهم المرجوة دون أن يشعروا بالإحباط.

إنّ نفاذ الصبر المتواصل في العمل التجاري يرجع في جزء منه إلى الأرباح الضخمة التي تعتمد على حساسية الوقت. إنّ آلاف أو ملايين الدولارات يمكن أن تكون متوقفة على تسليم مادة أو خدمة معيّنة.

على الأرجح، ليس هناك في «أمريكا» ما هو أكثر فظاعة من التعامل مع مكتب «الولايات المتحدة الأمريكية» للعلامات التجارية وبراءات الاختراع. من الممكن أن تتصل بهؤلاء الأشخاص مئات المرّات حرفيًا وتمرّ الشهور دون أن تتمكن من التواصل معهم على الهاتف أو الحصول على ردّ فيما يخصّ الاستفسارات الالكترونية. لا نستطيع تسويق منتجنا دون علامة تجارية مسجّلة. لا ريب أنّه من الحماسة القيام بذلك في عالم الأعمال التجارية التنافسي اليوم، إن كان لدينا مادة فريدة من نوعها ففكر بملايين الدولارات التي تخسرّها الشركات نتيجة هذا التأخير البسيط.

منذ عدّة سنوات واجهتُ المشكلة نفسها على مستوى عمل تجاري خاص من خلال شركة تبني فكرة مثيرة وسوق تجارية متلهفة لها. اتّصلتُ بمكتب «الولايات المتحدة الأمريكية» للعلامات التجارية أكثر

من مثي مرة دون أن أتمكن من التواصل مع أحد منهم. كتبت لهم اثنتي عشرة رسالة وأرسلت برقيات، وفي النهاية اتصلت بعضو مجلس الشيوخ الأمريكي الذي أعرفه. بعد ثلاثة شهور لم أكن قد حصلتُ لا على براءة اختراع ولا على استمارة طلب علامة تجارية في حين أن هذا كان كلُّ ما تمَّ طلبه. أرجوكم، استمارة طلب فقط. إنها مهمة ينبغي إعداد أيِّ حاسوب للتعامل معها على نحو تلقائي. سوف أضيف قاعدة أخرى إلى قواعد النجاح:

6 - إنَّ الزبون لديه آمال كبيرة معقودة على نتيجة معاملتنا التجارية.

هذا المبدأ مُهمٌّ جدًّا. قد لا نعتقد أنه مُهمٌّ، ولكنَّه كذلك في حياة الزبون. إذا استرجعنا التفكير في تعاملاتنا، سوف نُدرِك مدى أهمية هذه الأمور. عندما نذهب لشراء شيء ما، لن يكون من أجل التسلية فقط. على سبيل المثال، إننا نشتره من أجل عيد ميلاد شخص ما، ومن المصري الحصول عليه في يوم محدد. نشتره لأنَّ حياتنا لا يُمكن أن تسير دونه. نشتره لأنَّ كل شيء سيستمرُّ في التسريب إلى أن نحصل على ذلك الجزء. نحوزه لأننا لا نستطيع المضي قدمًا نحو المشروع الرئيسي التالي ما لم نحصل على هذه الخدمة الأساسية.

لقد أصبح نقصان الكفاءة متفشّيًا إلى درجة أننا أصبحنا غير واعين له، فقد اعتدنا عليه كثيرًا. فلنتناول التجربة التقليدية، الأبسط، الأكثر دينوية. نتصل بصالة السينما المحليّة لمعرفة ما يُعرض لديهم. إنَّ أول ما يحدث هو أننا نحصل على رسالة مسجّلة من شخص يقوم بتكّلف اللغة الانجليزية. الشيء التالي الذي تفعله الرسالة هو إخبارنا بموقع صالة السينما، الذي ليس هو سبب اتصالننا. بالإضافة إلى أن هذه المعلومة ينبغي أن تكون الأخيرة، وليست الأولى. ثمَّ يتمَّ إخبارنا على نحو سريع بما يُعرض في ذلك اليوم. بما أننا لم نسمع من قبل عن الفيلم، فقد نسينا

الاسم تمامًا. إنها تُخبرنا أيضًا، ودون جدوى، أنه يُعرض في الصالة رقم واحد، اثنان، أو ثلاثة، مع أن كل ذلك ليس مهمًا كذلك.

الآن وقد قاموا بتأخيرنا، ضاعت تسعون ثانية ومازلنا لا نعرف حقًا ما الذي يُعرض أو متى. في النهاية، بينما نقترّب من نهاية الرسالة المسجلة، وبعد سرد المعلومات عن عروض بعد الظهر الخاصة بالأطفال والتي لسنا مهتمين بها، تُزوّدنا الرسالة بأوقات عروض البالغين المسائية. كان هذا هو الشيء الأول الذي أردنا معرفته. لقد كانت الرسالة حريصة جدًا على عدم تكرار اسم الفيلم، ولذلك في حال لم ننتبه له، حسنًا، سيكون الحال سيئًا جدًا. كما أنها لا تذهب بعيدًا أبدًا إلى تهجئة الاسم. سوف تُخبرنا غالبًا عن تقييم الفيلم، ولكنها لن تُخبرنا عن المحتوى أو النوع، مثل «كوميدي، شاعري»، أو «لغز جريمة قتل». يفترض المالك بطريقة ما أننا مهووسون بالأفلام ونعرف كل شيء حول هذا المجال، بما يتضمّن جميع عناوين الأفلام الحالية والنجوم. ثمّ ينتهي التسجيل.

إننا لا نريد أيّ من هذه المعلومات في المقام الأول. لا يوجد رقم آخر من أجل الاتصال به، وحتى لو كان موجودًا، فلن يكون هناك مَنْ يرد على ذلك الخط الهاتفي على أيّ حال. لا تذكر الرسالة المسجلة أبدًا موعد الخروج، ولذلك إذا أردنا إيصال عائلتنا لحضور الفيلم، ثمّ الذهاب إلى لقاء، والعودة لاصطحابهم لاحقًا، فإننا لا نعرف في أيّ وقت ينتهي. إننا نُخمن على نحو غير دقيق أن مدّته لا بدّ أن تكون تقريبًا من ساعة ونصف إلى ساعتين.

بينما يدنو وقت الظهيرة تزداد صعوبة القيام بمحادثة هاتفية مع أيّ مسرح، ولا يحصل المرء إلا على إشارة خط مشغول على نحو متكرر. يبدو أنهم لا يستطيعون تحمّل تكلفة مقسم هاتفي مع رسالة أخرى مسجّلة. نقول بعد محاولة التواصل مع المسرح مرتين أو ثلاثة: تبا لهم،

ثمّ نذهب إلى مسرح آخر. في كثير من الأحيان، كنتُ أشعر برغبة في التبرّع بجهاز ردّ آخَر للمسرح، والذي لا يُكلّف أكثر من أربعين دولارًا أو ما شابه، كي لا يتم إرجائي من خلال إشارة الخط المشغول، وكي أستطيع معرفة ما الذي يتمّ عرضه لديهم، نظرًا إلى أنّه عليّ السفر عدّة أميال كي أصل إلى هناك.

علاوةً على ذلك، كانت أول العروض المسائيّة حيث كنتُ أعيش تنتهي عند حوالي الساعة 9:20 إلى 9:30 مساءً، وكانت جميع المطاعم المحليّة تغلق عند الساعة 9:00 مساءً. عندما يُغادر الجمهور من المسرح، لم يكن هناك مكان يذهبون إليه لتناول الحلوى، القهوة، أو العشاء، أو مكان يذهبون إليه ليجلسوا ويدعوا أصدقاءهم.

عندما كنتُ صبيًّا اعتدتُ الذهاب من أجل التخييم في بلدة صغيرة في «ويسكونسن». كانوا يعرضون فيلمًا واحدًا كلّ أسبوعٍ، وذلك كلّ ليلة سبت الساعة السابعة. كان الفيلم يُعرض مرة، ولا شيء آخر بقية الأسبوع. كان هناك إعلان صغير سريع يُعرض قبل الفيلم الرئيسي يقول: «استمتعوا بعد الفيلم بشرب المياه الغازيّة عند متجر جونسون». قام متجر «جونسون» بتجارة رابحة جراء ذلك في الواقع، إذا كنتُ أتذكّر على نحو صحيح، كان جمهور الفيلم بأكمله تقريبًا يتوجّه إلى متجر «جونسون». لم يتذرع المتجر بأنّه لم يكن مستعدًّا لمثل هكذا حشد، أو أنّه ليس لديه سوى عامل واحد وبالتالي ينبغي على الجميع الانتظار. لقد عرف متجر «جونسون» أنّه هناك ازدحام بعد الفيلم، ولذلك كان يجلب مساعدين إضافيين في ليالي السبت.

عندما كنّا نصل إلى هناك، كان هناك أربعة أو خمسة موظّفين في انتظارنا وقد جهزوا ملاعق تشكيل كرات الثلجات. لقد تمّ تجهيز جميع الطاولات بالمناديل والملاعق. لم يقولوا لنا: إنّ القهوة قد نفذت،

بل عوضًا عن ذلك، قاموا بتهيئة وعاء كبير من القهوة الطازجة مما جعل رائحتها تبدو شهية عندما ندخل إلى المطعم. كان صاحب المطعم يتواجد بنفسه كي يقوم بالترحيب بنا وإقامة علاقات شخصية معنا.

إن لباقتة الإنسانية البسيطة والنقية والتي تنسجم مع الفطرة السليمة ومراعاته للآخرين جعلتنا المتجر ناجحًا بالقدر الذي كان عليه. بالكاد كنا نطبق صبرًا طوال الأسبوع كي نذهب إلى متجر «جونسون» ليلة السبت. نظرًا إلى علمنا أننا سوف نذهب إلى هناك، كنا نحفظ بقائمة تتضمن جميع الأشياء التي أردنا شراءها ونشترها كلها من متجر «جونسون»، ونتيجة لذلك حققوا تجارة رابحة للغاية.

لم يُنفق مالكة أي مال على الإعلان عن متجر «جونسون» عدا إعلان دار السينما كي يُخبرنا عن مكانه والخدمات التي كان يُقدمها، ولكن في الدقيقة التي دخلنا فيها منشأته، أصبحنا زبائن إلى الأبد. إن الناس متعطشون إلى الاعتراف والتقدير، وإلى أن تتم معاملتهم باللباقة البشرية المألوفة. إن تجريد المشروع الإنساني من الصفات الإنسانية قد تسبب بخسائر فادحة.

يجب إيلاء اهتمام خاص بالزبائن الذين برهنوا أنه يُمكن التعويل عليهم، خصوصًا على المدى الطويل. في الحقيقة، ينبغي إعلامهم أنهم يحصلون على معاملة خاصة. يجب أن يكون هناك بعض المكافآت على دفع فواتيرهم دون إبطاء في مدة ثمانية وثلاثين سنة ونصف! إن اللاشخصية التي تتمتع بها شركات المرافق العامة تُوضح هذا المبدأ. لا فرق إن كنا زبائن لدى شركة الهاتف منذ تسعين يومًا أو خمسين سنة. ما إن يتم التأخر في دفع الفاتورة ستين يومًا، حتى تصلنا نسخة مطبوعة آليًا من الحاسوب تُعلمنا أنه سوف يتم فصلنا عن الخدمة. أليس ذلك سخيفًا على ما يبدو؟

من المؤكد أنّ الزبائن الذين قاموا بدفع فواتيرهم دون إبطاء مدّة عشر سنوات يتم تصنيفهم عند الفئة «أ» المميزة. بعد عشرين عامًا لا بُدّ أن يحصلوا على فئة «ب» المميزة. بعد ثلاثين عامًا ينبغي أن يمنحوا فئة «ج» المميزة. بعبارة أخرى، يُحدد الكمبيوتر أنّ هؤلاء الزبائن مصنفون ضمن فئات خاصة، ثمّ يتمّ تحويل الأمر إلى مندوب شخصي يقوم بالاستفسار: آه، لقد أصبت للتو بنوبة قلبية، أو حصلت على الطلاق، وأمر الصرف الكبير الذي أودعته كي تُغطّي قيمة فاتورة هذا الشهر قد تمّ إرجاعه؟ يُقدّم مندوب خدمة الزبائن لهم تفضيلاً خاصًا ويقوم بحل بعض الأمور من أجلهم كي يستطيعوا الاستمرار في كونهم زبائن مسرورين، سعداء، وراضين.

عندما تُفكّر في الأمر يكون من الواضح تمامًا أنّ الزبائن قد كسبوا الاحترام واستحقوه. إنّنا لا نُقدّم لهم شيئًا لا يستحقونه. يقودنا هذا إلى الموضوع المهم التالي، والذي يحتاج فصلًا خاصًا به.

الفصل الحادي عشر

القمة

ما إن يتم إدراك بعض الأمور حتى يُصبح الوصول إلى القمة والبقاء هناك أمرًا تلقائيًا. كما سبق وذكرتُ عدة مرّات، إنّ النجاح سهل، وهو يحدث تمامًا مثل فلين يطوف على سطح الماء، ومن أجل السبب نفسه. نُشاهد الكثير من الأشخاص الذين يُرهبون أنفسهم في محاولة تحقيق النجاح، وهم كمن يتخبّط في الماء ولا يعرف أنّ السبيل إلى السطح هو أن يطفو. إنّ ما يطفو موجود «هناك في الأعلى». من الحقيقة أنّ هناك مبادئ محددة باتت تعمل الآن على نحو تلقائي في أدائنا اليومي، وهذه المبادئ هي ما يضمن نجاحنا. لا يتعلّق الأمر بما نفعله، بل بالمبادئ التي ينشأ منها ما نفعله.

إنّ إحدى نتائج هذا، هو الإدراك الحاسم للفارق بين ما هو مُهمّ وما هو غير مُهمّ، والفارق بين من هو مُهمّ ومن ليس كذلك. نستخدم كلمة مُهمّ هنا، بمعنى أنّه يجعل الأمور تعمل بفاعلية وليس بالمعنى الأخلاقي والاجتماعي للكلمة، أو ما تتضمنه من إشارة إلى المكانة، بل هو مُهمّ لكونه حاسمًا. إنّ ما يُؤدّي بنا إلى النجاح هو وجود مبدأ معيّن يعمل

لمصلحتنا على نحو متواصل 24 ساعة في اليوم، حتى عندما لا نُعبّر عنه على نحوٍ واعٍ.

كي نفهم تلك العبارة تمامًا، علينا فهم القليل حول علم الأبحاث النظرية المتقدمة والعلوم الفيزيائية التي تُسمّى بـ «الحركات غير الخطيّة». إنّ الحركات غير الخطيّة، عند مستوى معيّن، هي محاولة من قبل الدماغ الأيسر لفهم نظيره الأيمن. يعمل الدماغ الأيسر على نحو منطقي وتسلسلي، وهو يتعامل مع الرموز، الأرقام، اللغة، والمفاهيم، ولذلك يتعامل مع ما هو معرّف، مصنّف، وبالتالي محدود. إنّ أفضل وصف للدماغ الأيمن على نحو عام هو أنّه يتعامل مع الكلّيات، الأفكار المجرّدة، العموميات، ومع ما هو شامل وليس ما هو حصري.

بالتالي إنّ أفضل ما يُمكن مقارنة الدماغ الأيسر معه هو الحاسوب الرقمي، أمّا الدماغ الأيمن فمع الحاسوب التناظري. يُخبرنا الحاسوب التناظري كيف تُشبه الأمور بعضها البعض، في حين يُخبرنا الحاسوب الرقمي كيف أنّها مختلفة. في الحقيقة لا يستطيع أحدهما العمل دون الآخر. لا نستطيع أن نُقارن منطقيًا بين شيءٍ وآخر ما لم نقم أولاً بتصنيف الأمور التي نُقيّمها ضمن فئةٍ تبدو فيها المقارنة منطقيّة.

