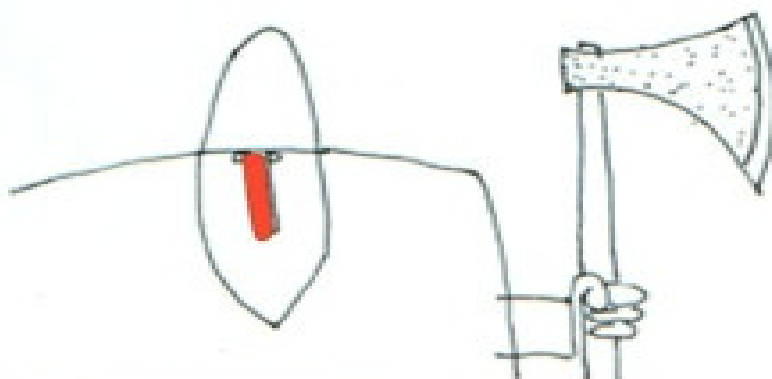


PHỐT LỜ TẤT CẢ & BƠ ĐI MÀ SỐNG

Cùng 39 chìa khóa khác mở cánh cửa sáng tạo

IGNORE EVERYBODY



Hugh Macleod

 NHÀ XUẤT BẢN
LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

HUGH MACLEOD

PHÓT LÒ TẤT CẢ & BƠ ĐI MÀ SỐNG

Lê Khánh Toàn *dịch*

Bản quyền tiếng Việt © Công ty Sách Alpha

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG – XÃ HỘI

Chia sẻ ebook : <http://downloadsachmienphi.com/>

Tham gia cộng đồng chia sẻ sách : Fanpage : <https://www.facebook.com/downloadsachfree>

Cộng đồng Google : <http://bit.ly/downloadsach>

Về Hugh MacLeod và Hiện tượng Ignore Everybody

Hugh MacLeod, nghệ sĩ người Mỹ được biết đến như một tác giả nổi tiếng, một họa sĩ vẽ tranh biếm họa, một blogger và thậm chí còn là một nhân viên tiếp thị.

Ông sáng tạo ra kiểu vẽ tranh biếm họa lên mặt sau tấm danh thiếp để có thể vẽ bất cứ lúc nào. Với những tấm danh thiếp chất đầy trong túi áo, ông có thể vẽ ngay khi ý tưởng vừa xuất hiện mà không phải ba chân bốn cẳng chạy về xưởng vẽ như trước đây.

Như chính ông thú nhận, ban đầu, đây chỉ trò giải trí khi ngồi trong quán bar, xen giữa những câu chuyện vô thưởng vô phạt. Khán giả cũng chỉ là những bạn bè thân thiết, những chiến hữu cùng ngồi nhậu với nhau. Có người lắc đầu, có người thích thú. Nhiều người bảo ông hãy làm gì đó với chúng. Nhưng ông không có ý định làm gì cả, chỉ là một trò tiêu khiển để ông mặc sức sáng tạo – viết, vẽ bất cứ thứ gì mình thích.

Năm 2001, ông lập ra blog gapingvoid.com, đưa lên đó cả tranh biếm họa và các bài viết của mình. Năm 2004, ông viết *How to Be Creative* (Làm Sao Để Sáng Tạo) với khoảng 13.000 từ, gồm nhiều bài viết được đưa dần lên blog, kết hợp giữa tranh biếm họa và những chỉ dẫn thiết thực về những bí kíp thúc đẩy sáng tạo. Đây là thời kỳ bùng nổ các blog, giống như giai đoạn từ năm 2005 tới 2009 ở Việt Nam. Vì thế, blog của ông đã được bạn đọc đón nhận nhiệt tình, với số lần tải về lên tới hàng triệu lượt.

Và đây cũng chính là nền tảng cho *Ignore Everybody* mà các bạn đang cầm trên tay. Mặc dù, Hugh chỉ luôn coi đây là sự kết hợp đầy bất ngờ giữa biếm họa và Internet, nhưng thực chất đây là thành quả của những nỗ lực không mệt mỏi trên con đường sáng tạo của ông.

Với 40 phần, thực ra là 40 bài học ngắn gọn, súc tích, kết hợp với tranh biếm họa và các “châm ngôn” hài hước nhưng ý nghĩa, cuốn sách chính là câu trả lời cho các câu hỏi không ngừng đặt ra trong đầu chúng ta suốt quá trình làm việc.

Làm thế nào để những ý tưởng mới xuất hiện được trong thế giới đầy hoài nghi và e sợ rủi ro này?

Làm thế nào để khơi nguồn cảm hứng?

Làm thế nào để xác định được ranh giới giữa những điều sẵn sàng thực hiện và những gì không?

Mỗi câu hỏi đều có câu trả lời thỏa đáng. Nhưng điều này không đồng nghĩa với việc đọc giả ngẫu nhiên cuốn sách này xong là có thể khơi mở được ngay lập tức nguồn lực sáng tạo trong mình và tung trái nó ra ngoài thế giới.

Những bí kíp đó chỉ tiếp thêm cho bạn nguồn năng lượng để làm việc chăm chỉ hơn, sáng tạo hơn, nghiêm túc hơn. Để những bạn trẻ không ảo tưởng rằng nghệ sĩ được phép la cà ở các

quán bar suốt cả ngày, mong đợi Nàng Thơ bất ngờ gõ cửa, ban cho một nguồn cảm hứng vô tận, khiến họ viết ngay ra được tác phẩm bất hủ và một bước lên đỉnh vinh quang. Mà sáng tạo là lao động chân chính, nảy sinh trong quá trình làm việc chứ không phải trong lúc ngủ mơ chờ Thần Tài gõ cửa.

Những bí kíp này cũng dạy các bạn có một thái độ sống can đảm, dám đương đầu với dư luận, chịu trách nhiệm về hành động của mình. Nhất là khi bạn còn trẻ tuổi và sống ở những đô thị lớn đất đỏ và đầy cạnh tranh.

Đó là phải biết đứng ra ngoài đám đông, tạo dấu ấn của riêng mình thay vì hòa lẫn vào nó.

Đó là chỉ ra những con đường dẫn tới cánh cửa sáng tạo đã được Hugh đã ví von rất hình tượng rằng giống như 6 tỉ cánh cửa dẫn tới cõi Niết Bàn, và nhiệm vụ của chúng ta là tìm ra được cánh cửa của riêng mình.

Ông cũng là người đặt vấn đề sáng tạo cạnh bản năng sinh tồn, bằng việc đưa ra Lý thuyết Tình và Tiền, muốn thành công chúng ta phải dung hòa được cả hai thứ đó. Chúng ta vẫn phải duy trì nghề kiếm cơm đồng thời vẫn sáng tạo không ngừng nghỉ.

Như tại Việt Nam, nhiều người cũng vẫn đang loay hoay lựa chọn giữa nghệ thuật chân chính và kiếm sống. Chúng tôi cũng từng đứng trước bài toán đau đầu là làm ra những cuốn sách bán chạy hay là những cuốn sách hay.

Nếu chỉ đuổi theo niềm đam mê thì có lẽ nghệ sĩ đã chết đói trước khi đạt được điều gì đó, còn nếu chỉ chạy theo thị trường thì rồi chúng ta sẽ bế tắc bởi cùn mòn trong sáng tạo.

Giống như Hugh đã chỉ ra, chúng tôi theo đuổi giải pháp dung hòa cả hai thứ đó – sách vừa hay vừa bán chạy – đảm bảo nhu cầu cuộc sống bên cạnh tôn chỉ “Tri thức là sức mạnh”.

Cuốn sách này có thể sẽ là câu trả lời hoặc giúp các bạn trẻ khẳng định lựa chọn của mình về việc có nên đánh đổi công việc hiện thời để theo đuổi sở thích cá nhân hay ngược lại; để không rơi vào tình cảnh lúng túng, băn khoăn giữa hai con đường đó để rồi chẳng được cái gì.

Hugh cũng nói rõ, trước hết bạn phải tự nuôi sống được bản thân mình, để cho tiền bạc không có cơ hội “nhúng mũi” vào sáng tạo của bạn; tiếp đó là duy trì sự sáng tạo mọi nơi mọi lúc.

Trong những lời khuyên bổ ích của ông, không chỉ là chọn thái độ sống mà còn là một lối sống, cần mẫn, tiết kiệm và nghiêm túc.

Chính ông đã cho rằng nghệ sĩ không phải là chỉ biết cắm đầu vào cái gọi là “nghệ thuật thuần túy”, người nghệ sĩ thời nay còn biết cả đến thị trường, cách thức tiếp thị bản thân để có thể sáng tạo hiệu quả nhất.

Và dù công nghệ đang phát triển như vũ bão, nhưng nghệ thuật chân chính vẫn có chỗ đứng riêng của mình, bởi nghệ thuật chân chính vẫn đòi hỏi người nghệ sĩ phải xả thân, phải hy sinh vì nó.

Như tựa đề của cuốn sách này, bạn đọc sẽ được trao cho 40 chìa khóa để mở cánh cửa sáng tạo. Đặc biệt là những bạn đọc trẻ, đang chịu sức ép của các đô thị lớn giống như tình cảnh của

chính tác giả trong giai đoạn đầu đặt nền móng cho cuốn sách này, các bạn có thể tìm được những điều hữu ích cho bản thân để mở được cánh cửa sáng tạo của riêng mình.

Và một bài học lớn rút ra cho tất cả những người đang và sẽ bước chân vào thế giới nghệ sĩ, từ chính Hugh MacLeod, đã từng thẳng thắn bày tỏ: “Tôi không bao giờ thích thú với việc tự gọi mình là ‘Nghệ sĩ’. Tôi nghĩ, lịch sử sẽ quyết định ai là nghệ sĩ chứ không phải chúng ta.”

Như bài học cuối cùng trong cuốn sách này, chúng tôi cũng muốn đưa ra cho bạn đọc lời khuyên giống như Hugh, đó là “Làm việc chăm chỉ. Kiên trì. Sống giản dị và kín tiếng. Giữ thái độ khiêm tốn. Luôn lạc quan. Tạo ra vận may của chính mình. Hãy tử tế. Hãy lịch sự.”

Và cũng giống như lời khuyên của ông đưa ra cho các bạn trẻ bắt đầu bước chân vào thế giới sáng tạo, đó là “Hãy bắt đầu lúc sớm sửa. Hãy bắt đầu khi còn trẻ trung. Và hãy cắm đầu vào mà làm việc đi. Không ai có thể trở nên ‘nổi tiếng’ chỉ sau có một hai ngày cả”.

Nào, hãy bắt tay vào việc và chúc các bạn thành công.

Hà Nội, tháng 11 năm 2010

CÔNG TY SÁCH ALPHA

Mở đầu

Tháng Mười Hai năm 1997, khi vừa bắt đầu đặt chân đến Manhattan, tôi có thói quen hay viết nguệch ngoạc lên mặt sau danh thiếp cho đỡ buồn mỗi khi ngồi ở quầy bar. Lâu dần thành quen tay.

Trong lần đầu tiên đến New York, toàn bộ gia tài của tôi gồm hai chiếc va li, hai cái thùng các tông đầy đồ đạc, một phiếu đặt chỗ tại khách sạn giá rẻ của YMCA, và một hợp đồng thời vụ viết bài cho một công ty quảng cáo ở Midtown trong mười ngày.

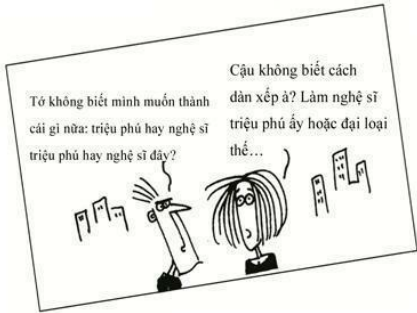
Trong hai tuần sau đó, cuộc sống của tôi sẽ là làm việc, lượn lờ quanh thành phố, rồi loạng choạng quay về YMCA khi các quán bar đã đóng cửa. Rất nhiều quán rượu và cà phê. Rất nhiều người kỳ quái. Mỗi ngày năm lần bị hành hạ bởi cái cảm giác kỳ lạ muốn được cười, hát và khóc cùng một lúc. Những lúc như thế, có rất nhiều điều để nói về một bộ môn nghệ thuật đang nằm lọt thỏm trong túi áo khoác của bạn.

Cái hợp đồng thời vụ đã biến thành công việc ổn định, vì vậy tôi ở lại thành phố này thêm hai năm nữa. Đối với một kẻ vừa chân ướt chân ráo đến New York, tháng đầu tiên có sức lôi cuốn kỳ diệu thật khó tả. Luôn có được tinh thần tỉnh táo đến chói sáng. Bất kể ở New York bao nhiêu lâu, bạn vẫn rất muốn dành phần thời gian còn lại của mình ở đó cố gắng tìm lại cảm giác này. Không hiểu vì sao những hình vẽ be bé ở mặt sau danh thiếp lại lưu giữ được nó - sự căng thẳng, bản chất phù du, bài ca vĩnh cửu của New York.

Đây là mẫu tranh biếm họa chủ đạo của tôi trong suốt hơn mười năm qua. Ban đầu chúng được vẽ trên danh thiếp hoặc giấy cứng có kích thước tương tự, khoảng 9cm x 5cm. Tôi chủ yếu dùng loại bút kỹ thuật Rotring 0.3mm và mực tàu. Thỉnh thoảng tôi cũng sử dụng loại khác - bút chì, màu nước, bút bi, máy tính bảng - nhưng không thường xuyên lắm.

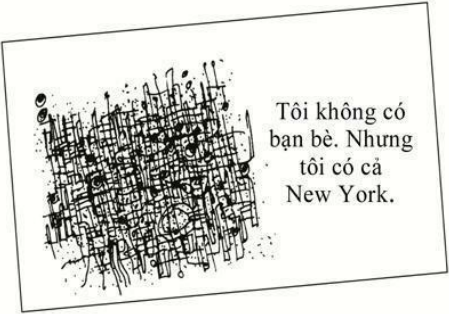
Năm 2001, lúc đang sống ở Anh, tôi lập một trang blog tại địa chỉ gapingvoid.com và đưa "biếm họa danh thiếp" của mình lên đó. Năm 2004, tôi viết một loạt các bài trên blog theo chủ đề "Làm Sao Để Sáng Tạo", làm nền tảng cho cuốn sách bạn đang cầm trên tay. Đồng thời, tôi cũng thực hiện khá nhiều cuộc phiêu lưu với vai trò họa sĩ biếm họa, viết blog, và bán hàng. Hiện nay, tôi định cư ở miền viễn tây Texas, cách xa các thành thị lớn nhiều dặm đường. Để có cái nhìn toàn cảnh về những cuộc thử nghiệm, các chuyến đi, và tất nhiên là cả cuộc đời tôi nữa, mời bạn hãy ghé thăm blog của tôi và đọc chơi.

Tính đến nay, *Làm Sao Để Sáng Tạo*, tiền thân của *Bơ Đi Mà Sống*, đã được tải về trên một triệu lượt. Để đáp ứng cả nhu cầu sáng tạo lẫn thương mại, tôi đã thay đổi đôi chút đối với tài liệu gốc trên mạng - thêm chương, thêm hình vẽ, thay những từ khiếm nhã bằng những từ chuẩn mực hơn. Nhưng khi thỏa thuận với nhà xuất bản để xúc tiến in dự án này thành sách, tôi đã cực lực phản đối việc thay đổi tinh thần của các bài viết blog ban đầu. May cho tôi là họ cũng hiểu ra và đồng ý giữ gần như nguyên bản. Tôi vẫn rất biết ơn họ vì điều này.

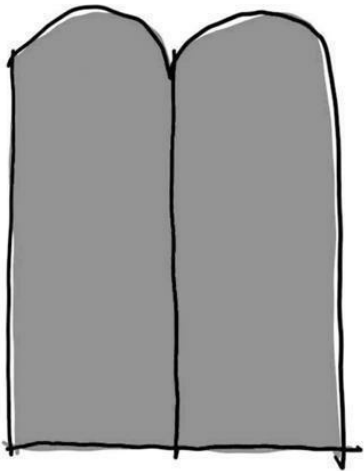


Tớ không biết mình muốn thành
cái gì nữa: triệu phú hay nghệ sĩ
triệu phú hay nghệ sĩ đây?

Cậu không biết cách
đàn xếp à? Làm nghệ sĩ
triệu phú ấy hoặc đại loại
thế...



Tôi không có
bạn bè. Nhưng
tôi có cả
New York.



fizzcorp.com từ
những
Tất cả
những ý
tưởng
lớn đều
bắt đầu
lời nói
nơi
cửa
miệng



Anh ta đến Thành Phố
Lớn để có cuộc sống đáng
hoàng hơn. Rồi cuộc sống
của anh ta lại có những kế
hoạch khác.

1. Bơ đi mà sống

Ý tưởng của bạn càng độc đáo, người khác càng khó đưa ra được cho bạn lời khuyên tốt đẹp. Khi tôi mới bắt đầu vẽ biếm-họa-lên-mặt-sau-danh-thiếp, mọi người đều nghĩ tôi điên mất rồi. Tại sao tôi lại không nghĩ cách làm một cái gì đó thị trường dễ tiêu thụ hơn, như thiệp mừng trang trí hình miếng bánh ngô nghĩnh chẳng hạn?

Ngay khi vừa nảy ra ý tưởng, Bạn Không Biết Là Nó Có Gì Hay Ho Hay Không. Người khác cũng vậy. Điều tốt đẹp nhất bạn có thể hy vọng là trong lòng bạn cảm nhận được rõ ràng cái hay của nó. Có điều, tin ở cảm giác của mình không phải là việc dễ dàng như những người lạc quan vẫn thường nói. Có một lý do trả lời cho câu hỏi tại sao cảm giác lại khiến chúng ta sợ hãi - bởi vì thường thì điều cảm giác mách bảo ta không giống như điều mọi người nói với ta.

Hỏi bạn bè thân hữu cũng chẳng được như kỳ vọng. Chẳng phải là họ cố tình không muốn giúp bạn. Chẳng qua những gì họ biết về thế giới của bạn chỉ bằng một phần triệu so với bạn, bất kể họ có nỗ lực tìm hiểu đến mấy, bất kể bạn có ra sức giải thích đến mấy.

Bên cạnh đó, một ý tưởng lớn sẽ thay đổi chính bạn. Có thể là bạn bè yêu quý bạn, nhưng họ chẳng muốn bạn thay đổi chút nào. Một khi bạn thay đổi, động lực của họ đối với bạn cũng sẽ thay đổi. Có lẽ họ thích mọi thứ phải được nguyên vẹn như vậy, và tình cảm của họ đối với bạn cũng thế - họ yêu quý bạn lúc này, không phải là bạn khi đã thay đổi trong tương lai.

Do đó, có lẽ họ sẽ chẳng hào hứng gì khi chúng kiến bạn thay đổi. Nếu vậy, họ sẽ chống lại bất cứ thứ gì tạo nên sự thay đổi ở bạn. Bản chất con người là thế. Và bạn cũng sẽ hành động giống hệt vậy đối với bạn bè mình.

Tình hình sẽ còn tệ hơn nữa nếu như đấy là đồng nghiệp của bạn. Họ đã quen làm việc với bạn theo cách riêng. Họ đã quen với mức độ kiểm soát trong mối quan hệ với bạn. Và họ thích bất cứ điều gì khiến túi họ đầy thêm. Chắc là họ cũng thích bạn trở nên giàu có, nhưng đấy không phải ưu tiên hàng đầu của họ.

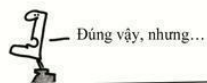
Nếu ý tưởng đó hay đến mức có thể thay đổi động lực của bạn, khiến họ trở nên bớt cần thiết hơn đối với bạn hoặc, trộm vía, đối với thị trường, họ sẽ chớp lấy bất cứ cơ hội nào có được để phản bác ý tưởng của bạn.

Tôi nhắc lại một lần nữa, bản chất con người là thế.

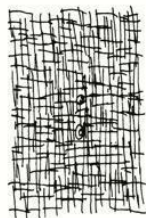
Ý TƯỞNG TỐT SẼ LÀM THAY ĐỔI CÁN CÂN QUYỀN LỰC TRONG QUAN HỆ. ĐẤY LÀ LÝ DO TẠI SAO Ý TƯỞNG TỐT LUÔN BỊ VÙI DẬP TỪ TRONG TRÚNG NƯỚC.

Ý tưởng tốt luôn song hành cùng gánh nặng, vì vậy, rất ít người thực hiện chúng. Rất ít người có khả năng xử lý điều này.

Ý TƯỞNG TỐT SẼ LÀM THAY ĐỔI CÂN CÂN
QUYỀN LỰC TRONG QUAN HỆ. ĐÂY LÀ LÝ DO TẠI
SAO Ý TƯỞNG TỐT LUÔN BỊ VUI DẬP TỬ TRONG
TRÚNG NƯỚC



chghk



Đây là một đám
đông bề ngoài
trông rất long lanh.
Nhưng mở mồm ra
thì thôi hoắc.

