



اخلاق حرفه‌ای در مدیریت

نویسنده: جان ماکسول

مترجم: شمس آفاق یآوری

در این روزگاران، در کم تر سازمانی است که قدم بگذارید و لیست بلندبالای «ارزش ها»ی سازمانی آن را بر در و دیوار راهروها و اتاق ها نیابید. ارزش هایی گران قدر مانند: احترام به حقوق ذی نفعان از مشتری گرفته تا سهامداران، پایبندی به داشتن رفتارمنصفانه با همه، از کارکنان شرکت گرفته تا شهروندان، سبز زیستن و التزام به نیالودن محیط زیست، پایمال نکردن حق زیست همه ی جانداران روی کره خاکی از مورچه ای خرد گرفته تا پیلی تنومند، دادن فرصت های مساوی به هر خداینده ای از زن و مرد، سپید و سیاه از هر نژاد و هر مرامی.

دیدن و خواندن هر کدام از این ارزش های ارزشمند چشم را نوازش می دهد و روح را صیقل. اما باید دانست که تعریف و نوشتن ارزش ها یک چیز است و زندگی کردن با آن ها چیزی دیگر. پایبندی به ارزش ها نیازمند تادیب جان و روح آدمی است و این تلاشی است پیوسته و بی پایان. گره های کوری که بر دست و پای بشر در پهنه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی بسته شده ناشی از خالی بودن صحنه از انسان های باادب است. بسیاری از مشکلات که گریبان سازمان های دولتی و کسب و کارهای امروزی را گرفته است حکایت از «بی ادبی و بد اخلاقی حرفه ای» دارد. ماکسول در کتاب **اخلاق حرفه ای در مدیریت شاه** کلیدی برای بازشناختن کار اخلاقی از غیر اخلاقی را نشان داده است و آن را «کلید طلایی اخلاق» نامیده است. وی این کلید را این گونه در دست خواننده می گذارد که آنگاه که بر سر یک دوراهی اخلاقی سرگردان ایستاده اید، خود را جای طرف مقابل قرار دهید و از خود بپرسید: «ماایلم در این وضعیت چگونه با من رفتار شود؟»

فصل اول: چه بر سر اخلاق کاری آمده است؟

توصیف شما از وضعیت امروزه اخلاق در حوزه کسب و کار چیست؟ آیا بسیار عالی است؟ آیا به اصطلاح مو لای درزش هم نمی رود؟ ولی چنین نیست. اکثریت مردم وضعیت اخلاق در حوزه کسب و کار را غیر قابل تحمل می دانند. آن ها از وضعیت نامطلوب غیر اخلاقی معاملات به تنگ آمده اند. مشکلات اخلاقی کنونی به دنیای کسب و کار محدود نمی شود. عامه مردم از سوء استفاده آشکاری که اخیرا در کلیسای کاتولیک پیش آمد و سپس لاپوشانی شد بسیار وحشت کردند. همچنین گزارشی مبنی بر یک سرقت ادبی توسط برنده جایزه پولیتزر اسفان آمبروس مردم را شگفت زده کرد. آمبروس در اقدامی عجیب، قطعاتی از نوشته های تاریخ دان توماس چیلدرز را به نام خود در کتاب آبی وحش، بدون ذکر ماخذ مورد استفاده قرار داده بود. همچنین کسانی شاهد مسابقات المپیک زمستانی ۲۰۰۲ در شهر سالت لیک سیتی بوده اند، به هنگام شنیدن رای تحمیل شده به یکی از داوران مسابقه اسکیت به شدت خشمگین شدند و در نتیجه مسابقات اسکیت دو نفره به هم خورد. خلاصه این که خطاهای اخلاقی ، بسیار عمومیت یافته اند و امروز این مسئله اخلاقی به بحث روز تبدیل شده است. مردم مایلند بدانند که علت این وضعیت هولناک چیست. به رغم جواب های متعدد **به نظر من انتخاب های غیر اخلاقی مردم ناشی از سه دلیل زیر می باشد: ارجحیت انجام کارهای آسان، برد به هر قیمتی، تفسیر نسبی گزینه ها.** در زیر به توضیح مختصر هر یک از موارد سه گانه فوق می پردازیم:

۱. آن چه را که سهل تر است انجام می دهیم.

یک معضل اخلاقی را می توان انتخابی نادرست در مقابل اعمال اخلاقی یا اعمال اصولی تعریف نمود. بیابید لحظه ای بیندیشیم. زمانی که در چنین موقعیتی قرار می گیریم، چه می کنیم؟ آیا راه آسان را برمی گزینیم یا برعکس، دردسرهایی یک کار

درست را؟ مثلاً اگر فروشنده وجهی اضافی به من پرداخت کند، چه باید بکنم؟ یا وقتی که یک دروغ کوچک می تواند اشتباهی را بپوشاند، وظیفه من چیست؟ یا برای جلب توجه مشتری، تا چه حد اخلاق را فدا می کنم؟ ما همگی به هنگام فرار گرفتن در مقابل یک آزمایش اخلاق فردی، به عنوان یک انسان در خطر فدا کردن اخلاق هستیم. چرا مرتکب عملی می شویم که می دانیم درست نیست؟

۲. برای برد هر کاری می کنیم.

به نظرم اکثر مردم مانند من از باخت متنفرند؛ بخصوص افرادی که دستی هم در کسب و کار دارند و آرزومند سود و موفقیت هستند. اما کسانی هم هستند که تصور می کنند باید بین اخلاقی بودن و برنده بودن، یکی را انتخاب نمایند. مجله آتلانتا بیزینس کرونایکل گزارشی از یک گردهمایی اخیر مسئولان دارد که در یکی از شرکت های بزرگ آتلانتا انجام می شد. قرار بود جهت آمادگی برای یک کنفرانس بین المللی سه روزه با حضور چندین هزار نفر کارفرمای فروش یک چالش فکری بین مسئولین شرکت کننده انجام شود. همچنان که جلسات تبادل نظر ادامه می یافت، معاون ارشد آن سازمان با شور و شوق فروانی پرسید: "چرا بر روی بحث اخلاق کار نکنیم؟" به دنبال این پرسش ناگهان همه ساکت شدند و فضای سنگینی بر جلسه حکم فرما شد. پس از گذشت چند لحظه، سخنران به صحبت های خود ادامه داد. گویی هیچ اتفاقی نیفتاده و معاون ارشد سازمان هم هیچ مطلبی اظهار نداشته است.

همان شب پس از پایان همایش، معاون ارشد اتفاقی به مدیرعامل شرکت محل برپایی جلسات برخورد و برای فرد مزبور نظرش را در مورد مقوله اخلاق کاری و این که باید در کنفرانس مورد توجه قرار بگیرد توضیح داد، اما مدیرعامل به جای تایید حرف های او اظهار داشت: «من مطمئنم که همه در مهم بودن اخلاق کاری توافق دارند، اما برای هر چیزی مکان و زمان مناسبی وجود دارد. همایش فروش قرار است در رابطه با موفقیت و انگیزش باشد. ولی در این مورد خاص، مبحث اخلاق جنبه منفی دارد.» نظر آن مدیرعامل در مورد اخلاق تنها به او ختم نمی شود. **بسیاری از مردم بر این تصورند که اخلاقی بودن باعث محدود کردن انتخاب ها، فرصت ها و توانایی های ویژه شان در موفقیت کسب و کار می شود.**

۳. انتخاب هایمان را نسبی تفسیر می کنیم.

بسیاری از مردم با توجه به شرایط موجود و نوع تصمیم گیری به ظاهر مناسب، به نظرشان می رسد که به نوعی با موقعیت هایی که در آن بردی وجود ندارد کنار بیایند. این نظریه در اوایل سال های ۱۹۶۰ به رسمیت شناخته شد، زمانی که دکتر جوزف فلچر در کتابش به نام اخلاق موقعیتی چنین اشاره می کند که راه درست، با توجه به موقعیت تعیین می شود و عشق می تواند توجیه کننده هر کاری از قبیل دروغ، تقلب، دزدی ... حتی قتل باشد. این فلسفه فکری به سرعت در دنیای آموزشی و دینی توسعه پیدا کرد ... از سال های ۱۹۶۰ به بعد، اخلاق موقعیتی، برای رفتارهای اجتماعی به صورت یک هنجار درآمده است. این طرز فکر پس از گسترش سریع در دنیای آموزشی، مذهبی و حکومتی، در یک ناحیه جدید نیز رخنه کرده است که دنیای کسب و کار می باشد؛ نتیجه آن هم وضعیت امروزه اخلاق است.

پیامد این طرز فکر، آشفتگی اخلاقی است. هر کس معیارهای خودش را دارد، که بر اثر موقعیت های مختلف تغییر می کند. بنابراین دست زدن به هر کاری تحت عنوان معیار، اشکالی ندارد. در گذشته تصمیماتمان بر اساس اخلاق اتخاذ می شد، متأسفانه امروزه اخلاق بر اساس تصمیمات مورد داوری قرار می گیرد. نظر رایج می گوید اگر کاری به نفع من است، پس مجاز می باشد. آیا اندیشیده ایم که این مسیر به کجا منتهی خواهد شد؟

تغییری در جریان کار

خوشبختانه تمایل به معاملات اخلاقی در کسب و کار رو به افزایش است. مسئول نیروهای نوآموز هایدریک و استراگل اظهار می دارد: مدیرعاملان، در این عصر جدید کسب و کار، با وضعیت اخلاقی تازه ای روبه رو هستند. زرق و برق از معاملات به کنار رفته و شفافیت – با توجه به اخلاقیات، ارزش ها و اهداف – جایگزین آن شده است. همچنین جرمی فارمر مسئول دوره کارآموزان بانک وان شیکاگو می گوید: او و همکارانش زمانی که در جستجوی کارمندان بالقوه هستند، مقوله اخلاق را مدنظر دارند: «ما سئوالاتی در رابطه با اخلاق از آنان کرده و به هنگام مصاحبه رفتار آنان را می سنجیم.» میل به تغییر، و رعایت کردن اخلاق در فرهنگ باعث خوشحالی است. اما متأسفانه اکثر مردم نمی دانند چگونه این دوران گذار را پشت سر بگذارند.