يُسمّى علم الحركات غير الخطيّة بـ «نظرية الفوضى». يُمكن وصف نظرية الفوضى في جملة واحدة هي محاولة إيجاد المنطق فيما يبدو أنه لا منطق فيه البتة، ومحاولة اكتشاف النظام الخفي داخل ما يبدو فوضويًا. ما النظام الداخلي لذلك الذي يبدو فوضويًا؟ حتّى الآونة الأخيرة ساد الاعتقاد أنّه ليس هناك نموذج تحكمٍ داخلي فيما يتعلق بتغيّرات الطقس اليومية. لقد كشفت تحليلات الحاسوب الحركي غير الخطّي من خلال الرسومات أنّ هناك، على العكس، مبدأ تنظيمًا داخليًا. عندما تتمّ دراسة المبادئ الخاصة بذلك الذي يبدو أنّه فوضى واضطراب، بواسطة

تحليلات الحاسوب المتقدّم، فإنّ ما ينتج عن التحليلات هي تصاميم تخطيطية، ويُسمّى النمط بـ «الجاذب». من أجل تحقيق غايتنا، من الممكن تعريف «الجاذب» على أنّه النمط الخفي الداخلي، وأنّه ذاك الذي يبدو أنه لا منطلق له ولا نمط، أو ذاك الذي يبدو فوضويًا.

ما إن فهم الكون، حتى نُدرك أنه لا شيء يحدث صدفة. لا ريب أنّ كلّ شيء مرتبط بكلّ شيء آخر. إذا كنّا لا نعتقد ذلك، فالسبب هو أننا لا نفكر انطلاقًا من وجهة نظر واسعة بما يكفي لرؤية ما هي تلك العلاقة. على سبيل المثال، قد ننظر إلى سحابة غبار في الإسطبل، ونعتقد أنّها نمط عشوائي وحسب. سوف يكشف التحليل الحركي غير الخطّي لذرات الغبار عن وجود تنظيم داخلي تام وكلي استنادًا إلى تيارات الهواء، الريح، درجة الحرارة، الذرات الجزيئية، العناصر الذرية، التجاذب والتنافر. يجب أن يتعامل التخطيط للنمط التنظيمي الداخلي الشامل مع تصوّره له من خلال وسائل الحاسوب، في العالم المرئي للتصاميم التخطيطية، الذي يتألف غالبًا من العديد من المنحنيات والخطوط، والتي لا يُمكن وصفها بلغة الدماغ الأيسر الخطيّة، المنطقية، التسلسلية.

هناك مثال مدروس جيّدًا عن هذه الظاهرة تمّ توضيحه ببساطة من خلال شيء مثل قطرة الماء. حسب التحليل الرياضي فإنّ تشكّل قطرة الماء هو أمر يُمكن التنبؤ به، وهو يعتمد على الفتحة، الضغط السطحي للماء، درجة الحرارة، ومتغيّرات أخرى، مع هذا، من غير الممكن رياضيًا التنبؤ باللحظة المحددة في تسلسل اللحظات التي سوف تتشكل فيها قطرة بعينها وتسقط من القطارة. على الرغم من أنّ الظروف تبقى هي ذاتها، إلاّ إنّ القطرات تقوم بتشكيل نفسها وفق معدل غير قابل للتنبؤ به. على الرغم من التحليلات الرياضية التي تمتلك جميع العوامل المعروفة، لا يستطيع المرء أن يعرف بيقين مطلق متى ستتشكل القطرة

التالية. على سبيل المثال، حتّى وإن تشكّلت الألف قطرة الأخيرة كلّ واحد على عشرة أجزاء من الثانية، وحتى إن بقيت جميع الظروف على حالها، بالتأكيد لا ضمانة بأنّ القطرة التالية سوف تتشكل في عشر الثانية التالي. في الواقع، سوف تُفاجئنا قطرة الماء وتتشكل على حين غرة في جزء على مئة من الثانية. من المؤكد أنّه لا يوجد سبب معقول لحدوث هذا، إلاّ أنّه يحدث باستمرار، وهذا هو بالضبط حال الحياة، أليس كذلك؟

إنّ المفاجئ، غير القابل للتنبؤ، غير المتوقع، يحدث وحسب، أليس كذلك؟ هذا هو السبب في أنّ الثعلب العجوز المراوغ الذي كان ناجحاً في هذا العالم لا يكفّ أبداً عن المطاردة. إنّ هذه القطرة التي لا يمكن التنبؤ بها هي باب يدخل منه الكون من خلال ما قد يُسمّى أصحاب التوجّه المختلف تجاه الحياة بالمعجزة. إنّ المفاجئ، القدر، الطالع الجيد، الحظ الموفّق، ما هي إلاّ أسماء أبدعها الناس كي يُفسّروا هذه الظاهرة. لقد قام الأشخاص البدائيون بمحاولة الاحتيال على الكون من خلال الطقوس وتقديم التضحيات إلى الآلهة طلباً لتدخلها. هذه هي الثغرة حيث يُصبح المستحيل ممكناً. هنا بالتحديد لا تكفي الأشياء غير المألوفة بالنسبة إلى الدماغ الأيسر بأن تُصبح فاعلة وبقوة، بل وتحدّد بلا ريب الحصييلة الكاملة.

إنّ السبب الذي يجعل عاملاً غاية في الضآلة، والذي يبدو أنّه يُشكّل واحداً على عشرة آلاف من جميع العوامل الأخرى الفاعلة، والعامل نفسه الذي يُشكّل الفارق، هو أنّ هذا الجزء المتناهي الصغر مركز على نقطة توازن حاسمة. إذا نظرنا إلى تخطيط حاسوبي لنمط «جاذب» ما، يمكننا تشبيهه بالتيارات الدوامية في الجدول وهي تصبّ في بركة المياه. من الواضح أنّه عندما نرمي بعضاً من بودرة «التالك» على سطح الجدول حيث يصبّ في البركة فسوف نرى نمطاً دوامياً. من الواضح

أيضاً أنه إذا وضعنا عوداً من القصب في البركة حيث يدخل تيار الماء، سوف يتغير نمط بودرة التالك بسبب وجود عود القصب ذلك لا غير. إنَّ عود القصب كما نرى «لا يفعل أيَّ شيء»، بل في الحقيقة، إنَّ الأمر الوحيد الذي يفعله هو «التواجد هناك». أظهرت الأبحاث المتقدمة أنَّه ضمن جميع الحوادث التي تحدث داخل الكون هناك نمط قابل للإدراك ومبدأ تنظيمي. في الحقيقة، لولا المبدأ التنظيمي، لما كان هذا الكون ممكناً حتى.

إنَّ الشيء الأخير الذي نحن في حاجة إلى معرفته هو أنه يمكن أن يكون هناك أكثر من «جاذب» واحد يُمارس التأثير على المجال. قد يكون هناك «جاذب» داخل «الجواذب» الأخرى والذي تتحكم قوته بنمط «الجواذب» الأخرى بعينها، والتي هي في حدِّ ذاتها تتحكم في جميع العوامل المشتغلة ضمن العالم المرئي. بعبارة أخرى، إنَّ جواذبنا هي مبادئ تنظيمية تمتلك بدورها مستويات مختلفة من القوة. لدينا الآن واحد من أسرار نجاح الأشخاص الذين يمتلكون القوة، فحياتهم بأكملها منظمّة على نحو تلقائي وسلس من خلال التناغم الكامل والالتزام بمبادئ غاية في القوة والسمو. لقد أصبحنا نفهم الآن كيف أنَّ «المهاتما غاندي» هزم الإمبراطورية البريطانية. إنَّ الأمر بسيط جداً.

إنَّ كلَّ ما فكر فيه «المهاتما غاندي» وفعله، شعر به، وعبر عنه، كان مفعلاً ومنظماً من خلال مبدأ كوني ذي قوّة مطلقة. بالمقارنة، كانت الإمبراطورية البريطانية تتصرّف انطلاقاً من مبدأ محدود فقط يخدم مصلحة أغراضها السياسية الخاصة، ولذلك تمّ دحر «جاذبها» من قبل «الجاذب» الذي كان يُحرّك «المهاتما غاندي». إنَّ ما رأيناه في العالم على الصعيد التاريخي لم يكن سوى تعبير ظاهري عن اضطراب «جاذب» أقل قوة إلى الامتثال إلى القوّة الداخليّة لـ «جاذب» يفوقه قوة.

نستطيع الآن فهم سبب وجود قدر كبير من القوّة في مبدأ كالحبّ. إنّنا نعلم من خلال تجربتنا البشريّة أنّنا بدافع الحبّ قد نفعل أشياء ونتحمّل مخاطر قد تبدو سخيّة من وجهة نظر منطقيّة. إنّنا نعلم على سبيل المثال أنّ إيماءة مسامحة واحدة تستطيع إنهاء حرب مدّتها ثلاثين عامًا، حيث عجزت القوة العسكريّة بأكملها وحتى ملايين الدولارات عن تحقيق شيء. نرى هذا في مسائل الثارات الشخصية. إنّنا نكره أحدهم عمرًا بأكمله على شيء نعتقد باستمرار أنّ قيامه به كان أمرًا معيّنًا وغير منصف، ثمّ في يوم من الأيام بينما نعني بالحديقة، يصدمننا فجأة كم أنّه من المحزن بالنسبة إلى ذلك الشخص كونه محدودًا جدًّا في ذلك الحين. لا بدّ أنّه تصرّف انطلاقًا من خوف شديد جعله على تلك الحال. فجأة يكشف تعاطف الفهم عن «جاذب» قوي، ونكتشف أنّ «الجاذب» الذي يُحرّك القلب هو جاذب أقوى بكثير من ذلك الذي يُحفّز ذكاء الدماغ الأيسر.

في جزء من الثانية يتم على الفور حل ما يصعب إيجاد حل له. لا يتمّ الصفح عمّا لا يُغتفر وحسب، بل نرى أنّه ليس هناك ما نصفح عنه في المقام الأول، باستثناء أنّ ذنب ذلك الشخص كان إنسانيته. ما إن نعترف بطبيعتنا البشريّة المتفردة، حتى يكون من السهل مسامحة الأشخاص الآخرين على طبيعتهم هم. كلما فعلنا هذا أكثر، ازداد سهولة، لأنّنا لم نخلق العديد من العوائق كي نجتازها.

إنّ الهدف ممّا بدا انحرافًا، بات واضحًا جدًّا الآن: ألا وهو إزالة الغموض عن ذلك الذي يبدو غامضًا، وجعل الأمر مفهومًا، والذي كان سيبدو بخلاف ذلك، مجردًا وغير قابل للفهم. إنّ ما نتحدث عنه هو الواقع المطلق. إنّنا نتحدّث عن المذهب العملي بكلّ معنى الكلمة، ونتحدّث عن الواقعية التلقائية ومرونة الأشخاص فائقي النجاح والذين ينجذبون تلقائيًا إلى القمّة استنادًا إلى حقيقة أنّه تمّ سحبهم إلى هناك من

قبل «الجاذب» الذي يُهيمن على وعيهم.

يُمكننا القول إنَّ الوعي هو حقل طاقة يعمل على تفعيل إرادتنا الحرة وتفكيرنا، والذي ليس له نمط تقريبًا. إنَّ حرّية اختيارنا هي أن نُقرر ما هي الأنماط التي سوف تنظّم ما قد يبدو بخلاف ذلك، أشبه بسحابة غبار دوارة عديمة الفائدة، أو ملايين الأفكار التي تتدفق وحسب على نحو عشوائي. نرى أنّ هذه الأفكار، وعلى الرغم من أنّنا اعتقدنا أنّها عشوائية، يتمّ تنظيمها من قبل مبادئ محددة. هناك «جواذب» معيّنة عاملة هنا. عندما نُصبح واعين، نبدأ في الشعور بالفضول. ما هو النمط «الجاذب» الذي يُحرّك كلّ هذه الأفكار الجنونيّة عبر أذهاننا؟ أو ما هو النمط «الجاذب» المسؤول عن نجاح شخص نُقدّره؟

نرى أنّ آليّة الإبداع والمخلوق في حدّ ذاتها تتبع من إمكانات لامتناهية لطاقة لامتناهية. إنّها لا صورية، بل مطلقة وغير محدودة في إمكاناتها. تنشأ هناك سلسلة من «الجواذب» في نمط لترتيب تنازلي للقوّة. تتحكم هذه الأنماط في كلّ ما يحدث داخل مجال تأثيرها، ولا شيء يهرب منها.

يُمكن تشبيه هذا الفهم بالجاذبيّة. من الواضح أنّ ثقالة جسم ثقيل معلق إلى جانب جسم آخر ثقيل، كلاهما معلق بواسطة خيوط، والتي يُمكن قياسها في حصّة فيزياء المدرسة الثانويّة، لا تحصل إلّا ضمن مجال جاذبية كوكب الأرض. سوف تُعطي التجربة نفسها نتائج مختلفة على كوكب المريخ أو القمر، إذ تتمّ الهيمنة على حقل الجاذبية الأقل من قبل حقل جاذبية الأرض ذاتها الأكثر قوة.

إنّ حقل جاذبيّة الأرض هو بكلّ تأكيد انعكاس للعلاقة التجاذبية بين كوكب الأرض والشمس. ثمّ مجددًا، تعتمد المجالات التجاذبية للأرض والشمس على إجمالي المجال التجاذبي للنظام الكوكبي بأكمله. إنّ المجال التجاذبي للنظام الكوكبي في حدّ ذاته معتمد كليًا

على المجالات التجاذبية للكون. لقد تمَّ إخبارنا أنَّ هذا ليس إلاَّ واحدًا من الكثير من الأكوان، فهناك في الحقيقة عدد لا متناه منها. إنَّ كوننا يعكس لا غير، مجالاً تجاذبياً أعظم، يُهيمن على عدد لا متناه من الأكوان من خلال أنماط تجاذبية أكثر قوّة على نحو تسلسلي.

من الواضح أنَّ النمط «الجاذب» الوحيد الذي يُهيمن علينا جميعاً هو النمط «الجاذب» للحياة في حدِّ ذاتها. مثلما أنَّه لا يستطيع أيُّ شيء تقادي تأثير الجاذبية، فإنَّ المبادئ التي نعمل وفقها إمَّا أن تتوافق مع النمط الجاذب للحياة في حدِّ ذاتها أو لا تتوافق. تتبع القوّة من الانسجام مع تلك الأنماط «الجاذبة» المهيمنة والتي هي منسجمة مع ما يدعم الحياة.

يُعطينا هذا النقاش، والذي قد يبدو نظرياً دون السياق الذي نقدّمه فيه الآن، بعض المعايير العملية للغاية كي نقيس بواسطتها ما يجري في حياتنا. تُصبح الحياة حينذاك التجربة التي تتفاعل فيها الأنماط «الجاذبة» هذه. إنَّها تكشف عن نفسها في العالم الحسّي والعاطفي لتجاربنا.

فلننظر الآن إلى بعض الأنماط الجاذبة مستخدمين هذا الإطار المرجعي لزيادة قدرتنا على فهم مدى واقعية وعملية نقاشنا، والذي كنّا نعتقد حتى الآن أنَّه «فلسفي». فلنتناول مفهوماً أو مبدأً في منتهى البساطة والذي يبدو مألوفاً: وهو المودة.

كيف تبدو حياة الشخص الذي يعتقد أنَّه من بعض أهمِّ مبادئ الحياة أن يكون ودوداً ومراعياً للآخرين وما يشعرون به؟ من وجهة نظر ناقدة، قد نقول: إنَّ الجانب السلبي فيها هو أنَّ ذلك الشخص قد يكون رُتماً لطيفاً زيادة عن اللازم، أو أنَّ الشخص يفتقر حسب تفكيرنا في العالم الغربي إلى الصرامة الكافية، ولكن ما هي تجربة حياة الشخص

الداخلية؟ ما نوع العالم الذي يعيش فيه؟ إذا راقبنا هكذا شخص، سوف نجد أن حياته سهلة وناجحة.