2. Ý tưởng không cần phải lớn. Chỉ cần là của chính bạn.

Khả năng tự chủ của bạn đối với công việc sẽ thuyết phục được nhiều người hơn hẳn bản thân công việc.

Chúng ta ai cũng dành rất nhiều thời gian cho việc ngưỡng mộ những người hoàn toàn xa lạ. Một người nào đó trên phương tiện truyền thông có công ty lớn, sản phẩm tốt, bộ phim hay, sách bán chạy. Bất cứ thứ gì.

Và thậm chí chúng ta còn dành nhiều thời gian hơn để tìm cách theo kịp họ trong vô vọng. Hãy cố gắng triển khai công ty, sản phẩm, dự án phim, sách và tất cả những thứ khác nữa, của chính mình.

Tôi cũng sai lầm như bất cứ ai. Tôi đã thử rất nhiều lĩnh vực khác nhau trong nhiều năm trời, cố gắng khởi nghiệp từ cái miệng ba hoa của những kẻ tầm thường. Một số lĩnh vực trong kinh doanh, một số trong nghệ thuật, vân vân.

Một tối nọ, sau một lần khởi nghiệp đen đui nữa, tôi định bỏ cuộc. Ngồi bên quầy bar, cảm giác kiệt sức vì công việc nói riêng và cuộc đời nói chung, tôi bắt đầu vẽ vu vơ lên mặt sau mấy tấm danh thiếp. Thực sự là tôi không cần phải có lý do gì cả. Tôi vẽ vì bỗng dưng muốn...vẽ, vì nó khiến tôi thấy vui lên được một lúc.

Tất nhiên, như vậy là ngớ ngẩn. Tất nhiên, như vậy chẳng ra tiền ra bạc gì. Tất nhiên, như vậy sẽ chẳng đi tới đâu. Tất nhiên, như vậy là hoàn toàn và tuyệt đối lãng phí thời gian. Nhưng khi hồi tưởng lại, đây chính là sự phù phiếm nội tại với lợi thế riêng của nó. Bởi vì nó hoàn toàn đối lập với tất cả những "Kế hoạch lớn" của bạn bè và tôi từ trước đó. Thật thoải mái khi không phải suy nghĩ về tất cả những chuyện đó, đấy là thay đổi.

Thật thoải mái khi được làm một việc gì đó không dính dáng gì đến tiền bạc, đấy là thay đổi.

Thật thoải mái khi được làm một việc gì đó không nhằm mục đích gây ấn tượng với người khác, đấy là thay đổi.

Thật thoải mái khi được làm một việc gì đó không phục vụ sự nghiệp, đấy là thay đổi.

Thật thoải mái khi được làm một việc gì đó chỉ thuộc về riêng mình chứ không thuộc về bất cứ ai khác, đấy là thay đổi.

Thật thoải mái khi có cảm giác hoàn toàn tự chủ, đấy là thay đổi. Cảm giác hoàn toàn tự do, đấy là thay đổi. Sở hữu thứ gì đó không cần đến tiền bạc của người khác, hoặc phải xin phép người khác, đấy là thay đổi.

Và tất nhiên, đấy chính là thời điểm, và là thời điểm duy nhất, khi thế giới bên ngoài bắt đầu chú ý.

Khả năng tự chủ của bạn đối với công việc sẽ thuyết phục được nhiều người hơn hẳn bản thân

công việc. Sự tự chủ của chính bạn kích thích người khác tìm được sự tự chủ, cảm giác tự do và tiềm năng của họ sẽ khiến cho công việc đó có nhiều sức mạnh hơn những phẩm chất khách quan của nó.

Ý tưởng của bạn không cần phải vĩ đại. Chỉ cần nó là của riêng bạn. Ý tưởng càng mang đậm dấu ấn cá nhân, bạn càng có nhiều tự do để thực hiện những điều kỳ diệu.

Càng kỳ diệu, càng có nhiều người tâm đắc với ý tưởng của bạn. Càng có nhiều người tâm đắc với ý tưởng đó, bước khởi đầu nhỏ nhoi của bạn sẽ ngày càng lớn lên như một quả cầu tuyết.

Đây là những gì tôi học được từ việc vẽ nhăng cuội lên mặt sau danh thiếp.



3. Đầu tư thời gian

Thực hiện một công việc quan trọng đòi hỏi thời gian nhiều vô tận. Chín mươi phần trăm các yếu tố khiến người thành công khác với người thất bại là thời gian, nỗ lực, và sức bền.

Nhiều người hỏi tôi, "mẫu danh thiếp của ông rất đơn giản. Ông không sợ có ai đó xé toạc nó đi à?"

Câu trả lời chuẩn mực: Trừ phi họ có khả năng vẽ được nhiều hơn, giỏi hơn tôi.

Điều mang lại lợi thế cho công việc lại rất đơn giản: tôi đã dành nhiều năm cho việc vẽ. Tôi đã vẽ trong hàng ngàn, hàng chục ngàn giờ làm việc.

Vì vậy, nếu có ai đó muốn phủ nhận ý tưởng của tôi, xin cứ việc. Nếu có ai đó muốn vượt qua tôi trong Cuộc chiến Vẽ nhăng cuội lên Danh thiếp, xin cứ việc. Trước mặt bạn là nhiều năm trời dài đằng đẳng. Và không giống như tôi, bạn không làm vì niềm say mê công việc. Bạn làm việc vì một mục đích vụ lợi miễn cưỡng, sai lệch thông tin, và què quặt. Do vậy, những năm tháng đó thậm chí sẽ trở nên lê thê hơn và nhiều, nhiều đau thương hơn. Chúc bạn may mắn.

Nếu có ai đó thành công hơn trong lĩnh vực của bạn, có thể vì anh ta làm việc chăm chỉ hơn bạn. Chắc chắn rồi, có thể anh ta thừa hưởng gene di truyền tốt hơn, quan hệ giỏi giang hơn, nhưng tôi không coi đấy là cốt lõi. Càng ngày lợi thế này càng ít phát huy tác dụng. Đây là lý do tại sao thế giới lại đầy rẫy những kẻ tầm thường thất bại mặc dù họ toàn là người có tài và thông thạo về thiết lập quan hệ.

Vâng, thành công đồng nghĩa với việc bạn phải đi hết một con đường rất dài trước mặt, bất kể bạn là ai. Làm thế nào để giải quyết tốt nhất vấn đề này?

Như tôi vẫn thường nói trên blog, đừng bỏ nghề kiếm cơm của mình. Tôi cũng không bỏ. Tôi thuê một văn phòng và đến đó hàng ngày, không khác gì những người bình thường khác. Khi tôi còn trẻ và phải tự nhắc bản thân rằng có một thế giới bên ngoài cái đầu của mình, gần như cứ ngồi bên quầy bar vào buổi tối là tôi vẽ, nhưng chuyện đó xưa rồi. Ngay cả sau khi tranh của tôi thành công, tôi vẫn nhận các hợp đồng quảng cáo và tiếp thị của doanh nghiệp, chỉ nhằm mục đích không xa rời cuộc sống thực tế.

Đối với tôi, có một chân trong "cuộc sống thực tế" khiến cho mọi việc dễ xử lý hơn nhiều. Có thêm một nguồn thu nhập đồng nghĩa với việc tôi không phải chịu áp lực làm việc theo đòi hỏi của thị trường. Thay vào đó, tôi được làm bất cứ cái quái gì tôi thích. Tôi được làm việc để thỏa mãn ý thích bản thân. Và tôi nghĩ rằng về lâu dài, điều đó khiến cho tác phẩm của tôi có thêm sức mạnh. Nó cũng giúp tôi cảm thấy dễ dàng hơn khi tiếp tục theo đuổi công việc một cách nhẹ nhàng, ngày này qua ngày khác và không phát điên lên vì những nỗ lực sáng tạo điên rồ do mối lo cơm áo gạo tiền mang lại.

Nghề kiếm cơm, tôi thực sự thích công việc này, mang lại cho tôi những việc hữu ích và thú vị để làm giữa đám bạn bè trưởng thành. Nó lôi tôi ra khỏi nhà trong quãng thời gian ban ngày. Nếu là một họa sĩ biếm họa chuyên nghiệp, suốt ngày tôi sẽ dính chặt lấy chiếc bàn vẽ ở nhà, âm thầm vẽ tranh kiếm sống, chỉ dút ra được nhờ những lần lui tới quán cà phê. Không, xin

cảm ơn.

Nói một cách đơn giản, phương thức này cho phép tôi vững bước trên con đường dài, và là điều hết sức quan trọng.

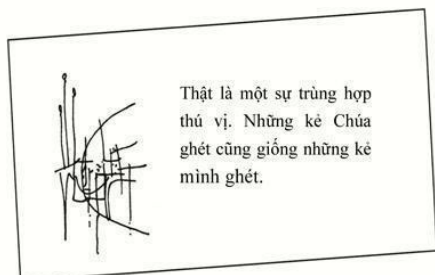
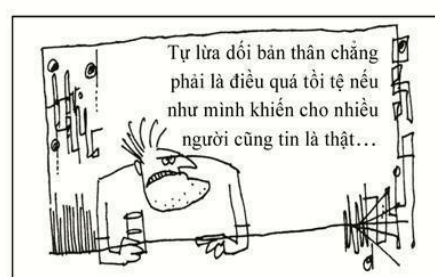
Sức bền cực kỳ quan trọng. Người ta chỉ có sức bền khi quản lý tốt công việc. Mọi người nghĩ rằng, chỉ cần duy trì một nỗ lực sáng tạo điên rồ, mãnh liệt, không dính dáng gì đến nghề nghiệp thì mọi giấc mơ của họ sẽ trở thành hiện thực. Thật là sai lầm, sai lầm một cách ngớ ngẩn.

Giỏi một lĩnh vực gì đó cũng giống như trượt băng nghệ thuật - định nghĩa về khái niệm giỏi của môn này là làm thế nào để trông thật dễ dàng. Nhưng chả bao giờ dễ dàng được cả. Chả bao giờ. Đây là điều mà những kẻ sai lầm ngớ ngẩn toàn quên.

Nếu định viết một cái gì đó, ví dụ như tiểu thuyết hay kịch bản chẳng hạn, hay thành lập một công ty phần mềm mới hoặc kinh doanh bán lẻ trực tuyến, tôi cũng sẽ không bỏ việc để tập trung cho ý tưởng to lớn, đầy ấn tượng và hoành tráng đó.

Tôi sẽ chọn cách đơn giản hơn nhiều: Mỗi ngày dành thêm ra một hoặc hai tiếng đồng hồ cho riêng mình chứ không cho bất cứ ai khác, và tôi sẽ sử dụng nó thật hiệu quả. Đầu tư thời gian, duy trì lâu tới mức cần thiết, và rốt cuộc thì những điều kỳ diệu có khả năng thay đổi cuộc đời con người cũng sẽ xảy ra. Chắc chắn, điều đó cũng đồng nghĩa với việc bạn sẽ có ít thời gian xem TV, lướt Internet, ra ngoài ăn tối, vân vân.

Nhưng ai thêm quan tâm cơ chứ?



4. Ý tưởng tốt thường có tuổi thơ lẻ loi.

Đây là cái giá mà bạn phải trả, bao giờ cũng vậy. Không thể nào tránh được.

Trong chương này, tần suất nói về kinh doanh sẽ tương đương với "sáng tạo." Và xin nhắc lại, hai vấn đề này hiếm khi tách rời nhau.

Khi tôi nói "Bơ đi mà sống" thì không có nghĩa là *bơ tất cả mọi người, mọi lúc, và mãi mãi*. Không, ý kiến phản biện của mọi người đóng vai trò vô cùng quan trọng. Đương nhiên rồi. Nói đúng hơn, trong thời gian ban đầu, ý tưởng càng tốt thì càng "kỳ cục" đối với người khác, kể cả những người mà bạn yêu quý và kính trọng. Vì vậy, lúc đầu sẽ có một khoảng thời gian bạn phải nỗ lực một mình, không có đến một phần mười số người ủng hộ cần có. Chuyện này hoàn toàn bình thường và bạn cần phải lường trước. Sau mười năm kể từ ngày tôi bắt tay vào việc, dường như vẽ "biếm họa trên lưng danh thiếp" là công việc không có tính toán, xét theo những gì nó mang lại cho tôi, cả về cảm xúc lẫn sự nghiệp. Nhưng tôi vẫn còn nhớ rõ lúc mới bắt đầu vẽ, phản ứng chung khi tôi cho mọi người xem tác phẩm trên lưng danh thiếp toàn là gãi đầu. Chắc chắn rồi, một số người nghĩ rằng chúng cũng ít nhiều thú vị và một số thì không, nhưng ngay cả với những người bạn thân nhất của tôi, dường như chúng chỉ là một bài tập hoàn toàn phi thương mại, phù phiếm trong thế giới ở New York mà tôi đang sống. Hạnh phúc thay, thời gian đã chứng minh điều ngược lại.

Và xin nhắc lại một lần nữa, từ bài học đầu tiên của chúng ta, đừng quên: Ý TƯỞNG TỐT SẼ THAY ĐỔI CÁN CÂN QUYỀN LỰC TRONG QUAN HỆ. ĐÂY LÀ LÝ DO TẠI SAO Ý TƯỞNG TỐT LUÔN BỊ VUI DẬP TỪ TRONG TRỨNG NƯỚC. Tin tốt là tạo ra một ý tưởng hoặc thương hiệu chống lại Quyền lực Hiện thời có thể mang lại nhiều niềm vui và là việc rất đáng làm. Tin xấu là không phải vô cớ mà người ta gọi chúng bằng cái tên Quyền lực Hiện thời - chúng nắm quyền kiểm soát, chúng có quyền lực. Đây là lý do tại sao vấn đề bán một ý tưởng mới cho toàn thể công chúng đôi khi lại dễ như ăn kẹo so với việc bán một ý tưởng mới trong chính nhóm của bạn. Điều này cần phải được tính trước: bạn thường quan tâm đến việc vị sếp hoặc khách hàng lớn nhất có gạt bỏ ý tưởng của bạn hay không chứ không để ý đến việc những độc giả hoàn toàn xa lạ cũng ghét ý tưởng đó. Đây là lý do tại sao hầu hết thành viên các nhóm ở bất cứ ngành nghề nào cũng đều quan tâm đến mối quan hệ quyền lực trong giới của mình hơn những gì khách hàng có thể coi là thú vị và hữu ích.

Và tất nhiên, khi ý tưởng của bạn bắt đầu vượt qua được "tuổi thơ lẻ loi", có thể bạn sẽ phải vượt qua một trở ngại mới. Tôi muốn nói đến hội chứng "*Tôi muốn tham gia một cái gì đó! Ồ, khoan đã, không, không phải thế.*"

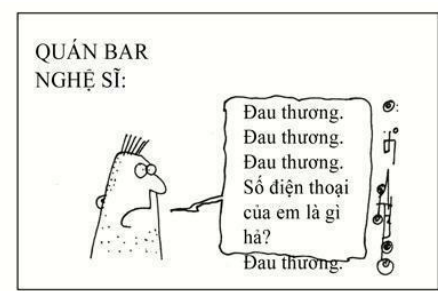
Từ trước đến nay, tôi đã chứng kiến điều này rất nhiều, lúc một mình lúc với người khác. Cuối cùng thì ý tưởng của bạn cũng tỏ ra hiệu quả, có vẻ thu hút được chú ý của mọi người, và bỗng nhiên cả đám người ra sức xin vào nhóm, ra sức xin tham gia triển khai.

Và ngay khi họ vừa đặt được chân vào nhóm, bạn sẽ nhanh chóng nhận ra họ chẳng hiểu tí gì về ý tưởng của bạn, họ chỉ muốn có mặt trong hàng ngũ chiến thắng. Và lạ nhất là dường như họ cũng chẳng buồn phá hoại ý tưởng của bạn như trước đây nữa, với mục đích duy trì vị thế xã hội mà họ vừa thiết lập được. Có lẽ đây là hành vi kỳ lạ nhất của con người mà tôi từng

chứng kiến tận mắt trong lĩnh vực kinh doanh, và nó phổ biến đến mức đáng kinh ngạc.

Xin nhắc lại một lần nữa, điều này cần phải được tính trước. Ý tưởng tốt không tồn tại trong môi trường chân không mà tồn tại trong bối cảnh xã hội. Và không phải ai cũng có kế hoạch làm việc giống bạn.

Thời thanh niên của ý tưởng tốt cũng lẻ loi không kém.



5. Nếu phụ thuộc vào một cổ phần lớn "từ trên trời rơi xuống", kế hoạch kinh doanh của bạn có thể sẽ thất bại.

Không có gì tự nhiên từ trên trời rơi xuống. Mọi thứ đều hình thành dần dần và đều phải trải qua đau thương.

Cách đây vài năm, người ta đề nghị với tôi một thương vụ xuất bản khá lớn. Tôi từ chối. Công ty đó gửi cho tôi một bản hợp đồng. Tôi xem qua. Hừmmmmmm...

Gọi lại cho công ty. Yêu cầu làm rõ một số điểm trong hợp đồng. Im thin thít và lặn mất tăm. Thương vụ đi đời.

Đây là một công ty rất có uy tín. Có lẽ bạn cũng đã từng nghe nhắc đến nó.

Chẳng qua họ cho rằng tôi cũng giống như tất cả những người khác được họ đại diện - đói rách, tuyệt vọng và sẵn sàng ký kết bất cứ thứ gì.

Họ muốn làm chủ tôi, bất kể công việc họ đưa ra để giúp cho giấc mơ của tôi thành hiện thực tốt xấu thế nào.

Đây là kiểu của các nhà xuất bản lớn. Họ muốn bạn cống hiến 110%, nhưng về phần mình họ lại không chịu trả công tương xứng cho bạn. Đối với họ, người nghệ sĩ chỉ là một sợi mỳ nữa trong bát mỳ to tướng.

Về cơ bản, mô hình kinh doanh của họ là quảng cả bát mỳ vào tường, sau đó quan sát xem sợi mỳ nào bám lại được. Sợi nào rơi xuống sàn đồng nghĩa với rơi vào quên lãng.

Giới xuất bản chỉ là những tay lái sách. Thế thôi. Nếu người nghệ sĩ thường xuyên nhớ được điều này, họ sẽ tránh được nhiều chuyện bực mình.

Nói như vậy không có nghĩa là không có nhà xuất bản nào tốt đẹp. Chẳng hạn, như nhà xuất bản cuốn sách này, họ rất đáng yêu. Nhưng khi tìm ra nhau thì tôi lại không cần họ nữa. Tôi còn đang bận rộn với việc viết blog, vẽ tranh, và làm nhiều việc khác. Tôi đã có một lượng khán giả khá lớn, một lối đi sáng tạo, và một nguồn thu nhập đáng kể. Thấy tên mình in trên sách thì cũng thích thật, nhưng đấy không phải là mơ ước của tôi. Tôi không coi đấy là tấm vé để đi đến nơi nào cả.

Nhờ có Internet, giờ đây bạn có thể xây dựng sự nghiệp của riêng mình mà chẳng cần phải có ai đó "phát hiện" ra. Điều đó có nghĩa là khi các đại gia xuất hiện và đề nghị làm ăn, bạn sẽ có một vị trí tốt hơn nhiều để đạt được chính xác thứ bạn muốn trong vụ hợp tác này. Làm ăn lớn thì cũng tốt thôi, nhưng sự tự chủ cá nhân còn quan trọng hơn nhiều trên con đường dài.

Hẹn hò với người kém cỏi thời đại điện tử:

Anh 36 tuổi,
phục vụ bàn,
và chơi
trong một
ban nhạc...

Hay
quá!
Làm
tình
đi!



chua

Đáng tiếc là những nhân vật trong phim "Vía hè" lại chỉ là tưởng tượng, bởi vì nếu có thật thì chúng ta có thể tìm và giết bọn chúng, he he!

6. Bạn phải chịu trách nhiệm về trải nghiệm của chính mình.

Không ai có thể bảo bạn rằng những gì bạn đang làm là tốt đẹp, ý nghĩa, hay đáng giá. Càng hấp dẫn thì con đường lại càng lẻ loi.

Bất kỳ người nào có óc sáng tạo cũng đều tìm kiếm "Ý Tưởng Lớn." Bạn cũng biết đấy chính là ý tưởng giải phóng người đó ra khỏi những tầng sâu tăm tối u ám để đặt chân lên vị trí cao nhất của những ngôi sao nhạc rock.

Là ý tưởng bị trúng tiếng-sét-ái-tình của hệ tư tưởng thời đại.