چند راه حل برای جریان بازار

با نگاهی به جریانات رایج در بازار، درمی یابیم که هر چند همه ما در طلب معامله ای بی غل و غش هستیم، ولی هنوز نتوانسته ایم اخلاق را کاملاً در معاملاتمان دخیل کنیم. توجه کنید که مردم در فرهنگ فعلی چگونه با مسئله روبه رو می شوند. آن ها...

آموزش اخلاقیات با منشا خارجی

به گفته جان رایان مقاله نویس مجله سان فرانسیسکو کرونیکل، شرکت ها، برگزاری کلاس های الکترونیک، آموزش اخلاق و چاپ کتاب های راهنمای آموزش اخلاق خود را به موسسات حرفه ای واگذار می کنند. رایان می گوید: «این کتاب های آموزشی که غالباً مانند نظام نامه های مالیاتی مورد مطالعه قرا می گیرند، مملو از راه های بسیار مناسب و با چابی عالی است.» این کار مشکلی را حل نمی کند. بدتر از همه این که، این شرکت ها چندان تمایلی هم به اخلاقی کردن کسب و کارشان ندارند. رایان می گوید: «تمام این کارها به خاطر فرار از قانون است. بر طبق قوانین ایالتی، شرکت هایی که مشکلات اخلاقی دارند، در صورتی که جرمشان محرز شود باید از وسعت شرکت خود بکاهند.»

نمایش یک آفت زدایی اخلاقی

مشی بعدی، مقابله با خاطیان اخلاقی پس از محرز شدن جرمشان است. فرانک جی. ناوران، مشاور مدیریت، آن را «آفت زدایی اخلاقی» می نامد. اشکال این مشی در تاثیر موقتش است. از لحاظ تمثیلی، زمانی که یک سگ را کک زدایی می کنند بدون این که محیط زندگی آلوده اش را عوض کنند، مشکل مجدداً بازمی گردد. بعضی از شرکت ها دیگر چندان اهمیتی هم برای آنچه اخلاقی نامیده می شود قایل نشده و به جای آن، هنگام تصمیم گیری هایشان به قانونی بودن اعمال توجه می کنند. نتیجه چنین کرداری، ورشکستگی معنویات است. وقتی که از کوین رولینز، رئیس شرکت کامپیوتری دل، در مورد اخلاق در کسب و کار پرسش

شد، او به گفته ای از آلکساندر شولزنیستین یکی از مخالفان دولت روسیه اکتفا کرد که: «تمام عمر من در جامعه ای سپری شده که اثری از حکومت قانون در آن وجود نداشته است. واقعا تصور این وضعیت وحشتناک است. اما جامعه ای هم که در آن حکومت قانون، تنها معیار رفتار اخلاقی در آن باشد به اندازه جامعه بی قانون زیان آور است.»

رولینز اظهار می دارد که به نظر من در مورد اخلاق در سازمان ها، این تعبیر که می گوید: «به جهت قانونی کاملا درست است» واقعیت دارد. ولی شما در آرزوی چیزی بیش از قانونی بودن کار هستید. این که آیا کاری را انجام می دهید درست است؟

ماهیت شخصی اخلاق

یکی از مشکلات ما این است که اخلاق هیچ گاه در حوزه کسب و کار یا به طور کلی در حوزه اجتماعی و یا سیاسی مطرح نبوده بلکه همواره موضوعی شخصی بوده است. مطالعات نشان می دهد که اکثریت مردم، معمولا کارها را به همان درستی که از دیگران انتظار دارند انجام نمی دهند. از میان دانشجویان دانشگاه، ۸۴ درصدشان بر این باور هستند که ایالات متحده در یک بحران اخلاقی در کسب و کار قرار دارد و ۷۷ درصدشان مدیران عامل را مسئول این بحران می دانند. ولی در ضمن، ۵۹ درصد از همین دانشجویان به تقلب در امتحانات اعتراف کردند. در محل کار هم، ۴۳ درصد افراد به دست داشتن در حداقل یک کار غیراخلاقی در طی سال گذشته اذعان داشتند و ۷۵ درصد شاهد چنین خطاهایی بوده ولی از بروز آن جلوگیری نکردند.

شخصی که به هنگام پرداخت مالیات مرتکب تقلب شده یا بدون مجوز اموال عمومی محل کار را برمی دارد، چگونه انتظار دارد تا شرکت فروشنده سهام، سیاستمدار مورد علاقه او و یا حتی مشتری طرف معامله شرط امانت و درستی را رعایت کند. گفتگو درباره اخلاق کار ساده ای است و از آن ساده تر بیزاری از مردمی است که با انجام اعمال نادرست در آزمون اخلاق رد می شوند، این بیزاری بخصوص زمانی که آسیب اعمال نادرست دیگران بر ما تاثیر می گذارد، بیش تر نمایان است.

کلام آخر در مورد اخلاق

من مایلم اخلاقی باشم. به گمانم شما هم چنین تمایلی دارید. وانگهی، به نظر من می توان کار درست انجام داد و در کسب و کار هم موفق بود. در واقع، در تایید نظریه ای مرکز اخلاق که بر اساس آن **شرکت هایی که در فعالیت هایشان درستی را رعایت می کنند، نسبت به مسئولیت های اجتماعی شان متعهدند و دستاورد این تعهد برای آن ها سوددهی بیش تر است.** درست بر عکس شرکت هایی که این راه را نرفته اند.

اخلاق + شایستگی معادله ای است که نتیجه آن برنده شدن است. در مقابل، مردمی که پیوسته سعی دارند تا حد کمی اخلاق را بیازمایند، ناگزیر از آن تجاوز می کنند. یک رفتار اخلاقی در کوتاه مدت ممکن است به باخت تعبیر شود (مانند کسی که با غیراخلاقی بودن موقتا به نظر می رسد که برنده است). مردمی که در زندگی آنان اخلاق جایگاهی ندارد، در بلند مدت همیشه بازنده خواهند بود. آیا شما کسی را می شناسید که زندگی اش تماما میان بر کردن، فریفتن و تقلب باشد و آن زندگی را به خوبی به پایان رسانده باشد؟

به گفته جابز ال. ام. کاری، نماینده و مدافع حقوق آموزش آمریکا: «یک دولت برای پیشرفت باید بر نهادهای معنوی پایه گذاری شود. این نهاد، عنصر اصلی استحکام خویش است و تضمین آن هم بقا و کامیابی آن می باشد». این موضوع هم در محیط کسب و کار، هم در مورد خانواده و اصولا در هر تلاشی که آرزوی به نتیجه رسیدنش را دارید صدق می کند. بیایید به کسب و کار بازگردیم. از کجا می دانید چه کاری درست است؟ چگونه سخت ترین موقعیت های پرفشار را هدایت می کنید؟ از کجا می توان معیاری یافت که در هر موقعیتی قابل اجرا باشد - راهنمایی که با اتکا به آن بتوانید به راحتی بخواهید، در کسب و کارتان پیشرفت کنید، و زندگی مشترکتان را بهبود بخشیده، و اطمینان داشته باشید که هر بار آن چه از دستتان بر می آید را انجام می دهید؟ در بخش بعدی، من آن چه که به نظرم بهترین جواب به این سئوالات است را توضیح خواهم داد.

فصل دوم: چرا آن را قانون طلایی می نامیم؟

وقتی که بحث اخلاق پیش می آید، چگونه خود را برآورد می کنید؟ ویلیام جی. اچ. بواتکر، کشیش و واعظ ارتباطات صنعتی می گوید: «آدم ها قبل از دیگران، باید با خودشان روراست باشند. کسی که با خودش روراست نیست، کسی است که از وضعیت خود احساس ناامیدی می کند». به نظر من، تمامی آدم ها با توجه به تعریفی که از خود دارند در یکی از این پنج دسته بندی فوق قرار می گیرند: ۱. من همیشه اخلاقی هستم. ۲. من معمولا اخلاقی هستم. ۳. من تا حدی اخلاقی هستم. ۴. من به ندرت اخلاقی هستم. ۵. من اصلا" اخلاقی نیستم. شما خود را در کدام یک از این دسته بندی ها قرار می دهید؟ برای جواب عجله نداشته باشید. کمی فکر کنید. سپس در مقابل یکی از دسته های بالا که بیش تر نمایانگر حالت شما است علامت بزنید.

با اخلاق بودن اهمیت دارد

اگر فکرهایتان را کرده اید، اجازه بدهید تا نظرات دیگران را در رابطه با این دسته بندی بیان کنم: ۱. اکثریت مردم خود را در اولین یا دومین گروه قرار می دهند. ما معمولا سعی داریم که بیش تر اوقات اخلاقی باشیم. ۲. دلیل اکثر کسانی که خود را در دومین گروه قرار می دهند، فرار از دردسر است. درگیری، ناراحت کننده است. تمرین برای منضبط بودن ناراحت کننده است. باختن ناراحت کننده است. پرداخت بهای سنگین برای موفقیت، ناراحت کننده است. بعضی از مردم خود را در گروه دوم قرار می دهند زیرا تمایلی به درگیر شدن با موارد ناراحت کننده ندارند. ۳. بیش تر مردم تصور می کنند که «معمولا اخلاقی» بودن، کافی است مگر این که خود گرفتار فردی بدون هیچ گونه پایبندی به اخلاق شوند. برای تبدیل شدن از «معمولا اخلاقی» به «همیشه اخلاقی» قانونی وجود دارد که می تواند به مردم کمک کند و فاصله بین دو گروه اول و دوم را از بین ببرد.