إذا كنّا ودودين، سوف يكون الناس عوناً لنا وسوف يمهدون لنا الطريق، وسوف يكون لدينا الكثير من الأصدقاء. من خلال تكوين الكثير من الصداقات سوف نمتلك اتصالات تلقائية مع الأشخاص المناسبين. بدافع المودة، سوف يحرص الناس مع الترحاب على أن يتم توفير هذه الأمور الجيدة في عالمنا. صحيح أننا نقوم أحياناً باستغلال الأشخاص الودودين، ومع ذلك، فإنهم يخلقون مكاناً دافئاً في قلوبنا. إننا ننبي شعوراً بالالتزام تجاههم، والذي سيتجلى عاجلاً أم آجلاً بطريقة إيجابية.

يُذكرني هذا بتلك اللافتة الرائعة التي ظهرت في متاجر «الباشا»، حيث كان هناك جائزة سنوية من أجل الموظف الأكثر لطفاً. تخيل، في عالم ينظر إليه الناس على أنه عالم وحشي قاس يأكل القوي فيه الضعيف، يقوم أحد أكثر المشاريع التي عرفتها نجاحاً بجعل الاعتراف بالموظف الأكثر لطفاً، مبدأً تنظيمياً راقياً، أليس ذلك مذهلاً؟ كانت تلك قصة تجلّى فيها توجههم نحو جعل الزبائن أصدقاءهم. هل كان على صاحب متاجر «الباشا» أن يقلق حيال ولاء الزبائن؟ بالكاد كان عليه. على الرغم من أن أحدهم قد يتسوق من محل بقالة آخر، إلا إنه سوف ينجذب عائداً إلى المكان الذي شعر فيه كما لو أنه في بيته.

أين نشعر كما لو أننا في بيتنا؟ أين نُحب أن نكون؟ إن الأماكن التي نُحب التعامل فيها مع الآخرين هي حيث نشعر أننا في البيت، فالبيت تعبير عن المودة. إن السبب الذي يحملنا على العودة باستمرار إلى المنشآت التجارية نفسها هو شعورنا هناك أننا في البيت نتيجة الألفة. يتم تحقيق الألفة بسرعة في جو من المودة. إذن، فالغاية من وجود

شخص يُلقِي التحيّة عند الباب هو أنّه يجعل بعض الأعمال التجاريّة ناجحة جدًّا.

إنّ النجاح هو عود القصب في الماء. من خلال مراقبة أنماط تفاعل الحياة في حدّ ذاتها، فإنّ كلّ ما علينا فعله هو تثبيت أنفسنا وتركيزها حول مبدأ محدد، وترك الدوامات والتيارات تتشكل حولنا. تدور التيارات، الدوامات، والقوى حولنا على نحو تلقائي وسهل، ولا يتوجّب علينا فعل أيّ شيء. هل يبدو منطقيًّا أن تكون مرهقًا ومتعبًا في نهاية يوم عمل؟ هذا هراء. هل يشعر عود القصب في نهاية اليوم بالتعب من تعديل تيارات المجرى؟ على العكس، يتمّ إحياء عود القصب من قبل عناصر الجدول، وبالتالي، فإنّ أحد الطرق لمعرفة متى نكون ناجحين هي تزايد طاقتنا على امتداد اليوم. نكاد نضطرّ إلى إرغام أنفسنا على الإمساك عن العمل في نهاية اليوم لأننا مولعون كثيرًا بما نقوم به. إننا نقول: «مضى الوقت بسرعة كبيرة، لا يمكن أن تكون الساعة الخامسة بالفعل. أين مضى اليوم؟». بالكاد يلاحظ الشخص صاحب الحياة الحافلة والناجحة تقلّب أوراق التقويم، إذ تمضي السنون بلا عناء، ولا يعرف الشخص الناجح ماهيّة الملل حتّى.

إذا كنّا نطبق هذه المبادئ على الأعمال التجارية، فإننا إلى حد ما في موقع إدراك لما ومن هو مهمّ كي نُركّز عليه في حياتنا العملية اليوميّة. يعجز معظم أصحاب الأملاك والمقاولين والإداريين عن تمييز المهمّ عن غير المهمّ. إنهم يعجزون على وجه الخصوص عن ملاحظة الفارق بين الشخص المهمّ وغير المهمّ إلا من خلال السمعة. إنهم مخدوعون هنا غالبًا لأنّ الشخص الساذج يخلط بين منزلة الشهرة أو كثرة الطلب على الشيء والأهميّة. إنّ ما يحدث غالبًا هو أنّه يتم اعتبار الأشخاص غير المهمّين، مهمّين استنادًا إلى شهرتهم، أو لأنّ عليهم طلب كبير، أو بسبب بريق علامات النجاح الخارجيّة من خلال الرموز المألوفة عالميًا

مثل سيارات «الليموزين»، الألباس، ملابس المصممين، المكنانة، أماكن السكن، أو الألقاب.

لقد حان الوقت من أجل وصف الشخص الناجح حقًا لأولئك الذين لم يلتقوا أبدًا معه. ما لم نكن ناجحين في حد ذاتنا، من غير المرجح أننا صادفناهم أو ميّزناهم. لقد كانوا يدخلون ويخرجون من حياتنا على الدوام، وكل ما هنالك أننا لم نلاحظ من هم.

من خلال فهم المبادئ التي أوجزتها حتى الآن في هذا الفصل، من الواضح أنّ الأشخاص فائقي النجاح يُمكن وصفهم على أنّهم أولاً وقبل كل شيء مسترخون. إنهم يُؤدّون عملهم بسهولة ودون تفاخر، وهم متواضعون، غير متطلبون، وهادئون غالبًا. لا تنخدع، لأنّ هيئتهم قد لا تشي بما هم عليه على الإطلاق وقد تجدهم يقودون سيارة خردة صغيرة. إنهم عادة يبدون كأنهم نكرة تمامًا. إذا كنّا أصحاب حدس، سوف ندرك أنّهم يعملون انطلاقًا من حالة داخلية من اليقين المطلق، وحالة من الثقة التامة بالنفس والبساطة التي لا تأتي إلّا من ذلك المستوى من اليقين، والذي يأتي في حد ذاته من فهم بعض المبادئ التي أوجزناها في هذا الكتاب. إنّ الأشخاص الذين هم في قمة النجاح في العالم والذين هم قلة بصراحة، واعون تمامًا ومدركون لماهيّة المبدأ الفعّال، وبالتالي، يعلمون ما هي النتائج التي سوف تحدث في العالم، فلماذا القلق حيالها؟

إنّ هؤلاء الأشخاص مبدعون للغاية. وهم يعرفون فقط من خلال مراقبة قوانين الكون، دون أن يصفوها بالضرورة على أنّها كذلك، أنّه بمجرد أن يبدأ المرء بدحرجة كرة الثلج إلى أسفل التلّة حتى تجمع تلقائيًا القوّة الدافعة وتُصبح كرة ثلج أكبر. إذا ما المشكلة؟ إنّ النجاح كما قلتُ فوري. تُخبرنا تلقائيًا ومضة المعرفة تلك في لحظة خلق نمط «جاذب»

جديد بالنتائج التي سوف تحدث في العالم. يمتلك الأشخاص أصحاب النجاح العظيم هذه القدرة على تمييز النقطة الحاسمة التي ينبغي التأثير عليها بواسطة النمط.

على سبيل المثال، عُرِضَتْ عَلَيَّ حالة شركة كانت على وشك الإفلاس، وقد عرفتُ مسبقًا من أول مكالمة هاتفية دارت بيننا ما هي مشكلة الشركة بالتحديد، وما الذي يتوجب فعله حيالها. كان الاسم خاطئًا تمامًا. من المحال أن تكون الشركة ناجحة في العالم مع استخدام اسم كهذا. لقد كان الاسم خاطئًا على كل مستوى من المستويات. إنَّ أنواع الترابط غير الواعية التي كان يجلبها إلى أذهان الأشخاص الذين يسمعون الاسم وحده كانت مزعجة. على الرغم من أنني لا أعرف شيئًا عن الشركة، إلا أنني توقعتُ أنهم يبدلون الكثير من الجهد ولا يصلون إلى نتيجة، وقد تجنّبهم الزبائن رُتْمًا كمن يتجنّب البلاء.

لقد تبين من خلال التحقيق أنَّ هذا صحيح، على الرغم من أنَّ المنتج في حدّ ذاته كان ذا نوعية ممتازة، ومطلوبًا، وكان من المفترض أن يلقي رواجًا في كلِّ مكان، إلا أن الشيء الوحيد المطلوب هنا هو تغيير الاسم. كان بإمكانني إخبارهم ذلك على الهاتف في غضون ثمان ثوان. هل كانوا سيصدّقون ذلك؟ كلا. لو كانوا مدركين لحقيقة أنَّ مثل هذه الأمور ممكنة لما اتصلوا بي في المقام الأول، ولذلك كان عليّ الخوض في إجراءات رتيبة وهمية معهم كما لو أنني كنت أعرض الأمر على دماغَي الأيسر وأقوم بتحليله بطريقة كنتُ أعرف أنها سوف تكون مقبولة بالنسبة إلى وعيهم. أعتقد أنني توصلتُ إلى قرار نهائي عظيم يتعلق بتغيير الاسم.

في هذه الحالة، كان الموقف بأكمله فكاهيًا. كان بإمكانني أن أرى أنه لا يزال هناك بعض الشكّ لدى أصحاب الشركة. بالتالي كي أقتنعهم،

قمتُ بإخبارهم أنني قمتُ بالتحقق من الأمر عبر معادلة رياضية متقدّمة في حاسوبي. عند تلك النقطة أصبحوا راضين. «لم أخبرهم أنّ الحاسوب في هذه الحالة كان دماغي الأيمن». لقد باتوا مقتنعين الآن أنّ نصيحتي نابعة من نمط منطقي مقبول بالنسبة إلى دماغهم الأيسر، وبالتالي، قاموا بإحداث التغيير. لم أكن مضطراً حتى لتكلف عناء التحقق مما ستكون عليه النتائج، فقد كانت النتيجة غاية في الوضوح.

هناك نمط طاقة «جاذب» معين في رموز، مقاطع لفظية، ترتيب الأحرف الأبجدية من شأن الارتباطات التي تُكوّنها في اللاوعي أن تجعل النجاح تلقائياً. لقد ابتكرتُ في واقع الأمر وعلى مرّ السنين عدداً من الأسماء التي تجلب النجاح التلقائي. إنّ الأمر متروك لأيّ كان أن يُقرر ماهية المنتجات التي يُريد أن يربطها بها، لأنّ هذه الأسماء تستطيع تسويق أيّ شيء ابتداءً من رقائق النخالة إلى كرات النفطالين إلى منظّفات كرات الجولف.

إنّ سرّ النجاح هو أن تكون فلينة، عود قصب، أو لعبة بلبل تدور من تلقاء قوتها الدافعة. كما نرى فإنّ النمط «الجاذب» يخلق قوة دافعة. إنّ القوّة الدافعة هي التي تحملنا بلا عناء خلال أحداث يومنا الرتيبة والكفيلة بجعل ذهن الشخص العادي مختاراً. مع حلول وقت الظهر نكون قد أنجزنا ما قد يُنجزه غيرنا مع حلول وقت العشاء أو من خلال العمل حتّى وقت متأخرٍ من الليل.

نستطيع إضاءة المدينة من خلال الجري حول كلّ مبنى والضغط على مفتاح التشغيل، أو الجري حول كلّ المربع السكني والضغط على مفتاح التشغيل، أو الجري حول كلّ محطة فرعية والضغط على مفتاح تشغيل جميع المحطات الفرعية. هذا بالضبط هو الحال الذي يعيشه بعض الناس. أو يمكننا أن نضغط على مفتاح المدينة الرئيسي الذي يُنير

كلّ شيء دفعة واحدة. لا يتطلّب فعل ذلك المزيد من الطاقة، بل في الواقع، تتطلب إنارة المدينة دفعة واحدة جزءاً من واحد في المئة تقريباً من الطاقة اللازمة لإنارتها تدريجياً. إنّه أمر سهل ومبهج تخيل المتعة في وضع اليد على المفتاح ومشاهدة المدينة بأكملها تُضاء دفعة واحدة. هذا ما يُفترض أن يكون عليه حال عملنا. لا يفترض بنا أن نجري طوال الليل ونحن نقوم بالضغط على مفتاح تشغيل في كلّ مربع سكني من المدينة. اتّخذ قرارك بالكفّ عن فعل ذلك.

نحن جاهزون للعودة وفهم كيف يبدو الأشخاص فائقو النجاح، المهمون حقاً ولماذا يبدوون على هذه الحال. كما قلتُ سابقاً، حالما نمتلك معادلة الذهب لن يتوجّب علينا بعد الآن حمل كيس منه على أكتافنا. نحن نمتلك المفتاح التلقائي للنجاح، وغالباً لا يتعدى الأمر كونه نزوة، سواء كنّا سنقوم بالتعبير عنه في مجال معيّن أم لا، فلا حاجة بنا إلى إثبات أيّ شيء، وبالتالي، لسنا في حاجة إلى تغطية أنفسنا بالمجوهرات، ولسنا مضطّرين إلى ارتداء ساعة «رولكس»، ولسنا مضطّرين إلى امتلاك سيارة «كاديلاك» من إصدار هذه السنة، وليس علينا اقتناء ملابس المصمّمين، ولسنا مضطّرين إلى امتلاك بدلات بقيمة ألفي دولار.

هذا لا يعني أننا لا نستطيع امتلاكها لأننا نستمتع بها، ولكنّ المنطلق الذي نتصرّف منه مختلف تماماً. قد نرتدي المجوهرات نفسها فقط لأننا نعتقد أنّها جميلة ولأنّها كانت تنتمي إلى جدّتنا، أو لأنها كانت هدايا من أصدقائنا، وقد تُرضي أهواءنا الجماليّة. يكمن الفارق في أنّه عندما يخسر الشخص الناجح بصدق أيّ رمز من رموز النجاح، فإنّه عادة ما يكون غير مبالي نسبياً حيال ذلك. إنّ شعور الخسارة يكون متعلقاً في الأغلب بالقيمة العاطفيّة أو حقيقة أنّه لا يمكن التعويض عنه جمالياً.

إنَّ الشيء الوحيد الذي يعرفه الأشخاص الناجحون حقًا هو أنه في المكان الذي أتى منه ذلك الأمر، يُوجد الكثير منه أيضًا. يعرف الشخص الناجح حقًا أنَّ المكان الذي جاء منه ذلك الشيء غير محدود وغير متناه. من أجل ذلك السبب، قد يبدو الشخص ساذجًا بعض الشيء. لا يبدو أنَّ جنون الارتياب الموجود في عالمنا حيال حماية وحراسة ممتلكات الشخص وحبَّ الامتلاك يُهيمنان عليه، ولذلك قد يبدو أنه غير مبال نسبيًا، ويبدو غاية في التواضع لأنه لا حاجة به إلى إبهار أحد، وأحيانًا يمتلك نظرة الأستاذ شارد الفكر.

إذا رأيت شخصًا يدخل إلى مشروع تجاري ولديه ما أسميه «نظرة ألبرت أينشتاين»، فإنني سوف أوليه اهتمامي على الفور، أمَّا أولئك الذين يدخلون مع إحساس المطالبة، التكبر، وموقف المتغرس المغرور أو المتحفظ، فإنهم على الأغلب سوف يكونون مُشكلين. مع هذا فإنَّ هؤلاء الأشخاص هم من يعتبرهم معظم أصحاب الأملاك أشخاصًا مهمين. غالبًا ما يندرج مثل هؤلاء الأشخاص في نسبة الخمسة في المئة التي أعتبر أنه من الضروري التخلّص منها في كل عمل تجاري. إنَّ نسبة الخمسة في المئة التي تتسبب في 95 في المئة من المشكلات تبدو هكذا في أغلب الأحيان.