Là ý tưởng khiến họ được mời đến tất cả những bữa tiệc đúng đắn, dù có hiểu theo nghĩa ẩn dụ hay không.

Vậy tất nhiên bạn sẽ tự hỏi, nếu và khi rốt cuộc bạn cũng tìm được Ý Tưởng Lớn sau nhiều năm vất vả, đấu tranh và hoài nghi, làm thế nào để bạn biết được đó có đúng là "Ý Tưởng Lớn" hay không?

Câu trả lời: Không biết được.

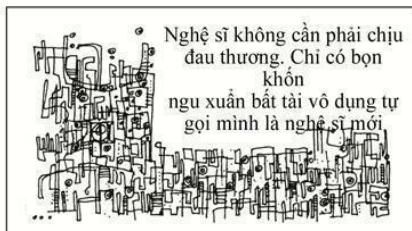
Chiến thắng hiện tại không có vết tấy vinh quang nào cả.

Thực tế không diễn ra như vậy.

Tất cả những gì bạn có là một giọng khá êm ả, than vãn từ bên trong bạn như muốn nói, "Chuyện này hết sức ngớ ngẩn. Hết sức đại dột. Chỉ tổ mất thời gian mà thôi. Nhưng dù sao đi nữa thì tôi cũng vẫn sẽ thực hiện."

Và dù sao đi nữa thì bạn cũng vẫn sẽ thực hiện.

Ý tưởng loại hai thích những vết tấy vinh quang hơn nhiều. Đó là khi chủ nhân của chúng bắt đầu tin rằng thứ rác rưởi của mình là câu chuyện thần thoại vĩ đại. "Ta! Nghệ sĩ! Ta! Đấng khai sáng! Ta! Đấng sáng tạo! Ta! Thiên tài chưa được phát hiện!" Nó giúp cho ý tưởng loại hai sống sót lâu hơn.



Muốn hẹn hò với em phải cao ráo,
tóc vàng, mắt xanh, khỏe mạnh, bánh
bao, điềm đậm, thành công, dịu
dàng, đi xe Mercedes và yêu quý tất
cả các bạn đồng tính của em. Đối lại,
họ sẽ được cái tính hay ci tính hay
đặt của em!!!



7. Mỗi người sinh ra đều có khả năng sáng tạo; mỗi người đều được phát cho một hộp chì màu từ nhà trẻ.

Nhưng khi bạn dậy thì, người ta lấy mất hộp chì màu và dúi vào tay bạn đám sách đại số, lịch sử, v.v.. khô khan, chán ngấy. Và nhiều năm sau, đột nhiên bạn bị tấn công bởi "con bọ sáng tạo" chỉ là một giọng nói thì thầm bên tai, "Làm ơn trả lại bút chì màu cho tôi."

Vậy là bạn thấy nôn nóng muốn được làm một cái gì đó. Viết kịch bản, vẽ tranh, viết sách, biến công thức làm bánh kẹo ở nhà thành công việc kinh doanh tử tế, lắp cái bẫy chuột tốt hơn, vân vân. Bạn không biết cảm giác nôn nóng từ đâu tới, nó gần giống như một vị khách không mời vừa đặt chân tới bậc thềm nhà bạn. Mà đến tận bây giờ, bạn vẫn cảm thấy khá hài lòng khi đang nắm trong tay một công việc thực thụ, đang là một người bình thường...

Đến tận bây giờ.

Bạn không biết là mình có tài gì hay không, nhưng bạn nghĩ biết đâu đấy. Và ý nghĩ này khiến bạn phát hoảng. Vấn đề là dù bạn có giỏi thật đi chăng nữa thì bạn cũng chẳng biết tí gì về loại hình kinh doanh này. Bạn không quen bất cứ nhà xuất bản, đại lý hay nhà tư bản mạo hiểm nào hay bất cứ người nào trong giới thượng lưu. Một người bạn có anh em ở California cũng thuộc tầng lớp này, nhưng hơn hai năm qua bạn không hề liên lạc với họ...

Bên cạnh đó, nếu bạn viết sách, điều gì sẽ xảy ra nếu bạn không tìm được nhà xuất bản? Nếu bạn phát minh ra một phần mềm mới có khả năng thay đổi cả thế giới, điều gì sẽ xảy ra nếu bạn không tìm được hậu thuẫn tài chính? Nếu bạn viết kịch bản, lỡ bạn không tìm được nhà sản xuất thì sao? Và điều gì sẽ xảy ra nếu nhà sản xuất đó hóa ra lại là một kẻ lừa đảo? Bạn đã làm việc quần quật cả đời, và bạn sẽ bị nguyên rửa nếu như đặt tất cả những nỗ lực đó vào một thứ, nhưng phía cuối cái cầu vồng khi gió kia lại không có hũ vàng nào cả...

He he. Đây không phải là giọng nói thì thầm của bạn khi đòi trả lại hộp chì màu. Đây là giọng nói khác, giọng nói người lớn, giọng nói chán ngấy và buồn tẻ của bạn đang ra sức tìm cách bắt giọng nói thì thầm đòi bút chì màu phải im miệng lại.

Giọng nói thì thầm của bạn không muốn bạn phải bán chác gì cả. Nó muốn bạn tạo ra một cái gì đó. Khác nhau nhiều đấy nhé. Giọng nói thì thầm của bạn chẳng quan tâm chút nào đến các nhà xuất bản, tư bản mạo hiểm, hay nhà sản xuất ở Hollywood.

Hãy tiến lên và tạo ra cái gì đó. Hãy tạo ra cái gì đó thật đặc biệt. Hãy tạo ra cái gì đó thật kỳ diệu có sức thổi bay ý nghĩ của bất cứ ai nhìn thấy nó.

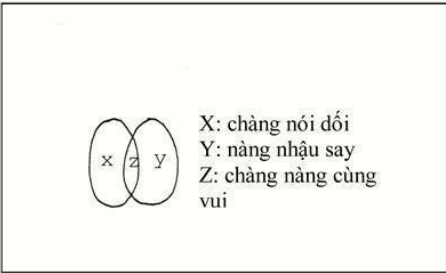
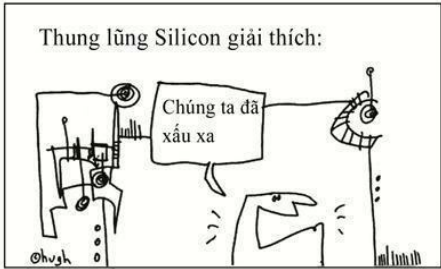
Nếu cố gắng tạo ra thứ gì đó chỉ đủ đáp ứng cái nhìn phiến diện của bạn về một thị trường giả thuyết, bạn sẽ thất bại. Nếu tạo ra được thứ gì đó đặc biệt, mạnh mẽ, chân thực và đúng đắn, bạn sẽ thành công.

Giọng nói thì thầm không xuất hiện bởi vì nó quyết định rằng bạn cần phải có thêm tiền, hoặc bạn phải quan hệ với các ngôi sao điện ảnh. Giọng nói thì thầm quay trở lại bởi vì kiểu gì thì

tâm hồn bạn cũng phụ thuộc vào nó. Có những điều bạn chưa nói, có những việc bạn chưa làm, có những ngọn đèn cần phải được bật lên, và cần phải được chăm sóc cẩn thận. Ngay bây giờ.

Như vậy, bạn cần phải lắng nghe giọng nói thì thầm đó, nếu không nó sẽ vụt tan biến... mang theo một phần rất lớn cuộc đời bạn.

Chúng chỉ là những chiếc bút chì màu. Ngày xưa ở nhà trẻ bạn không thấy sợ, vậy thì sao bây giờ lại phải sợ chúng?



8. Giữ nghề kiếm cơm

Tôi không nói vậy vì lý do thông thường - vì trong trường hợp đó tôi nghĩ rằng ý tưởng của bạn sẽ thất bại. Tôi nói vậy bởi vì đột ngột nghĩ việc trong một giây phút sáng tạo bột phát vĩ đại luôn luôn, luôn luôn và luôn luôn đi ngược lại với cái tôi gọi là "Lý thuyết Tình & Tiền."

LÝ THUYẾT TÌNH & TIỀN

Về cơ bản, mẫu người sáng tạo có hai loại nghề: Loại thứ nhất sáng tạo, quyến rũ. Loại thứ hai lo cơm áo gạo tiền. Cũng có lúc công việc chứa đựng cả hai yếu tố, nhưng không phải thường xuyên. Hai khía cạnh căng thẳng này luôn đóng vai trò trung tâm, không bao giờ lệch sang bên nào cả.

Một ví dụ điển hình là Phil bạn tôi, làm nghề nhiếp ảnh ở New York. Anh chụp những tấm ảnh thực sự hoang dại cho các tờ tạp chí hippie nhỏ - rõ ràng là chẳng được lợi lộc gì, nhưng nó giúp anh gây dựng kinh nghiệm cho bản thân. Rồi trên cơ sở đó, anh ra ngoài và có thời gian chụp cho một số catalogue bán lẻ. Chẳng hứng thú gì, nhưng cũng đủ chi trả cho cuộc sống.

Một ví dụ khác là mẫu người như Martin Amis, tác giả người Anh có sách thuộc loại bán chạy nhất. Anh viết tiểu thuyết "ng nghiêm túc", nhưng cũng kiếm thêm thu nhập bằng cách thi thoảng viết bài cho các tờ báo của London, hoặc lâu lâu lại xuất hiện trên truyền hình (nhìn chung, tiền nhuận bút tiểu thuyết khá bèo bọt, ngay cả những ngôi sao như Amis cũng không phải là ngoại lệ).

Hoặc là giới diễn viên. Năm nay John Travolta xuất hiện trong một bộ phim đình đám như Pulp Fiction ("Tình"), năm sau anh sẽ tham gia một bộ phim ly kỳ có ngân sách lớn nhưng dễ quên như Broken Arrow ("Tiền").

Hoặc là họa sĩ. Anh bỏ cả tháng ra để vẽ những bức tranh màu xanh nước biển bởi vì đấy là màu ưa chuộng của các nhà sưu tập nổi tiếng trong dịp này ("Tiền"), tháng sau anh lại vẽ toàn tranh màu đỏ bởi vì trong thâm tâm anh ghét màu xanh nước biển và thích màu đỏ ("Tình").

Hoặc là dân tin học. Thời gian làm việc ban ngày anh lập trình cho một doanh nghiệp vô danh ("Tiền"), rồi dành hết buổi tối và cuối tuần để viết các trò chơi máy tính rối mù, khó hiểu để chơi với đám bạn bè kỹ thuật của mình ("Tình").

Phải cân bằng nhu cầu kiếm sống đang hoang, đồng thời vẫn duy trì được sự tự chủ trong sáng tạo của bản thân. Phương pháp của tôi là vẽ biếm họa và viết blog ("Tình") song song với công việc kiếm cơm. (Xem mẹo số 3 để biết thêm chi tiết về công việc của tôi.)

Tôi đang nghĩ về một nữ nhà văn trẻ phải làm phục vụ bàn để kiếm sống thay vì có bài viết xuất hiện trên các tạp chí hiện đại và hấp dẫn... đang mơ ước đến ngày không phải chia đời mình ra một cách cay nghiệt như thế nữa.

Dần dần thì có thể phần "cay nghiệt" sẽ không còn nữa, nhưng "phép chia" thì vẫn phải có.

Hai khía cạnh căng thẳng này luôn đóng vai trò trung tâm, không bao giờ lệch sang bên nào cả.

Và chẳng có ai là ngoại lệ cả. Dù đấy là người phục vụ bàn phải bươn trải kiếm sống, hay là ngôi sao điện ảnh.

Khi bạn công nhận điều này, tôi muốn nói là thực sự công nhận điều này, vì một lý do nào đó sự nghiệp của bạn sẽ tiến nhanh hơn. Tôi không biết tại sao lại như thế. Chính những người không chịu chia tách cuộc sống theo cách này - họ chỉ muốn khởi động Ngày Đầu Tiên bằng cách bỏ công việc nhàm chán hiện tại và tiến thẳng đến vị trí một tác giả có sách bán chạy nhất - vâng, họ chẳng bao giờ thành công nổi cả.

Dù sao đi nữa, nó cũng có tên là "Lý thuyết Tình & Tiền." Hãy coi nó là cuốn sách gối đầu giường của bạn đi.



Ở đâu có nhiều phụ
nữ xinh xắn, thông
minh, trẻ trung,
thành đạt, quyến rũ,
muốn làm tình, ở đó
sẽ trở nên đắt đỏ.



Đột nhiên, cả cuộc
đời lại trở nên hết
sức có ý nghĩa đôi
với cô ấy.

9. Công ty ngăn cản sáng tạo sẽ không còn khả năng cạnh tranh với những công ty ủng hộ sáng tạo.

Bạn cũng không thể ép cấp dưới của mình trở thành thiên tài được.

Kể từ khi phát minh ra loại hình công ty hiện đại và khoa học vào đầu thế kỷ XX, người ta đã hy sinh sức sáng tạo để nhường chỗ cho lợi ích của "thành viên nhóm."

Cũng đúng thôi. Điều này mang lại nhiều tiền bạc hơn, bảo sao người ta không làm.

Chỉ có duy nhất một vấn đề. Thành viên nhóm không giỏi lắm trong việc tạo ra giá trị của bản thân. Họ không phải là những cá thể độc lập; họ cần phải có nhóm để tồn tại.

Vì thế, hiện nay, các công ty đang tràn ngập những kẻ không có khả năng tư duy độc lập.

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

"Tôi không biết. Anh nghĩ thế nào?"

Và chỉ thế thôi.

Tạo ra một thực thể có khả năng tồn tại về mặt kinh tế trong điều kiện thiếu thốn ý tưởng nguyên bản sẽ đồng nghĩa với việc tạo ra môi trường màu mỡ cho các loài ký sinh phát triển. Và đấy chính là những gì đang diễn ra từ trước đến nay. Vì thế bây giờ chúng ta có hàng triệu trên hàng triệu những con sán người đang phát triển ở thế giới phương Tây, làm tình với các bản trình chiếu PowerPoint và phê phớt trên sức sáng tạo của người khác.

Điều gì xảy ra với một hệ sinh thái khi mức độ ký sinh lan tràn khủng khiếp?

Hệ sinh thái đó sẽ chết.

Nếu bạn là người sáng tạo, nếu bạn có thể tư duy độc lập, nếu bạn có khả năng kết nối đam mê, nếu bạn vượt qua được sợ hãi mắc sai lầm, giờ đây công ty sẽ cần bạn hơn bao giờ hết. Và bây giờ công ty bạn không thể giả vờ như không biết gì về tình huống này nữa.

Vậy thì hãy lau bụi cây kèn và thổi vang lên đi. Chính xác là như thế đấy.

Và nếu bạn thấy mình không quá sáng tạo thì điều đó không đúng đâu, chỉ là một hạn chế tự áp đặt mà thôi. Chỉ mình bạn mới có thể quyết định là bạn có mang điều đó theo mình suốt đời

hay không mà thôi. Cuộc đời ngắn ngủi lắm.



Chúng ta
chưa đủ vớ
văn đâu.

Chúng ta cần
phải bản thiu



Anh là người quan
trọng nhất đời tôi.

Làm ơn đừng cười
nhạo tôi nữa.

10. Mỗi người đều tự tạo ra đỉnh Everest của riêng mình để vượt qua.

Có thể bạn sẽ không bao giờ trèo lên tới tận đỉnh; như vậy bạn sẽ bị lãng quên. Nhưng nếu bạn không ít nhất một lần nghiêm túc nỗ lực vượt qua mép tuyết, nhiều năm sau bạn sẽ thấy mình đang nằm hấp hối trên giường, và cảm giác duy nhất lúc đó là trống rỗng.

Đỉnh Everest ẩn dụ này không nhất thiết phải biểu thị cho "Nghệ thuật." Đối với một số người, vâng, nó có thể là cuốn tiểu thuyết hay bức tranh. Nhưng Nghệ thuật chỉ là một trong số vô vàn những con đường đi lên núi. Đối với những người khác, con đường đó có thể sẽ thực tế hơn. Kiếm ra một triệu đô la, nuôi sống gia đình, sở hữu phần lớn các cửa hàng nhượng quyền Burger King ở khu vực ba bang, sản xuất loại máy bay mẫu lớn đến điên rồ, lập công ty Internet, mở cửa hàng thời trang nho nhỏ, mở quán bar, danh sách này còn dài đến vô tận.

Bất cứ cái gì cũng được. Còn bây giờ, hãy nói về bạn xem nào. Đỉnh núi của bạn. Đỉnh Everest của riêng bạn. Vâng, chính là nó đấy.

Cứ cho là bạn chưa bao giờ trèo lên đó cả. Bạn gặp khó khăn gì chẳng? Bạn có thể tự nói với chính mình "Đừng bận tâm, dù sao thì mình cũng không hề muốn làm việc này chút nào" và chuyển sang sưu tập tem hay không?

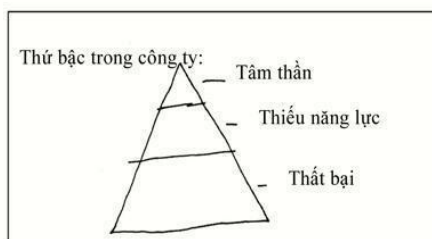
Đúng, bạn có thể đã cố gắng. Nhưng tôi chẳng tin bạn đâu. Tôi nghĩ thật không ổn chút nào khi bạn chưa bao giờ cố gắng trèo lên. Và tôi nghĩ bạn cũng đồng ý với tôi. Nếu không thì bạn đã chẳng đọc đến những dòng này.

Như vậy, có vẻ như bạn sắp phải trèo ngọn núi khốn kiếp đấy. Hãy đối mặt với nó.

Tôi có lời khuyên gì không à? Bạn không cần đến lời khuyên của tôi đâu. Thực sự là không. Lời khuyên lớn nhất mà tôi có thể đưa ra với bất kỳ ai là: "Hãy chấp nhận đỉnh Everest của riêng bạn. Như thế là bạn đã thắng một nửa trận chiến rồi."

Và bạn đã chấp nhận như thế rồi. Thực sự là như thế. Nếu không, xin nhắc lại một lần nữa, bạn đã không đọc đến những dòng này.

Xông lên thôi.



Nếu mọi người kiếm được
một đô la cho mỗi lần mở
miệng thì ai cũng đều trở nên
giàu có cả.



Chết tiệt, dù
chỉ một hào
cũng đã là
nhiều lắm

11. Càng tài giỏi, người ta càng ít cần đến những thứ hỗ trợ.

Tôi không ngạc nhiên chút nào khi gặp ai đó viết một kiệt tác lên mặt sau thực đơn nhà hàng. Nhưng tôi sẽ cực kỳ ngạc nhiên nếu gặp một người sử dụng cây bút Catier bằng bạc viết nên kiệt tác trên chiếc bàn viết cổ trong căn gác lộng gió giữa trung tâm London.

Abraham Lincoln viết Diễn văn Gettysburg trên một mảnh bàn bình thường mượn được từ người bạn ông đang ở nhờ.

Ernest Hemingway sử dụng một cây bút mực rất giản dị. Người khác thì đánh máy, nhưng phải đến mãi về sau.

Van Gogh hiếm khi dùng quá sáu loại màu trên bảng vẽ.

Tôi vẽ lên mặt sau tấm danh thiếp nhỏ xíu. Bất cứ cái gì.

Chẳng có mối liên hệ nào giữa sức sáng tạo và quyền sở hữu thiết bị cả. Chẳng. Không. Không hề.

Trên thực tế, khi người nghệ sĩ dấn sâu hơn vào lĩnh vực của mình và trở nên thành công hơn, số lượng công cụ sẽ có xu hướng giảm xuống. Nàng biết điều gì là cần thiết cho mình. Dốc hết tâm trí vào công cụ chỉ tổ mất thời gian. Nàng mang trong mình một sứ mệnh. Nàng có một thời hạn phải hoàn thành. Nàng có một khách hàng giàu sụ đang ở sát ngay sau lưng. Điều cuối cùng nàng muốn là bỏ ra ba tuần để học cách sử dụng khoan cho dù chẳng cần phải làm vậy.

Công cụ tốt chỉ mang lại cho những kẻ loại hai thêm một cây cột nữa để nấp mà thôi.

Đây là lý do tại sao lại có nhiều giám đốc nghệ thuật loại hai sử dụng máy tính Macintosh xịn đến vậy.

Đây là lý do tại sao lại có nhiều người viết văn thuê sử dụng máy tính xách tay đời mới đến vậy.

Đây là lý do tại sao lại có nhiều nhiếp ảnh gia nửa mùa sử dụng máy ảnh kỹ thuật số hiện đại đến vậy.

Đây là lý do tại sao lại có nhiều họa sĩ tầm thường sở hữu những phòng vẽ đắt tiền trong những khu dân cư thời thượng đến vậy.