به عکس العمل خود پس از بیان این گفته توجه کنید: **به باور من، شما می توانید با استفاده از یک راهنما، که آن را قانون طلایی می نامیم، تمام تصمیمات اخلاقی خودتان را کنترل نمایید.** آیا به نظرتان مسخره است؟ آیا به آن شک دارید؟ آیا ادعای مرا باور نمی کنید؟ اگر چنین است، پس شما هم در مرداب افکار مدرن در مورد اخلاق گرفتار هستید. ولی از شما می خواهم که تحمل داشته باشید تا قضیه این کتاب را برایتان توضیح دهم، که عبارت است از این پرسش: **در چنین موقعیتی، مایل بودم چگونه با من رفتار شود؟** این پرسش راهنمایی کامل برای هر موقعیتی است.

قانون برای همگان

در زیر نگاهی به نتایج تحقیقاتی که نشان دهنده اشکال گوناگونی از قانون طلایی است می اندازیم:

اسلام: مومن کسی است که آن چه را برای خودش دوست دارد، برای همسایه اش هم دوست بدارد.

زرتشتی: آن چه را که برای خودت قابل قبول نیست در مورد دیگران انجام نده.

کنفوسیوسم: آن چه را که برای خودت نمی خواهی برای دیگران هم خواه.

بودائیسیم: دیگران را با آن چه که برای خودت دردآور است، آزار مده.

یهودیت: آن چه را برای خود نمی پسندی، برای زیردستان هم نپسند. این قانونی درست است. مابقی تفسیر است و بس.

هندوئیسم: حاصل کار این است: در حق دیگران کاری را نکن که نمی خواهی دیگران در حق تو بکنند.

جینیسم: یک انسان باید با تمام مخلوقات طوری رفتار کند که دوست دارد با او رفتار شود.

واضح است که قانون طلایی به درون مرزهای فرهنگی و مذهبی رسوخ کرده و توسط مردم اکناف جهان پذیرفته شده است. این

قانون، نزدیک ترین معیار به راهنمای جهانی برای اخلاق است. **دو اصل واقعا مهم در اخلاق عبارتند از: اولادار بودن معیاری**

جهت پیروی، ثانیا تمایل به پیروی. انجمن اخلاقی جوزفسون اظهار می دارد: اخلاق عبارت است از چگونگی روبرو شدن با

چالش انجام عملی درست، در حالی که هزینه آن بیش از انتظارمان باشد. اخلاق دو منظر دارد: اول بکارگیری توانایی تشخیص

درست از غلط، خوب از بد، متناسب از غیر متناسب و دوم تعهد انجام آن چه درست، خوب و متناسب است. اخلاق موضوعی برای

تفکر و مناظره نیست، بلکه نیاز به عمل دارد.

چرا من و شما باید قانون طلایی را بپذیریم

من آدم واقع بینی هستم و می دانم که همه در جستجوی یک راهنمای ساده، عملی و کاربردی برای زندگی اخلاقی نمی باشند.

هر کس که در آرزوی یافتن معیارهای اخلاقی خوب و درست برای زیستن است، می تواند آن را در قانون طلایی بیابد. با توجه به

دلایل زیر من به این امر اعتقاد دارم:

۱. **قانون طلایی مورد قبول اکثریت مردم است.** اکنون شما از میزان پذیرش گسترده قانون طلایی آگاهی یافته اید. ولی اگر

هنوز به اندازه کافی قانع نشده اید، به یک مثال موردی درباره قانون طلایی توجه کنید: به نظر شما این جمله تا چه حد قابل قبول

است: «لطفا با من به نحوی رفتار کن که بدتر از رفتار من با شما باشد»؟ به هیچ وجه. همه مایلند که مناسب ترین رفتار را دریافت

کنند. حتی آن هایی که مشوق ارتباطات ناسالم هستند و یا کسانی که خود درگیر رفتارهای مخرب می باشند، باز هم آرزومند و یا

جستجوگر رفتاری مطلوب از طرف دیگران هستند. بسیاری از مردم مایلند رفتاری را از دیگران ببینند که بهتر از رفتار خودشان با

آنان است و تصدیق این امر هم برایشان کار مشکلی است. ملاک آن ها چیست؟

ثروت؟ اگر چنین است پس کسی که سالانه ۱۰۰۰۰۰ دلار درآمد دارد و طالب احترام از کسی است که سالانه ۲۵۰۰۰ دلار درآمد دارد، باید رفتار خالی از احترام فردی با درآمد بالاتر از خود را پذیرا باشد. اگر ملاک رفتار درست و محترمانه، استعداد باشد چه؟ آیا باید نوع رفتار در مقابل افراد مستعد و نامستعد تفاوت کند؟ اگر جواب مثبت است پس با کدام یک از این خوانندگان باید بهتر رفتار شود: ویتنی هوستون یا یوئوما؟ و زمانی که دو نفر با دو استعداد متفاوت با یکدیگر برخورد می کنند چه پیش می آید؟ کدام یک مستحق رفتاری بهتر هستند: تایگروود یا بیل گیتس؟ ممکن است که ملاک رفتار بهتر براساس وابستگی های سیاسی یا اعتقادات شخصی باشد. در این صورت، اعضای طرف مقابل درجه دوم به حساب آمده و هر کس هم که با عقاید شما مخالفت کند، خودبه خود با برخوردی نامناسب از طرف شما مواجه خواهد شد. اما اگر بعدها آگاه شوید که در مورد موضوعی حق به جانب آن ها بوده تا شما، چه پیش می آید؟ مطمئناً موضوع بر عکس خواهد شد. توجه کنید که این کار تا کجا خواهد رفت. معیارهای قراردادی اهمیتی ندارند می خواهد ثروت باشد یا استعداد، یا طرز فکر یا قومیت یا نژاد و یا هر چیز دیگری به صورت منطقی قابل دفاع نخواهد بود.

یکی از مهم ترین قوانین در ارتباطات انسانی، یافتن زمینه مشترک با دیگران است. این موضوع برای شما در دوست یابی، ملاقات با مشتری، آموزش به شاگرد، ارتباط با کودکان یا حتی بحث با همسران راهنمای خوبی است. با مقایسه تجربیات مشابه و شناخت عقاید مشترک، راه برای ارتباطات موفقیت آمیز هموار می شود. **قانون طلایی می تواند برای خلق یک زمینه مشترک با هر فرد معمولی مورد استفاده قرار بگیرد.**

۲. درک قانون طلایی ساده است.

مردم غالباً در مورد مقوله اخلاق به جهت پیچیدگی و ناملموس بودن دچار مشکل می شوند. یکی از مزایای قانون طلایی، ملموس نمودن مسائل بغرنج است. نیازی به آگاهی از قانون نیست. و لزومی هم به فهم مسائل بغرنج فلسفی ندارید. خیلی آسان خود را به جای طرف مقابل قرار دهید. کاری که از عهده یک کودک هم برمی آید. نه مقررات پیچیده ای دارد و نه دست اندازی. البته نمی توان از قانون طلایی در تمامی وضعیت های نامناسب اخلاقی استفاده کرد. گاهی اوقات به هنگام پرسش «مایلم در این وضعیت چگونه با من رفتار شود؟» سخت ترین بخش، شناسایی فرد تحت تاثیر قرار گرفته در وضعیت مورد نظر و چگونگی تاثیر وضعیت بر وی می باشد. اما حتی در موارد پیچیده، اگر شخص مزبور بیندیشد، قادر به یافتن یک راه حل مناسب خواهد بود.

۳. قانون طلایی یک فلسفه برد - برد است.

آیا تا به حال به افرادی که برد خود را در باخت دیگران می بینند برخورد کرده اید؟ آنان همه را به چشم دشمنی می بینند که باید در هم کوبیده شود. یا برای برد به رنج دیگران هم راضی هستند. چنین طرز فکری اساس و پایه بنیادی است که در سپتامبر ۲۰۰۲ به وجود آمد. آن را بنیاد فساد نامیده اند و توسط شرکت موچوال دات کام ارائه شده است. براساس گفته های مدیر آن، این بنیاد در «شرکت هایی که بخش مهمی از درآمدشان از طریق تولیدات ناپسند اجتماعی تامین می شود» سرمایه گذاری می کند و اساساً شامل قمار، تنباکو، الکل، و سلاح های جنگی است. همان طور که از نام بنیاد فساد پیداست، هدف بنیاد ناشی از نیت سرمایه گذاری است که می خواهند با استفاده از ضعف دیگران کسب درآمد کنند. فقط نمی دانم اگر مدیر بنیاد مطلع شود که مردم ممکن است از کمبودهای وی در جهت منافع خود بهره برداری کنند، چه احساسی خواهد داشت؟ وقتی با قانون طلایی

زیست می کنید همه برنده هستید. اگر رفتار من نوعی با شما آن گونه باشد که مایلم دیگران با من داشته باشند، شما برنده اید. اگر شما چنین کنید، من برنده ام. پس بازمانده ای وجود ندارد.

۴. وقتی به راهنما نیاز دارید، قانون طلایی، خود یک راهنما است.

قانون طلایی چیزی بیش از برنده شدن ارائه می دهد و برای عاملان به آن ارزش درونی دارد. تد کاپل، مفسر تلویزیونی می گوید: **«با حرکت در یک فضای معنوی که تغییر مقتضیات نیز مغلوب پایداری آن می شود، می توان به هماهنگی و صلح درونی دست یافت.»** در دنیایی مملو از تردید و ناامنی، بسیاری در جستجوی مطمئن هستند. قانون طلایی این مسیر را نشان می دهد. هرگز تغییر نمی پذیرد، حتی اگر شرایط تغییر کند. همیشه مسیری منسجم و قابل اطمینان ارائه می دهد، و از همه بهتر، واقعا موثر است.

فصل سوم: قانون طلایی با شما آغاز می شود

آموزشی که بر پایه معنویت استوار است، باعث توانمندشدن فرد شده و به او امکان انتخاب های اخلاقی را می دهد. به هر جهت از آنجا که فقط تعداد معدودی به چنین آموزشی دسترسی دارند، چگونه می توان آغازگر راهی درست بود؟ چگونه می توان روش با عظمتی مانند قانون طلایی را نه تنها انجام داد بلکه آن را جزیی از زندگی روزمره نمود؟ به نظر من بهترین راه برای شروع آن است که به خواسته های خود آگاهی پیدا کنید.