لقد حظيتُ بفرصة الترعّع حول عدد من الأشخاص فائقي النجاح. لاحظتُ أنَّ النساء كنَّ يرتدين ملابس تعوزها الأناقة في أغلب الأحيان، فقد كنَّ يشترين غالبًا ملابس مُتَّ خياطتها بإتقان، ثمَّ يرتدينها إلى الأبد. كنَّ يذهبن في كثير من الأحيان إلى الكنيسة بسيارة قديمة. تلك كانت سمات بعض أغنى الأشخاص في العالم الذين كنتُ أعرفهم على صعيد شخصي. كانوا غير بارزين، وغير متطلّبين نسبيًا، يقودون سيارات عادية، ويدخرون رموز النجاح لعرضها فقط حين تكون ملائمة أو تتطلّبها المناسبة في حدّ ذاتها.

على سبيل المثال إنَّ سيارة الليموزين الطويلة تتطلَّبها المناسبة إذا كانت زيارة رسمية. إنَّ المناسبة في حدِّ ذاتها هي التي تتطلب ذلك وليس الشخص، بالتالي سيكون من غير اللائق الحضور بسيارة اقتصادية عمرها عشر سنوات تمَّت قيادتها طوال الأسبوع إلى مناسبة رسمية. إنَّ الفارق هو أنَّ مثل هذه الرموز ليست ضرورية، بل يتمُّ النظر إليها فقط باعتبارها تسلية، مجاملات، تفصيلات، وسائل راحة. لا حاجة لأن تكون مغرورًا، تمامًا مثلما أنَّ الشخص الواثق والمتيقن من رجولته لا يشعر أنَّ عليه ملاطفة كلِّ امرأة.

تأتي الثقة بالنفس من المعرفة المطلقة بأنَّ ما نحن منسجمون معه هو نمط «جاذب» قوي، ولذلك، ليس علينا القلق حيال النتائج. يتمُّ التمسك بالمظاهر في إطار ما من الضروري أن يكون ملائمًا، عمليًا، ولطيفًا تجاه الآخرين.

شعر العديد من أغنى الأشخاص في العالم الذين كنتُ أعرفتهم أنه من غير اللائق أن تكون مُتفاخرًا في إظهار الثروة، لأنَّ ذلك يخلق الحسد، الانزعاج، العدا، والغيرة عند الآخرين. يتمُّ تقدير الأشياء باهظة الثمن نظرًا إلى قيمتها الجوهرية، وليس بسبب قيمتها كرموز للمكانة. إنَّ الأشخاص الناجحين حقًا يُدركون ما تعنيه رموز النجاح بالنسبة إلى الآخرين، ولكن لا تتحكَّم بهم هذه الرموز وهم في معظم الأحيان ساذجون جدًّا في المسألة. إنَّ قوائم «الدارج» و«غير الدارج» في المنشورات الاجتماعية طرفة بالنسبة إليهم، فقد كانوا دائمًا ضمن «الدارج» وسيبقون دائمًا ضمن «الدارج».

بصراحة، إنَّ السبب الوحيد في عدم ارتداء حذاء قديم في حفلة معيَّنة هو أنَّ الآخرين سوف يشعرون بالإهانة، وسيشعرون أننا لا نُقدِّرهم إذا لم نُقم بارتداء حذاء ذي سعر أعلى. في المقابل، قد يكون لدينا حذاء

باهظ الثمن نرتديه طوال الوقت، وحتى في أعمال البستنة، لأننا نُحِبُّ ليونة ونعومة الجلد وجمال مهارة الصنعة.

إذا نظرنا إلى بعض حقائب اليد الحالية، على سبيل المثال، سوف نلاحظ أنّ بعضها غير جَذاب إلى أقصى حد، والسبب الوحيد الذي يجعل الناس تشتريها هو وجود اسم مُصمّم مشهور عليها والجميع سوف يُدرك أنّهم دفعوا الكثير من المال عليها. جوهرياً إنّ الحقيبة بغیضة بالطبع، تماماً مثلما أنّ التّوّرة قصيرة الطول ليست ملائمة لجميع النساء. يستطيع المرء المشي طوال اليوم مع وجود بقعة على وجهه، على الرغم من ذلك، قد يتسبب ذلك نوعاً ما بمشكلة للشخص، أليس كذلك؟ إنّ الحياة صعبة كفاية دون التصرف على نحو سلبي، والعالم ليس في حاجة إلى قيامنا بترويج الجانب السلبي. إذا كان الشخص يمتلك صوتاً مزعجاً فمن غير الحكمة أن يقوم بالغناء بصوت مرتفع في الكنيسة، بل أن يقوم بالمهمة بصوت منخفض يكاد يكون أخفض من نفسه، وليس انطلاقاً من الشعور بالذنب، العار، أو الإحراج، وإنما من الاحترام المطلق لجمال المكان والمناسبة. إنّ الخلاف الأساسي حول عدم الملائمة هو أنّها تفتقر إلى المحبة والاهتمام ومراعاة الآخرين والجمال واللفظ.

إنّ الصفة الأخيرة للشخص الناجح حقاً، والمتفوق هي التناسق الشامل. حتّى إنّ جهلهم الساذج أو حماقتهم تحدث داخل سياق إجمالي من التناسق، كما لو أنّهم يعرفون على نحو غير واع متى يكون الوقوع في موقف محرج متناسقاً. إنّ هذا الارتباك هو ما يريح الأشخاص الآخرين.

إذا راجعنا حياتنا فكم عدد المرات التي تظاهرنا فيها فجأة أنّنا نسينا أمرًا ما، أو أنّنا حائرون أو شيء من هذا القبيل، وكان السبب الوحيد

في فعلنا ذلك هو أن نُريح الشخص الآخر؟ لقد كان ذلك المنطلق الذي عملنا منه جيداً. إنَّ مراعاة الآخرين تجلب معها التناسق العفوي، وامتلاك ذلك يعني أن تكون مثل الفلين في الماء، أمَّا عدم امتلاكه فيعني أنَّك غارق.

الفصل الثاني عشر

الفائز على نحو سهل

ليس النجاح شيئاً نحوزه ولا أمراً نفعله. إنه النتيجة التلقائية لما نحن عليه. وفقاً لذلك، إنَّ المكان الذي يجب علينا أن نبحث فيه هو داخل أنفسنا وليس خارجها في العالم. إذا كان المجال الجاذب (أ ب ج) هو الذي يُفضي إلى (أ) تُسبب (ب) تُسبب (ج)، فسندرك أنّ الذي يجعل النجاح بعيد المنال، هو أنّ الجميع يبحثون خارج أنفسهم ويُحاولون التلاعب بالعالم دون أن يعرفوا أين يبحثون. إنّ حياتنا وما نُحققه ليسا سوى حصيلة لما نحن عليه حقاً داخل أنفسنا. إنّ هذه الحقيقة هي ما يجعل عملنا سهلاً.

فلنعد إلى تشبيه عود القصب في الماء. من خلال وضع مسحوق بودرة «التالك» على الماء، نستطيع أن نرى التغيّر الكلي في نمطها. بمجرد وضع عود القصب في مسار الجدول. على نحو مشابه في توجيه السفينة، إذا قمنا بتغيير اتجاهنا درجة واحدة فقط على البوصلة، فسوف نكون خلال بضعة أيام على بعد مئات ومئات الأميال عن المكان الذي كنّا سنصل إليه لو لم نقوم بتحويل المسار ذاك القدر الضئيل، بالتالي فإنَّ

تحولاً طفيفاً في السلوك الداخلي يمكن أن يكون له نتائج ضخمة في حياتنا.

إنّ مما ييسر التحوّل بسهولة من الفشل إلى النجاح، أو من النجاح إلى النجاح العظيم، أو من النجاح العظيم إلى النجاح الساحق هو وجود آليّة تغذية راجعة تلقائيّة تنشأ عند قيامنا بتحول في سلوكياتنا الداخليّة حتّى أبسطها. إنّ آليّة التغذية الراجعة هذه تعني أنّ طاقاتنا تُصبح متجدّدة. تتمّ مكافأتنا على جهودنا بحيث تُصبح العمليّة بأكملها تجلياً مبهجاً وممتعاً لاكتشافات جديدة. ندرك السرور الداخلي لمراقبة أنفسنا نمو ونزدهر. تتضمن هذه العمليّة بأكملها بعض أنواع الفهم والخطوات البسيطة.

إنّ الفهم الأول الذي من المهمّ جدّاً استيعابه هو: إنّنا نُعزز في داخل أنفسنا الأمور ذاتها التي نُعززها لدى الآخرين. يمتلك هذا العامل التحليلي تأثيرات هائلة. إذن فالاستنتاج الواضح الذي نستقيه هو مبدأ الدعم المتواصل لما هو إيجابي لدى الآخرين. نحن نقول إنّ بعض الأشخاص سلبيون وبعضهم الآخر إيجابيون، كما لو أنّ الأمر كان محض صدفة، مع أنّه ليس صدفة على الإطلاق. إنّ الإثبات القابل للملاحظة بسهولة على الحقيقة التحليلية التي تقول إنّنا نُعزز في داخلنا الأمور ذاتها التي نُعززها لدى الآخرين. إذا استمعنا إلى محادثات الناس، سوف نسمع بعضهم ينهمكون في القيل والقال، واصفين ما استطاعوا الحقائق السلبية جميعها في حياة الآخرين، أو في أحداث العالم. إنّ ما لا يُدركونه هو أنّهم يقومون بإعادة تعزيز الأمور نفسها داخل أنفسهم.

عندما كنتُ صغيراً كان لديّ جدّة يصفها الجميع بأنّها قديسة. أتذكّر أنّها كانت تقول: «إذا لم يكن لديك شيء جيد تقوله عن أحدهم، فلا تقل شيئاً على الإطلاق». لقد حيرني هذا مدة طويلة. فقط عندما

أصبحت لدي خبرة سريرية بعد عدة سنوات من ممارسة العلاج النفسي، حيث تسنى لي رؤية نتائج هذه المبادئ في الحياة العملية، بدأت أفهم ما كانت تعنيه.

هل نثق حقًا بالأصدقاء الذين ينهمكون في القيل والقال؟ كلا، إننا لا نثق بهم. إنهم ليسوا بالأشخاص الذين نأتمنهم على أكثر أسرارنا خصوصية، لأننا نعلم أنه حالما نغادر طاولة العشاء سوف نُصبح مدار الحديث. بالتالي، فإن أحد مبادئ النجاح الرئيسيّة هو أن نكون جديرين بالثقة حتى يكون لدى الناس ثقة فينا وفي نزاهتنا. إنهم في حاجة إلى أن يعرفوا أننا سوف نحفظ أسرارهم ونحمي سمعتهم. في الحقيقة، إننا ندعم سمعتنا من خلال دعم سمعتهم. اكتشفتُ في وقت مبكرٍ من حياتي، ورُتِّمًا بسبب ما قالته جدّتي أو مَنْ يعلم ما هي الأسباب الأخرى، بهجة دعم نجاح الآخرين والمساهمة في رفاهيّتهم وسعادتهم. عندما نفعل هذا، نجد أنه يُصبح واحدًا من أعظم مصادر السرور والرضا في حياتنا.

ذلك هو المبدأ التالي: علينا أن ندعم نجاح الآخرين بكل وسيلة ممكنة. هذا يعني الاعتراف بنجاحات الآخرين والإقرار بها، الأمر الذي يتولى تعزيزها، وليس فقط لدى هؤلاء الأشخاص، بل لدينا نحن كذلك. إن هذا لا يعني التملق المخادع، إنّما يعني قيامنا بصدق بتقدير الصفات الإيجابية لدى كل مَنْ نلتقيه، بمن في ذلك موظفي المتجر، طاقم النُدل، ورجال الأعمال الآخرين، الأقارب، الأصدقاء، الضيوف، المعارف العابرين، والأشخاص الذين لم نقض معهم سوى لحظات قليلة خلال اليوم. إنه تمرين ثمين وتعلّم لإدراك ما هو إيجابي والانتقال إلى اختبار الحياة من ميدان مختلف.

يقودنا هذا أيضًا إلى سلوك «العطاء» عوضًا عن «الكسب». يُدرك

كُلُّ مَنْ حَوْلَنَا إِنْ كُنَّا مَعْطَائِينَ أَمْ مُتَطَلِّبِينَ. إِنَّهُمْ يَتَفَاعَلُونَ عَلَيَّ نَحْوَ غَيْرِ وَاوَعٍ وَبِطَرِيقَةٍ مُخْتَلِفَةٍ تَمَامًا مَعَ الْمَوَاقِفِ الْمُتَنَوِّعَةِ. إِنَّنَا نُدْرِكُ عَلَيَّ مُسْتَوَى وَاوَعٍ أَوْ غَيْرِ وَاوَعٍ، أَنَّهُ هُنَاكَ مِنْ أَتَى كَيَّ «يَحْصِلُ» عَلَيَّ شَيْءٍ مِنَّا. نَحْنُ عَلَيَّ أَهْبَةُ الْإِسْتِعْدَادِ، حَذِرُونَ، مَقَاوِمُونَ. إِنْ كَانَتْ حَتَّى الْحَيَوَانَاتِ مُنْخَفِضَةُ الرَّبَّةِ تَسْتَطِيعُ كَشْفَ هَذَا، فَلَنَا أَنْ نَكُونَ وَاثِقِينَ مِنْ أَنَّ الْبَشَرَ وَالَّذِينَ هُمْ أَكْثَرُ تَطَوُّرًا يَكْتَشِفُونَهُ هُمْ كَذَلِكَ.

إِنَّ الْعَدِيدَ مِنَ الْأَشْخَاصِ مَقَاوِمُونَ لِسُلُوكِ الْعَطَاءِ لِأَنَّ لَدَيْهِمْ مَعَادِلَةً تَقُولُ: عِنْدَمَا تُعْطَى فَهَذَا يَعْنِي أَنْ تَخْسِرَ. إِنَّهُمْ لَا يَفْهَمُونَ آيَةَ التَّغْذِيَةِ الرَّاجِعَةَ، وَلِذَلِكَ لَا يَمْنَحُونَ الْمَحَاوِلَةَ زَمَنًا يَكْفِي لِكِتْشَافِ أَنَّ نَسْتَعِيدُ أَكْثَرَ مِمَّا نُعْطَى. إِنْ النِّجَاحُ يَمِيلُ إِلَى تَضْخِيمِ نَفْسِهِ تَلْقَائِيًا، وَهُوَ شَبِيهِ بَكْرَةِ الثَّلْجِ، مَا إِنْ تَبَدَّأَ فِي الدُّورَانِ حَتَّى تَجْمَعُ الْقُوَّةَ الدَّافِعَةَ وَالْحِجْمَ فِيمَا تَتَدَحَّرُجُ بِلَا عَنَاءٍ نَحْوَ أَسْفَلِ التَّلَّةِ. فِي كُلِّ مَرَّةٍ نَخْلُقُ فِيهَا شَعُورًا جَيِّدًا لَدَى الْآخَرِينَ، يَشْعُرُ أَوْلَثُكَ بِالْإِمْتِنَانِ وَيَطَوَّرُونَ مَوْقِفًا إِيْجَابِيًّا تَجَاهُنَا، الْأَمْرَ الَّذِي يُغَيِّرُ طَبِيعَةَ حَيَاتِنَا بِالْكَامِلِ.

نَحْنُ نَقُولُ إِنَّهُ يَبْدُو أَنَّ بَعْضَ النَّاسِ يَعِيشُونَ حَيَاةَ رَائِعَةٍ، وَلَكِنْ نَنْسَى أَنَّ هَذَا نَاتِجٌ عَنِ أَنَّهُمْ تَحْمَلُوا الْمَصَاعِبَ كَيَّ يَكُونُوا رَائِعِينَ مَعَ الْآخَرِينَ. تَأْتِي هَذِهِ الرُّوعَةُ مِنْ مَوْقِفٍ دَاخِلِيٍّ يَتَصَفَّ بِأَنَّهُ لَيْسَ انْتِهَازِيًّا، أَوْ تَلَاعِيًّا، أَوْ يَهْدَفُ الْكَسْبَ، بَلْ هُوَ الْإِنْعِكَاسُ الْحَقِيقِيُّ لَطَبِيعَةِ الشَّخْصِ.