Toàn một lũ nấp cột.

Cột chẳng giúp ích gì được cả, chúng chỉ cản đường họ mà thôi. Cây cột càng vững chắc thì tâm lý bạn càng phụ thuộc vào nó, và nó càng cản trở bạn nhiều hơn.

Điều này cũng có thể áp dụng cho kinh doanh.

Đây là lý do tại sao có nhiều doanh nghiệp thất bại đến vậy dù họ sở hữu những khu văn phòng long lanh.

Đây là lý do tại sao có nhiều doanh nghiệp thất bại đến vậy dù họ dốc cả gia sản vào những bộ cánh lịch thiệp và mua thẻ hội viên câu lạc bộ du thuyền đắt đỏ.

Một lần nữa, lại nắp cột.

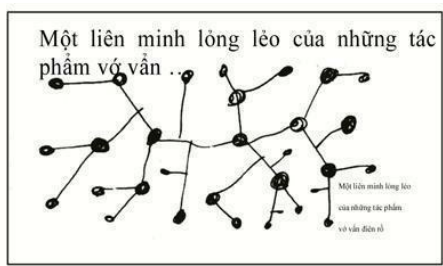
Người thành đạt, nghệ sĩ cũng như không phải nghệ sĩ, rất giỏi trong việc phát hiện cột. Họ rất giỏi làm việc trong môi trường không có cột. Thậm chí quan trọng hơn, khi vừa phát hiện ra cây cột, họ cũng rất giỏi trong việc nhanh chóng loại bỏ nó.

Kiểm soát tốt các cây cột là một trong những phẩm chất quý giá nhất bạn có thể có được trên hành tinh này. Nếu bạn có, tôi ghen tị với bạn. Nếu không, tôi sẽ thấy thương hại bạn.

Chắc chắn rồi, chẳng có ai hoàn hảo ở trên đời. Chúng ta ai cũng có cây cột của riêng mình. Có vẻ như chúng ta cần đến chúng. Bạn sẽ chẳng bao giờ sống được nếu không có cột. Tôi cũng vậy.

Tất cả những gì chúng ta có thể làm là liên tục đặt câu hỏi "Đây có phải là một cây cột hay không?" đối với bất cứ khía cạnh nào trong công việc kinh doanh, trong nghề nghiệp, trong mục đích sống, rồi tiếp bước từ đó. Hỏi càng nhiều, chúng ta càng giỏi trong việc phát hiện cột, và đám cột càng nhanh chóng biến mất.

Hãy đặt câu hỏi. Liên tục hỏi. Hỏi đi hỏi lại. Ngừng hỏi là bạn toi rồi.



12. Đừng tìm cách chống lại đám đông; hãy tránh xa họ ra

Kế hoạch của bạn là làm thế nào để tác phẩm của mình ngoài kia cũng được nguyên vẹn như tác phẩm gốc, thậm chí còn có phần hơn. Tác phẩm đó phải tạo ra một thị trường hoàn toàn mới. Chẳng ích gì khi cố gắng giống như 250.000 thanh niên triển vọng khác chờ đợi điều kỳ diệu. Tất cả các mô hình kinh doanh hiện tại đều sai lầm. Hãy tìm một mô hình mới.

Chúng ta đã chứng kiến chuyện này quá nhiều rồi. Hãy gọi cậu ta là Ted. Một chàng trai trẻ giữa thành phố rộng lớn, vừa bước chân xuống xe bus, muốn trở thành người nổi tiếng: họa sĩ, nhà văn, nhạc sĩ, đạo diễn phim, chủ doanh nghiệp, thiên tài phần mềm, bất cứ cái gì cũng được. Anh hùng hực nhiệt tình, đam mê, và tràn đầy ý tưởng. Rồi bạn gặp lại Ted sau đó năm hay mười năm, cậu ta vẫn đang phục vụ quầy bar ở nhà hàng ngày nào. Cậu không còn mắng to nữa, nhưng vẫn chưa tiến gần hơn chút nào đến với giấc mơ của mình.

Giọng cậu vẫn ngông nghênh như thuở nào, chắc chắn rồi, nhưng trong lời cậu có cái gì đó trống rỗng mà ngày xưa không hề có.

Vâng, có thể Ted đã chọn một con đường rất bằng phẳng. Viết tiểu thuyết, được phát hiện, ra mắt sách bán chạy, bán bản quyền làm phim, sau năm năm ôm một bọc tiền nghỉ hưu. Đại loại thế.

Đừng lo lắng về việc có khoảng ba triệu tiểu thuyết gia/diễn viên/nhạc sĩ/họa sĩ/người mơ mộng có kế hoạch giống bạn. Nhưng tất nhiên, Ted là người đặc biệt. Tất nhiên, cuối cùng thì số phận của cậu ta cũng vượt qua mọi khó khăn. Tất nhiên. Đây là những gì cậu ta vẫn thường kể trong lúc rót đầy ly cho bạn.

Kế hoạch của bạn có giống như vậy không? Nếu đúng thì tôi thấy lo ngại phết rồi đấy.

Khi bắt đầu vẽ biếm họa lên danh thiếp, tôi rất may mắn; thời điểm đó tôi đang có một công việc lương cao ở New York, và tôi thích công việc đó. Tôi thậm chí không hề có ý nghĩ nghỉ việc để gia nhập hàng ngũ những người không theo khuôn phép. Cái gì, rời Manhattan để đến Brooklyn ư? Không đời nào. Tôi chỉ vẽ biếm họa để giải khuây vào buổi tối, để có việc mà làm khi ngồi bên quầy bar trong lúc chờ đợi đến ngày xuất đầu lộ diện hoặc đại loại thế.

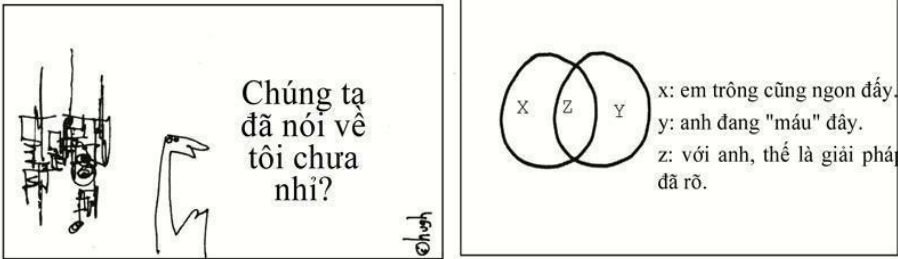
Không có bất cứ động cơ thương mại hay kế hoạch to lớn nào chi phối hành động của tôi cả. Nếu muốn vẽ lên mặt sau danh thiếp thay vì một phương tiện "chuẩn mực", tôi cứ vẽ. Nếu muốn sử dụng một từ bậy bạ, tôi cứ dùng. Nếu muốn vứt bỏ khuôn mẫu bóng bẩy tiêu chuẩn và vẽ những hình ảnh trừu tượng điên rồ, tôi cứ tiến hành. Không cần phải làm hài lòng bất cứ một tay môi giới hay đại diện xuất bản bảnh chọe nào. Hơn thế nữa, thậm chí tôi không cần phải làm theo bất cứ nguyên mẫu nghệ sĩ-lối sống nào cả.

Điều này mang lại cho tôi rất nhiều tự do. Về sau, sự tự do này đã đơm hoa kết trái.

Hãy hỏi con đường của bạn mang lại cho bạn được bao nhiêu phần tự do. Hãy hỏi không ngừng nghỉ.

Chính tự do sẽ đưa bạn đến nơi nào bạn muốn. Niềm tin mù quáng vào một câu chuyện thần thoại quá lỗ, tự đắc sẽ chỉ cản chân bạn mà thôi.

Liệu kế hoạch của bạn có phải là duy nhất? Còn ai khác cũng làm vậy không? Tôi thấy rất hào hứng. Có lẽ có một chút sợ hãi, nhưng hào hứng.



13. Nếu chấp nhận đau thương, nó sẽ chẳng còn làm bạn đau đớn nữa.

Khi thực hiện những hy sinh cần thiết, nỗi đau luôn lớn hơn bạn nghĩ. Tôi biết. Đau kinh khủng. Nói như vậy để thấy rằng, tiến hành công việc sáng tạo thực sự là một trong những trải nghiệm kỳ diệu nhất của con người, dù là trong kiếp này hay kiếp khác.

Ngay cả khi không thành công, bạn cũng học được rất nhiều điều giá trị, kỳ diệu, không tưởng tượng được. Khi không hành động - dù bạn biết rất rõ là mình có cơ hội - còn đau hơn nhiều so với bất cứ thất bại nào.

Thành thật mà nói, tôi nghĩ rằng nếu bạn không được thưởng cho việc mình làm, rằng việc đó không được ghi nhận xứng đáng, rằng nó không tương xứng với thời gian và công sức đầu tư, tốt nhất là bạn không nên làm việc đó nữa.

Tất nhiên, góc độ này có một thuận lợi rõ ràng là nếu nó mang lại kết quả tốt đẹp nào đó, đây sẽ là một khoản lợi tức bổ sung.

Lợi thế thứ hai, tinh tế và sâu sắc hơn, là khi gạt bỏ tất cả những hy vọng về việc cải thiện vật chất và xã hội ra khỏi hành động sáng tạo, cuối cùng bạn sẽ còn lại duy nhất một câu hỏi cần phải trả lời:

Bạn có thể khiến cho cái thứ khỉ gió này tồn tại được hay không?

Và một khi bạn có thể trả lời trung thực câu hỏi này thì phần còn lại quá đơn giản.



14. Đừng bao giờ so sánh bên trong mình với bề ngoài người khác.

Càng chăm luyện nghề, bạn càng đỡ lúng túng khi phân biệt phần thưởng vật chất với phần thưởng tinh thần, và ngược lại. Ngay cả khi con đường của bạn không mang lại tiền bạc hay thăng tiến nghề nghiệp, điều này vẫn cực kỳ đáng giá.

Khi mới mười sáu mười bảy tuổi, tôi loáng thoáng biết một gã làm chủ tiệm Cinders trên đường St. Stephen ở Edinburgh. Tiệm này chuyên phục chế lò sưởi cổ. Cách làm của Cinders rất đơn giản: mua bộ lò sưởi nguyên bản kiểu George và Victoria từ những ngôi nhà cũ kỹ, đồ nát với giá rẻ mạt, đưa vào xưởng xử lý chúng qua loa cho thích hợp, sau đó bán lại cho đám trẻ tuổi nhiều tiền với giá cắt cổ.

Khi đấy, tôi tò mò phát điên lên không biết mọi người kiếm sống bằng cách nào (bây giờ vẫn thế). Vì thế một hôm, khi đang ngồi trên bậc thềm nhà Ông Lò Sưởi, tôi nói với ông về chuyện này.

Ông kể cho tôi nghe về những điểm lắt léo trong nghề - săn lùng khắp những ngôi nhà cổ, tay nghề chuyên môn, quan hệ với khách hàng, và tất nhiên là cả lợi nhuận nữa.

Có vẻ như ông rất tự hào về công việc của mình. Qua cách kể chuyện, ông tỏ ra rất thích công việc và sống khá tươm tất. Thời đó Scotland đang trong giai đoạn suy thoái; người thất nghiệp nhiều, tiền nong khó khăn; tôi nghĩ đối với một lão già hippie thì mọi thứ lại càng trở nên khó khăn hơn nhiều.

Rất ít trẻ em nói rằng "Ồ, lớn lên mình sẽ làm một Ông Lò Sưởi!" Đây không phải là nghề sáng sủa nhất trên thế giới. Tôi hỏi ông bước chân vào nghề này thế nào.

"Trước đây ta chuyên buôn đồ cổ," ông nói. "Dường như người nào chi nhiều tiền mua đồ cổ cũng chi rất nhiều tiền để phục chế nhà cửa. Chỉ cần trò chuyện với những người trong tiệm đồ cổ, ta đã thoáng ngửi thấy mùi cơ hội rồi. Hơn nữa, ở Edinburgh có nhiều người buôn đồ cổ bon chen quá rồi, vì vậy ta cũng phải tìm cách nào khác để thở hơn một chút để kiếm ăn."

Cũng giống như những nghề béo bở nhất trên thế giới, câu chuyện diễn ra đại loại như thế.

"Ôi, có mấy cái lò sưởi đẹp quá đi mất," tôi nói. "Chắc là khó mà xa rời chúng được nhỉ?"

"Không, có gì khó đâu," ông nói (và đây là phần tôi nhớ rõ nhất). "Ta muốn nói rằng ta thích chúng, nhưng chúng chiếm nhiều không gian quá - vừa to lớn vừa cồng kềnh - ta thấy nhẹ cả người khi bán được chúng. Ta chỉ muốn tống chúng ra khỏi tiệm càng sớm càng tốt để thu tiền về thôi. Ta bán chúng đi nhẹ nhàng lắm. Không giống như đồ cổ. Ta luôn thấy yêu đồ cổ, vì vậy ta cũng đem lòng yêu luôn cái kho hàng, lúc nào ta cũng muốn ôm khư khư lấy những món đồ tốt nhất của mình. Lúc nào ta cũng cố tình phát giá thật cao để giữ chúng lại với tiệm."

Còn trẻ và say lý tưởng, tôi nói với ông rằng như thế thật là đáng buồn. Tại sao lại quyết định chỉ bán một "sản phẩm đơn thuần" (chẳng hạn như cái bộ sưởi), trong khi ông có thể kiếm tiền

bằng cách bán những thứ mà ông thực sự quan tâm (chẳng hạn như đồ cổ)? Chắc chắn là cách sau thích hợp hơn chứ?

"Nguyên tắc đầu tiên của kinh doanh," ông nói, bật cười trước sự ngây thơ của tôi, "là không bao giờ bán đi những thứ mình yêu thích. Nếu không, sẽ có lúc anh bán cả con mình."

Mười lăm năm sau, tôi ngồi tại một quán bar ở New York. Một người bạn-của-bạn tôi nhìn những bức biếm họa và hỏi tôi có định công bố chúng hay không. Tôi trả lời không. Bảo rằng đây chỉ là một thú vui thôi. Rồi kể cho anh ta nghe về công việc quảng cáo.

"Ồ, thế quái nào mà anh lại làm quảng cáo nhỉ?" anh ta nói, chỉ tay vào cái cặp giấy của tôi. "Lẽ ra anh nên làm cái này. Triển lãm tranh ảnh gì đấy chứ. Hay là áo phông!"

"Quảng cáo chỉ là bệ sưởi thôi," tôi nói vào cốc của mình.

"Cái gì cơ?"

"Không có gì."



15. Nên chết trẻ

Bao nhiêu năm nay, tôi đã từng chứng kiến rất nhiều bạn trẻ đi theo con đường "xài ma túy và uống rượu để thành nghệ sĩ 'nhón'". Một lựa chọn không hề thông minh, độc đáo, hiệu quả, lành mạnh, hay dẫn đến một kết cục có hậu.

Có câu chuyện tương tự: Một cậu bé đọc được thông tin về Charlie Parker , hoặc Jimi Hendrix , hoặc Charles Bukowski và quyết định rằng tắm gương thi vị nhưng không hoàn thiện của họ sẽ giúp cậu ta được phép và/hoặc được tha thứ khi dành một hoặc hai thập kỷ tới chìm đắm trong đồng nôn mửa của chính mình.

Tất nhiên, càng ngày bạn càng chứng kiến nhiều nạn nhân của sự ngớ ngẩn này. Càng nhiều lần họ phải tàn phá cuộc đời mình. Càng tỏ ra thảm hại. Và càng ít công trình đáng chú ý để trưng ra sau tất cả những "trải nghiệm tuyệt vời" và "nhận thức đặc biệt" đó.

Người nghệ sĩ càng thông minh và tài năng thì càng ít khả năng chọn con đường này. Chắc chắn rồi, có thể lúc còn ngựa non háu đá anh ta sẽ loạn xạ đôi chút, nhưng rồi sẽ tiếp bước nhanh hơn đa số mọi người.

Nhưng cậu bé kia nghĩ tất cả nằm ở tài năng; còn anh ta thì nghĩ tất cả nằm ở "tiềm năng." Anh ta đánh giá thấp vai trò của thời gian, kỷ luật, và sự bền bỉ. Chắc chắn rồi, giống như Bukowski và những người khác, cái gì cũng có ngoại lệ cả. Nhưng đấy là lý do tại sao khi còn trẻ chúng ta lại thích nghe chuyện về họ. Bởi vì đấy là những câu chuyện ngoại lệ. Và bất cứ đứa trẻ nào cũng đều muốn trở thành ngoại lệ khi trong tay chúng có một cây đàn guitar, cây bút viết, cọ vẽ hay ý tưởng kinh doanh mới. Đứa trẻ nào cũng đánh giá thấp khả năng cạnh tranh của mình, và đánh giá quá cao cơ hội của bản thân. Đứa trẻ nào cũng bám chặt lấy ý nghĩ rằng còn có một cách khác để biến ước mơ thành hiện thực mà không cần phải lao động vất vả.

Vậy là các quán bar ở phía tây Hollywood, London, New York tràn ngập những người phó mặc đời mình cho cái hy vọng rồ dại tìm ra một con đường tắt, đường tắt nào cũng được. Thậm chí trong số đó, rất nhiều người không còn trẻ nữa, và kế hoạch B của họ đã bị bia cùng vodka cuốn trôi từ nhiều năm trước.

Trong khi đó, sức cạnh tranh của họ nằm lại ở nhà, dần dần tan biến.





Rượu vang của
tôi...

Đam mê của
tôi...

Cặp kính râu

@hugh

16. Điều quan trọng nhất một người sáng tạo có thể nắm bắt thành thạo là xác định được nơi vạch ra đường chỉ đỏ phân chia giữa những gì anh sẵn sàng thực hiện và những gì không.

Khi người khác bắt đầu bỏ tiền ra mua tác phẩm thì nghệ thuật đã phải hứng chịu tổn thương rồi. Bạn càng cần tiền thì càng có nhiều người bảo bạn phải làm cái này, làm cái kia. Quyền kiểm soát trong tay bạn càng ít. Cút đái bạn phải nuốt càng nhiều. Niềm vui mà nghệ thuật mang lại cho bạn ít đi. Hãy biết điều này để lên kế hoạch cho phù hợp.

Cách đây không lâu, tôi nghe nói Chris Ware, hiện là một trong hai, ba họa sĩ biếm họa hàng đầu được tôn vinh nhiều nhất trên thế giới, đã mô tả nghề nghiệp của mình là "vô bổ."

Khi kẻ đứng chót vót trên ngọn thang mà bạn đang trèo lên mô tả quang cảnh nhìn trên đó là "vô bổ" thì bạn nên lo dần đi là vừa. He he.

Tôi biết Chris hồi còn ở Đại học Texas. Sau đó, đầu những năm 1990, tôi biết anh lúc còn lang thang ở Công viên Wicker ở Chicago, khu vực nổi tiếng của dân mỹ thuật, khi anh đang lấy bằng thạc sĩ của Viện Mỹ thuật Chicago, còn tôi là tay viết quảng cáo quèn cho một công ty quảng cáo trong thành phố. Chúng tôi không thân nhưng có nhiều bạn bè chung. Anh rất tử tế. Thông minh kinh khủng.

Vậy là tôi đã có nhiều năm quan sát anh từ một sinh viên tài năng đến một ngôi sao vẽ biếm họa nổi tiếng. Thật tuyệt khi được chứng kiến điều này, hẳn rồi - bạn sẽ thấy được khích lệ khi người quen trở nên nổi tiếng một cách xứng đáng. Nhưng cũng nhờ quan sát anh, ngay từ đầu tôi đã nhận ra một thực tế là làm họa sĩ biếm họa chuyên nghiệp có cả mặt tốt lẫn mặt xấu. Thật bổ ích khi nhìn lướt qua được thực tế.

Tấm gương của anh đã thực sự khai sáng cho tôi rất nhiều từ mười đến mười lăm năm trước, khi biếm họa của tôi đủ tốt để nghĩ đến việc vẽ tranh chuyên nghiệp. Tôi quan sát thị trường, nhìn thấy cuộc sống của Chris và những người như anh, nhìn thấy dân trong nghề đang hét ra lửa, nhìn thấy cái thế giới giả dối mà hầu hết các nhà xuất bản biếm họa đang sống, và hét lên "Khôôôông."

Suy nghĩ thêm một chút, tôi nghĩ một trong những lý do chính để tôi ở trong ngành quảng cáo bao nhiêu năm như vậy chỉ là vì đối với tôi, nghe câu "Thay đổi mẫu quảng cáo này" còn đỡ nhức óc hơn câu "Thay đổi bức biếm họa kia." Mặc dù khi viết quảng cáo, thường người ta có thể phải thỏa hiệp rất nhiều, nhưng cũng có vô số việc chỉ một mình bạn mới giải quyết được. Đây là sản phẩm của họ, tiền bạc của họ, vì vậy, việc duy trì các giới hạn lành mạnh sẽ dễ dàng hơn. Trong lĩnh vực vẽ biếm họa đơn thuần, tôi nhất định không chấp nhận điều này.