میل دارید چگونه با شما رفتار شود؟

به نظر من تمام انسان ها از لحاظ درونی به هم شبیه اند. آن ها از هر سن، جنس، نژاد و ملیتی که باشند موارد مشترکی دارند. زمانی که فرد به آن وجوه مشترک پی برده و آن ها را ابتدا در خود و سپس در دیگران تشخیص داد، به کلید بازکردن قفل قانون طلایی دست یافته است. در این جا فهرست کوتاهی از آن تمایلات مشترک را ذکر می کنم. این تمایلات در نوع رفتاری است که مایلند از دیگران ببینند.

۱. مایل است برای او ارزش قائل شوند. ایا می دانید که **امروزه در بازار تجارت آمریکایی، ۷۰ درصد کسانی که شغل خود را رها می کنند، افرادی هستند که احساس ارزشمندی ندارند.** انگشت این اتهام به سوی مردان کسب و کاری نشانه رفته که رفتار نامناسبی با کارمندانشان دارند. نمی توان کسی را در جهان یافت که مایل نباشد به او ارج نهند شرکت میشن کنترل، یک کسب وکار موفق در ارج نهادن به کارمندانش است. این شرکت که در شهر ایرواین ایالت کالیفرنیا قرار دارد، شرکتی بنیادی در طراحی و اتصال دستگاه های خودکار تولید مواد غذایی است. دوره کاری این شرکت در قراردادهایی است که می بندد و در نتیجه در میان دو قرارداد، فعالیتی نداشته و درآمدی هم کسب نمی کند. بسیاری از شرکت ها در دوران رکود کاری، غدر کارمندان خود را می خواهند. اما این موضوع در مورد میشن کنترل صادق نیست. موسسان این شرکت به هنگام تاسیس شرکتشان تصمیم گرفتند که در موارد بحرانی به جای بیکار کردن سی و پنج کارمند شرکت، خودشان از دریافت حقوق صرفنظر نمایند.

موسسان این شرکت هنوز هم بر تعهد خود باقی مانده اند. هر زمان که فروش پایین می آید، ممیز این شرکت، پرداخت حقوق به روسای شرکت را متوقف می کند، ولی حقوق کارمندان پرداخت می شود. زمانی که مجدداً شرکت به آستانه سودآوری می رسد، مدیران حقوق خود را دریافت می کنند. و این پرداخت ها عطف به ماسبق نمی شوند. نلسون، وویفی و یونگ، سه موسس شرکت، به اهمیت ارزشمند بودن آگاهند و با دیگران همان رفتاری را دارند که مایلند دیگران با آن ها داشته باشند. تشویق در واقع اکسیژن روان است. مورد احترام قرار گرفتن به خاطر آن چه که هستیم، نیاز قلبی همه ما است. اساس و پایه قانون طلایی بر ارج نهادن به انسان ها استوار است، نه به خاطر اعمالشان، بلکه به خاطر انسانیتشان. هرگاه آموختید که چنین تفکری داشته باشید، قدم بزرگی در قرار دادن قانون طلایی به عنوان راهنمای اخلاقی در زندگی خود برداشته اید.

۲. مایل است از او قدردانی شود. یکی از نیازهای واقعی هر انسان، مورد علاقه بودن و ارزش قائل شدن توسط دیگران است. در کنار این نیاز، میل به قدردانی از کارهایی است که انجام می دهیم. آیا میل به بهبودی و پیشرفت در شما وجود دارد؟ آیا دوست دارید که برای توانایی ها و تلاشی که می کنید مورد قدردانی قرار گیرید؟ به ادعای دونالد لاپرد، متخصص روابط انسانی و نویسنده: همیشه به انسان ها در بالا بردن هویت خود کمک کرده و احساس مهم بودن به آنان ببخشید. بالاترین تمجید شما از یک فرد وقتی است که به او احساس مفید بودن بدهید و او را از این احساس اقیانوس کنید. چگونه این نتیجه به دست می آید؟ با قدردانی از تلاششان. در هر موقعیتی که پیش می آید از آنان تشکر کنید. تا آن جا که می شود بر اعتبارشان بیفزایید و سعی کنید تا ارزش آن ها را در برابر نزدیکانشان مانند افراد خانواده، بالا ببرید.

۳. مایل است به او اعتماد شود. نویسنده دوران ملکه ویکتوریا، جورج مک دانلد، می گوید: «مورد اعتماد بودن تمجیدی بزرگ تر از مورد علاقه بودن است.» اعتماد اساس تمام روابط خوب است. ازدواج خوب، روابط کاری خوب و دوستی خوب همگی نیازمند اعتمادند. هرگاه در روابطتان با دیگران اعتماد نقشی نداشته باشد، رفتار طرف مقابل هم با صداقت توأم نبوده و این ارتباط موقتی خواهد بود. افرادی که در جلب اعتماد موفق اند دارای ویژگی هایی می باشند که عبارت است از: - سعی در به کمال رسیدن دارند - به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کرده و برایشان ارزش قائل می شوند - برای کارمندان همان احترامی را قائل اند که برای هم ردیفان - بر روی اهداف گروهی تمرکز می کنند نه بر روی اهداف شخصی شان - کار درست انجام می دهند حتی اگر مستلزم خطرات شخصی باشد - فکری باز دارند - بخشنده اند - صمیمیت برقرار می کنند.

وزیر کشور سابق هنری ال استیمسون می گوید: «بزرگ ترین درسی که در زندگی آموختم این بوده که با اعتماد به فرد می توان او را اعتمادپذیر نمود، و مطمئن ترین راه برای معتمد نبودنش این است که به او اعتماد نکرده و این عدم اعتماد را به او نشان داد.» وقتی شما به یک غریبه اعتماد می کنید، آن را به دست سرنوشت بگذارید. در واقع شما قانون طلایی را اجرا کرده اید. تلاشتان برای اعتماد کردن به دیگران، سخنان کامیلو بنسودی کاوور را به خاطر می آورد که گفته: «اشتباهات کسی که به دیگران اعتماد دارد بسیار کم تر از کسی است که به مردم بی اعتماد است.»

۴. مایل است که به او احترام گذاشته شود. وقتی به من اعتماد می شود، مسئولیت پذیر شده و احساس قدرت می کنم. اما مورد احترام قرار گرفتن، حسی عمیق را در من برمی انگیزد. حس شان داشتن و بزرگ بودن که موجب افزایش اعتماد به نفس می شود. دالیپ سینگ، ژنرال هندی و قهرمان المپیک می گوید: «کسی که برای زندگی خود و دیگران احترامی قائل نباشد، افتخار

انسان بودن را از خود سلب کرده است.» آرنولد گلاسو، نویسنده، می نویسد: «**احترام به دیگران با ارزش تر از تشویق جمع کثیری است.**» اکثر مردم مایلند مورد احترام کارفرمای خود قرار بگیرند. و با این احترام، فضای کاری مثبتی در آن محیط پدید می آید. مایکل برمن، مدیرعامل یک شرکت مشاوره ای واقع در بوستون، مثال مناسبی برای این موضوع می باشد. او به کارمندانش احترامی را که درخور هر انسان مسئولی است گذاشته، و با ده نفر مشاور زیر دستش مانند کارمندان حرفه ای و درست شبیه به شرکایش برخورد می کند این کارمندان تدریجا و با یک سال کار در شرکت و خرید سهام به یکی از شرکا تبدیل می شوند. به طور کلی او برای همه آن ها امکان انتخاب هایی را فراهم می کند که به ندرت در دیگر شرکت ها می توان یافت. آن ها نه تنها برای طرح هایشان حق انتخاب دارند بلکه زمان و محل کار و حتی طول تعطیلاتشان را هم خود انتخاب می کنند. برمن می گوید که: «قضاوت من از کارمندانم بر پایه خلاقیتشان استوار است. این که کجا کار می کنند برایم اهمیتی ندارد، حتی اگر در تیمبوکتو و در آفریقا باشد.» بسته به نوع احترامی که کارمندان دریافت می کنند، احساس آزادی عمل بیش تری کرده و برای نمایش بهترین توانایی های خود تشویق می شوند. سود این عمل نه تنها به فرد بلکه به کسب و کار نیز برمی گردد. به گفته جیمز هال: «به انسان ها احترام بگذار و احترام متقابل هم دریافت کن.»

۵. مایل است که درک شود. گاهی مشکلات به دلیل بی توجهی یا بی تفاوتی یک فرد پیش می آید. اما اکثرا دلیل مشکلات پیش آمده، عدم درک متقابل است. انداختن مشکلات به گردن کسانی که با ملاک ها و الگوهای ما همراهی ندارند، کار ساده ای است. ولی با شناخت بیش تر آنان متوجه خواهیم شد که راه آن ها چندان هم اشتباه نبوده، بلکه فقط با راه و روش ما تفاوت می کند. آن ها مزیت های ما را نداشته و لذا پاسخشان هم متفاوت خواهد بود. یا چون کنترل شرایط از دست آنان خارج است پس عکس العمل شان نیز متفاوت می شود. **در ارتباط با دیگران، ابتدا سعی کنید که آن ها را بفهمید، سپس خود را به آنان بفهمانید.** لازمه این عمل رفتاری منعطف و آموزش پذیر است. نظریه پرداز، هنس کونگ، می گوید: «**درک صحیح افراد باعث آموختن از آنان شده، و آموزش صحیح آنان باعث تغییر رفتار فرد می شود.**» درک کردن دیگران به معنای همراهی با آنان و تماس با آنان در سطح خودشان است. بار مسئولیت ارتباط را بر دوش خود و نه دیگران بگذارید. همیشه کلمات چارلز کتلینگ مخترع بزرگ را به خاطر داشته باشید که گفته: «میان دانستن و درک کردن تفاوت زیادی است. می توانید در مورد چیزی بسیار بدانید ولی واقعا درکی از آن نداشته باشید.» این گفته در مورد مردم نیز صادق است.