مِنْ أَجْلِ فَهْمِ هَذِهِ الْمَيِّزَةِ، لَا تُسَدُّ «مَعْرُوفًا» أَبَدًا إِلَى الْآخَرِينَ. لِمَاذَا؟ لِأَنَّ إِسْدَاءَ الْمَعْرُوفِ هُوَ فِي الْحَقِيقَةِ غِشٌّ، فَهُوَ صَفْقَةٌ نَتَوَقَّعُ فِيهَا شَيْئًا كَمَقَابِلٍ. إِذَا شَعَرْنَا بَعْدَ أَنْ قَمْنَا بِعَمَلِ شَيْءٍ مَا لِأَحَدِهِمْ أَنَّهُ مُلْزَمٌ، عِنْدَهَا نَكُونُ قَدْ فَوَّتْنَا الْمَغْزَى بِأَكْمَلِهِ، فَالْعَطَاءُ يَعْنِي عَدَمَ تَوَقُّعِ شَيْءٍ فِي الْمَقَابِلِ.

إِنَّ الْعِبَارَةَ الْأَخِيرَةَ هَذِهِ ذَاتُ أَهْمِيَّةٍ مُصِيرِيَّةٍ. سَوْفَ نُلَاحِظُ بِسَهُولَةٍ أَنَّ مَا يُحَاوَلُ النَّاسُ فَعَلَهُ حَقًّا هُوَ الشِّرَاءُ مِنَ الْآخَرِينَ وَتَوْرِيْطُهُمْ فِي

الدين: «لقد فعلتُ هذا من أجلك، عليك الآن أن تقوم بهذا من أجلي». ينتهي هذا التلاعب، المقايضة، موقف المساومة بالاستياء حيث نسمع غالبًا: «بعد كل ما فعلته من أجله». يتولّد عن هذا إمّا الشفقة على الذات أو الاستياء، وهو يقود حتمًا إلى الفشل.

عندما نفعل أمرًا ما لأحدهم بصدق، ونفعله دون توقّع مقابل بأيّ شكل، حتّى الاعتراف أو الإقرار به، إنّما نقوم به انطلاقًا من الاهتمام بغيرنا من البشر، لأننا نُساهم في جودة الحياة في حدّ ذاتها. هذا هو السرّ الذي يكتشفه الشخص من خلال الفهم العميق الذي يقول: عندما ندعم الحياة فإنّها تدعّمنا في المقابل. من المؤكّد أنّ هذا الأمر يبدو فلسفيًا، ولكنّه الحقيقة البديهية التي نستطيع الوصول إليها فقط من خلال الملاحظة والتجربة.

إنّ التمرين البسيط الذي يقود إلى هذا الإدراك، والذي يستطيع فعله كلٌّ من هو مهتمّ بأن يُصبح ناجحًا حقًا في الحياة اليومية هو التالي: في زحمة المرور دع الآخرين دائمًا يمرّوا قبلك. يبدو ذلك جنونيًا نوعًا ما، أليس كذلك؟ ضمن ذلك التمرين تكمن القوّة السريّة الخفيّة في أن تُصبح شخصًا ناجحًا. عندما تُمارس هذا الأسلوب سوف نكتشف في نهاية المطاف متعة أن نُصبح أشخاصًا مهذّبين حقًا. ماذا تعني كلمة مهذب؟ إنّها تعني فقط أن ندعم حياة الآخرين وسعادتهم. سوف نتحول من الإشباع قصير الأجل لرغبتنا في إعاقة الآخرين إلى النقلة الداخلية طويلة الأمد في الوعي والتي تنبع من دعمنا لهم.

ما الذي يحدث نتيجة التدرّب على هذا؟ في البداية سوف يبدو الأمر صعبًا ومحرجًا، إلّا أنّه مع مرور الوقت، سوف يُفضي إلى سرور بالغ الرقة. إنّ ذلك السرور هو اختبار مستمرّ لحقيقة أنّنا أصبحنا أناسًا من نوع مختلف. يقودنا هذا إلى إدراك أنّ إشباع الرغبة عابر

وخاطف، في حين أن السرور طويل الأمد ودائم.

ينتهي الأمر بنا أيضًا إلى أن نُحب أنفسنا أكثر. إن هذه المحبة ليست أنانية، تكبرًا، أو تمرکزًا حول الذات، وإنما هي الوعي أننا ننتقل إلى التناغم مع اختبار الحياة من مبدأ مختلف تمامًا. إن ترك الآخريين يمرّون قبلك في زحمة المرور يعني أنك رؤوف، وكلمة رؤوف تعني أنه لدينا أكثر مما يكفي لأنفسنا وأنه لدينا الآن بعض ما نُقدمه إلى الآخريين.

بالطبع نستطيع أن نكون ذلك الشخص في زحمة المرور. إن النتيجة معروفة مقدّمًا، أليس كذلك؟ يستطيع أيّ واحد منا أن يكون وقحًا ويضغط على دواسة الوقود، ولا يتطلّب ذلك شيئًا على الإطلاق. هذا هو السبيل المألوف الذي يُوصل الشخص إلى الفشل لأنه يعمل على مستوى الريح والخسارة. كما قلنا، إننا نجلب إلى حياتنا الأمور ذاتها التي ندعمها في العالم. لذلك إذا دعمنا مبدأ الريح والخسارة، فإننا بذلك ندعم الخسارة، ألسنا كذلك؟ إذا سمحنا للآخرين بالعبور أثناء حركة المرور، فسوف نخبر أنفسنا على أننا كرماء. نلاحظ أن الآخريين قد لوّحوا لنا تعبيرًا عن شكرهم، وتُصبح حياتنا مليئة بالامتنان ومبدأ فليريح الجميع لأن هذه هي المبادئ التي نحميها ونحيا من خلالها.

إنّ التمرين السهل التالي والذي له آثار عميقة على طبيعتنا الداخلية بأكملها هو: قم بإطعام الطيور البرية. نعم، إنه بهذه البساطة. دون فشل، علينا أن نحرص بالتأكيد على وجود طعام متاح للطيور حتّى إذا كنا نعيش في شقّة. هناك منصّات إطعام الطيور التي نستطيع وضعها على الحافة الخارجية للنافذة أو تلك التي يُمكن إلصاقها على الزجاج. يوجد أماكن في الحديقة حيث تتجمّع الطيور. مهما كانت الوسائل، لا بدّ لنا من العثور على طريقة ما من أجل دعم الحياة البرية حولنا، حتّى وإن كانت في قلب مدينة كبيرة. بالإضافة إلى ذلك، أيّ كانت الممتلكات

التي قد نملكها أو نتحكم بها، علينا أن نمنع قتل الحيوانات البرية، حتى ولو اضطررنا إلى جلب أفخاخ مؤسستي «أنقذ حياة» «Save a Life» أو «كن رحيماً» «Have a Heart».

أما التمرين التالي فهو أن تزرع دائماً شيئاً ما في المكتب، الشقة، البيت، أو الحديقة. يُمكن أن يكون هذا الشيء طماطم، أو نبتة «البونساي»، أو نبات صبار صغير، أو مهما كان الذي يُرضي هوانا. ينبغي أن يكون شيئاً تتحمّل مسؤولية شخصية تجاهه، حتى وإن كان مجرد سقاية زهرة «إبرة الراعي» المزروعة في وعاء معلق على النافذة.

من خلال كلّ الذي سبق، من الواضح أنّ مسألة تحقيق النجاح تتعلق بأن تُصبح حسّاساً، فطناً، ومُدركاً. خلال عملية انتقالنا إلى الوعي، وعملية توسيع مجال رؤيتنا الفعلي، سوف نلاحظ أنّ السبب في كون معظم الناس غير ناجحين هو أنّهم عاجزون عن أن يروا بكل معنى الكلمة.

لقد مررنا جميعاً بتجربة الدخول إلى مكان تجاري حيث يُوجد الكثير من أوجه القصور الصارخة. إنّنا نسأل أنفسنا: كيف لهم أن يكونوا غافلين إلى هذا الحد؟ كيف أمكنهم توظيف مثل هذا الموظف الذي يجعلهم يخسرون تجارتهم يمنة ويسرة؟ كيف لهم توقع أن يتناول الزبائن الطعام في هذا المطعم حيث الأرضية متسخة والجدران في حاجة إلى طلاء؟ كيف لهم أن يتوقعوا منا أن نتنظر في الصف في مشروعهم التجاري في حين لا يتوفر حتى كرسي نجلس عليه؟ كيف يتوقعون منا أن نتسوّق ونُمنّي تجارتهم في حين لا يكلفون أنفسهم عناء عرض أوقات العمل كي نعرف متى يفتحون أبوابهم؟ كيف لهم أن يتوقعوا منا العثور على مكانهم عندما لا يكون هناك حتى عنوان على الواجهة؟

إنّ جميع هذه الأمور ما هي إلا مسائل تتعلق بالملاحظة البسيطة،

أليست كذلك؟ على الرغم من ذلك، فإن أصحاب الأعمال التجارية ببساطة لا يرونها.

تسمح لنا التمارين التي وصفتها في هذا الفصل أن نفتح أعيننا تدريجيًا كي نتمكن من رؤية إجابات على العديد من المعضلات في حياتنا والتي بدت من قبل مستحيلة الحل. سوف نكتشف أن الإجابات على جميع الأسئلة موجودة مسبقًا، فحلول جميع المشكلات التي يواجهها العالم موجودة مسبقًا وهي في انتظار الاعتراف بها لا غير.

منذ سنوات تم ترشيحي لتولي عضوية ما كان على الأرجح واحدًا من أهم النوادي الحصرية الخاصة في «الولايات المتحدة الأمريكية». كان حصرًا إلى درجة أن الصحافة وعمامة الناس لم يكتشفوه أبدًا. كان مجلس الإدارة مؤلفًا من بعض أكثر الأشخاص نجاحًا ونفوذًا في البلاد، وكي يصبح عضوًا يتوجب على المرء زيارتهم مع كفيل ويخضع لمقابلة شخصية مع كل عضو من أعضاء مجلس الإدارة. هذا يعني قضاء يوم كامل في مدينة «نيويورك»، والانتقال من مكتب مرموق إلى آخر من خبراء «وول ستريت» الماليين، رؤساء مصارف البلد، والمحركين والمسيطرين الحقيقيين على العالم الذين لا تظهر أسماؤهم أبدًا في عناوين الصحف الرئيسية.

بينما كنت أنتقل من مقابلة إلى التالية، أصبحت أكثر وأكثر ارتياحًا. إن الصفات التي أظهرها جميع هؤلاء الأشخاص دون استثناء واحد هي أنهم ودودون، رؤوفون، لطفاء ويسهل الحديث معهم على نحو لافت للنظر. قام كل واحد منهم بفعل المستحيل كي يجعلني أشعر بالراحة فيما كان سيكون لولا ذلك، موقفًا حرجًا. كان في استطاعة كل واحد منهم أن يتلاعب بي مئات المرات، إلا إنهم عاملوني بتكافؤ

بالغ الدقة. فيما كان اليوم يمرّ وأنا أنتقل من مؤسسة «J. P. Morgan Trust» المصرفية إلى شركة «E. F. Hutton» للوساطة المالية إلى مصرف «Citibank»، إلى مؤسسة «Rockefelle Foundation» الخيرية، أصبح اليوم أكثر وأكثر متعة.

بينما كنا عائدين إلى البيت في تلك الليلة وجدت نفسي أقول لكفيلي: «أتعلم شيئاً، إنّ الأمر المثير للدهشة هو أنّ هذا أحد أكثر الأيام متعة والتي سبق وعشتها في حياتي». كان كل شخص من الذين أجريت مقابلات معهم مدرّكاً تماماً لعدم الراحة التي قد تكون لدى العضو الجديد إبان تمحيصه من قبل مجلس الإدارة، كما بذل كل واحد منهم جهده لإصلاح ما قد يكون مدعاة للقلق، وبالتالي، أظهروا المهارة التي تتماشى مع النجاح: ألا وهي القدرة المرء على وضع النفس في مكان الشخص الآخر والتصرف كما ينبغي انطلاقاً من الرأفة. إنّ النجاح هو شعورنا بالرضا عن أنفسنا، ثمّ مشاركة ذلك الشعور الجيد مع الآخرين، الذين يشعرون بالتالي بالرضا عن أنفسهم.

بعض الناس يقولون: «لا أستطيع فعل تلك الأمور لأنني جبان، خجول، وانطوائي». عندما ننظر إلى الأمر نستطيع الآن أن نرى أنّ هذه الصفات تنبع من عدم شعور المرء بالرضا عن نفسه. سوف يُساعد التمرين الذي وصفته هؤلاء الأشخاص في تجاوز هذه الصفات بمهارة وسهولة دون الشعور بالإحراج أو الحاجة إلى الانضمام إلى نادي الخطابة.

لم يكن أحد خجولاً، جباناً، ورعديداً أكثر مني عندما كنتُ صغيراً. لم أكن أستطيع التحدّث على الملأ. كنتُ أخاف من الحفلات، وكان الأمر يستغرق ثلاثة أسابيع كي أستجمع قواي وأطلب من فتاة أن تخرج معي في موعد. على الرغم من ذلك، فإنّ عادة الاستمتاع

بمساعدة الآخرين على أن يُصبحوا ناجحين والتي طورتها، كانت هي الرافعة التي راحت تُغيّر كل شيء.

أذكر المرة الأولى التي كنتُ فيها في برنامج «باربارا والترز»، وبينما كانت تُحاورني رحّتُ أتذكر اليوم الذي حاولتُ فيه إعطاء محاضرة عن تقنية محدّدة لطالبتني تمرّض. كان عليّ أن أختصر لأنّ صوتي خذلني في حقيقة الأمر. كنتُ غير قادرٍ على المتابعة. لم يكن مصدر السرور فيما كنتُ أتحدث إلى «باربارا» هو وجودي في برنامج مشهور، وإنما كان مصدره هو أنّي كنتُ أختبر نفسي كشخص قادرًا على فعل ما كنتُ أفعل، على ضوء ما كنتُ عليه. لقد هزمتُ مخاوفي، وكان ذلك هو مصدر السرور الحقيقي. كانت «باربارا» هي الأخرى ودودة جدًا تحت الهواء، هذا ما يتوقّعه المرء من شخص على درجة نجاحها.

تكمن القدرة على تحقيق النجاح في داخل كلِّ منّا. يستطيع أيُّ واحد منّا جعل الآخرين يشعرون بالرضا حيال أنفسهم. من خلال فعلنا ذلك، نبدأ في الشعور بالرضا حيال أنفسنا. يبدأ هذا بتنظيف بوصلتنا وتغيير اتجاهها إيجابيًا وباطراد إلى حيث يكون النجاح مجرد نتاج تلقائي لما قد أصبحنا عليه. إنّ النجاح كالسعادة. سوف نجد أننا لا نستطيع تحقيق السعادة من خلال السعي جاهدين «كي نكون سعداء». إنّ السعادة هي النتيجة التلقائية للعيش بطريقة مُعيّنة، وكوننا مع ذواتنا بطريقة مُعيّنة، وامتلاك إدراك مُعين.

إنّ أحد أكبر أسرار النجاح هو أننا لا نستطيع تحقيقه من خلال السعي إليه. إنّ النجاح كالسعادة، إنّ النتيجة التلقائية لما نحن عليه، ما أصبحنا عليه، ونتيجة توجّهاتنا الداخلية. عندما نُصبح شخصًا من نوع بعينه، سيكون النجاح عفويًا إلى درجة أنّه لن يكون لدينا أدنى اهتمام به. إنّ مثل الهواء الذي نعتبره بالتأكيد أمرًا مفروغًا منه. نحن لا نقلق

حيال الحصول على قدر كاف من الهواء، أليس كذلك؟ يتمّ دائماً تقديم المقدار الكافي من الهواء. إِنَّهُ التّسليم التام. إِنَّهُ «شيء مؤكّد».