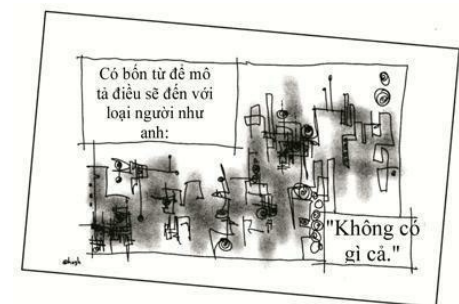
Điều quan trọng nhất một người sáng tạo có thể nắm bắt thành thạo là xác định được nơi vạch ra đường chỉ đỏ phân chia giữa những gì bạn sẵn sàng thực hiện và những gì không. Chính

đường chỉ đỏ này sẽ phân định ranh giới cho sự tự chủ của bạn; xác định lãnh địa sáng tạo của riêng bạn. Loại rác rưởi nào bạn sẵn sàng chấp nhận, loại nào không. Điều gì bạn sẵn sàng giao quyền kiểm soát, điều gì không. Cái giá nào bạn sẵn sàng trả, cái giá nào không. Mỗi người một khác; mỗi người đều có đường chỉ đỏ của riêng mình. Mỗi người đều có riêng một Lý thuyết Tình & Tiền.

Khi tôi thấy ai đó "chịu đau khổ vì nghệ thuật," thường là họ không biết đường chỉ đỏ đấy nằm ở đâu, không biết tự chủ ở chỗ nào.

Không hiểu sao anh lại nghĩ rằng nhà sản xuất dù xấu xa đến mấy cũng không thể khiến anh phá hỏng bộ phim bằng những kịch bản viết lại vô nghĩa được, nhưng hỡi ôi! Không hiểu sao anh lại nghĩ rằng chủ phòng tranh có thể biến thành một doanh nhân giỏi giang, nhưng hỡi ôi! Không hiểu sao anh lại nghĩ rằng nhà xuất bản sẽ quảng bá cuốn tiểu thuyết mới của anh đến nơi đến chốn, nhưng hỡi ôi! Không hiểu sao anh lại nghĩ rằng nhà đầu tư mạo hiểm sẽ bớt khốn nạn đối với nguồn tiền đầu tư ban đầu, nhưng hỡi ôi! Không hiểu sao anh lại nghĩ rằng giám đốc sẽ ủng hộ sáng kiến tiếp thị của anh, nhưng hỡi ôi!

Biết được nơi để vạch ra đường chỉ đỏ cũng giống như hiểu được bản thân hay biết được ai là bạn bè chân chính của mình. Có người thấy dễ, có người thấy khó. Đòi thật chả công bằng gì cả.



17. Thế giới không ngừng thay đổi.

Một số người nhận thức được điều này, số còn lại thì không. Nếu bạn muốn có đủ tiền mua sắm linh tinh trong năm năm, tôi khuyên bạn hãy lắng nghe nhóm đầu tiên và tránh xa nhóm thứ hai. Đây chỉ là ý kiến cá nhân của tôi thôi.

Có thể, công việc của bạn chỉ giá trị bằng một nửa so với mười năm trước đây theo nghĩa đen. Ai mà biết được? Rất có thể nó sẽ biến mất trong vòng năm đến mười năm nữa.

Cách đây khoảng mười năm, tất cả chúng ta đều chứng kiến mô hình kinh doanh truyền thống trong lĩnh vực trước đây của tôi, ngành quảng cáo, bắt đầu xuống dốc. Phản ứng đầu tiên của chúng tôi là "làm việc chăm chỉ hơn."

Chẳng ích gì. Hàng ngàn người lâm vào cảnh khốn khổ. Thế giới bên ngoài thật lạnh lẽo.

Chúng tôi nghĩ rằng có tài thì có thể tự cứu được mình. Chúng tôi nghĩ rằng làm việc đến tận khuya và cả vào cuối tuần thì có thể tự cứu được mình. Không hề.

Chúng tôi nghĩ rằng Internet và tất cả những Điều Vĩ Đại Tiếp Theo, phương tiện truyền thông mới và công nghệ mới sẽ cứu được mình. Chúng tôi nghĩ rằng nó sẽ lấp đầy hố sâu trong những giải pháp phá sản giàu chất trí tuệ hơn bao giờ hết mà chúng tôi cung cấp cho khách hàng. Không hề.

Bất cứ thứ gì. Bất kể thế giới có thay đổi thế nào đi chăng nữa, bất kể công nghệ mới, mô hình kinh doanh mới và cấu trúc xã hội mới có phát triển thế nào đi chăng nữa, điều duy nhất mà "Thực Tế Mới" không thể tước đoạt được khỏi tay bạn chính là Niềm tin.

Những người bạn tin tưởng và tin tưởng bạn sẽ giúp bạn có cơm ăn, có tiền trả học phí cho con cái ở trường. Chẳng phải ai khác.

Điều này đúng nếu như bạn là họa sĩ, nhà văn, bác sĩ, kỹ sư, luật sư, nhân viên ngân hàng hoặc phục vụ quầy rượu.

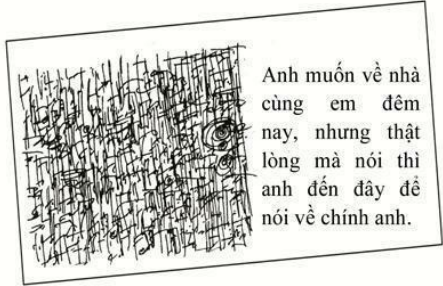
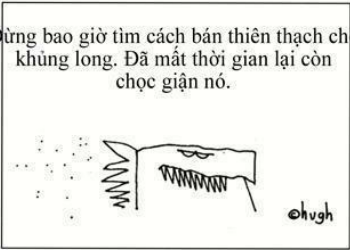
Hay nói cách khác: đừng lo lắng về vấn đề công nghệ, hãy lo lắng về những người tin tưởng mình.

Để khám phá Thực Tế Mới, bạn cần phải sáng tạo - không chỉ trong lĩnh vực chuyên môn của mình mà trong tất cả các lĩnh vực. Thế giới quan của bạn cần phải trở nên phong phú và độc đáo hơn bao giờ hết. Và điều này không chỉ đúng với họa sĩ, nhà văn, kỹ sư, giám đốc sáng tạo, chủ tịch công ty mà còn đúng với tất cả mọi người. Người được thuê để trông nom nhà cửa, lễ tân, lái xe bus cũng vậy. Trò chơi vừa được nâng lên một cấp độ mới.

Cách làm cũ đã chết. Và bạn cần sự đồng tình của mọi người xung quanh.

Điều đó có nghĩa là phải tăng cường hơn nữa mối quan hệ với những người sáng tạo, những kẻ lập dị hoặc người biết nhìn xa trông rộng. Suy nghĩ nhiều hơn xem nhu cầu của họ là gì, từ đó có đối sách phù hợp. Đừng để tâm đến một lĩnh vực chuyên biệt nào - kiến trúc, quảng cáo, hóa dầu - họ luôn quanh ta và rất dễ nhận biết nếu như bạn cố gắng, nếu như bạn có thứ gì đó giá

trị để trao đổi. Tránh xa bọn đàn độn; tránh xa những kẻ cầu an. Họ chẳng còn giúp ích được chút gì cho bạn nữa đâu. Mô hình ổn định của họ không mang lại nhiều ổn định nữa. Họ đang tuyệt chủng; họ đã tuyệt chủng.



18. Công trạng mua được. Đam mê thì không.

Chỉ có những người muốn thay đổi thế giới mới có thể thay đổi được thế giới. Và không phải ai cũng muốn vậy.

Loài người sở hữu cái mà tôi gọi là "Gene Khó Chịu." Chính phần này trong tâm trí khiến chúng ta hết sức bất mãn với vị thế của mình, bất kể Số mệnh có mỉm cười nhân hậu với chúng ta đến đâu.

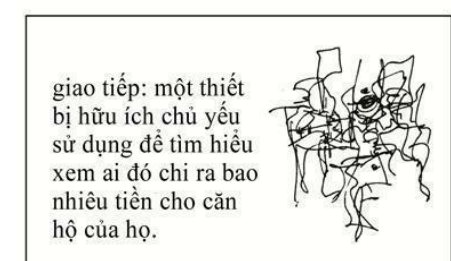
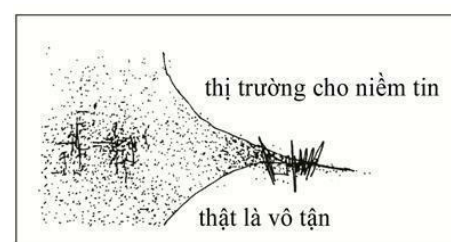
Không phải vô cớ mà chúng ta có gene này. Trở lại thời ông cha chúng ta còn ăn lông ở lỗ, cảm giác khó chịu khiến chúng ta nhấc mông đứng thẳng trên hai chân, bước ra khỏi hang động để đặt chân vào vùng lãnh nguyên đi săn những con mồi để có thức ăn cho bữa tối. Đó là cơ chế sinh tồn. Có ích thời đấy, có ích đến tận bây giờ.

Cũng chính Gene Khó Chịu này khiến chúng ta muốn sáng tạo ra những thứ đầu tiên - tranh vẽ, bản xô nát cho violin, công ty đóng gói thịt, trang web. Chính gene này thôi thúc chúng ta khám phá cách làm ra lửa, chế tạo bánh xe, cung tên, ống nước trong nhà, máy tính cá nhân, và vô số những thứ khác nữa.

Để hiểu được tiếng gọi sáng tạo, cần phải hiểu rằng nó chính là yếu tố nguyên sơ nhất. Mong muốn thay đổi thế giới không phải là tiếng gọi cao quý, nó là tiếng gọi bản năng.

Chúng ta nghĩ rằng chúng ta đang "mang lại một hệ thống hậu cần tích hợp siêu việt" hoặc đang "giúp nước Mỹ thực sự cảm nhận được vị Tươi mới." Trên thực tế, chúng ta chỉ cảm thấy khó chịu và muốn thoát quách ra khỏi hang và giết sạch bọn ma mút lông lá mà thôi.

Công việc kinh doanh của bạn có thể để cho bạn đi săn ma mút, cũng có thể không. Tất nhiên, với bao nhiêu công việc cổ cồng như ngày nay, rất có thể bạn sẽ được trả một đồng tiền chỉ để ngồi yên trong cái hang góc-văn-phòng và giả vờ như bạn đang đi săn, mặc dù trên thực tế bạn chả săn bắn gì sất, mặc dù trên thực tế bạn chỉ nhấn bút chì mà thôi. Thật đáng buồn. Điều đáng buồn hơn là bạn đồng ý ngửa tay ra nhận tiền.



19. Tránh xa Đội quân Bình nước.

Đội quân này rất vui vẻ, nhưng sớm muộn thì họ cũng sẽ xen vào việc của bạn thôi.

Trở lại thời tôi mới lơ ngơ vào làm việc cho một công ty quảng cáo lớn, tôi rất khó chịu khi "Đội quân Bình nước" cứ kêu ca suốt ngày. "Đội quân Bình nước" là khái niệm của tôi dùng để gọi những kẻ thời đó vẫn được phép tồn tại trong ngành. Đã nhiều năm sau khi bước qua thời kỳ sung sức của mình, cả lũ nhân viên sáng tạo hạng hai vẫn bị đám giám đốc sáng tạo vắt kiệt đến tận giọt sức cuối cùng, và đến khi không còn gì nữa thì vứt bỏ không thương tiếc. Suốt ngày lượn lờ tới chỗ cái bình nước nóng lạnh và say xỉn khi đi ăn trưa về đã trở thành chuyện thường ngày ở huyện. Làm đêm và tăng ca vào cuối tuần tuy nhảm chán nhưng lại có tiền. Vất, vất, vất.

Tôi nhớ có những tuần người ta có thể dễ dàng bỏ ra nửa tiếng đồng hồ mỗi ngày để nghe Ted ca cẩm.

Trước đây phòng làm việc của Ted có cửa sổ nhưng bây giờ chỉ còn là một ô lập phương mà thôi, kể từ sau cuộc gặp kinh hoàng với khách hàng X. Ngày nào anh cũng ghé qua ô cửa tôi ít nhất một lần và bắt đầu ca cẩm. Ca cẩm, ca cẩm, ca cẩm... về bất cứ chuyện gì: Josh Cậu-Bé-Vàng là nhà văn vớ vẩn và rởm đời ra sao... hoặc họ đã mua mẫu quảng cáo của Tiểu-Thư-Quần-Lót-Khêu-Gọi chứ không mua của anh như thế nào, "mặc dù mẫu của tớ tốt nhất phòng và bất cứ thằng khốn nào ở đó cũng đều biết."

Như tôi đã nói, bất cứ chuyện gì.

Những câu chuyện như thế cứ kéo dài đến vô tận... buồn buồn bán bán... Rõ khổ! Ted ạ, tớ rất quý cậu, cậu rất tuyệt vời, nhưng cậu ngậm miệng lại giùm tớ cái...

Giờ đây nhìn lại, chính tấm gương của Ted đã dạy cho tôi một bài học sâu sắc - hồi đó tôi vẫn còn quá trẻ và ngây thơ nên chưa học được gì cả - rằng có thể văn phòng của bạn sẽ tràn ngập các giải thưởng quảng cáo hiện hữu, giải thưởng Clio và One Show (những giải thưởng hoành tráng của ngành), nhưng có thể sự nghiệp của bạn vẫn chìm sâu dưới hố bùn.

Đừng hiểu sai ý tôi - sự nghiệp của tôi ở đây thực sự là một thảm họa. Đây không phải là trường hợp một người nhóm A chế giễu nhóm B, mà là một người nhóm C chế giễu nhóm B.

Tôi đang ăn trưa với John, một cộng sự xấp xỉ tuổi tôi. Chúng tôi vào công ty cùng một thời điểm. Bữa trưa của chúng tôi là đồ ăn Thái rẻ tiền và trông đẹp mắt ở quán ăn ngay dưới chân công ty.

Tôi nói: "Tớ phải nghỉ việc thôi."

John nói: "Tớ nghĩ cậu thích công việc ở đây cơ mà."

Tôi đáp: "Tớ thích. Nhưng lý do duy nhất họ muốn giữ tớ ở đây là vì tớ vẫn còn trẻ và chấp nhận lương thấp. Nhưng khi một trong hai yếu tố đó không còn nữa thì tớ chỉ là đồ bị thối mà thôi."

“Giống như Ted,” John nói.

“Ừ, cậu ta và phần còn lại của Đội quân

Bình nước.”

John bật cười: “Đám Bình nước.”

Vậy là chúng tôi được dịp cười đám đồng nghiệp già tội nghiệp, đen đui ở công ty. Thành thực mà nói, chúng tôi chẳng đồng cảm đến thế. Có thể đời họ không ra gì, nhưng ngày xưa họ cũng đã từng có những giây phút vinh quang. Họ đã từng giành được nhiều giải thưởng, từng bay tới quần đảo Bahamas để quay chương trình quảng cáo giấy vệ sinh với các ngôi sao điện ảnh nổi tiếng, vân vân. Không giống như đám trẻ chúng tôi. John và tôi chỉ mới ra trường được vài năm và vẫn chưa tạo được dấu ấn trên lĩnh vực mình vừa đặt chân vào, dù chúng tôi không kém đam mê và hy vọng so với bất cứ ai đang hiện hữu trên đời.

Thỉnh thoảng, chúng tôi bán được vài quảng cáo trên báo, một số trang tạp chí, nhưng truyền hình là thứ nằm ngoài tầm với. Cho đến nay, công ty chúng tôi đầu quân vẫn chưa tạo điều kiện cho chúng tôi tỏa sáng. Đây là lỗi của chúng tôi hay lỗi của họ? Có thể mỗi bên có một phần lỗi, nhưng lúc đó chỉ toàn “Lỗi của họ, khỉ thật!” Tất nhiên, mọi việc đều là “Lỗi của họ, khỉ thật!” khi bạn hai mươi tư tuổi.

Chừng một năm sau thì tôi nghỉ việc. John tiếp tục ở lại công ty vì lý do nào đó, vài năm sau cưới vợ và nhanh chóng có con. Bỗng nhiên phải gánh vác cả gia đình, anh không thể để người ta đuổi việc mình được. Tay giám đốc sáng tạo biết điều này và bắt đầu gây sức ép.

“John này, anh không ngại phải làm việc vào cuối tuần đấy chứ? Tốt. Tôi biết là anh không ngại mà. Chúng ta ai nấy đều biết cả nhóm phụ trông cậy vào tài xoay xở của anh thế nào trong giai đoạn cam go này mà - đấy là lý do vì sao chúng tôi đánh giá anh cao như vậy, John, phải không nào?”

Lần cuối cùng tôi nhìn thấy John là khi anh đang làm việc ở cái công ty nhỏ bé, kinh khủng này với thu nhập chỉ bằng một phần mức lương cũ của anh. Hóa ra công ty lớn đã tống cổ anh ra đường sau khi đứa con thứ hai của anh ra đời được một tuần.

Chúng tôi lại ăn trưa cùng nhau trong nhà hàng Thái đó vì tình bạn ngày nào. Chúng tôi rất vui vẻ, nói đủ thứ chuyện nghệ thuật thường ngày như trước đây. Cuộc trò chuyện rất thú vị, chỉ bị phá hỏng bởi duy nhất một điều: khi tôi nhìn John, từ “Bình nước” không ngừng nhảy vào trong đầu tôi, như một vị khách không mời.



... Anh sẽ ở thành phố vào tối thứ

Năm và thứ Sáu... Anh cần sex,

còn em có lẽ cần được đưa đến

chỗ nào đó tươm tất cho biết...

Gọi cho anh nhé! (Biiiiip!)



20. Hát bằng giọng của chính mình.

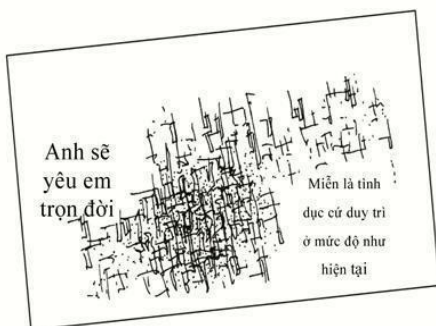
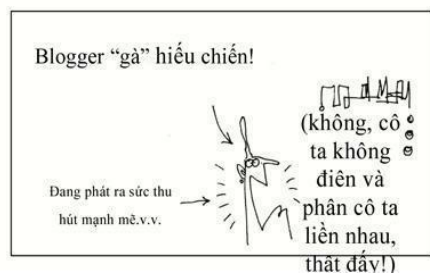
Picasso là một tay tô màu khủng khiếp. Turner không thể nào vẽ người cho ra hồn người được. Kỹ năng phác họa đối xứng của Saul Stainberg phát khiếp lên được. T. S. Eliot làm việc như một tay viên chức. Henry Miller là nhà văn thất thường đến bừa bãi. Bob Dylan hát như bò rống hoặc chơi guitar như bật bông.

Nhưng điều đó không ngăn được họ, đúng không nào?

Vì vậy, tôi nghĩ rằng câu hỏi tiếp theo sẽ là “Tại sao lại không?”

Tôi không biết. Tại sao lại có? Chẳng có ai thạo hết mọi nghề được cả. Các họa sĩ có thực tài, những doanh nhân thật sự thành công, đều tìm cách phá vỡ những hạn chế của bản thân, hướng lợi thế vào những điểm yếu của mình. Turner vẽ người không đẹp, vì vậy ông không còn cách nào khác ngoài nâng cao chất lượng cho dòng tranh phong cảnh vốn đã không gì sánh được. Nếu Bob Dylan có thêm chút tài nghệ kỹ thuật, chắc hẳn ông đã không cảm thấy cần phải đưa nhiều sức mạnh và âm hưởng vào ca từ của mình đến vậy.

Đừng đổ lỗi. Hãy ngậm miệng lại và bắt tay vào việc. Thời gian không chờ đợi ai cả.



21. Chọn phương tiện nào không quan trọng.

Lợi thế lớn nhất của mỗi phương tiện cũng chính là điểm yếu chết người của nó. Mỗi loại phương tiện là một chuỗi các thỏa hiệp cơ bản; không cái nào “cao hơn” cái nào. Một bức tranh nào có làm được gì nhiều, nó chỉ hiện diện trên tường mà thôi. Đây là điểm mạnh nhất mà cũng là yếu nhất của nó. Phim là sự kết hợp giữa âm thanh, chuyển động, nghệ thuật nhiếp ảnh, âm nhạc và diễn xuất. Đây là điểm mạnh nhất mà cũng là yếu nhất của nó. Văn chương chỉ sử dụng từ ngữ và sắp xếp chúng theo dạng tuyến tính để chuyển tải quan điểm. Đây là điểm mạnh nhất mà cũng là yếu nhất của nó, v.v...