۶. مایل نیستیم از من سوءاستفاده شود. در ارتباط با دیگران، بیش از هر چیز، نمی خواهیم از من سوءاستفاده شود. این مسئله یکی از مهم ترین مسائل در رابطه با رفتار اخلاقی است. ماروین باور طولانی ترین رهبر موسسه مک کینزی بود. وی را بنیان گذار مشاوران حرفه ای می دانند. باور در سال ۱۹۳۳ به شرکت ملحق گردید. در سال ۱۹۵۰ به عنوان رئیس ادارات شرکت انتخاب شده و برای هفده سال متمداری در این مقام باقی ماند. سپس به عنوان مدیر و شریک شرکت به کار پرداخت تا سال ۱۹۹۲ که بازنشسته شد. باور از همان زمان شروع فعالیت در شرکت، تاثیر عمیقی بر آن گذاشت. او ارزش «حق تقدم با دیگران است» را به همکاران القا نمود. مسئول انتشارات شرکت می گوید: «او در این که سود مشتریان بر سود شرکت مقدم است، اصرار می ورزید. مگر آن که کار موردنظر با منافع کلی شرکت در تضاد باشد.» در سال ۱۹۵۰ هوارد هیوز، میلیونر معروف، از باور درخواست کرد تا او را در راه اندازی شرکت فیلمبرداری پارامونت، یاری دهد. باور برای دیدار با هیوز به لوس آنجلس سفر کرد. از او به طرز باشکوهی پذیرایی شد. هیوز شخصا میزبانی او را عهده دار شده و او را به دیدن بزرگ ترین هواپیمای چوبی آن زمان که به سفارش او ساخته

شده بود برد. اما باور پس از بررسی مشکلات شرکت پارامونت و نوع برخورد هیوز نسبت به کسب و کار، از قبول پیشنهاد سرباز زد. برای باور ارزش ها مهم تر از پول بود. او کسی نبود که از دیگران سوءاستفاده کند. این روش کسانی است که قانون طلایی، راهنمای آن هاست. **نکته مهم این است که چه شما به همسایه تان دروغ بگویید یا سر شرکتتان را کلاه بگذارید، در نهان افرادی را تحت فشار قرار داده اید. و اگر این عمل شما از ارزشمندی آن ها کاسته یا باعث سوءاستفاده از آنان شود، به آنان لطمه وارد کرده اید. کاری که دوست ندارید کس دیگری با شما انجام دهد.**

بازگشت به مردم

برخی شرکت های آمریکایی آموخته اند که با احترام گذاشتن به دیگران و در نتیجه تغییر رفتار، نوع ارتباط با مشتریان را بهبود بخشند. شرکت هوم بنس یک شرکت وام دهنده در آتلانتا که دارای بیش از هزار کارمند است، مثال زنده ای برای این موضوع می باشد. پاتریک فلود، رئیس شرکت هوم بنس، می گوید: «شکاف شخصیتی عمیقی در شرکتمان احساس می کردیم که در بخش رهبری و شخصیت حقوقی و نقش های دولتی کاملا آشکار بود. مدیران شرکت بسیار از خود مطمئن بوده و تصور می کردند موفقیت شرکت بسته به وجود آنان است. درست است که ما بازیکنان مهمی هستیم، ولی در واقع نقش اصلی را مردمی ایفا می کنند که کارهای سنگین را بر عهده دارند، یعنی کارگران.» شرکت با پرداخت ۵۰ درصد سود و برای دو سال، دکتر دووایت را استخدام کرد تا شرکت را در توجه بیش تر به کارمندانش یاری دهد. تصور کنید او چگونه به شرکت هوم بنس در مقدم داشتن کارمندان یاری داده؟ ساده است. به آن ها آموزش می دهد که با دیگران چنان رفتار کنند که مایلند با خودشان رفتار شود. **هرگاه شخصی بیاموزد که انتظار چه رفتاری را از دیگران دارد می تواند به آسانی رفتاری مناسب با دیگران داشته باشد.**

فصل چهارم: زیستن در مسیر طلایی با عیار ۲۴

زمانی که ریچ سال ۲۰۰۰ به استخدام دانشگاه جورجیا درآمد، انتظار داشت تا تاثیر مثبت فراوانی بر تیم بگذارد. مانند دیگر سرمربیان برنامه های فوتبال در آمریکا، او نیز تاریخچه مفصلی از موفقیت در کارنامه خود داشت. در ۴۰ سالگی، پانزده سال سابقه کاری، شامل هفت سال کار در دانشگاه ایالتی فلوریدا را به عنوان هماهنگ کننده یکی از قوی ترین مهاجمان تیمی در سطح ملی برای خود ثبت کرده بود (همان وقتی که وی هماهنگ کننده مهاجمان تیمی بود، رتبه مهاجمان تیمی دانشگاه ایالتی فلوریدا، جزو ۵ رتبه اول بوده و به مدت پنج سال ادامه داشت). او توانست به سرعت تاثیر مثبتی بر تیم دانشگاه جورجیا بگذارد. طی دو فصل متوالی نه تنها توانست دو قهرمانی در دو بخش متفاوت را به دست آورد (اولین بار در مدت بیست سال) بلکه تیم بولدگ های جورجیا را به مقام سوم ملی رساند. مهم تر از پیشرفت های تیم، چگونگی و روش کار او بود. تمرکز ریچ به جای قهرمانی تیم، بر روی بازیکنان آن قرار داشت.

نوع دیگری از تحصیلات

به گفته ریچ، «با دارا بودن شخصیتی قوی، در کارهایتان پشتکار داشته و انتظارات مربی تان را برآورده می کنید. تمام بازیکنان ما با استعداد هستند، ولی آن هایی که دچار مشکلات کم تری هستند از قبیل مشکلات آموزشی، اجتماعی و غیره، رشد بیش تری می یابند.» جهت ساخت شخصیت بازیکنان، ریچ، چیزی را به برنامه های فوتبال معرفی نمود که در جورجیا غیرمتعارف بود. او کلاسی را به مدت پانزده دقیقه و برای چندین بار متوالی در هفته برگزار نمود و نام آن را «مردان شخصیت در احاطه حصار» نامید

(ورزشگاه دانشگاه با حصار احاطه شده بود). فصل گذشته، این برنامه برای تمام سال اولی ها اجرا شد. ولی تدریجا تمام بازیکنان فوتبال باید در آن شرکت کنند. در واقع این درس شخصیتی چنان اهمیت یافته که هماهنگ کننده برنامه های ورزشی جورجیا، وینس دالی، مایل است شرایطی فراهم شود تا تمام ورزشکاران جورجیا بتوانند در آن شرکت کنند شاید هم روزی به یک واحد درسی ضروری برای فارغ التحصیلی بدل گردد. ریچ نقش خود را به عنوان کسی که وظیفه اش افزایش افتخارات دانشگاه است ندانسته، بلکه آن را غنا بخشی به زندگی دیگران می داند. او در این زمینه مهارت یافته است. او می گوید: در آینده اگر تمامی بازیکنان تنها به دلیل رفتن به دانشگاه جورجیا انسان های بهتری شده باشند، برای من یکی که ترسناک خواهد بود. ولی اگر کسی بگوید او به خاطر شرکت در برنامه های ما شوهر، پدر، شهروند و یا انسانی بهتر شده، حتی از قهرمانی یا نظرات مثبت عمومی برایم ارزش بیش تری دارد.

تأثیر شخصیتی

اخیرا برای من امکان دیدار با مارک ریچ فراهم آمد. به نظرم مردی با شخصیتی قوی رسید. هدف اصلی او یاری رساندن به دیگران است. زندگی او با قانون طلایی عجین شده است.

شخصیت چیزی فراتر از حرف زدن است: اغلب مردم راجع به محاسن درستکاری صحبت می کنند، ولی عمل کردن به آن مستلزم دارا بودن شخصیت است.

استعداد خدادادی است: شخصیت انتخابی است: بعضی چیزها در زندگی قابل انتخاب نیست، مانند کجا به دنیا آمده ایم، والدینمان چه کسانی هستند و یا اینکه بلندی قد ما چه قدر است. ولی موارد احساسی در زندگی وجود دارد که قابل انتخاب است. ما سرنوشت، رفتار و شخصیتمان را خود انتخاب می نماییم.

دستاورد شخصیت، موفقیت های پایدار برای افراد است: در ارتباط با مردم، اعتماد ضروری است. عامل به وجود آوردن اعتماد، شخصیت است.

رفتار مردم در حد شخصیتی که دارند باقی می ماند: به طور کلی، سه دسته افراد وجود دارند. ناموفق ها، موفق های موقتی و کسانی که موفق شده و موفق هم باقی می مانند. تنها راه نگهداری موفقیت، دارا بودن شخصیت است. استعداد یا ثروت و یا جذابیت باعث پیشبرد شخصیت نمی شود.

اگر در آرزوی یک زندگی همراه با شخصیت که نمایانگر فضیلت اخلاقی هم باشد هستید، مطابق راهنمای زیر رفتار کنید. این راهنما شما را در ورود قانون طلایی به زندگیتان یاری می دهد:

۱. **قانون طلایی را به عنوان راهنمای کمال در زندگیتان به کار ببرید.** به نظر فیلسوف سوئسی، هنری فردریک امیل، «کسی که خود را به دست جریان آب می سپرد، نمی تواند راهنمای خود در رسیدن به سطوح بالاتر باشد، او فردی بدون عقیده و نظر است، به جای آن که خود باعث حرکتی باشد، دیگران او را حرکت می دهند، مانند جسمی جامد. او یک پژواک است نه یک صدا». کاربرد قانون طلایی در زندگی ساده است. کافی است از خودتان بپرسید که «دوست دارید در چنین موقعیتی چگونه با شما رفتار شود؟» چنین پرسشی، خود یک راهنمای کامل و موثر برای هر وضعیتی می باشد. در هر مکانی از یک اطلاق کار گرفته تا ورزشگاه،

در کلاس درس و حتی در اطاق نشیمن، کاربرد دارد. قابل استفاده با کارمندان، کارفرمایان، خانواده و هم ردیفان است. **همیشه به هنگام مواجهه با یک دوراهی اخلاقی، از خود پرسید: «در موقعیتی مشابه، انتظار چه رفتاری را از دیگران دارم؟»** سپس اندرز نویسنده قرن نوزدهم، جرج الیوت را به خاطر آورد که گفته: «درستکار بوده و هرگز از کار درستی که انجام می دهید شرمند نباشید تصمیمی را که به درستی اش اعتقاد دارید گرفته و به آن وفادار بمانید.»