إنّ الحال هو نفسه مع النجاح، هذا هو السبب الذي يجعله حليفك.

مكتبة الرّمى أصم

شكر وتقدير

يعود الفضل في وصول كتاب النجاح هو لك إلينا إلى تفاني «سوزان هاوكينز» في جعل أعمال زوجها الدكتور «ديفيد هاوكينز» متاحة لأوسع شريحة ممكنة من الجمهور. بقيت «سوزان» مخلصلة لالتزامها بأن تكون مشرفة على كل ما كتبه «الدكتور هاوكينز» وحاضر عنه خلال حياته، ولهذا السبب، ندين لها بالكثير من الامتنان.

نُقدّم وافر الشكر إلى «والي» و«كاثي آرنولد» على تطبيقهما للمبادئ المذكورة في هذا الكتاب ضمن عملهما التجاري الخاص، وعلى رغبة «والي» في أن يُشاطرنا تجاربه الشخصية مع الدكتور هاوكينز. قدّمت «توبي فرانك» الكثير من أجل إتمام هذا الكتاب من خلال مراجعتها الدقيقة للمسوّدة، إنّ إسهاماتها لا تُقدّر بثمن. كلّ الشكر إلى «فران غريس» على تلخيصها لحياة الدكتور هاوكينز المهنية وملاحظاتها المفيدة، والشكر موجّه أيضاً إلى «باتي توبل» على مساعدتها.

عن المؤلف ملخص عن السيرة الذاتية

كان الدكتور ديفيد هاوكينز «1927 - 2012» مشهورًا كطبيب، معالج، كاتب، محاضر، وباحث في مجال الوعي. بعد خدمته في القوات البحرية الأمريكية، تخرّج من كليّة «ويسكونسن» للطب في عام 1953. عاش على مدى خمس وعشرين سنة التالية في مدينة «نيويورك»، حيث أفضى عمله الريادي كطبيب نفسي إلى اكتشافات سريريّة عظيمة، خصوصًا في علاج مرض انفصام الشخصية وإدمان الكحول. لقد تمّ نشر نتائج أبحاثه على نطاق واسع في المجلّات الطبيّة، العلميّة، والنفسية. نظرًا لكونه المدير الطبي لمركز الصحة النفسية في شمال «ناساو» (1956 - 1980) ومدير الأبحاث في مشفى «برونسويك» (1968 - 1979) في جزيرة «لونغ آيلاند»، وقد حظي بالخبرة الأوسع في مدينة «نيويورك».

في عام 1973 شارك الدكتور هاوكينز مع «لينوس باولنغ» الحائز على جائزة نوبل في الكيمياء في تأليف كتاب «الطب النفسي المقوم

مكتبة الرضى أصد

للجزيئات» Orthomolecular Psychiatry، مستهلاً بذلك حقلاً جديداً ضمن الطبّ النفسي، ومفضياً إلى الظهور في الكثير من البرامج الحوارية. لقد تحدّث في منتدى «أكسفورد» وكنيسة «ويست مينستر»، وكذلك في جامعة «هارفارد»، جامعة «الأرجنتين»، جامعة «نوتردام»، جامعة «كاليفورنيا»، جامعة «فوردهام»، ومعهد العلوم الإدراكية، وعمل أيضاً كمستشارٍ نفسي لدى الأديرة الكاثوليكية، البروتستانتية، والبوذية.

لقد حظي الدكتور هاوكينز بالكثير من التقدير على إسهاماته العلمية والإنسانية، بما في ذلك: جائزة «هكسلي» على «مساهمته التي لا تُقدر بثمن في تخفيف المعاناة البشرية»، جائزة تقدير الأطباء من قبل الجمعية الطبية الأمريكية، زمالة الجمعية الأمريكية للأطباء النفسيين لخمسين عاماً من الحياة المميزة، عضو في قائمة الشرف في مجال الطب المقوم للجزيئات، أحد المشاهير الذي تمّ ذكرهم في مرجع «مشاهير العالم» Who's Who in the World، والترشح لجائزة «تيمبلتون» Templeton Prize المرموقة التي تُكرّم التقدّم في العلم والدين.

في عام 1983 أحدث الدكتور هاوكينز معهد الأبحاث الروحية، وهو منظمة غير ربحية مكرّسة لأبحاث الوعي. خلال فترة الثمانينيات وفي مناسبات مثل المؤتمر الوطني الأول حول الإدمان والوعي عام 1985 ومعرض الحياة عام 1986، والذين عُقد كلاهما في ولاية «كاليفورنيا»، أعادت محاضراته صياغة الإدمان من خلال إلقاء الضوء على الباعث الروحاني الدفين نحو السلام الداخلي وكيفية تهذيبه بعيداً عن المواد المخدرة. عمل خلال فترة التسعينيات كرئيس للأطباء في مركز مقاطعة «مينغوس ماونت» لعلاج المراهقات ضمن المؤسسات الإيوائية في «بريسكوت فالي» وكان استشاري الطب النفسي للكثير من بيوت الاستشفاء في ولاية «أريزونا».

أمضى الدكتور هاوكينز العقود الثلاثة الأخيرة من حياته في ولاية «أريزونا» وهو يعمل على الربط بين مجاليّ العلم والروحانيّة اللذين يدوان متباينين. في عام 1995، وفي الثامنة والستين من العمر تلقى شهادة الدكتوراة في الخدمات الصحيّة والإنسانية. شهد العام نفسه نشر كتابه القوّة مقابل الإكراه Power vs. Force الذي تمّت ترجمته أخيراً إلى خمس وعشرين لغة، وبيعت منه أكثر من مليون نسخة، وحاز على الثناء من شخصيات بارزة مثل «الأم تيريزا»، «سام والتون». قدّم كتاب القوّة مقابل الإكراه علامته المميزة ألا وهي «خريطة الوعي»، والتي يتمّ استخدامها الآن من قبل العاملين في مجال الصحة، أساتذة الجامعات، المسؤولين الحكوميين، والمدراء التنفيذيين للشركات على نطاق عالمي، وقد تالت بعده العديد من الكتب.

تقديرًا لإسهامات الدكتور هاوكينز لصالح البشرية، تمّ منحه وسام الفارس عام 1996 من قبل النظام المستقل لأخوية فرسان القديس «يوحنا» في القدس بموجب سلطّة دير الملك «فالديمار» العظيم. سافر الدكتور هاوكينز كمحاضر بين عامي 1998 - 2011 على نحو واسع في أرجاء «الولايات المتّحدة الأمريكيّة» وخارج البلاد، محدثًا الجماهير الغفيرة عن علم الوعي وحقيقة الحالات الروحانيّة المتقدمة. في عام 2000 تمّ منحه لقب «Tae Ryoung Sun Kak Tosa» أي «مُعَلِّم الاستنارة» في «سيؤول، كوريا». لقد تمّ عقد محاضراته الأخيرة بعنوان «الحُب»، في شهر أيلول من عام 2011 بحضور 1700 شخص من جميع أنحاء العالم. كان الدكتور هاوكينز فعّالاً حتى لحظاته الأخيرة، حيث قام قبل وفاته في شهر أيلول من عام 2012 بفترة قصيرة بإتمام سلسلة حوارات فيديو مسجّلة وأنهى كتابه الثاني عشر.

شارك خلال حياته في طيف واسع من المساعي المدنيّة والمهنيّة، وغالبًا في أدوار قياديّة. قام بالمشاركة بوصفه طبيبًا في تأسيس العديد

من المنظّمات أو العمل كاستشاري طبيّ لديها، بما في ذلك مؤسسات مرض انفصام الشخصية في «نيويورك وجزيرة لونغ آيلاند»، مركز العلاج السلوكي في جزيرة «لونغ آيلاند»، رابطة مراكز الصحة الشاملة في مدينة «نيويورك»، وأكاديمية الطب النفسي المقوم للجزيرات. كما كان مديرًا مساعدًا في معرض مُعلّمي كلية الفنون الجميلة.

نظرًا إلى أنّه ولد بنسبة ذكاء عالية على نحو استثنائي، أصبح الدكتور هاوكينز عضوًا في جمعية Mensa الدوليّة في عام 1963. عندما كان طبيبًا شابًا، انجذب إلى البوذية وانضمّ إلى معهد الزن الأول في «الولايات المتّحدة الأمريكيّة». في وقت وفاته كان عضوًا في الكنيسة الأسقفية للقديس «أندروز» عدّة سنوات. كان أول رئيس لـ «نادي الرقص كاونترتي ويسترن» Country and Western Dance Club، وكان عضوًا في رابطة قدامى المحاربين في الحروب الخارجيّة، رابطة المحاربين الأمريكيّين، وفي منظمة أخويّة «سيدونا». كان نشابًا، نجارًا، حدّادًا، موسيقيًا حيث كان يعزف على «المزمار، الكمان، والبيانو»، وصاحب التصميم الحائز على جائزة مسابقة عمارة القرن السادس عشر الفرنسيّة النورمنديّة، ومحبًا للحيوانات.

عالميًا، وفي عام 2003 كان الدكتور هاوكينز هو مؤسس اللانثانية التعبدية، وهو مسار روحيّ يُطبّق الحقائق الأساسيّة لأعظم أعراف العالم: ألا وهي اللطف والرحمة تجاه الحياة بأسرها «بما يشمل المرء نفسه»، الحبّ غير المشروط، التواضع، والبحث في طبيعة الوجود، التسليم، وتحقيق الذات.

منذ عام 2002، انتشرت «مجموعات دراسة هاوكينز» في العديد من المدن حول العالم على نحو مستقل، من «لوس أنجلوس» إلى «سيؤول»، من «كيب تاون» إلى «ملبورن»، مجموعات تدرس وتطبّق مبادئ كتبه،

مثل: «لا تُغَيِّر العالم من خلال ما نقوله أو نفعله، بل تبعاً لما أصبحنا عليه». لقد جسّدت حياته ذلك المبدأ.

مذكرات السيرة الذاتية

في حين أن جميع الحقائق في هذا الكتاب قد تمّ تنظيمها عليّ نحو موضوعي، حالها كحال جميع الحقائق، إلا أنه تمّ اختبارها أولاً على صعيد شخصي. على امتداد حياتي عملت سلسلة من حالات الوعي الكثيفة ومنذ سنّ مبكرة على إلهامي في بادئ الأمر، ثمّ إرشادي نحو عملية الإدراك الشخصي والتي تمثّلت أخيراً في سلسلة من الكتب.

في سنّ الثالثة طرأ فجأة وعي كامل بالوجود، وفهم كامل غير لفظي لمعنى «أنا أكون»، تبعه حالاً إدراك مخيف بأنّ «الأنا» ربما لم تكن لتأت إلى الوجود على الإطلاق. كانت هذه هي الصحوّة اللحظية من النسيان إلى الإدراك الواعي، وفي تلك اللحظة ولدت النفس الشخصية ودخلت ثنائية «يكون»، «لا يكون» إلى إدراكي الشخصي.

خلال فترة الطفولة والمرحلة المبكرة من المراهقة، بقي لغز الوجود والسؤال حول حقيقة النفس قلماً متكرراً. في بعض الأحيان كانت النفس الشخصية تبدأ في التلاشي داخل الذات العظيمة غير الشخصية، فيعودني الخوف الأصلي من انعدام الوجود، والخوف الجوهري من العدم.

في عام 1939 كنت فتى جراند يقطع على الدراجة الهوائية طريقاً من سبعة عشر ميلاً في ريف «ويسكونسن»، وفي ليلة مظلمة كنت قد ابتعدت أميالاً عن المنزل وسط عاصفة ثلجية ودرجة حرارة عشرين تحت الصفر. سقطت الدراجة الهوائية على الجليد واقتلعت الرياح العنيفة الصحف من سلّة المقود، وبعثرتها على امتداد حقل الثلج المغطى بالجليد. ذرفت دموع خيبة الأمل والإرهاق وكانت ثيابي متجمّدة. كي

أبتعد عن الريح اخترقت القشرة الجليدية لمنحدر ثلجي مرتفع، وحفرت
لنفسي فسحة وزحفت إليها. سرعان ما توقفت الارتجاف وكان هناك
دفع لذيذ، ثم حالة من السلام تفوق الوصف. تصاحب ذلك مع
انتشار للنور وحضور حُب مطلق لا بداية له ولا نهاية، والذي كان غير
متمايز عن جوهر الحقيقي. تلاشى الجسد المادي وكل ما يُحيط بي
فيما انصهر وعيي في هذه الحالة المستنيرة كليّة الحضور. أصبح الذهن
صامتًا، وتوقفت جميع الأفكار. كانت حالة الحضور المطلق هي كلّ ما
كان وما يُمكن أن يكون، تتجاوز كلّ زمن وتفق كل وصف.

بعد حالة الخلود تلك، كان هناك إدراك مفاجئ بأن أحدهم يهزّ
ركبتي، ثمّ ظهر وجه أبي القلق. كان هناك نفور كبير من العودة إلى
الجسد وكل الأمور المترتبة على ذلك، ولكن بسبب حب أبي وأساه
قامت الروح بتغذية الجسد وتنشيطه. كان هناك شفقة على خوفه من
الموت، على الرغم من ذلك بدا مفهوم الموت في الوقت نفسه سخيلاً.

لم تتم مناقشة هذه التجربة الشخصية مع أيّ كان إذ لم يكن يتوفر سياق
لوصفها من خلاله، ولم يكن من المؤلف سماع التجارب الروحانية
سوى تلك المذكورة في حياة القديسين. بعد هذه التجربة، بدأت حقيقة
العالم المسلّم بها مرحلية وحسب، وفقدت التعاليم التقليدية أهميتها
وللمفارقة أصبحت ملحدًا. مقارنة مع نور الإلهية الذي أضاء الوجود
برمته كان نور الفلسفة التقليدية خافتًا حقًا، وبالتالي حلت الروحانية.

خلال الحرب العالمية الثانية، كثيرًا ما جلب العمل المحفوف
بالمخاطر على كاسحة ألغام مواجهات مع الموت، ولكن لم يكن هناك
خوف منه. كما لو أنّ الموت فقد مصداقيته. كنت مفتونًا بعد الحرب
بتعقيدات الذهن ورغبة مني في دراسة الطب النفسي، شققت طريقي

نحو كلية الطب. كان اختصاصي التحليل النفسي الذي قام على تدريبي، وهو أستاذ في جامعة «كولومبيا»، ملحدًا هو الآخر، وكان لدينا نحن الاثنان نظرة قائمة تجاه الدين. سار التحليل النفسي على ما يُرام، وكذلك مسيرتي المهنية، وتتالي النجاح.

على الرغم من ذلك لم استقرّ تمامًا في الحياة المهنية، حيث سقطتُ طريح الفراش مصابًا بمرض مستحکم مميت لم يستجب إلى أيّ من العلاجات المتوفّرة. في عمر الثمانية والثلاثين كنتُ في حالة احتضار، وعلمتُ أنّي كنتُ على وشك الموت. لم أكن مهتمًا بالجسد المادي، ولكنّ روحي كانت في حالة من الأسى واليأس الشديدين. عندما حانت اللحظة الأخيرة، ومضتُ في ذهني فكرة، ماذا لو كان هناك إله؟ عند ذلك قلتُ داعيًا، «إذا كان هناك إله، فأنا أطلب منه أن يُساعدني الآن». استسلمتُ إلى الإله أيّ ما قد تكون ماهيته، ثمّ دخلت في حالة من السلوان. عندما استيقظتُ، كان قد طرأ تحوّل هائل إلى درجة كانت كفيلة بأن تستغلق عليّ الكلام من شدة الرهبة.