Hồi đại học, tôi theo chuyên ngành tiếng Anh. Tôi chẳng thích thú gì với việc dạy học, viết lách, hay môi trường đại học, chẳng qua bộ môn này có thể giúp tôi đạt được điểm cao. Hơn nữa, tôi thích đọc sách và viết báo, vì vậy, nó cũng có ích cho tôi.

Hầu hết bạn bè tôi đều là dân Khoa học Xã hội, nhưng cũng chỉ chung nhau được ở mỗi điểm đấy. Chẳng bao giờ chúng tôi thực sự lên lớp cùng nhau. Đúng thế, chúng tôi chỉ gặp nhau vào buổi tối và cuối tuần, nhưng tôi chẳng hòa nhập lắm với các bạn trong lớp.

Vì vậy, thật sững sốt khi tôi gặp các bộ môn nghệ thuật: mỹ thuật, điện ảnh, sân khấu, kiến trúc, v.v... Có vẻ như mọi người sống rất thân thiết với nhau. Dường như tất cả bọn họ đều làm việc, ăn uống, ngủ nghỉ cùng nhau. Rất nhiều mối dây gắn bó. Rất nhiều tinh thần hợp tác. Rất nhiều quan hệ loạn luân. Rất nhiều lời đồn về sự bất khả xâm phạm trong nghề nghiệp của họ.

Thế đấy, mỗi bức biếm họa chỉ cần một người vẽ thôi. Cũng giống như viết lách vậy. Không cần Nổi Vòng Tay Lớn. Vậy là toàn bộ cái chủ nghĩa xã hội cổ vũ tình dục này khá xa lạ với tôi, mặc dù có nhiều điểm tỏ ra rất hấp dẫn.

Trong suốt năm thứ hai ở đại học, tôi bắt đầu công bố các bức biếm họa của mình, và không chỉ dừng lại ở báo tường của nhà trường. Đột nhiên, tôi thấy việc gặp các cô gái trở nên dễ dàng. Tôi cảm thấy rất vui, dám chắc với các bạn như vậy, nhưng cuộc sống thì vẫn không có gì thay đổi.

Theo tôi, bạn bè cho rằng vẽ biếm họa là việc rất cầu kỳ, nhưng thực sự điều đấy chẳng ảnh hưởng gì đến tình bạn của chúng tôi cả. Chẳng qua đấy là việc tay trái, cũng như người ta phục chế xe cũ hoặc làm một cái phòng tối để rửa ảnh thôi.

Nguyên tắc vẽ biếm họa của tôi từ trước đến nay vẫn là để có một cuộc sống bình thường, làm một thằng bình thường, có một thú vui kinh khủng bên lề. Nó không hẳn là khoa học tên lửa.

Thái độ này tỏ ra khá xa lạ đối với những nghệ sĩ mà tôi tiếp xúc. Hình thức nghệ thuật mà họ chọn dường như đã trở thành tôn giáo đối với họ. Rất nghiêm túc. Rất quan trọng. Nó là một phần lớn trong bản sắc của họ, và gần như đối với họ sự tồn tại của loài người hoàn toàn phụ thuộc vào việc họ có khả năng theo đuổi để biến ước mơ trở thành một nghề đủ sức mang lại những thành quả tốt đẹp hay không, v.v...

Đừng hiểu sai ý tôi, tôi biết một số nghệ sĩ cực kỳ thông minh. Vài người trong số họ hiện đang rất nổi tiếng. Và nếu bạn có tài năng đặc biệt, tôi có thể thấy được nhu cầu theo đuổi tài năng đó một cách nghiêm túc trở nên quan trọng đến thế nào.

Nhưng giờ đây nhìn lại, tôi cũng thấy rất nhiều bạn trẻ dỏ hơi đã xác định sai lý do khi gắn bó với “Nghệ thuật!” của mình. Không phải vì họ có điều gì đó thực sự độc đáo và khôn ngoan để nói, cũng không phải vì họ có tài năng gì đáng kể, mà vì nó thú vị. Vì nó gợi cảm. Vì nó thời thượng. Vì nó khiến họ có cái để nói ở những tiệc tùng bia bọt. Vì nó dễ hơn là phải suy nghĩ xem kiếm đâu ra một công việc tử tế sau khi ra trường.

Tôi vẫn phân vân về điều này. Một mặt, tôi nghĩ rằng cũng tốt thôi khi lớp trẻ quậy một chút vì những tham vọng cao đến điên rồ, biết đâu lại có vài đứa thành công, biết đâu lại có vài đứa vươn lên được. Tuổi trẻ vốn thế, và tôi nghĩ rằng điều này thật kỳ diệu.

Mặt khác, tôi cũng muốn bảo các bạn trẻ này hãy thận trọng để khỏi xác định sai lý do khi chọn những bộ môn nghệ thuật khó nhằn. Khi còn trẻ anh còn bay bổng được, nhưng khi tuổi trẻ chưa kịp trôi qua thì Quỷ sứ đã đến đòi nợ rồi. Và điều này chẳng bao giờ tốt đẹp cả. Không ít lần tôi phải chứng kiến điều này xảy ra với những người hết sức dễ thương, và khi đấy thật sự rất đau lòng.

Chất lượng không phải là ưu tiên
số một. Làm người khác sướng con
bà nó sốt mới là ưu tiên số một cơ.



Mẹ bọn nhà
nghèo.
Chả đáp ứng được



22. Bán hàng khó hơn bạn nghĩ.

Giảm chất lượng để sản phẩm của bạn trở nên “thương mại” hơn chỉ khiến mọi người bót thích nó đi mà thôi.

Nhiều năm trước, lúc vừa mới ra trường, tôi bắt đầu ôm hồ sơ đến các công ty quảng cáo để xin việc.

Một ngày đẹp trời, tay giám đốc sáng tạo của một công ty lớn nằm ở hai mặt đường trung tâm thành phố đã tử tế cho phép tôi giới thiệu tác phẩm của mình. Hoan hô!

Vậy là tôi đến văn phòng công ty và cho ông ta xem các bản vẽ. Thực lòng mà nói thì chúng xấu điên xấu đảo lên được. Tất cả luôn. Bạn cứ thử hình dung đến câu chuyện tầm phào của các bà nội trợ “Trước đây tôi rửa chén bằng Sudso nhưng bây giờ tôi dùng Rinso Extreme hương chanh.” Có điều là tệ hơn thế nhiều.

Ông giám đốc sáng tạo rất tốt bụng. Bạn có thể nhận thấy rằng ông ta chẳng để ý lắm đến tranh của tôi, mặc dù ông ta quá lịch sự nên chẳng nói ra điều ấy. Cuối cùng, ông ta cũng thú nhận rằng chúng chẳng giúp ích được gì cho ông ta cả.

“Vâng, thị trường mục tiêu là các bà nội trợ trung lưu,” tôi huyền thuyên. “Chúng khá là bảo thủ, vì vậy, tôi nghĩ có lẽ nên giảm tông xuống một chút...”

“Cậu có thể giảm tông xuống khi mà cậu đã được nhận vào làm và khách hàng cầm que cời lửa thúc sau đít cậu, bảo với cậu phải giảm tông xuống.” Ông ta cười lớn. “Còn từ giờ đến lúc đó, hãy cho tôi xem cái nào tông mạnh hơn nhé.”

Câu chuyện này không chỉ xảy ra trong lĩnh vực quảng cáo. Nó xảy ra khắp mọi nơi.

Thật khó mà bán hết sạch hàng hóa khi không có ai đến mua.



23. Chẳng ai quan tâm đâu. Mình làm cho bản thân mình thôi.

Ai cũng bận bịu với cuộc sống của mình nên không thể quan tâm đến cuốn sách, bức tranh, kịch bản, v.v... của bạn được, đặc biệt là khi chúng chưa hoàn thành. Còn những người không quá bận rộn thì bạn lại chẳng muốn họ xuất hiện trong đời mình chút nào.

Đem tác phẩm của mình ra làm một thương vụ lớn với người khác là nụ hôn của thần chết. Đây là tất cả những gì tôi có thể nói về chủ đề này.



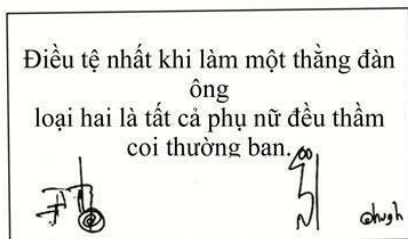
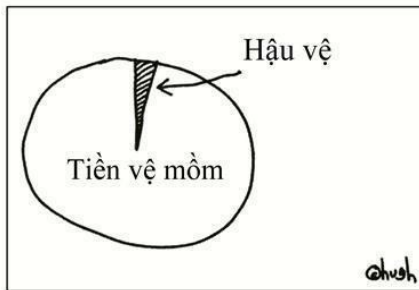
24. Thật phí thời gian khi lo lắng về cuộc đối đầu giữa “Thương mại với Nghệ thuật.”

Bạn có thể tranh cãi về cuộc đối đầu giữa “Bán hết hàng” với “Thuần nghệ thuật” đến... Tết Ma-rốc. Năm 1850 mọi người đã lải nhải về chuyện này, và đến năm 2150 họ vẫn tiếp tục lải nhải thôi.

Tranh cãi nảy lửa về chủ nghĩa thương mại trong nghệ thuật là con đường mòn đã có từ lâu đời, và không phải là nơi người ta có thể tiếp nhận nhiều cái nhìn mới mẻ, có khả năng thay đổi thế giới. Nhưng rất nhiều người lại thích xới đi xới lại mảnh đất này, bởi vì nó giúp họ khỏi phải dấn thân vào những địa hạt xa lạ. Vì nó an toàn. Nó cho phép bạn có những cảm xúc và ý kiến mạnh mẽ trong khi chẳng phải mạo hiểm bản thân chút nào. Bạn không cần phải bắt tay vào thực hiện những công việc nặng nhọc ngoài đời để sản xuất và bán cho người khác điều bạn đặt hết niềm tin vào đó.

Đối với tôi, vấn đề không phải là Tom Clancy bán được hàng xe tải sách trong khi một tay đoạt giải Nobel lại bán được rất ít. Chúng chỉ là những vật vô giá trị, là trò tiêu khiển bên ngoài. Đối với tôi, vấn đề là bạn định làm gì với quãng thời gian ngắn ngủi còn lại trên cõi đời này. Hai tiêu chí hoàn toàn khác nhau.

Thành thật mà nói, tôi cho rằng một người nuôi dưỡng và phát triển “tính tự chủ sáng tạo” của bản thân như thế nào, có được mọi người xung quanh giúp đỡ hay không, là đề tài thú vị hơn nhiều.



25. Đừng lo không tìm được cảm hứng. Trước sau gì nó cũng đến thôi.

Cảm hứng đến trước khát vọng sáng tạo, chứ không phải ngược lại.

Một trong những lý do khiến tôi quyết định vẽ biếm họa trên lưng danh thiếp là tôi có thể mang chúng theo mình. Sống ở trung tâm New York như tôi thời đó, bạn sẽ phải bỏ ra rất nhiều thời gian đi lòng vòng quanh thành phố. Tôi muốn mô hình nghệ thuật nào phù hợp với điều đó.

Vậy là nếu như đang dạo phố và đột nhiên nảy ra ý định vẽ một cái gì đó, tôi chỉ cần tạt vào một ghế đá công viên hay tiệm cà phê nào đó, rút tấm danh thiếp từ trong túi ra và cứ thế cầm cúi vẽ. Không bị gián đoạn. Không cần gắng sức. Không hề ồn ào. Tôi thích như thế.

Trước đó, khi còn vẽ tranh khổ lớn hơn, mỗi khi đang đi trên phố mà chợt nảy ra ý tưởng nào đó là tôi lại phải bỏ dở công việc và trở lại xưởng vẽ lúc cảm hứng còn đang quấy trong đầu. Mười lần thì đến chín lần cảm hứng trôi tuột đi mất khi tôi quay về đến nơi, tôi công chạy long tóc gáy. Chắc chắn một điều là kiểu gì thì tôi cũng vẫn vẽ, nhưng hình như tôi luôn vẽ lại một ký ức chứ không phải là vẽ điều xảy ra đúng thời điểm đó.

Nếu bạn đang sắp xếp cuộc sống theo kiểu phải quá bận tâm đến cả việc đón nhận cảm hứng lẫn thực hiện công việc thì bạn đi ngược đường rồi đấy. Có thể bạn đang thốt ra rất nhiều câu nói cường điệu phản tác dụng kiểu như “Tôi, người nghệ sĩ, tôi phải sáng tạo, tôi phải để lại cái gì đó cho hậu thế”. Chẳng hay ho gì, đối với bạn cũng như đối với bất kỳ người nào khác.

Bạn phải tìm ra được phương thức làm việc nào có thể dễ dàng khai thác hết mọi lợi thế của những phút giây cảm hứng dâng trào. Mà cảm hứng chẳng bao giờ xuất hiện vào thời điểm thuận lợi, cũng như chẳng kéo dài được lâu.

Ngược lại, bạn cũng không nên quá khó chịu về “trở ngại của họa sĩ”, “trở ngại của nhà văn”, hoặc đại loại như thế. Nếu bạn nhìn vào tờ giấy trắng mà không thấy gì nảy ra trong đầu, tốt hơn hết bạn nên đi làm việc khác. Trở ngại của nhà văn chỉ là triệu chứng cảm giác như bạn chẳng có gì để nói, trong khi vẫn có ý nghĩ là nên có nhu cầu nói điều gì đó.

Tại sao? Nếu bạn có gì đó để nói thì cứ nói ra thôi. Nếu không, hãy tận hưởng sự yên tĩnh trước mắt. Tiếng ồn sẽ sớm trở lại thôi. Khi đó, tốt nhất là bạn nên bước chân ra thế giới rộng lớn bên ngoài, thực hiện vài cuộc phiêu lưu và lấy lại cảm hứng. Cố gắng sáng tạo khi bạn không có hứng chẳng khác gì nói chuyện chỉ để mà nói. Như vậy không phải là giao tiếp đúng nghĩa, chỉ lảm nhảm như một kẻ nát rượu già nua, say khướt mà thôi.



26. Bạn phải tìm ra cách riêng của mình.

Một Picasso luôn trông giống như Picasso họa sĩ. Hemingway luôn nói như Hemingway. Một bản giao hưởng của Beethoven luôn nghe giống như giao hưởng Beethoven. Một trong những yếu tố làm nên nghệ sĩ lớn chính là học cách hát không phải bằng giọng của bất kỳ ai khác mà bằng giọng của chính mình.

Mỗi người nghệ sĩ đều không ngừng mong chờ khoảnh khắc “Xuất thần!” lớn lao của đời mình, bất kể họ đã thành danh hay chưa.

Đây là giây phút họ tìm ra chất giọng của riêng mình, một lần cho mãi mãi.

Đối với tôi, đây là khi tôi khám phá ra cách vẽ lên mặt sau danh thiếp.

Còn nhiều ví dụ khác, nổi tiếng hơn và đáng chú ý hơn, chẳng hạn như Jackson Pollock khám phá ra hình thức vẽ tranh bằng cách vẩy màu. Hoặc Robert Rauschenberg khám phá ra loại tranh sơn dầu toàn màu trắng. Andy Warhol khám phá ra kỹ thuật in lụa. Hunter S. Thompson khám phá ra phong cách báo chí Gonzo. Duchamp khám phá ra nghệ thuật sử dụng vật liệu sẵn có. Jasper Johns khám phá ra lá quốc kỳ Mỹ. Hemingway khám phá ra lối hành văn khúc chiết. James Joyce khám phá ra thể loại văn xuôi dòng-ý-thức.

Phải chăng đây là nhờ may mắn? Có lẽ chỉ một chút thôi.

Nhưng hình thức thể hiện không phải là thứ khiến cho nghệ thuật trở nên vĩ đại. Thực tế khi đang mày mò với một điều gì đó mới mẻ, đột nhiên họ nhận thấy mình có thể dành toàn tâm toàn ý cho nó.

Chỉ khi đó, nó mới trở thành bản sắc của họ, thành giọng hát riêng của họ, v.v...

Đây mới là thứ khiến mọi người hưởng ứng. Chất nhân văn, chứ không phải là hình thức. Giọng hát, chứ không phải dáng hình.

Hãy dành toàn tâm toàn ý vào đó, và bạn sẽ tìm được giọng hát của riêng mình. Do dự thì không tìm được đâu. Đơn giản thế thôi.



Trên giấy trông rất ổn



27. Viết bằng cả trái tim.

Chẳng có viên đạn bạc nào cả. Chỉ có tình yêu Thượng đế mang cho bạn mà thôi.

Như một nhà văn chuyên nghiệp, tôi quan tâm đến sự phát triển của đối thoại.

Đến sự phát triển của giao tiếp, *x đạt tới sức mạnh của n*, vân vân và vân vân.

Trường hợp lý tưởng nhất là nếu bạn làm việc trong lĩnh vực giao tiếp, và bạn muốn được chuyển tải cùng một nội dung, sử dụng cùng một cách thể hiện, tới đám đông cả hàng triệu người cũng như chỉ một người duy nhất. Hãy hình dung sức mạnh mà bạn có được nếu thực hiện thành công.

Nhưng đáng buồn là mọi việc lại không diễn ra như vậy.

Bạn không thể yêu quý cả đám đông theo cách bạn yêu quý một người được.

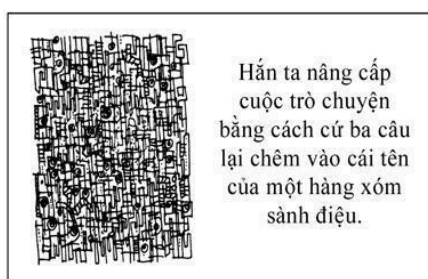
Và đám đông cũng không thể yêu quý bạn giống như một cá nhân yêu quý bạn được.

Tình thân không phát triển. Không hề. Tình thân là một hiện tượng trực tiếp giữa hai người với nhau.

Chẳng phải là vấn đề gì to tát cả. Dù bạn viết cho một người, năm người, một ngàn người, một triệu người, hay mười triệu người, thực ra chỉ có một cách kết nối chân chính duy nhất. Cách duy nhất thực sự hiệu quả:

Viết bằng cả trái tim.

Chẳng có viên đạn bạc nào cả. Chỉ có tình yêu Thượng đế mang cho bạn mà thôi.



28. Cách tốt nhất để được phê duyệt là không cần đến phê duyệt.

Điều này hoàn toàn đúng với cả nghệ thuật lẫn kinh doanh. Với tình yêu. Với tình dục. Và với tất cả những gì đáng sở hữu.

Cách đây khoảng hai mươi năm, tôi đang lang thang khắp các văn phòng của Punch, tờ tạp chí hài nổi tiếng ở London. Hồi đó tôi còn trẻ ranh, nhưng không hiểu sao ông biên tập biếm họa (một họa sĩ biếm họa nổi tiếng bằng chính khả năng của mình) lại chấp nhận cho tôi vào làm việc.

Tôi hỏi ông về những vấn đề liên quan đến nghề nghiệp. Ông vừa cố gắng trả lời thật chu đáo vừa lục lọi một chồng thư to tướng.

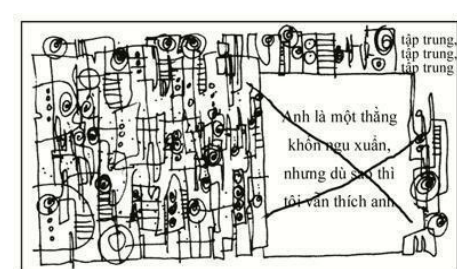
“Xem cái này đi, tia nắng,” ông nói và đưa cho tôi một tờ giấy.

Tôi nhìn tờ giấy. Nhìn tên người gửi, tôi nhận ra đấy là thư của một họa sĩ biếm họa thành danh đã lâu, giọng khá rầu rĩ và tuyệt vọng, nài nỉ được xuất bản.

“Còn đây là một bức thư rên rỉ khác của một tay vẽ biếm họa mít ướt từng nổi tiếng cách đây hai mươi lăm năm,” ông vừa nói vừa đảo cặp mắt. “Mỗi tuần tôi phải nhận được ít nhất là năm mươi bức như thế từ những tay họa sĩ biếm họa mít ướt đã từng nổi tiếng.”

Ông ngừng lời. Rồi ông bật cười một cách tinh quái.

“Làm thế nào để không được xuất bản,” ông nói. “Hãy viết cho tôi một bức thư chết tiệt như vậy.”