۲. تصمیماتتان را براساس این راهنمای کمال اتخاذ کنید. بسیاری از مردم، چندین تصمیم کلیدی در زندگی اتخاذ کرده و همان ها را در زندگی هر روزه خود به کار می برند. هرگاه شما تصمیم گرفتید تا از قانون طلایی به عنوان راهنمای کمال زندگی خود استفاده کنید، باید برخی از آن تصمیمات را مورد تجدیدنظر قرار دهید. استفاده از قانون طلایی چگونه اهدافتان را تغییر می دهد؟ آیا با خانواده خود رفتاری متفاوت خواهید داشت؟ آیا باید مشی شغلیتان را تغییر دهید؟ کنفسیوس می گوید: «آگاهی به درستی یک عمل و انجام ندادن آن، بدترین بزدلی است.» تصمیم های بزرگ تر، شجاعت بیش تری هم می طلبد. وقتی قانون طلایی را در زندگی‌تان وارد کرده و براساس آن تصمیم گیری می کنید، این موارد را به خاطر داشته باشید:

تصمیمات تعیین کننده اخلاق هستند و نه شرایط: افراد بااخلاق علی رغم هر شرایطی، تصمیمات درستی اتخاذ می کنند. با تصمیمات درست، شرایط بهتری را نیز برای خود خلق کنید.

تاثیر تصمیمات غلط باقی می ماند: هر تصمیم غلطی، تاثیری نامناسب به جا می گذارد، حتی اگر به فوریت قابل تشخیص نباشد. همسر مارگریت داستان پدری را برایم گفته که سعی می کرده به فرزندش پیامد تصمیمات نادرست را بیاموزد. هر زمان که پسر تصمیمی اشتباه می گرفت، باید یک میخ روی تخته ای بکوبد. و هر وقت که تصمیمی درست می گرفت، باید میخی را از روی تخته بیرون بکشد. پس از طی شدن زمان و کوبیدن و بیرون کشیدن میخ ها، روزی رسید که دیگر میخی روی تخته نمانده بود. آن وقت بود که پسر متوجه شد که تخته پوشیده از جای میخ های بیرون کشیده است.

سکون هم یک نوع تصمیم است: عکس العمل بعضی ها نسبت به تصمیمات اخلاقی، دوری از هرگونه عملی است. ولی مهم است به یاد داشته باشیم که سکون هم یک نوع تصمیم است. هزاران نفر هستند که در مقابل عدم رعایت موارد اخلاقی و یا به مصالحه گذاشتن آن توسط رئیسشان ساکت می مانند - در نهایت هم باید با نتایج آن زندگی کنند.

۳. براساس راهنمای کمال تصمیم گیری کنید. اگر می خواهید دیگران به شما اطمینان داشته باشند، باید قابل پیش بینی باشید. **وقتی زندگی و تصمیمات هر چند کوچکتان را براساس یک راهنما - که همان قانون طلایی است - مدیریت می کنید، از لحاظ اخلاقی برای دیگران قابل پیش بینی شده، و لذا مردم به شما اطمینان می کنند، زیرا می دانند که شما همواره راه درست را برمی گزینید.**

۴. از دیگران بخواهید تا انتظار بازخواست پذیری اعمالتان را از شما داشته باشند. به شما توصیه می کنم برای زیستن با قانون طلایی، از مردم بخواهید شما را تحت نظر قرار بدهند. زیرا هیچ چیز مانند بازخورد فرد را صادق نگه نمی دارد. راستی و درستی، بنیاد زندگی فردی و بازخواست پذیری اساس آن است که یک زندگی با معیارهای بالا را برایمان به ارمغان می آورد.

فصل پنجم: پنج عامل «مکدرکننده» قانون طلایی

ضمن کارکردن با مردم مختلف در هر گروه اجتماعی یا اقتصادی و در بیش از یک دوجین کشور در اکناف جهان، به این نتیجه رسیدم که تمام موارد در پنج چیز خلاصه می شوند. این پنج عامل دخیل به هنگام مصالحه اخلاق عبارتند از:

۱. فشار. در فرهنگ سرعت که امروزه رواج یافته، هر کس به نحوی تحت فشار است. این فشار، وسوسه انحراف از درستی را به همراه دارد. مدیران ارشد سازمان ها، در تلاش بالا بردن ارزش سهامشان، احساس فشار می کنند. فروشندگان برای فروش بیش تر تحت فشار قرار دارند. دانشجویان برای کسب نمره بالاتر، زیر فشار هستند. هیچ کس را توان رهایی از این فشار نیست. سؤال این است که: شما چگونه با این مسئله کنار می آید؟ هنگام مواجهه با فشار، آگاه باشید که ممکن است در دام وسوسه مصالحه ارزش های خود قرار بگیرید، در آن هنگام از خود بپرسید هر چند که سخت باشد: آیا تصمیمی عجولانه و احساسی اتخاذ می کنم؟ آیا به تعهداتم عمل خواهم کرد؟ آیا تحت تاثیر نظرات دیگران قرار می گیرم؟ آیا وعده هایی را می دهم که قادر به انجام آن نیستم؟

۲. لذت. ما در دنیایی که فلسفه آن خوش گذرانی است زندگی می کنیم. برای چندین دهه، مردم آمریکا تحت تاثیر جمله «کاری را که دوست داری انجام بده.» قرار داشتند. اما میراث وحشتناک این رفتار، تنها قرض، ورشکستگی، طلاق و افزایش مصرف مواد مخدر بوده. میل به لذت، راهنمایی ترسناک است. واقعیت این است که لذاتی که اکثر ما به دنبال هستیم، کوتاه مدت بوده و ما را اقناع نشده به جا می گذارند. چیزهایی که باعث وسوسه ما می شوند، به ندرت آن هایی هستند که وعده داده شده اند. در مقابل اغوای لذت، چه باید کرد؟ اول از همه باید از وسوسه آن گریخت.

مارک تواین می گوید: «برای مقابله با وسوسه، چندین اقدام احتیاطی وجود دارد که مطمئن ترین آن ها، بزدلی است.» اگر در مقابل وسوسه انجام کار خلاف اخلاق، تاب مقاومت ندارید، خود را از جلوی آن کنار بکشید. وقتی به شما نزدیک می شود، به سمت دیگر مسیر بروید. بهترین راه اجتناب از وسوسه، پیشگیری از آن است. دومین اقدام، پرورش نظم و انضباط است. ریچارد فاستر می گوید: «فرد منضبط، فردی است که می تواند آن چه که لازم الاجرا است را وقتی لازم است انجام دهد. فرد منضبط، فردی است که در ساعت مناسب زندگی می کند. فرد منضبط، فردی آزاد است.» برای افزایش آزادی، باید احساسات خویش را سامان داد. این ساماندهی نیازمند ایجاد منش خاصی است. یکی از بهترین راه های نیل به مقصود، عجله نداشتن برای کسب لذت زود هنگام است.

۳. قدرت. هریت رابین، نویسنده ای که دو کتاب درباره قدرت نگاشته، روسای خودمحموری که در قدرتشان کامیاب هستند را مدیران خودشیفته لقب داده است. او به توصیف آنان پرداخته و می گوید: شادی را از آن خود، و دردسر را نصیب دیگران می کنند... هرگز تشکر بر زبانشان نیست و از مردم مانند دستمال کاغذی استفاده می کنند. آبراهام زلنیک، متخصص رهبری و روانشناس معتقد است که در بسیاری از مدیران یک حس حق طلبی پرورش پیدا می کند. چنین مدیرانی: باور دارند که آن ها و سازمان هایشان یکی هستند، آن ها حق انجام هر کاری را در هر زمانی دارند.» افراد ضعیف النفس، به ویژه در مقابل شخصیت های قدرتمند، نوعا درگیر شرایط زیر می شوند: پذیرش قدرت، سوءاستفاده از قدرت و از دست دادن قدرت.

قدرت به رودخانه ای نیرومند شبیه است. زمانی که آرام است، زیبا و مفید هم می باشد. به محض آن که طغیان می کند و ساحل را درهم می کوبد، ویرانی به همراه می آورد. چگونه می توان از طغیان قدرت جلوگیری کرد؟ به پندی که رئیس جمهور آمریکا هری ترومن گفته گوش فرا دهیم. او توصیه می کند «**هرگاه فردی قدرت را با این تفکر که موقتی است بپذیرد، از آن به سلامت می گذرد. اما اگر تصور کند خودش عامل قدرت است، نابودی خود را رقم زده است.**»

۴. **غرور.** ممکن است غرور از نظر شما تله ای بالقوه نباشد که می تواند اخلاق را تحلیل برده و برخلاف تمرین های قانون طلایی عمل کند. احساس ارزشمند بودن، احساسی خوشایند است. همچنین احساس اطمینان به توانایی های خود، ولی در ضمن، اغراق در خودباوری نیز می تواند بسیار مخرب باشد. غرور اساس و پایه تمام اشتباهات بزرگ است. نویسنده و عالم مذهبی، سی. اس. لویس، نظریه ای در مورد غرور ارائه داده که حاکی از بصیرت اوست. به نظر او، غرور راهگشای تمام فسادهاست. هر چه شخص مغرورتر باشد، بیش تر از غرور دیگران ناخشنود است. در واقع اگر می خواهید به میزان غرور خود پی ببرید، از خود بپرسید، «چقدر از تکبر دیگران نسبت به خود احساس ناراحتی می کنم؟» نکته این است که غرور هر فرد در رقابت با غرور دیگران است. غرور اصلتا رقابتی است، و رقابتی بودنش هم در طبیعت آن است، در حالی که دیگر فسادها رقابتشان تصادفی است. غرور نه تنها توانایی تحلیل اخلاقیات را دارد، بلکه می تواند در کارایی ما دخالت کند. پگی نونان از قول یک سیاستمدار آلمانی قرن نوزدهم نقل قول می کند که: «در حالی که فریفتن یک فرد قابل اطمینان کار سختی است، گول زدن کسی که خود را باهوش می داند، ساده است.»