لم يعد الشخص الذي كنت عليه موجودًا، ولم يكن هناك نفس شخصية أو أنا مزيفة، بل كان هناك فقط حضور مطلق لتلك القوّة غير المحدودة والتي كانت كلّ ما هو موجود. حلّ هذا الحضور مكان ما كنتُ أعتقد أنّه كان «أنا»، وتمّ التحكّم بالجسد ونشاطاته فقط من خلال الإرادة المطلقة للحضور. استنار العالم بصفاء الأحديّة المطلقة، التي عبّرت عن نفسها عندما كشفت جميع الأشياء عن جمالها وكمالها اللامتناهين.

استمرت الحياة، واستمرّ هذا السكون. لم يكن هناك إرادة شخصيّة، وراح الجسد المادي يُدبّر أموره تحت توجيه إرادة الحضور القويّة على نحو لا متناهٍ واللطيفة على نحو رائع. لم يكن هناك حاجة إلى التفكير

في أي شيء خلال تلك الحالة. كانت الحقيقة ذاتية الوضوح، ولم يكن ثمة ضرورة أو إمكانية حتى لصياغة المفاهيم. في الوقت نفسه شعر الجهاز العصبي الجسدي أنه مرهق إلى أبعد الحدود، كما لو أنه يحمل طاقة تفوق ما تمّ تصميم دوائره كي تتحمّله.

لم يكن من الممكن العمل في العالم على نحو فعال، واختفت جميع المحفزات المألوفة، جنبًا إلى جنب مع كل الخوف والقلق. لم يكن هناك ما أسعى إليه، بما أنّ كل شيء كان مثاليًا. كانت الشهرة، النجاح، والمال بلا معنى. حشني الأصدقاء على العودة العمليّة إلى الممارسة السريريّة، ولكن لم يكن هناك الحافز المعتاد لفعل ذلك.

أصبحت هناك قدرة على إدراك الحقيقة التي تنطوي تحت الشخصيات: يكمن أصل المرض العاطفي لدى الناس في اعتقادهم أنهم شخصياتهم، وبذلك استأنفت الممارسة السريريّة، كما لو كان ذلك من تلقاء نفسها، وأصبحت هائلة في نهاية المطاف.

جاء الناس من جميع أرجاء «الولايات المتّحدة الأمريكيّة»، وكان لدى العيادة ألفي مريض خارجي، الأمر الذي تطلّب أكثر من خمسين معالجًا وموظفين آخرين، وجنّاحًا من خمسة وعشرين مكتبًا ومختبرات بحث وتخطيط كهربائي للدماغ. كان هناك ألف مريض جديد كل عام. بالإضافة إلى ذلك، كان هناك ظهور على الراديو وبرامج شبكة التلفاز كما ذكر مسبقًا. في عام 1973 تمّ توثيق البحث السريري من خلال الإطار التقليدي المتمثّل في كتاب الطب النفسي المقومّ للجزئيات Orthomolecular Psychiatry. كان هذا العمل سابقًا لأوانه بعشر سنوات وأثار ضجّة كبيرة.

تحسّنت الحالة العامّة للجهاز العصبي على نحو بطيء، ثمّ بدأت ظاهرة أخرى. كان هناك نطاق لذيذ وعذب من الطاقة يتدفق على

نحو متواصل إلى أعلى العمود الفقري وإلى داخل الدماغ الأمر الذي خلق إحساسًا كثيفًا بالسرور الدائم. لقد بات كل ما في الحياة يحدث على نحو متزامن، ومتطورًا في تناغم مثالي، وأصبحت المعجزات أمرًا مألوفًا. كان أصل ما قد يُسميه العالم بالمعجزات هو الحضور، وليس النفس الشخصية. لم يتبقَّ من «أنا» الشخصية سوى الشاهد على هذه الظواهر. كانت «الأنا» الأعظم والتي هي أعمق من نفسي أو أفكاري السابقة، هي التي تُقرر كل ما كان يحدث.

إنَّ الحالات التي كانت حاضرة ورد ذكرها من قبل آخرين على مرَّ التاريخ وقادَت إلى البحث في التعاليم الروحية، بما يشمل تلك التي تتعلق بـ «بوذا»، الحكماء المستنيرين، «هوانغ بو»، والمعلمين الأكثر حداثة مثل «رامانا ماهرشي» و«نيسارغاداتا مهراج». بالتالي، تمَّ التأكد من أنَّ هذه التجارب ليست فريدة من نوعها، وأصبح الآن كتاب «بهاغافاد غيتا» المقدَّس منطقيًا تمامًا. في بعض الأحيان كانت تحدث معي النشوة الروحية نفسها التي تحدث عنها «سري راما كريشنا» والقديسون المسيحيون.

كان كلٌّ من في العالم وكلُّ ما فيه منيرًا وجميلًا على نحو رائع، وأصبحت كل الكائنات الحيَّة مشرقة وعبرت عن هذا الإشراق من خلال السكون والعظمة. كان من الواضح أنَّ الحب الداخلي هو بحق ما يُحفِّز الجنس البشري بأكمله، ولكنه ببساطة بات غير مُدرك لذلك، إذ يعيش معظم الناس كما لو أنَّهم نيام غير مُدركين لحقيقتهم. بدا الناس حولي كما لو أنَّهم نائمون وكانوا جميلين على نحو لا يُصدَّق. كنتُ كما لو أنني واقع في حبِّ الجميع.

كان من الضروري التوقف عن تمرين التأمل المعتاد الذي أقوم به ساعة في الصباح وأخرى قبل العشاء لأنَّه كان يُكثف السعادة إلى درجة لم يُعد

العمل ممكنًا معها. تكرر معي تجربة مشابهة لتلك التي حدثت عند المنحدر الثلجي عندما كنتُ صبيًا، وبات من الصعب أكثر فأكثر مغادرة تلك الحالة والعودة إلى العالم. أشرق الجمال الباهر لجميع الأشياء بكل ما فيها من كمال، وحيث لا يرى العالم سوى القبح لم يكن هناك سوى الجمال الخالد. غمر هذا الحبّ الروحي الإدراك كله، وتلاشت جميع الحدود بين هنا وهناك، أو بين ذاك الحين والآن، أو ما ندعوه الانفصال.

خلال سنوات مرّت في صمت داخلي، نمت قوة الحضور. لم تُعد الحياة شخصيّة، ولم تُعد الإرادة الشخصية موجودة. أصبحت «الأنا» الشخصية وسيلة للحضور الإلهي حيث تصرفت وعملت كما أريد لها. شعر الناس بسلام استثنائي في هالة ذلك الحضور. سعى الباحثون إلى الأجوبة، ولكن بما أنّه لم يُعد هناك فرد اسمه «ديفيد»، كانوا في الحقيقة يحصلون على الأجوبة من ذاتهم هم، والتي لم تكن مختلفة عن ذاتي، فقد أشرقت الذات نفسها في عيني كل واحد منهم.

حدثت المعجزات على نحو يتجاوز الفهم العادي، واختفت العديد من الأمراض المزمنة التي عانى منها الجسد سنوات، وعاد البصر إلى طبيعته على نحو عفوي، ولم يُعد هناك حاجة إلى ارتداء النظارات ثنائية البؤر مدى الحياة.

في بعض الأحيان تبدأ طاقة مباركة على نحو رائع، حب مطلق، بالإشعاع فجأة من القلب وتقودني نحو مشهد فيه نوع من الكارثة. ذات مرة، بينما كنتُ أقود سيارتي على الطريق السريع، بدأت هذه الطاقة الفاتنة بالإشعاع من الصدر. عندما دارت السيارة عند المنعطف، كان هناك حادث سيارة، كانت عجلات السيارة المقلوبة لا تزال تدور. انتقلت الطاقة إلى ركاب السيارة بكثافة كبيرة، ثم توقفت من تلقاء نفسها. في مرة أخرى، بينما كنتُ أسير في شوارع مدينة غريبة، بدأت

الطاقة في التدفق مباشرة في اتجاه المربع السكني الذي أمامي وقادنتي إلى مشهد بداية مشاجرة بين عصابات. تراجع المتقاتلون وراحوا يضحكون، ومرّة أخرى توقفت الطاقة.

حدثت تغيّرات عميقة في الإدراك دون سابق إنذار في ظروف مستبعدة. عندما كنتُ أتناول العشاء لوحدي في مطعم «روثمان» في جزيرة «لونغ آيلاند» تكثّف الحضور فجأة إلى أن أصبح كل شيء وكل من كان يبدو منفصلاً في حالة الإدراك الاعتيادي، يذوب في الأحذية والكلية السرمدية. أصبح من الواضح في ذلك الصمت الساكن أنه لا يوجد «أحداث» ولا «أشياء» وأنه لا شيء «يحدث» حقاً لأنّ الماضي، الحاضر، والمستقبل هي مجرد أدوات للإدراك، بما في ذلك وهم «الأنا» المنفصلة وكونها تخضع إلى الولادة والموت.

بينما تلاشت النفس المزيفة، المحدودة في الذات الكلية والتي هي الأصل الحقيقي، كان هناك إحساس يفوق الوصف بالعودة إلى البيت، إلى حالة من السلام المطلق والراحة من شتى أنواع المعاناة. إنّ أصل جميع المعاناة هو وهم الشخصية الفردية. عندما يُدرك المرء أنه هو الكون، وأنه مكتمل ومتّحد مع كل ما هو كائن، إلى الأبد ودون نهاية، عندها لن تكون المعاناة ممكنة بعد ذلك.

جاء المرضى من كلّ بلاد العالم، وكان البعض ميثوساً منه إلى أبعد الحدود. جاؤوا بأشكالهم الغريبة، يتلوون من الألم، ملفوفين بملاءات مبلّلة من أجل نقلهم من مشافٍ بعيدة، على أمل الشفاء من أنواع الذهان المتقدمة، والاضطرابات الذهنية المستعصية. كان بعضهم مشلولاً، والتزم الكثير منهم الصمت سنوات. لا أنه كان هناك داخل كل مريض، تحت هذا المظهر المشلول، الجواهر المشرق للحبّ والجمال، والذي حجبه بشدة عن الرؤية العادية أنهم لم يعودوا محبوبين البتة في هذا العالم.

في أحد الأيام تمَّ جلب مريضة مشلولة وصامتة إلى المستشفى وهي ترتدي سترة الحجر. كان لديها اضطراب عصبي حاد وكانت غير قادرة على الوقوف. كانت تتلوى على الأرض، وقد أصابتها التشنجات وغمارت عينها إلى داخل رأسها. كان شعرها متلبّداً، وقد مزقت جميع ثيابها، وراحت تُصدر أصواتاً حلقية. كانت عائلتها ثرية إلى حدّ ما، ونتيجة لذلك تمَّ عرضها على مرّ السنين على أطباء وأخصائيين مشهورين لا حصر لهم من جميع أنحاء العالم. تمّت تجربة جميع العلاجات عليها، وتمّ اعتبار حالتها ميئوساً منها من قبل مهنة الطب. تبادر إلى ذهني سؤال قصير، غير لفظي: «إلهي، ماذا تُريديني أن أفعل لها؟»، ثمَّ جاءني الإدراك أنّها لا تحتاج سوى أن تكون محبوبة، وكان هذا كلّ ما في الأمر. أشرقت ذاتها الداخلية من خلال عينيها، واتصلت الذات مع جوهر الحبّ ذاك. في تلك اللحظة شفيت جراء إدراكها لحقيقة من تكون، ولم يعد ما حدث لذهنها أو جسدها يعينها بعد الآن.

حدث هذا من حيث الجوهر، مع عدد لا يُحصى من المرضى. شفي بعضهم في نظر العالم والبعض الآخر لم يفعل، ولكن سواء تبع ذلك الشفاء السريري أم لا فإنّ الأمر لم يعد مهمّاً بالنسبة إلى المرضى. لقد توقّف عذابهم الداخلي. لدى شعورهم أنّهم محبوبون وأنهم في حالة من السلام الداخلي، وتوقّف ألمهم. لا يُمكن تفسير هذه الظاهرة إلّا بالقول: إنّ رحمة الحضور أعادت صياغة حقيقة كلّ واحد من المرضى بحيث اختبروا الشفاء عند مستوى يتعدى العالم ومظاهره. إنّ سلام الذات الداخلي يكتنفنا متجاوزاً الزمن والهويّة.

كان من الواضح أنّ كلّ الألم والمعاناة ينشآن فقط من الأنا المزيفة وليس من الإله، وقد تمّ إيصال هذه الحقيقة بصمت إلى أذهان المرضى. كان هذا هو العائق الذهني في حالة مريض آخر صامت ومشلول،

والذي التزم الصمت سنوات. قالت له الذات: «إنك تلوم الإله على ما فعلته الأنا المزيفة بك». فجأة قفز عن الأرض وبدأ في التحدّث، الأمر الذي صدم الممرضة التي شهدت الحادثة.

أصبح العمل مرهقاً أكثر فأكثر، وهائلاً في نهاية المطاف. تكدّس المرضى في انتظار فتح الأسرة، على الرغم من أنّ المستشفى بنت جناحاً إضافياً لاستيعابهم. كان هناك إحباط كبير جراء التصدي إلى المعاناة الإنسانية من خلال علاج كلّ مريض على حدى. كان الأمر أشبه بإفراغ البحر، وبدأ أنه لا بُدّ من وجود طريقة أخرى لمعالجة أسباب الأمراض الشائعة، وتدقّق الألم الروحاني غير المتناهي، والمعاناة الإنسانية.

قاد هذا إلى دراسة الاستجابة الفسيولوجيّة «اختبار العضلة» تجاه محفّزات متنوعة، الأمر الذي أسفر عن اكتشاف مدهش. كان هو الثقب بين عالمين، العالم المادي وعالم الروح والتفكير، والوصلة بين الأبعاد. في عالم مليء بالنيام الذين تاهوا عن مصدرهم، كانت هذه هي الأداة التي تستعيد، وتُبرهن لمن يُبصر، تلك الصلة المفقودة مع الحقيقة الأعلى. قاد هذا إلى اختبار كلّ مادة، فكرة، مفهوم يُمكن أن يخطر على البال. تمّ هذا المسعى بمساعدة تلاميذي ومساعدتي الأبحاث.

ثمّ تمّ التوصل إلى اكتشافٍ عظيم، فبينما ضعف جميع الأشخاص مواضيع الاختبار أمام المحفّزات السلبية مثل مصابيح الفلورسنت، المبيدات الحشرية، والمحليات الصناعية، إلا أنّ تلاميذ التربية الروحانية والذين وصلوا بوعيتهم إلى مستويات متقدمة لم يضعفوا أمامها بقدر الأشخاص العاديين. لقد حدثت نقلة مهمّة وحاسمة في وعيتهم. من الواضح أنّ هذا حدث عندما أدركوا أنّهم ليسوا تحت رحمة العالم بل يتأثرون فقط بما تُؤمن به أذهانهم. ربّما يتبيّن أنّ عملية الارتقاء في حدّ

ذاتها نحو الاستنارة إنما هي لتعزيز قدرة الإنسان على مقاومة تقلبات الوجود بما في ذلك الأمراض.

كان لدى الذات القدرة على تغيير الأمور في العالم من خلال تصوّرها لذلك لا غير، وقد غيّر الحبّ العالم في كل مرة حل فيها مكان اللاحبّ. يُمكن تبديل مسار الحضارة بأكمله على نحو كبير من خلال تركيز قوّة الحبّ هذه على نقطة محدّدة. كلّما حدث هذا، تشعّب التاريخ إلى دروب جديدة.

لقد تبين الآن أنّ هذه الرؤى الهامة لا يُمكن إيصالها إلى العالم وحسب، بل يُمكن كذلك إثباتها على نحو واضح وغير قابل للجدل. لقد بدا أنّ مأساة الحياة الإنسانية الكبرى هي أنّ النفس يُمكن أن تنخدع بسهولة، وقد كان الخلاف والصراع هما النتيجة المحتومة لعدم قدرة الجنس البشري على تمييز الخطأ من الصواب. لكن كان بين أيدينا الإجابة على هذه المعضلة الجوهرية، والطريقة لإعادة صياغة طبيعة الوعي في حدّ ذاته، وجعله قابلاً للشرح، والذي كان بخلاف ذلك، قابلاً فقط للاستنتاج.