29. Sức mạnh ư, chẳng ai cho đâu. Bạn phải giành lấy nó thôi.

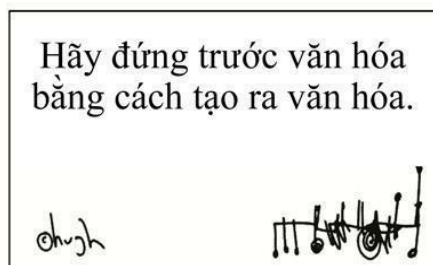
Người nào “sẵn sàng” sẽ tạo được sự rung động hoàn toàn khác biệt so với những người chưa sẵn sàng. Động vật có thể ngửi được mùi sợ hãi. Và mùi không sợ hãi.

Giây phút bạn trở nên sẵn sàng là giây phút bạn ngừng mơ mộng. Bỗng nhiên vấn đề không còn là “trở thành” nữa. Bỗng nhiên, vấn đề chỉ còn là “thực hiện.”

Bạn xin được công việc mơ ước bởi vì ngay từ đầu bạn đã đi thẳng vào phòng làm việc của biên tập viên và nói “Xin chào, tôi thực sự muốn một ngày nào đó trở thành phóng viên thể thao, thưa ông.”

Bạn không vào đó để hỏi xin người biên tập cho bạn sức mạnh. Bạn bước vào và lịch sự thông báo với người biên tập rằng bạn đã có sức mạnh. Đấy chính là ý nghĩa của “sẵn sàng.” Đấy chính là ý nghĩa của “giành lấy sức mạnh.”

Không cần bất cứ điều gì từ người khác chính là cách để bạn vươn tới vị trí giỏi nhất thế giới.



30. Bất kể bạn chọn cái gì, Quỷ sứ vẫn có phần của nó.

Quay đầu ở Hollywood là phải trả giá. Không thay đổi cũng vậy. Dù quay đầu hay không, bạn vẫn phải trả đủ, và vâng, tất nhiên với cái giá khủng khiếp.

Mọi người rất thích phun ra câu sáo ngữ về việc Van Gogh không bao giờ bán được bức tranh nào trong suốt cuộc đời mình. Dù sao đi nữa, tấm gương của ông cũng chứng minh cho chúng ta, những kẻ sống sau ông nhiều thập kỷ, rằng thất bại tuyệt đối cũng có cái hay của nó.

Có lẽ thế, nhưng ông đã tự tử. Giá tranh của ông tăng vọt không lâu sau cái chết của ông. Nếu ông quyết định sống thêm vài chục năm nữa, chắc ông sẽ có một khoản kha khá để dưỡng già. Và điều thật đáng buồn đối với thất bại khắp nơi là câu sáo ngữ này đã mất đi khá nhiều sức mạnh của nó.

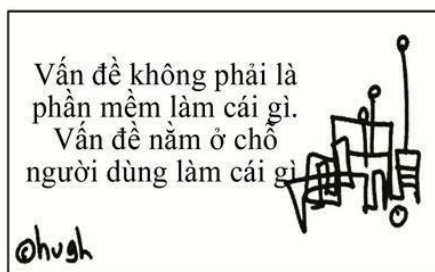
Thực tế là các câu sáo ngữ chỉ có ý nghĩa trừu tượng với chúng ta mà thôi, còn trong đời thực lại không phải như vậy. Cuộc sống là một mớ hỗn độn, bấn thủ, còn sáo ngữ lại sạch sẽ và ngăn nắp.

Tất nhiên, không có “con đường đúng đắn” nào để trở thành họa sĩ, nhà văn, nhà làm phim, hay bất cứ nhà gì bạn mơ ước. Bất kể bạn noi theo tấm gương nào - Warhol danh tiếng và quyền rũ hay Van Gogh nghèo nàn khổ sở - cũng đều tuyệt đối không quan trọng một chút nào.

Bất cứ thái cực nào cũng có thể đưa bạn lên tới đỉnh cao huy hoàng nhất nhưng cũng có thể hủy hoại bạn hoàn toàn. Tôi không biết câu trả lời, cũng chẳng có bất kỳ ai biết cả. Không có ai ngoài bạn và Thượng đế biết được tại sao bạn lại hiện diện trên cõi đời này, và thậm chí...

Vì vậy, khi một thanh niên hỏi tôi cách nào tốt hơn - quay đầu hay giữ vững lập trường - tôi không biết phải trả lời thế nào cả. Warhol quay đầu một cách vô liêm sỉ sau năm 1968 (năm ông ta bị thương vì một viên đạn mìn) và nhờ đó làm ăn rất ổn. Tôi biết một số nghệ sĩ lớn rất kiên định giữ vững lập trường, và kết quả là họ ngày càng trở nên đáng thương.

Bất cứ ai cũng có thể trở thành một người xả thân vì lý tưởng. Bất cứ ai cũng có thể trở thành kẻ hoài nghi. Phần bất biến nằm ở đâu đó giữa hai thái cực này - đấy chính là phần con người.



Điều kiện làm việc lý
tưởng:

1. Cuộc đời hoàn toàn
suy sụp.

0h, h '07

0h, h '07

31. Phần khó nhất của sáng tạo là quen với trạng thái sáng tạo.

Nếu trong bạn có ham muốn sáng tạo, nó sẽ không mất đi đâu cả. Nhưng đôi khi cũng phải mất chút thời gian trước khi bạn chấp nhận điều này.

Hồi năm 1989, tôi sống ở phía Tây London, trông coi căn hộ nhỏ nhắn xinh xắn cho một người bà con suốt thời gian mùa hè. Sống trong căn hộ ngay trên đầu là đạo diễn điện ảnh Tim Burton, ở đây vài tháng để thực hiện bộ phim Batman: The Movie.

Trong năm đó, chúng tôi biết về nhau khá rõ. Dù không thân thiết gì, nhưng chúng tôi nhìn thấy nhau suốt. Ông là một hàng xóm khá tốt bụng, và tôi cố gắng để được như thế.

Lúc đó tôi đang học năm cuối đại học, dùi mài đèn sách để trở thành một người viết bài quảng cáo. Một tối nọ, ông cùng vợ sang nhà ăn tối.

Đâu đó trong câu chuyện bắt đầu đề cập đến đề tài lựa chọn sự nghiệp của tôi. Hồi đó, tôi còn hơi e ngại vấn đề thực hiện cái gì đó mang tính “sáng tạo” để kiếm sống... trong gia đình tôi, mọi người ai cũng có công việc “ổn định” trong các doanh nghiệp hay ngân hàng, v.v... vì thế, ý nghĩ phá vỡ truyền thống khiến tôi cảm thấy khá lo lắng.

“Thì đấy,” Tim nói, “nếu cậu có đam mê sáng tạo thì nó sẽ chẳng bao giờ mất đi đâu được. Tôi cũng vừa mới quen được với ý nghĩ xử lý với nó.”

Đây là một lời khuyên cực kỳ bổ ích. Đến tận bây giờ.



32. Thực hành tiết kiệm.

Bạn càng bớt chi tiêu ý tưởng của bạn càng có cơ hội thành công. Điều này đúng ngay cả khi bạn đã “thành công.”

Năm 1997, tôi tìm được công việc mơ ước. Một chân viết quảng cáo lương cao. Căn hộ rộng rãi ở New York. Những bữa tiệc hoành tráng, một nền tảng hấp dẫn. Tất cả tập trung cho bài viết về cuộc sống sành điệu ở thành phố. Tất cả đều tốt đẹp.

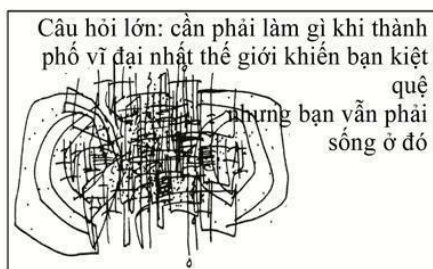
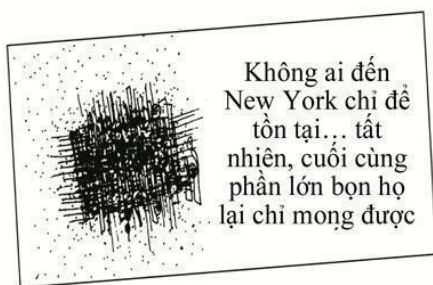
Vấn đề nằm ở chỗ, mặc dù được trả lương cao, tôi vẫn cháy túi vào cuối tháng. Cuộc sống ở New York rất đắt đỏ, và tôi quyết định ném trái nó một cách đầy đủ. Tôi chắc trăm phần trăm là chẳng tiết kiệm được đồng nào.

Như người ta nói, học phí bao giờ cũng đắt đỏ. Và rốt cuộc tôi là người trả mức học phí cao nhất.

Vì lẽ tất nhiên, một ngày nợ cơn suy thoái ập đến, công việc trở nên khan hiếm, và tôi suýt phải ra đường. Nếu tôi sống tằn tiện hơn một chút, chắc hẳn tôi đã vượt qua thời kỳ giông bão này dễ dàng hơn.

Ngoài đời có rất nhiều người giống như tôi hồi ở New York, kiếm được rất nhiều tiền nhưng tiêu vào một cái đã hết. Bạn càng lớn tuổi thì càng bớt ghen tị với họ. Chắc chắn rồi, họ vào các nhà hàng sang trọng năm lần mỗi tuần, nhưng họ phải chi đậm để có được đặc quyền đó. Họ không đủ tiền để bảo với sếp mình cứ thoải mái đi chơi. Họ không đủ tiền để khỏi hoảng hốt khi công việc đình trệ một vài tháng.

Là người sáng tạo, bạn phải học được cách bảo vệ tự do của chính mình. Điều đó bao gồm cả việc bạn giải phóng bản thân khỏi tính tham lam.



33. Đừng để công việc già theo bạn.

Bạn già nhanh hơn bạn tưởng. Hãy sẵn sàng đón nhận khi tuổi già ập tới.

Tôi có một người bạn. Anh ấy tên là Dan.

Lần đầu tiên tôi gặp Dan, anh là một nhà làm phim hai mươi chín tuổi đầy tham vọng, sống trong căn hộ một phòng ngủ ở vùng Hạ Đông New York, thích dành phần lớn thời gian lê la ở các quán bar.

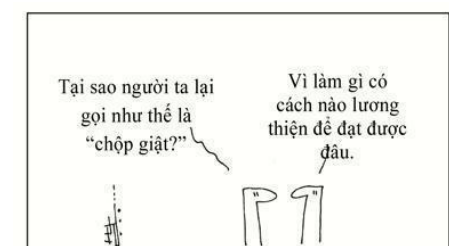
Lần gần đây nhất tôi gặp Dan, anh là một nhà làm phim bốn mươi một tuổi đầy tham vọng, sống trong căn hộ một phòng ngủ ở vùng Hạ Đông New York, thích dành phần lớn thời gian lê la ở các quán bar.

Người xưa có câu châm biếm nổi tiếng thế này: “Trong kinh doanh, nhiều người nói rằng họ có hai mươi năm kinh nghiệm, trong khi thực tế họ chỉ có một năm kinh nghiệm, lặp đi lặp lại hai mươi lần.”

Thật không may là không chỉ có dân kinh doanh mới rơi vào cái bẫy này. Nó khá phổ biến ngay cả với những người đi theo con đường ít truyền thống hơn. Thật buồn khi phải chứng kiến điều này xảy ra với bạn bè mình. Nhưng khi điều này xảy ra với mình thì còn buồn hơn nữa.

Tin tốt là muốn tránh được cũng không quá khó. Đặc biệt là khi bạn đã có kinh nghiệm. Bỗng nhiên bạn nhận ra mình không còn hào hứng như trước nữa. Bạn đã quen với việc thức khuya, tiệc tùng, vậy mà bây giờ bạn chỉ muốn ở nhà đọc sách. Chắc chắn rồi, nghe có vẻ nhàm chán, nhưng này, đôi khi “nhàm chán” có thể mang theo rất nhiều niềm vui. Đặc biệt là khi bạn chỉ có một mình.

Hãy thả mình theo dòng nước và đừng lo lắng về vấn đề này. Đặc biệt là đừng lo lắng về những người đang lo lắng về vấn đề này. Họ chỉ cản chân bạn mà thôi.



34. Nghèo đói thật khổ.

Sai lầm lớn nhất mà tuổi trẻ mắc phải là đánh giá quá thấp sức cạnh tranh của cuộc sống bên ngoài.

Mỗi người đều có một nhóm bạn từng đi nhờ xe khắp châu Âu khi họ mười chín tuổi, sống với mười đô la mỗi ngày. Và họ thật hạnh phúc! Và họ có thật nhiều niềm vui! Và tiền bạc không phải là vấn đề!

Ha ha. Đây là Tuổi trẻ, đây không phải là Thực tế. Thực tế lớn hơn Tuổi trẻ rất nhiều. Và chẳng dễ thương như thế.

Nói như vậy không có nghĩa tiền là tất cả. Nhưng phủ nhận tầm quan trọng của thế giới vật chất quanh bạn (và dòng tiền mạnh của nó) là tự tách mình ra khỏi thực tế. Và cuối cùng, thế giới sẽ trừng phạt bạn rất nặng nề vì chính điều đó.

Các bạn trẻ thường hỏi tôi câu này, và tôi coi đây là một lựa chọn tốt hơn về mặt nghề nghiệp: “Sáng tạo” hay “Tiền bạc”? Tôi đáp rằng chọn cái nào cũng sai cả. Điều tốt đẹp nhất trên đời là được làm một con người hiệu quả. Đôi khi điều đó đòi hỏi phải có tiền, đôi khi không. Hãy sẵn sàng để đón nhận cả hai.

“Tôi không cần nhiều tiền mới hạnh phúc.”
Eric nói. “Chỉ cần đủ để trả tiền thuê nhà và uống một cốc bia với bạn bè. Tôi nghĩ rằng như thế đâu cần quá nhiều...” Rõ ràng Eric là đồ tâm thần loạn trí rồi.



Tôi để cho Jesus
vào trong tim mình.
Giờ thì thằng khốn
đó đừng hòng đi
đánh lừa.



35. Cẩn thận khi biến sở thích thành nghề nghiệp.

Nghe qua thì rất tuyệt, nhưng cái gì cũng có mặt trái của nó.

Tỷ phú quá cố người Anh James Goldsmith từng mỉa mai: “Khi người đàn ông lấy vợ, ngay lập tức anh ta trở thành một vị trí khuyết.”

Điều này không chỉ đúng với chuyện vợ chồng mà còn đúng cả trong cuộc sống.

Khi mới mười chín tuổi, tôi biết một người tên là Andrew, mới ra trường được vài năm và đang làm một chân kế toán quèn.

Andrew không thích làm kế toán lắm - ít nhất, theo lời anh thường nói là như vậy. Anh say mê các món đồ cổ bằng bạc. Đặc biệt là dao kéo cổ bằng bạc. Đặc biệt là thìa uống trà cổ bằng bạc.

Anh biết rất nhiều về thìa uống trà cổ bằng bạc. Anh sưu tập cả đồng thìa. Anh sống bằng thìa bạc và hít thở thìa bạc. Được thôi, có thể sở thích này hơi kỳ quái một chút, nhưng rõ ràng là anh có toàn quyền với chúng.

Tóm lại, cuối cùng anh bỏ việc kế toán và chuyển sang công việc mới ở một trung tâm đấu giá rất uy tín, chuyên về định giá đồ bạc.

Tôi nhớ là đã đãi anh một ly rượu và chúc mừng anh. Tin vui thế còn gì!

Vài năm sau, tôi đang ngồi ở quán bar cũ với vài người bạn chung thì nghe thấy tiếng ai đó nhắc đến tên anh. Lần này thì tin không được vui cho lắm.

Rõ ràng là anh mới bị mất việc. Rõ ràng là anh đang nghiện rượu nặng.

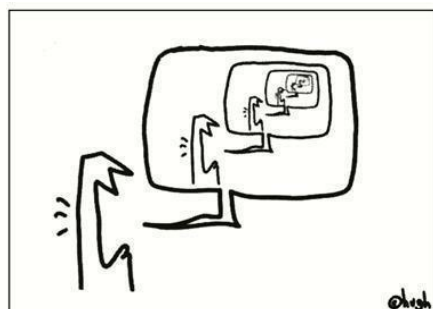
Thật đáng xấu hổ.

“Đây là lý do tại sao đừng bao giờ biến sở thích thành công việc,” một người bạn của tôi nói, anh này lớn tuổi và khôn ngoan hơn tôi. “Trước kia, anh ta có cả công việc lẫn sở thích. Rồi đột nhiên, anh ta chỉ còn công việc chứ không còn sở thích nữa. Nhưng các bạn biết đấy, một người đàn ông bao giờ cũng cần cả hai thứ. Còn bây giờ, con người lúc nào cũng muốn có một sở thích này biết làm gì?”

Bạn tôi nâng ly lên.

“Câu trả lời là: Nhậu.”

Hãy coi đây là bài học cho cá nhân bạn.



36. Hãy thưởng thức hương vị vô danh khi còn có thể.

Khi bạn đã “thành công,” công trình của bạn sẽ không bao giờ còn như trước được nữa.

Câu chuyện này đã quá quen thuộc, được kể đi kể lại không biết bao nhiêu lần rồi. Một người tài năng tạo ra được điều kỳ diệu và tuyệt vời khi chị còn trẻ tuổi, nghèo đói, cô đơn, và thế giới chẳng hề quan tâm đến. Rồi một ngày có điều gì đó xảy ra, thế là vận may của chị vĩnh viễn thay đổi. Điều tiếp theo bạn biết là chị trở thành người nổi tiếng, tạo ra đủ thứ bản thu, giao du với giới quý tộc và ngôi sao điện ảnh. Đây là giấc mơ của rất nhiều nghệ sĩ trẻ, là thứ để họ tiếp tục vững bước trong những năm tháng khởi đầu đói kém.

Điều buồn cười là khi bạn nghe các “ông sao” kể chuyện chinh phục đỉnh cao, phần họ luôn kể một cách hào hứng nhất lại không phải là phần liên quan đến danh tiếng, tiền bạc, tiệc tùng. Mà là phần trước khi họ thành công, khi họ còn sống trong tầng hầm, không có điện và “ăn thức ăn của chó,” khi họ còn đang thực hiện công trình đột phá của mình.

Khi họ còn trẻ, đang phát minh ra một thứ ngôn ngữ mới để nhắc đến với cả thế giới. Quan trọng hơn, khi đó họ còn trẻ và đang phát minh ra *một thứ ngôn ngữ mới để mọi người cũng có thể nhắc đến với cả thế giới.*

Vài năm trước, sau một thời gian biểu diễn ở các sân vận động, ca sĩ nhạc rock Neil Young bị người hâm mộ la ó đòi đuổi ra khỏi sân khấu khi anh thử biểu diễn loại nhạc mới đồng-quê-kết-hợp-phương-tây. Họ không muốn chia sẻ với anh trong những cuộc phiêu lưu mới. Không, họ trả tiền để nghe nhạc rock cổ điển, khỉ thế chứ. “Down by the River” và “Heart of Gold,” khỉ thế chứ. Và nếu không được nghe, khỉ thế chứ, họ sẽ bôi xấu ngay. Thực tế đã chứng minh.

Thật khó mà phát minh ra được một thứ ngôn ngữ mới khi đã có quá nhiều người đầu tư sâu vào công trình của bạn (kể cả bản thân bạn). Khi nhiều người đã sử dụng thành thạo thứ ngôn ngữ bạn đang nói, họ chẳng muốn bất cứ thứ gì mới ở bạn nữa. Giống như người hâm mộ của Neil Young, họ không muốn xem bộ phim mới đầy ẩn dụ của bạn, họ chỉ muốn xem phần tiếp theo của bộ phim cũ thôi.

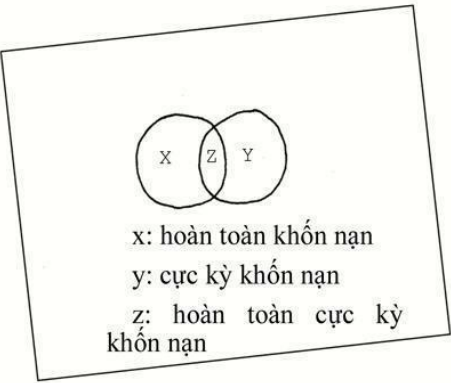
Và thành công cần rất nhiều người giữ cho cuộc trình diễn được tiếp tục. Khi chỉ có một mình bạn, một giấc mơ, vài hộp thức ăn cho chó, bạn chỉ cần lo cho một người duy nhất. Nhưng khi giấc mơ đã trở thành hiện thực, bỗng nhiên bạn cần phải chăm sóc cho đủ loại người để giữ cho bộ máy tiếp tục vận hành. Nhà xuất bản, nhà đầu tư, người quản lý, phóng viên, người bán lẻ, nhà cung cấp, đội ngũ cổ động, nhân viên, kế toán, người nhà... và cả khách hàng trả tiền nữa. Tất cả những người này đều đặt cược vào hành động của bạn, vì thế ai cũng muốn dây máu ăn phần.