۵. **اولویت ها.** جیمز کالینز، نویسنده کتاب «ساختن برای ماندن»، تحقیق جامعی در علل موفقیت شرکت ها انجام داده است. وقتی از او درباره تاثیر اخلاق در ساخت این موفقیت سؤال شد، چنین پاسخ داد: «آن عاملی را که در این تحقیق به عنوان عامل موثر در موفقیت شرکت ها یافتیم، همان ارزش های درونی است که سازمان های برتر برای خود ساخته و با آن شرکت را اداره می کنند.» این موضوع در مورد افراد هم صادق است. فردی که به اولویت های خود آگاهی نداشته باشد، برای تصمیمات نادرستش به دردسر می افتد. گوته، شاعر و نویسنده آلمانی، توصیه می کند: «مسائل مهم هرگز نباید تحت تاثیر مسائل بی اهمیت قرار گیرند.» اگر تا به حال ارزش های خود را تعریف نکرده اید، به شما توصیه می کنم که هر چه زودتر به آن بپردازید. سپس تلاش کنید تا موارد بی اهمیت به مهم تبدیل نشوند و برعکس.

فصل ششم: فرصت های طلاییتان را تصرف کنید

روش یافتن فرصت طلایی واقعی چیست؟ خارج از خودتان به دنبالش نگردید. به نظر اکثر مردم، فرصت واقعی زندگی ناشی از شغل، سرمایه گذاری یا یک بازار خاص هر چند کوچک است. ولی در واقع بزرگ ترین فرصت زندگی شما، تغییر خودتان است. عینا مانند پیشنهاد عضویت در یک تیم المپیک به فردی است که اصلا برای این کار تربیت نشده است. جنبه مثبت این قضیه، امکان آزمودن شانس فرد در این برنامه است و جنبه بد آن، آمادگی نداشتن. **نمی توانید بر روی فرصتی که از خارج دریافت کرده اید سرمایه گذاری کنید مگر آن که ابتدا زمینه آن را در خودتان ایجاد کرده باشید.** برای دستیابی به فرصت های طلایی، ابتدا باید شخصیتی قوی را در خود پرورش دهید. در این صورت آمادگی رویارویی با چالش های اخلاقی مقابلتان را یافته و در زمان درست امکان بیش ترین اقبال ممکن را خواهید داشت. برای رسیدن به این هدف، به توصیه های زیر عمل کنید:

۱. در مقابل اعمال خود پاسخگو باشید. به گفته ودر و ویلسون، «مسئولیت و فرصت، متناسبند» لابد می پرسید چرا؟ زیرا **یک فرد مسئول می تواند مطمئن باشد که از میان دو گزینهش عمل درست و عمل آسان، اولی را برمیگزیند.** او این گفته ویل دورانت، «به شادی خود پشت پا زده و وظیفه تان را انجام دهید» را از جان و دل پذیرفته است.

۲. **نظم شخصی را پرورش دهید.** چرا بعضی از مردم تمایل به حقه زدن به دیگران دارند؟ به نظر من دلیلش در نبود نظم خلاصه می شود. کسانی که در پرورش نظم شخصی موفق نیستند، برای سرپا ماندن دست به تقلب می زنند. به گفته اچ. جکسون براون: استعداد بدون نظم مانند هشت پایبی است که روی اسکیت راه می رود. حرکت زیاد است بدون آن که جهت خاصی داشته باشد. اچ. پی. لیندون، استاد دانشگاه آکسفورد و روحانی قرن نوزدهم، گفته: **اعمال ما در یک موقعیت بزرگ، ناشی از وجود فعلی مان بوده و آن چه هستیم هم نتیجه نظم شخصی سالیان گذشته است.** اگر طالب بهبود بخشیدن به شخصیت خود و بالا بردن شانس موفقیت هستید، باید در چند مورد خود را منضبط کنید از جمله: زمان، انرژی، اهداف و حوصله.

۳. **از ضعف های خود آگاه باشید.** برای داشتن آگاهی قبلی، باید آمادگی قبلی داشت. کسانی که به ضعف های خود آشنایی دارند، به ندرت غافلگیر شده، و به دیگران اجازه سوءاستفاده از آن ضعف ها را نمی دهند. در مقابل، آن هایی که خودفریبی کرده یا وانمود می کنند قوی هستند، در نهایت با شکست مواجه می شوند.

۴. **اولویت ها و ارزش های خود را منظم کنید.** کمال و تمامیت به معنای هم سو کردن باورها و اعمال است. ادعای چیزی را کردن و تعدد کار دیگری را انجام دادن، به معنای نبود کمال می باشد. بهترین مفهومی که برای کمال می توان ارائه داد این است که کسی یا چیزی یکپارچه و کامل باشد. هرگاه ادعای چیزی بکنید و کار دیگری انجام دهید، شما تجزیه شده اید.

۵. **عمل اشتباه خود را تایید کرده و سریعاً آن را تصحیح کنید.** یکی از مشخصه های بسیاری از کسب و کارهای ورشکسته امروزی، نوعی لاپوشانی است. مشکلات هیئت مدیره شرکت های انرون، تایکو و ورلدکام، تماما به دلیل پنهان کردن خطاهایشان بود. البته این نوع رفتار منحصر به کسب و کار نیست. افرادی با عملکرد شخصیتی ضعیف، در هر شغل و منصبی که باشند، به جای اذعان خطاهای خود در صدد لاپوشانی آن ها برمی آیند.

۶. **در استفاده از سرمایه ها دقت کنید.** اگر در صدد آشنایی با شخصیت واقعی افراد منحصر به فرد هستید، به نحوه استفاده آنان از پول توجه کنید. هنری فورد، مخترع ماشین سواری می گوید: پول باعث تغییر افراد نمی شود بلکه پرده از روی خود واقعی شان برمی دارد. فرد خودخواه، خودبین یا حریص، با دارا بودن ثروت تمام خصوصیات بد خود را آشکار می کند، همین. افرادی که برای ثروت اندوزی اولویتی بالاتر از حد معمول قائل هستند، بیش تر در معرض لغزیدن قرار دارند. پول تنها یک وسیله است. اما وسیله ای تیز و برنده که هرگاه از آن درست استفاده نشود، صدمه می رساند. به همین دلیل است که باید در استفاده از سرمایه ها دقت داشته باشیم. برای جلوگیری از برده پول شدن به توصیه های فوق عمل کنید: - از خود درآمد داشته باشید. - با دیگران صادق باشید. - از وام به نحوی عاقلانه و با کمال صرفه جویی استفاده کنید.

۷. **خانواده را بر کارتان مقدم بدانید.** اولویت دادن به خانواده در بلندمدت، نه تنها لطمه ای به شغلستان نمی زند، بلکه بر پیشرفت آن هم می افزاید. بنا به گفته پت ریلی، مربی بسکتبال ملی آمریکا، «حمایت از خانواده برای زمانی طولانی، یعنی حمایت

از موفقیت برای زمان طولانی» دارا بودن خانواده ای محکم و پایدار، سکوی پرتابی برای موفقیت های بی شمار و سرزمین همواری برای فرود در زندگی کاری می باشد.

۸. برای مردم ارزش قائل شوید. پرورش شخصیت برای بسیاری از مردم، به معنای تکیه بر «باید» شدن هاست. البته این امر تا حدی درست است. اما برای آمادگی جهت تصرف فرصت های طلایی، کفایت نمی کند. باید برای دیگران ارزش قائل شده و با این کار قسمتی از وجود خود را به آنان تقدیم کنید، یعنی اعتمادتان را. در واقع عصاره قانون طلایی همین است. وولف. جی. رینک می گوید: **«اگر به کارمندانان بی اعتماد باشید، ۳ درصد مواقع حق با شماست. اما اگر به مردم تا زمانی که خلافت ثابت نشده اطمینان کنید، ۹۷ درصد مواقع حق با شما خواهد بود.»** تفاوت بسیار بالاست.

۹. چگونگی «لمس میداسی» را پرورش دهیم. آشنایی من با میتولوژی یونان در دبیرستان آغاز شد. یکی از داستان های آن را همیشه در ذهن دارم. داستان شاه میداس است که پادشاه سرزمین کهن فریجیا بود. میداس به خاطر کمک به دوست قدیمی خود، دیونیسوس، خدای آزادی، به عنوان جایزه، مستحق برآوردن یک آرزو گردید. او از دیونیسوس درخواست کرد تا هرچه را که دست می زند به طلا تبدیل شود. وقتی آرزوی او اجابت شد، به یک درخت دست زد و درخت درجا به طلا تبدیل شد. به یک اسب دست زد و بلافاصله اسب هم به طلای ناب تبدیل گردید. در مدت یک دقیقه او تبدیل به ثروتمندترین فرد دنیا شد. گرفتاری او با گرسنگی آغاز گردید. سر میز ضیافت نشسته و به سمت گوشت دست برد، بلافاصله پس از تماس، گوشت طلا شد. آنگاه نوشیدنی اش هم به همین بلا دچار شد. اما بدتر از همه وقتی که دخترش او را در آغوش گرفت، ناگهان تبدیل به یک مجسمه طلایی گردید. در پایان با التجا از دیونیسوس درخواست کرد تا قدرت طلایی او را پس بگیرد. دیونیسوس او را به سرچشمه رودخانه پاکتولوس فرستاد تا با شستن خود در آب رودخانه، به حالت سابق برگردد. میداس به همراه مجسمه دخترش به محل موردنظر رفته و در نهایت هر دو به حالت سابق برگشتند. زمانی که میداس قدرت طلایی خود را از دست داد، به شادی سابق خود بازگشت.