آن أوان ترك الحياة في «نيويورك» بشقتها في المدينة ومنزلها في جزيرة «لونغ آيلاند» من أجل أمر أشدّ أهمية. كان من الضروري أن أهدّب نفسي بوصفي أداة. استلزم هذا ترك العالم وكل ما فيه، واستبداله بحياة منعزلة في بلدة صغيرة حيث قضيتُ الأعوام السبعة التالية في التأمل والدراسة.

عادت حالات غامرة من السعادة دون السعي إليها، وكانت هناك حاجة أخيراً إلى تعلّم كيف أكون في الحضور الإلهي والاستمرار في العمل في العالم. كان الذهن قد أضع مسار الأحداث في العالم عمومًا. كان

من الضروري الكف عن جميع أنواع الممارسة الروحانية والتركيز على عالم الشكل، كي أقوم بالأبحاث والكتابة. ساعدتني قراءة الصحف ومشاهدة التلفاز على مواكبة حكاية من يكون هذا أو ذاك، الأحداث الرئيسية، وطبيعة الحوار الاجتماعي الدائر.

إنَّ التجارب الذاتية الاستثنائية للحقيقة، والتي هي ميدان المتصوف الذي يُؤثر على الجنس البشري بأكمله عبر إرسال طاقة روحانية إلى الوعي الجمعي، ليست مفهومة بالنسبة إلى أغلبية الجنس البشري، ولذلك فهي ذات معنى محدود إلا بالنسبة إلى الباحثين الروحانيين الآخرين. قاد هذا إلى بذل الجهد كي أكون شخصاً عادياً، لأنَّ كوني عادياً هو في حدّ ذاته تعبير عن الإلهوية، ومن الممكن اكتشاف المرء لحقيقته الصادقة من خلال طريق الحياة اليومية. إنَّ العيش والتعبير عن الاهتمام واللفظ هما كلُّ ما هو ضروري. يكشف ما تبقى عن نفسه في الوقت المناسب.

هكذا، بعد رحلة الروح المكوكية الطويلة، كان هناك عودة إلى أكثر الأعمال أهميّة، والذي هو محاولة تقريب الحضور ولو قليلاً إلى فهم أكبر قدرٍ ممكن من البشر.

إنَّ الحضور صامت وهو ينقل حالة من السلام والتي هي الحيز الذي يكون فيه ومن خلاله كلُّ شيء ويستمدّ منه وجوده وتجربته. إنَّه لطيف على نحو لا متناه، كما أنَّه يُشبه الصخرة، إذ تتلاشى معه كلُّ المخاوف. تحدث البهجة الروحانية عند مستوى هادئ من النشوة غير القابلة للتفسير، ولأنَّ تجربة الزمن تتوقف، فليس ثمة خوف أو ندم، ولا ألم ولا توقُّع، يبقى مصدر البهجة دائم الحضور ولا نهاية له. إنَّه سرمدى، لا خسارة ولا حزن ولا رغبة، ولا حاجة إلى فعل شيء، فكلُّ شيء مثالي ومكتمل مسبقاً.

عندما يتوقّف الزمن، تختفي كلّ المشكلات، فما هي إلا مجرد أدوات لنقطة في الإدراك. عندما يسود الحضور، يختفي التطابق مع الجسد أو التفكير، وعندما يُصبح الذهن صامتًا، تختفي كذلك فكرة «أنا أكون»، ويُشرق الوعي النقي لئير ما يكون المرء وما كان، وما سيكون دائمًا، متخطيًا كلّ العوالم وكلّ الأكوان، متجاوزًا الزمن، وبالتالي لا بداية له ولا نهاية.

يتساءل الناس، كيف يستطيع المرء الوصول إلى هذه الحالة من الوعي؟ ولكنّ قلة هم من يتبعون الخطوات لأنها غاية في البساطة. أولاً، كانت الرغبة في الوصول إلى تلك الحالة عارمة، ثمّ بدأ تهذيب النفس كي تتصرّف بتسامح ورفق دائمين وشاملين، ودون استثناء، إذ على المرء أن يكون رحيماً تجاه كل شيء، بما في ذلك نفسه هو وأفكاره.

ثمّ جاء الاستعداد لتعليق الرغبات والتخلي عن الإرادة الشخصية في كل لحظة. عندما تم تسليم كل فكرة، شعور، رغبة، أو فعل إلى الإله، أصبح الذهن صامتًا بالتدرّج. في البداية كان يعرض قصصًا كاملة وفقرات، ثمّ أفكارًا ومفاهيم. عندما يتخلى المرء عن رغبته في امتلاك هذه الأفكار فإنّها تكفّ عن بلوغ مثل هذا الإسهاب، وتبدأ في التفتت وهي في نصف طريقها نحو التشكل. في النهاية، يُصبح من الممكن بعثرة الطاقة التي تكمن خلف الفكرة ذاتها قبل حتى أن تكون فكرة.

استمرت مهمّة التركيز الصارم والمستمر، دون السماح ولو بلحظة من التشتت عن التأمل، خلال القيام بالنشاطات الاعتيادية. بدا ذلك صعبًا للغاية في البداية، ولكن مع مرور الوقت أصبح الأمر اعتياديًا، تلقائيًا، ومتطلبًا جهدًا أقل شيئًا فشيئًا، وفي النهاية أصبح بلا جهد. إنّ تلك العملية أشبه بالصاروخ الذي يُغادر كوكب الأرض، إذ يحتاج في البداية إلى قوّة هائلة، ثمّ أقل شيئًا فشيئًا وهو يُغادر مجال الجاذبية، وفي

النهاية يتحرّك عبر الفضاء اعتمادًا على قوّته الدافعة.

فجأة، ودون سابق إنذار، حدثت نقلة في الوعي وكان الحضور موجودًا، غامرًا لا لبس فيه. كان هناك بضع لحظات من التخوّف بينما كانت النفس تموت، ثمّ ألهمت الحقيقة المطلقة للحضور ومضة من رهبة. كان هذا الارتقاء مذهلاً، أكثر حدة من كلّ ما سبقه، ولا نظير له في التجربة الاعتيادية، وقد تمّ تلطيف الصدمة العميقة بالحبّ المصاحب للحضور، ومن دون تأييد من ذلك الحب وحمايته قد يهلك المرء.

تبع الأمر لحظة من الذعر حيث كانت الأنا المزيفة تتشبث بوجودها، خائفة من أن تُصبح عدماً. عوضاً عن ذلك، وبعد أن ماتت، حلّت الذات محلها بوصفها كل شيء، الكلّ الذي فيه كل شيء معروف وواضح في تعبيره المثالي عن جوهره المتفرد. مع اللامكانية جاء الإدراك بأن المرء هو كلّ ما كان أو يُمكن أن يكون. كان المرء كلياً ومكتملاً، يتخطى كل الهويّات، ويتخطى نوع الجنس، ويتخطى حتى الإنسانية ذاتها. لا حاجة للمرء أن يخاف مجدّداً من المعاناة أو الموت. إنّ ما يحدث للجسد عند هذه النقطة هو أمر غير مهمّ. عند مستويات معينة من الوعي الروحاني، تُشفى أسقام البدن أو تختفي عفويّاً، ولكن في الحالة المطلقة، تكون هذه الاعتبارات غير ذات صلة. سوف يأخذ الجسد مجراه المتوقع، ثمّ يعود من حيث أتى. إنّها مسألة غير ذات أهمية، فالمرء غير متأثر. يبدو الجسد على أنه «شيء» عوضاً عن كونه «أنا»، وكأنّه شيء مختلف، مثل قطعة أثاث في غرفة. قد يبدو مضحكاً أنّ الناس ما زالوا يُخاطبون الجسد كما لو أنّه «أنت» الفردية، ولكن لا سبيل إلى تفسير هذه الحالة من الوعي إلى من هو غير واع. من الأفضل أن يمضي المرء قدماً في شؤونه وحسب ويترك العناية الإلهية كي تتولّى أمر التعديلات الاجتماعية.

على الرغم من ذلك، عندما يصل المرء إلى السعادة يكون من الصعوبة بمكان إخفاء تلك الحالة من النشوة القوية. قد يذهل العالم، وقد يأتي الناس من كلِّ حدبٍ وصوب كي يكونوا في معيَّة هذه الهالة. قد ينجذب الباحثون الروحانيون وأصحاب الفضول الروحاني، بما في ذلك المرضى المتعبون الذين يسعون إلى المعجزات. يُصبح المرء مغناطيسيًا ومصدر فرح بالنسبة إليهم. عمومًا، هناك رغبة عند هذه المرحلة في مشاركة هذه الحالة مع الآخرين واستخدامها من أجل مصلحة الجميع.

إنَّ النشوة التي تُصاحب هذه الحالة ليست ثابتة مطلقًا ابتداءً، فهناك أيضًا لحظات من الأسى العظيم، وأشدُّها هي تلك التي تحصل عندما تنذبذب الحالة وتتوقّف فجأة دون سبب واضح. تجلب هذه الأوقات فترات من القنوط، خوفًا من أن يكون الحضور قد هجر المرء. إنَّ هذه الإخفاقات تجعل الدرب شاقًا كما أنَّ التغلّب على هذه الانتكاسات يتطلب إرادة عظيمة.

يُصبح من الواضح في النهاية أنه على المرء أن يتجاوز هذا المستوى أو يبقى في معاناة متواصلة من «زوال النعمة» المُوجع. بعد ذلك يجب التخلّي عن تألّق النشوة عندما ينخرط المرء في المهمة الشاقّة المتمثلة في التسامي فوق الثنائية إلى أن يتجاوز المرء جميع الأضداد وتأثيراتها المتضاربة. إلا أنَّ التخلي بفرح عن الأصفاد الحديدية لأننا المزيفة شيء، في حين أنَّ هجر الأصفاد الذهبية لنشوة السعادة هو أمرٌ مختلف تمامًا. يبدو الأمر كما لو أنَّ الشخص يتخلّى عن الإله، وينشأ مستوى جديد من الخوف لم يكن متوقعًا أبدًا. ذلك هو الشعور الأخير بالفرع من العزلة المطلقة.

بالنسبة إلى الأنا المزيفة، كان الخوف من العدم هائلًا، ثمَّ كانت تنكّلُ عنه مجددًا، كلُّما كان يقترّب. حينها أصبح سبب عذابات الروح

وليالها الحالكة واضحا. إنها لا تُطاق إلى درجة أن ألمها الحاد يحث المرء على بذل أقصى جهد مطلوب من أجل التغلب عليها. عندما يُصبح التراجع بين النعيم والجحيم غير محتمل، يجب عندها التخلي عن الرغبة في الوجود في حد ذاتها. فقط عندما يحصل هذا ينتقل المرء أخيراً إلى ما هو أبعد من ثنائية الكلية في مقابل اللاشيئية، ويتخطى ثنائية الوجود في مقابل العدم.

إن هذا التتويج للعمل الداخلي هو المرحلة الأصعب، وهي نقطة التحوّل المطلقة التي يكون فيها المرء مُدرّكاً تماماً أنّ وهم الوجود الذي يتخطاه المرء لا رجعة فيه. نعم لا تراجع عن هذه الخطوة، مما يجعل شبح عدم القدرة على التراجع هو العائق الأخير الذي يبدو الخيار الأكثر صعوبة على الإطلاق.

إلا أنه في حقيقة الأمر، فإنّ في هلاك النفس الأخير هذا، وفناء الثنائية الوحيدة المتبقية وهي الوجود مقابل العدم، تتلاشى الهوية في حد ذاتها في الإلهية الكلية، ولا يتبقى وعي فردي يختار. إنّ من يقوم بهذه الخطوة الأخيرة هو الإله.

د. ويفير هاركينز

كم يستغرق من الوقت كي تصبح ناجحاً؟ الجواب: طرفة عين. إنَّه يتطلَّب بالضبط ثانية واحدة. في اللحظة التي نقرر فيها أن "نكون" على حال بعينه، نكون قد حققنا النجاح بالفعل. إنَّه ليس "هناك في الخارج"، وهو ليس ما نمتلكه، ولا حتَّى ما نفعله. إنَّ الفعل يساهم وحسب، أمَّا الامتلاك فهو يقوم بالتنميق. وأيضاً إنَّ ما نحن عليه هو ما يخلق النجاح. كلُّ ما هو مطلوب هو أن تقرر أن تكون على حال بعينه. ليست درجة الماجستير، أو شهادة الدبلوم، دورات المراسلات، المحاضرات المملَّة، أو ورشات العمل هي التي تقرر.

كان الدكتور "ديفيد ر. هاوكينز" مشهوراً بوصفه طبيباً معالجاً، محاضراً، وباحثاً في مجال الوعي. إلا أنه ربما نال القسط الأكبر من التبجيل على كتبه، وخاصة كتابه الإبداعي القوَّة مقابل الإكراه، الذي تمَّت ترجمته إلى خمس وعشرين لغة وبيعت منه أكثر من مليون نسخة.

يستخدم كتاب النجاح هـولك Success is for you العديد من المفاهيم، التي سوف يقدِّرها محبو الدكتور "هاوكينز"، ويطبِّقها على عالم الأعمال التجارية وعلم نفس النجاح. مسهباً في النقاش المستنير حول النمط الجاذب للنجاح والوارد في كتاب القوَّة مقابل الإكراه، يُزيح هذا الكتاب الرائع الذي لم يسبق نشره من قبل، الستار عن الأعمال الداخلية للتفكير الناجح. لأنَّ النجاح، في الواقع، بالنسبة إلى الدكتور "هاوكينز" هو موقف نتبناه، أكثر من كونه هدفاً نسعى إليه.

سوف يجد القراء الجدد هذا الكتاب مدخلاً مثالياً إلى معلم عظيم وخبير طبيعي في العمليات الذهنية، يُقدِّم رؤى عميقة وأمثلة واقعية من شأنها مساعدة أيِّ كان على التركيز على ما يرغب فيه وبالتالي تحقيقه. ويعرض هذا الكتاب الرائع:

المعادلة السببية للنجاح "وتفكيك ما يُسَمَّى بالفشل".

كيف تتحول النيَّة الحسنة إلى ربح.

اختبار حاسم من تسع خطوات لتحديد نمط كينونتنا المتفرد.

كيفية "الوصول إلى القمة" ولماذا تعتبر الوجهة، في الحقيقة، هي نقطة البداية بالنسبة إلينا."

إلَّا أن دائرته تمتد إلى ما هو أبعد من كونه مجرد دليل لشرح الخطوات. كما يقول الدكتور "هاوكينز": "إنَّ امتلاك الحقائق ومعرفة الكيفية لا يضمنان النجاح. هناك عوامل أخرى متضمنة. إنَّ تلك العوامل السرية الأخرى هي ما نحن بصدد اكتشافها". هنا يتم فك رموز العوامل السرية، ومبادئ القوَّة ومحلها القلب، المتضمنة في النجاح، وتبليغ رسالة أبدية بوجود الإمكانية لدينا جميعاً.

ديفيد ر. هاوكينز، هو دكتور في الطب والفلسفة، وهو الرئيس المؤسس لمعهد الأبحاث الروحانية ومؤسس (Path of devotional noduality) ويعرف بأنه باحث رائد في مجال الوعي، فضلاً عن أنه مؤلف ومحاضر وطبيب إكلينيكي ونفساني وعالم. ظهر على برامج شبكة التلفاز والإذاعة الرئيسية، وحاضر على نطاق واسع في أماكن عدَّة مثل منتدى أكسفورد وجامعة نوتردام وجامعة هارفارد. هناك الكثير من الأشخاص من مختلف مجالات الحياة والجنسيات يعتبرون هاوكينز معلم الوعي المتقدم، و هذا يتمثل في لقب:



"معلم طريق التنوير الأول" أما عن تطوره الروحاني، فقد تُرد بأيجاز في خاتمة هذا الكتاب.

إن حياة الدكتور هاوكينز كانت مكرسة لصالح رقي البشرية.