طلای واقعی

امروزه نسبت دادن «لمس میداسی» به افراد، به معنای تمجید از آنان تلقی می شود. یعنی او استعداد کسب ثروت را دارد. اما دلبستگی تنها به مال و ثروت، مانند دوران یونان کهن، فرد را به نابودی می کشاند. ثروت واقعی در اندوختن مال نیست. به ادعای هنری وارد، کشیش و مخالف بردگی قرن نوزدهم، «ثروت واقعی در این دنیا نه در ستاندن ها بلکه در بخشیدن ها است.» اگر در آرزوی چیزی بیش تر از حساب بانکی مملو از پول هستید و مایلید ثروتی واقعی بسازید (با سرمایه گذاری روی انسان ها) به تمرین های زیر عمل کنید:

۱. سعی کنید رفتارتان با مردم بهتر از رفتار آنان با شما باشد. دوست داشتن متقابل کار مشکلی نیست. همچنین مهربانی در مقابل رفتار مناسب نیز ادب متداول است. اما جواب شما در مقابل رفتار نامناسب دیگران چیست؟ آیا بی احترامی را با بی احترامی پاسخ می دهید؟ تهاجم را با تهاجم؟ برای آن که رفتارمان با دیگران بهتر از رفتاری باشد که دریافت می کنیم، به شخصیتی قوی نیاز داریم. رهبر جنبش حقوق مدنی، مارتین لوتر کینگ پسر، گفته: **«بخشش عملی وابسته به موقعیت نیست بلکه گرایشی جاودان است.»** هرگاه همه به قانون طلایی عمل کنند، دنیا مکانی بهتر برای زندگی خواهد بود.

۲. **پیمودن دومین کیلومتر.** با حداقل کار، پیشرفتی هم در کار نخواهد بود. مسئله خود یا دیگران نیست بلکه تاکید اصلی بر روی ذات رویکرد نسبت به کار است. اپرا وینفری، مجری شوی تلویزیونی می گوید/ک «**با بهترین تلاش در این لحظه، بهترین مکان را در آینده تصاحب می کنم.**» صمیمانه با این نظر موافقم، نه تنها در موارد کاری بلکه در روابط اجتماعی هم صدق می کند. به همین دلیل است که توصیه می کنم که آماده ی پیمودن دومین کیلومتر از مسیر پیشنهادات من باشید. برای روشن شدن منظورم، اجازه می خواهم ابتدا توضیح دهم این بیان تمثیلی از کجا آمده است.

در دو هزار سال پیش و در امپراطوری روم، افسران رومی می توانستند هر کسی را به حمل بار تا یک کیلومتر وادار کنند. این حق افسران بود ولی این یک کیلومتر صرفا برای کارهای واجب به کار گرفته می شد. توصیه من این است که نه تنها کارهای لازم را انجام دهید، بلکه تلاشتان بر انجام کاری ورای وظیفه تان باشد. به دومین کیلومتر به چشم فرصتی بنگرید که می تواند تاثیری مثبت در زندگی دیگران داشته و به ارزششان بیفزاید. حالا اجازه دهید خصوصیات فردی که مایل به پیمودن یک کیلومتر اضافی هست را معرفی کنم. این فرد کسی است که: - توجه نشان می دهد، بیش از آن چه به نظر عاقلانه می آید. - خطر می کند، بیش از آن چه به نظر صحیح می رسد. - رویا دارد، بیش از آن چه به نظر عملی می رسد. - انتظار دارد، بیش از آن چه به نظر امکان پذیر می رسد. - کار می کند، بیش از آن چه به نظر لازم می رسد. دوستم زیگ زیگلار می گوید: «**در کیلومتر اضافی، شلوغی وجود ندارد.**» اگر هر کاری را بیش از آن چه از شما انتظار می رود انجام دهید، نه تنها به جایگاهی بالاتر از جمع صعود کرده اید بلکه می توانید به صعود کردن دیگران نیز کمک کنید.

۳. **مردمی که توانایی کمک به شما ندارند را نیز یاری دهید.** معمولا تعریف ما از موفقیت عبارت است از میزان مزیت ما نسبت به فردی دیگر. حتی وقتی هم به کسی یاری می دهیم، آن را یک برد برای خود می دانیم. بیایید روراست باشیم: ما اغلب طرزفکری مانند جان بانیان نویسنده نداریم که گفته، «**زندگی موفقیت آمیز امروزتان برای کمکی است که در حق کسی کرده اید و او هرگز نتوانسته آن را جبران کند.**» ولی برای زیستن در سطوحی بالاتر، باید به این کار دست بزنید. زمانی که به کمک هر نیازمند برخاستی حتی اگر توان جبران هم نداشته باشد، لمس میداسی را گسترش داده ای، زیرا به زندگی دیگران ارزش افزوده ای.

۴. **حتی اگر کار غلط امری مقبول باشد، کار درست را انجام بده.** مسلما جنگ سرد بین آمریکا و شوروی را به خاطر دارید. برای بیش از سه دهه، روابط بین دو کشور مملو از بی اعتمادی و دشمنی بود. وقتی رونالد ریگان، به ریاست جمهوری رسید، تصمیم گرفت تا رابطه میان دو کشور را تغییر دهد. در اولین قدم، نامه ای شخصی به لئونید برژنف، نخست وزیر شوروی نوشت، و از او خواست تا مشترکا برای یافتن «صلحی پایدار» به توافق برسند. طرح این برنامه ریگان با جواب سردی از طرف برژنف روبه رو شد. اگر ریگان از کوشش خود برای بهبود روابط با روسیه دست برمی داشت، امری طبیعی بود. اما او استقامت به خرج داد و به یمن این ابتکار، به تدریج یخ روابط بین دو کشور آب شده و پرده آهنین به کناری رفت. پگی نونان، نویسنده نطق های ریگان، چنین شرح می دهد: در عین قوی بودن، می توانید ضعیف باشید. وقتی به قدرت خود آگاهی، به خودتان اطمینان پیدا کنید تا اولین قدم را بردارید، اولین درخواست یا خواهش را مطرح کنید ... اما اگر از این که دیگران شما را ضعیف بدانند بترسید، آنگاه بیش تر تمایل به نشان دادن «قدرت» خود دارید، و هرگز زربار نوشتن یک نامه برای صلح نخواهید رفت.

۵. وفای به عهد کنید ولو برایتان گران تمام شود. وفای به عهد اساس و پایه تمام روابط بوده و لازمه موفقیت در کسب و کار است. به نظر جوزف ابروز، مدیر فروش در تلویزیون سی بی اس، «راستی و درستی در فروش زمان تبلیغات بسیار اهمیت دارد. حدود ۸۰ درصد سفارشات در این زمینه، همه ساله از طرف یک گروه مشخص داده می شود، بنابراین افزایش میزان فروش نیازمند داشتن ارتباطات قوی است. در نهایت، برنده واقعی، بازنده درستکار است.»

نتیجه گیری: پیش به سوی قانون طلایی

بگذارید ابتدا از شما، دو سؤال پایانی را بپرسم. اول این که، می خواهید به چه موفقیتی نائل شوید؟ یا به زبان دیگر، چه اهدافی را برای خود در نظر گرفته اید؟ می خواهید حرفه تان شما را به کجا برساند؟ آرزو می کنید که چه تاثیری بگذارید؟ اندیشیدن در مورد این گونه مسائل بسیار خوب است چون به شما امکان می دهد تا مسیری را برای زندگی تان تعیین کنید. و اما سؤال دوم، چه برنامه ای برای این اهداف دارید؟ این هم مهم است زیرا برای چگونگی نوع زندگی تان، تعیین آهنگ می کند. همچنین به نتیجه رسیدنش را هم تحت تاثیر قرار می دهد.

به نظر من برای موفقیت دو مسیر اساسی وجود دارد که هر کس باید یکی از آن ها را انتخاب کند. این که طلا را انتخاب کنید یا قانون طلایی را. بسیاری از مردم طلا را انتخاب کرده و به نظر می رسد که به هر چه زندگی می توانسته ارائه کند دست یافته اند. اما مشاهدات می تواند گول زنده هم باشد. در زیر فهرستی از افراد و سرنوشتشان را می آورم: چارلز شواب - رئیس بزرگ ترین شرکت خصوصی فولاد - با ورشکستگی از دنیا رفت. ریچارد ویتنی - ردیس بورس نیویورک - درست پس از رهایی از زندان سینگ از دنیا رفت. آلبرت فال - عضو کابینه ریاست جمهوری - از زندان آزاد شد و در خانه اش از دنیا رفت. جس لیورمور - بزرگ ترین «غول» وال استریت - خودکشی کرد. ایوار کروگر - سرکرده بزرگ ترین انحصار دنیا - خودکشی کرد.

بین جویندگان طلا و آن هایی که به دنبال قانون طلایی هستند، یک دنیا تفاوت وجود دارد:

آن هایی که به دنبال طلا می گردند	آن هایی که به دنبال قانون طلایی هستند
- می پرسند، چه کار می توانی برای من بکنی.	- می پرسند، چه کار می توانم برای شما بکنم.
- تصمیمات ساده اتخاذ می کنند.	- تصمیمات ممتاز اتخاذ می کنند.
- خانواده را فدای مال و منال می کنند.	- مال و منال را فدای خانواده می کنند.
- به توسعه عقل برای اعمالشان می پردازند.	- به توسعه ارتباطات با اعمالشان می پردازند.
- طرز تفکر «من ارجح» دارند.	- طرز تفکر «دیگران ارجحند» دارند.
- میزان پولشان اهمیت دارد.	- تعداد دوستانشان اهمیت دارد.
- اساس ارزش هایشان بر میزان ثروتشان استوار است.	- اساس ثروتشان بر ارزش هایشان استوار است.

مردمی که در جستجوی طلا هستند، اگر خوشبخت باشند به رضایت مادی می رسند. اما در مقابل، پویندگان قانون طلایی، نه تنها امکان به دست آوردن ثروت و مال را دارند بلکه به ارزشی دست می یابند که کیفی است و چول قادر به تهیه آن نیست. مردمی که با قانون طلایی زیست می کنند، امکان به دست آوردن آن ارزش ها را برای خود فراهم می کنند.