Vậy là bạn quay thêm một phần tiếp theo nữa của bộ phim và chờ tiền lăn vào. Cuộc sống là thế.

Tất nhiên, một trong những lý do khiến các “ông sao” kể về thời ở-hầm-ăn-thức-ăn-của-chó hào hứng như vậy vì chẳng đường gian khổ đó cuối cùng rồi cũng kết thúc, nó không kéo dài

đến mãi mãi. Và với những chuyến lưu diễn cùng tiệc tùng khắp thế giới, kỷ nguyên sáng tạo một công trình có ảnh hưởng đến tận mai sau của họ nhanh chóng trở thành dĩ vãng xa xưa. Vì vậy, đương nhiên họ sẽ nhớ nó. Nhưng nếu như sau vài thập kỷ mà họ vẫn “ăn thức ăn của chó”, tôi không tin là họ có thể nên thơ như vậy được đâu.

Nhưng miễn là cuối cùng bạn vẫn đến được đích, hãy tận hưởng thời kỳ đấy. Thời kỳ khi công trình vẫn còn mới mẻ với bạn, thời kỳ khi cả thế giới này chưa cần được cho ăn như một con thú tham lam.



37. Bắt đầu viết blog.

Blog (hoặc bất cứ phương tiện xã hội nào bạn chọn) có thể đánh đổ đội ngũ gác cổng dễ đến kinh ngạc.

LÀM THẾ NÀO ĐỂ ĐƯỢC XUẤT BẢN Ở PHÁP

Tôi có một người bạn ở Pháp, tên là Marie. Cô đáng yêu, sành điệu, rất thông minh và quyến rũ, có một căn hộ xinh xắn ở Twentieth Arrondissement và một công việc đáng ngưỡng mộ ở một công ty quảng cáo. Vài năm trước cô viết một cuốn sách. Tiểu thuyết. Bằng tiếng Pháp. Rất nhiều tình dục và nội tâm (tình dục và nội tâm đang là bộ đôi ăn khách trong văn học Pháp, tất nhiên). Dù thế nào đi nữa Marie cũng muốn cuốn sách được ra mắt công chúng.

Lần gần đây nhất ăn tối cùng tôi ở Paris, Marie kể cho tôi nghe về nỗi khổ của cô. Cô đã dành nhiều tháng trời lê bước khắp thành phố, cố gắng trong tuyệt vọng mong tìm ra một nhà xuất bản, ở Paris đồng nghĩa với việc cố gắng lấy lòng cộng đồng văn chương Paris. Thực sự rất khó thâm nhập được vào cộng đồng này, nhất là trong bối cảnh có vô số tiểu thuyết tình-dục-và-nội-tâm đang xếp hàng chờ xuất bản. Có lần, một tay biên tập viên làng nhàng, tên tuổi không ra khỏi ranh giới Paris, ngỏ lời giúp đỡ cô, nhưng cuối cùng lại quyết định rút lui khi phát hiện ra rằng cô không chịu lên giường với hắn. Bạn hình dung được vấn đề rồi đấy.

Là một blogger nhiệt tình, tất nhiên, tôi chẳng giúp ích được gì nhiều.

Tôi nói: “Cuốn sách của cậu có mười ba chương. Tuyệt! Đây là mười ba bài viết để đăng lên blog. Đưa lên mạng đi, cậu sẽ nhận được lời mời xuất bản trong vòng sáu tháng. Tin tớ đi.”

Tất nhiên, cứ cho là ở Paris người ta không làm như thế. Cứ cho là bạn sẽ phải có mặt ở tất cả những bữa tiệc đúng đắn, chén tạc chén thù với tất cả những người phù hợp. Cứ cho là nếu bạn làm tốt việc này, bạn sẽ có hợp đồng xuất bản sách. Cứ cho là bạn làm rất tốt việc này, họ sẽ còn cho phép bạn xuất hiện tại bàn tròn chương trình câu chuyện trí thức trên truyền hình và lên mặt rao giảng về “Văn hóa” với cả lũ kèn kèn văn hóa uyên bác khác. Cứ cho là họ sẽ cho bạn một cột nào đó trên tờ Le Figaro. Cứ cho là một sự kết hợp tuyệt vời giữa trí thức nổi tiếng và tư cách tư sản. Rất kiểu cách, cứ cho là thế đi. Rất Pháp, cứ cho là thế đi.

Đáng buồn là cô không bao giờ áp dụng phương pháp blog. Chắc chắn rồi, phương pháp này có thể đã phát huy hiệu quả khá đơn giản (xem nào, nó phát huy hiệu quả đối với Tom Reynolds, tay lái xe cứu thương ở London nhờ các bài viết trên blog mà giành được hợp đồng xuất bản sách), nhưng làm vậy biết đâu lại bị những con mèo sành điệu khác trong giới văn chương Paris coi là vụng về. Và tôi ngờ rằng cô muốn gia nhập câu lạc bộ đó không kém gì muốn thấy tên mình in trên đầu sách.

Tất nhiên, như bất cứ thánh giả nào của NPR hay BBC đều biết, trong cộng đồng nói tiếng Anh của chúng ta cũng có những nhóm văn hóa ưu tú tương tự, có điều chắc không trung kiên bằng. Có điều lạ là không hiểu tại sao khái niệm “Tiểu thuyết”, Le Roman, lại có một vị trí vững chắc như vậy trong trí tưởng tượng của người Pháp; đối với họ, khái niệm Tác giả có cái gì đó hào hùng đến mức khó giải thích được với những người đến từ các vùng kém văn hóa hơn trên thế giới. Xét ở một mức độ nào đó, bạn có thể dễ dàng ngưỡng mộ sự sùng kính dành cho một bộ

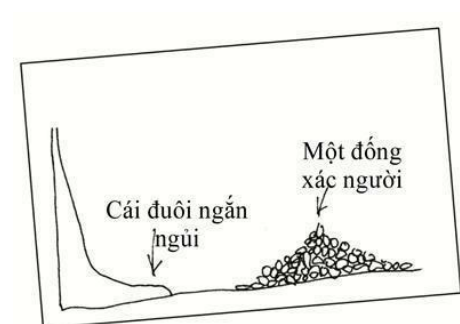
môn nghệ thuật cổ điển. Xét trên mức độ khác, tình cảm quyến luyến này có thể kìm chân bạn lại một cách không cần thiết.

Cái gì cũng vậy. Nếu là Marie, tôi vẫn sẽ cân nhắc lại việc đưa toàn bộ cuốn sách lên blog. Và tôi cũng sẽ đưa cả bản tiếng Anh nữa, để tạo cơ hội tối đa cho cuốn sách đến được với những người ở bên ngoài cộng đồng thành thị nói tiếng Pháp của cô. Chắc chắn rồi, những kẻ sùng bái văn học Paris sẽ chê bai, rên rỉ, nhưng xem nào, một khi đã sùng bái văn học Paris thì thế nào họ chẳng chê bai, rên rỉ.

Chắc chắn một điều là tôi đã thành công với cách làm này. Như tôi nói trong phần giới thiệu, cuốn sách bạn đang đọc được hình thành từ bài luận 13.000 từ trên blog của tôi, gapingvoid.com. Người ta tải xuống và đọc khoảng chừng một triệu lần, và như bạn biết đấy, điều tiếp theo là các nhà xuất bản bắt đầu tiếp cận tôi. Kết thúc có hậu.

Và tất nhiên, tôi không định giới hạn lời khuyên này trong cộng đồng viết văn. Nếu tôi là họa sĩ, tôi sẽ không đến New York làm hầu bàn trong suốt mười năm chỉ để cố gắng tìm được một phòng tranh chịu giới thiệu tác phẩm của mình. Tôi sẽ chỉ đưa tranh lên mạng, xây dựng một cộng đồng khán giả đủ lớn, và trước sau gì tiền bạc cũng sẽ đến.

Và tôi cũng sẽ không dừng ở đây. Bạn đang đọc những dòng này, như vậy có thể bạn đang làm công việc gì đó chịu sự chi phối của ý tưởng, dù đấy là công nghệ thông tin, luật, kế toán, hay bất cứ lĩnh vực gì đi nữa. Vì vậy, hãy đưa một số ý tưởng lên blog và cho chúng được “sổ lồng.” Trước sau gì cá cũng sẽ cắn câu. Chỉ cần nhớ rằng đây không phải là chuyện ngày một ngày hai. Thường thì sẽ mất khoảng vài năm liên tục đăng bài để xây dựng đủ niềm tin đối với những người đang sẵn sàng đầu tư tiền của vào bạn. Nhưng ai mà biết được. Có thể chỉ mất vài tháng, cũng có thể mất vài năm. Nhưng chắc chắn là hiệu quả hơn mười năm phục vụ bàn ở Manhattan.



38. Ý nghĩa mới quan trọng, còn con người thì không.

Trích bài viết “Ý nghĩa phát triển” trên blog của tôi, tháng Hai năm 2005:

Như lời Đức Phật nói, đường đến Niết Bàn có nhiều lối. Khai sáng là căn nhà có sáu tỉ cánh cửa. Khi còn sống, chúng ta không định tìm CÁNҺ CỬA, không phải MỘT CÁNҺ CỬA nào đó, mà là tìm CÁNҺ CỬA DUY NHẤT CỦA RIÊNG TA.

Và chúng ta sẵn sàng trả tiền để có được đặc quyền đó. Chúng ta sẵn sàng đánh đổi tiền bạc, thời gian, quyền lực, tình dục, địa vị, ổn định và thư thái để tìm ra nó.

Thử đoán xem? Đấy sẽ là một cánh cửa lớn. Nó sẽ thêm vào cho cuộc sống. Nó sẽ cộng hưởng. Không chỉ với chúng ta mà còn với bất cứ ai liên quan đến nó. Cánh cửa này sẽ rất có ích và hiệu quả. Tươi roi rói. Nó sẽ tạo ra của cải cũng như tiếng cười và niềm vui. Nó sẽ đảm đương phần việc của nó, sẽ cho lại những người khác. Nó sẽ tập trung vào tình thương, nhưng cũng sẽ không dung thứ cho những kẻ ngu dốt, ăn bám và yếm thế.

Cánh cửa này có thể nhỏ, có thể lớn. Đấy có thể chỉ là một cửa hàng bán nến nho nhỏ; nhưng cũng có thể là một công ty phần mềm có doanh thu bằng tổng thu nhập quốc dân của Thụy Điển. Công việc có thể liên quan đến chính trị hoặc người cao tuổi. Có thể xây dựng một xưởng thiết kế hay chung với ông anh họ Mike mở quán bar. Đấy có thể là viết kịch bản, vẽ tranh sơn dầu, hoặc khám phá đàn violin. Cái gì cũng được. *Ý nghĩa mới quan trọng.*

Chắc chắn rồi, khi viết bài này thì tôi đã khá say Kool-Aid, nhưng tôi nghĩ điểm chính vẫn đúng. Quy mô doanh nghiệp không quan trọng bằng việc nó có ý nghĩa thế nào với bạn.

Nhưng khi đứng trước hai ngã đường, cả hai đều đúng đắn, làm thế nào để biết được cần phải chọn ngã nào? Làm thế nào để biết được ngã đường nào có ý nghĩa đối với mình?

Tất nhiên, câu trả lời là biết sao được. Dù đề tài của chúng ta là chuyển đến New York để trở thành một “Ngôi sao Nghệ thuật” hay mở một quán cà phê nho nhỏ ở Alpine, Texas, vì thế mà chúng ta gọi đấy là phiêu lưu. Bởi vì bạn không biết được nó sẽ dẫn bạn tới đâu.

Tất cả những gì bạn có thể làm là thừa nhận với chính mình rằng vâng, đây là một cuộc phiêu lưu và chấp nhận tất cả những gì thuộc về nó, bất ngờ và những thứ khác nữa. Với một chút luyện tập, trước sau gì bạn cũng hòa nhập với dòng chảy đấy thôi.

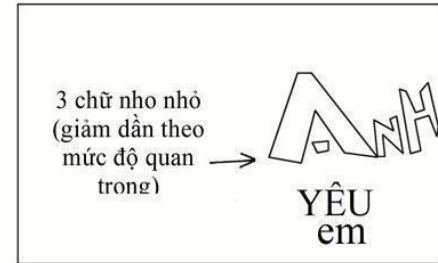
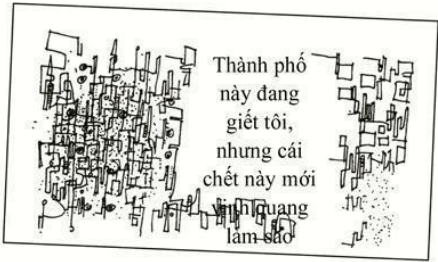
Vâng, bất cứ việc gì đáng làm cũng đều cần phải luyện tập rất nhiều. Phiêu lưu cũng vậy.

Và khi tôi nói “Con người không quan trọng,” tôi muốn nói tới một sự thật hiển nhiên: bất kể bạn vươn tới (hoặc không tới) đỉnh cao nhanh đến mức nào, bạn vẫn phải gắn chặt với những thực tế hàng ngày như bất kỳ sinh vật nào khác.

Sinh, bệnh, lão, tử, yêu đương, xem TV, nuôi gia đình, cắt cỏ, đi xem phim, đưa cháu đi xem bóng đá, uống bia, gặp gỡ bạn bè, chơi ném đĩa trên bãi biển, sơn nhà, chăm nom vườn tược. Bất kể bạn được đưa tới đâu, phần lớn những thứ thực sự có ý nghĩa vẫn hiện hữu quanh điều

trần tục bạn làm trước khi dẫn thân vào cuộc phiêu lưu đó. Rất lâu sau khi bạn và tôi chết đi, rất lâu sau khi người ta quên bẵng đi những cống hiến của chúng ta đối với thế giới, điều đó vẫn còn tiếp tục hiện hữu.

Nhưng thông thường thì người ta cần đến cuộc phiêu lưu lớn đó trước khi thực sự hiểu rõ sự kỳ diệu của điều trần tục, đơn giản đó. Cái vòng luẩn quẩn.



39. Khi đã trở thành hiện thực, giấc mơ không còn là giấc mơ nữa.

Thành công không đến từ hướng bạn dự tính. Thất bại cũng vậy.

LƯỢC SỬ MÔ HÌNH “VẼ BIẾM HỌA LÊN MẶT SAU DANH THIẾP”

Khi cuốn sách này đi vào phần kết, tôi nghĩ về quãng thời gian hơn mười năm đã trôi qua thế nào kể từ khi tôi bắt đầu với mô hình “vẽ biếm họa lên mặt sau danh thiếp.” Và dường như khi vừa mới đạt được thành quả bước đầu về mặt thương mại, tôi đã nghĩ rằng nó có khả năng thành công.

Muộn còn hơn không, tôi nghĩ vậy.

Gần đây, có người bạn hỏi tôi rằng nếu biết phải mất nhiều thời gian đến thế, liệu từ đầu tôi có nản hay không? Trong tôi có một con người ảo của chính tôi thường quyết định những điều hợp tình hợp lý. Nếu có thật, có lẽ con người hợp tình hợp lý này đã trả lời: “Không, chắc chắn là không.”

Nhưng điều này chẳng hợp tình hợp lý chút nào. Không hề luôn. Vậy thì vâng, nếu biết trước về những gì tôi đang biết hiện nay, chắc là tôi sẽ chẳng hành động khác đi làm gì. Tôi không tự hào về điều đấy; tôi cũng chẳng xấu hổ. Cứ bình thường thế thôi.

Thành quả đạt được có tương xứng với cái giá phải trả hay không? Không hẳn thế. Không bao giờ. Van Gogh có lần nói với em trai: “Không bao giờ có bức tranh nào bán được bằng cái giá mà người nghệ sĩ phải bỏ ra để tạo nên nó.” Tôi chưa gặp bất kỳ người họa sĩ nào bằng xương bằng thịt có khả năng chứng minh ông sai.

Dù nhìn trên phương diện lạc quan, thật tuyệt sau bao nhiêu năm vật lộn trong tối tăm để có được một công trình vừa khiến bản thân thực sự cảm thấy tự hào, vừa (a) mang lại cuộc sống thơm tất, (b) vượt quá những kỳ vọng ban đầu về điều bạn nghĩ rằng con người mình có thể đạt được, và có lẽ quan trọng nhất, (c) mang lại rất nhiều niềm vui và giá trị cho rất nhiều người khác.

Khi tôi còn đang học đại học, một họa sĩ biếm họa muốn thành công cũng có rất ít con đường để chọn. Thời đó chưa có Internet. Chỉ có báo, tạp chí, sách, TV, phim, truyện tranh, buôn bán, và một vài thứ khác nữa. Bây giờ thật khó mà tưởng tượng về thế giới lúc đó. Hơn nữa, tôi không hề nghĩ rằng công trình của mình có thể kiếm được nhiều tiền, vì vậy cho dù đã cố gắng ở mức cao nhất, tôi vẫn không tin rằng có ngày nó mang lại thành quả vật chất.

Thế là vào năm cuối đại học, để thể hiện mình đã là người lớn, tôi chú tâm tìm một công việc để có tiền chi tiêu khi tốt nghiệp. Theo quan điểm của tôi lúc đó, dường như viết quảng cáo cho TV cũng dùng đến lượng trí tuệ như vẽ biếm họa, trong khi tôi vẽ không tệ chút nào, vì thế tôi quyết định đến Đại lộ Madison. Có vẻ như đây là một điểm đến thú vị.

Dù sao đi nữa, ngay khi vừa ra trường tôi cũng tìm được một chân viết quảng cáo. Một số kỹ

năng được sử dụng, phần lớn là nhờ may mắn, nhưng khi bạn mới bước sang tuổi hai mươi và lần đầu tiên đặt chân vào lĩnh vực làm việc nghiêm chỉnh, bạn sẽ chấp nhận bất cứ điều gì có được.

Mặc dù ít nhiều dính dáng đến nghề quảng cáo trong hơn một thập kỷ, giờ đây tôi không nghĩ quá nhiều đến nó nữa. Một phần trong tôi đã xóa ký ức đấy đi rồi. Ngoài chuyện hùng hục làm việc, công việc chẳng mang lại được nhiều niềm vui cho lắm. Tôi thuộc hàng ngũ những kẻ mà tôi gọi là “Lung Chùng” - nghĩa là đủ giỏi để kiếm được và giữ được vị trí hưởng mức lương khá cao trong một công ty quảng cáo, nhưng lại chưa đủ giỏi để tiến sâu hơn vào ngành; chưa đủ giỏi để yêu thích lĩnh vực này. New York năm 1998 là thế giới tôi sống khi bắt đầu nỗ lực vẽ biếm họa. Và giống như bất cứ kẻ Lung Chùng nào ở tuổi tôi, thời gian này thực sự mệt mỏi và căng thẳng.

Và rồi Internet ra đời...

Trong thời gian vài năm sau đó, vâng, tôi vẽ rất nhiều tranh biếm họa, nhưng tôi chẳng làm được gì nhiều với chúng. Vẽ tranh chỉ là sở thích. Bên cạnh đó, thời điểm này tôi có rất nhiều thứ phải làm, vừa hoàn thành công việc vừa duy trì nếp sống ở New York. Hầu hết khán giả biếm họa của tôi thời đó là người quen ở quán bar được tôi cho xem tranh.

Nhưng ngày vui ngắn chẳng tày gang. Một hôm, tôi bỗng thấy mình thất nghiệp, nhẵn túi và bất mãn với cuộc sống nói chung. Chẳng biết làm gì ngoài việc ngồi chờ điện thoại reo, tháng Năm năm 2001 tôi lập blog của mình - gapingvoid.com.

Tôi rất muốn nói rằng trang web này nhanh chóng trở nên nổi tiếng, tranh biếm họa của tôi thành công rực rỡ, và mọi thứ đột ngột được cải thiện, nhưng đáng buồn là điều đó đã không xảy ra. Tôi cứ kiên trì với nó, ngày này qua ngày khác, chậm rãi vun đắp. Cứ thế đến khi thành công, về cơ bản là như thế.

Bản hợp đồng triệu đô vẫn chưa xuất hiện. Tốt thôi; tôi đã mang máng mừng tượng ra cách kiếm nhiều tiền từ tranh, theo con đường gián tiếp.

Làm thế nào? Giờ đây nhớ lại thì cách này khá đơn giản. Tôi đăng tranh biếm họa lên mạng, và bởi vì tôi có rất nhiều thời gian rảnh rỗi nên tôi dành một khoảng thời gian dài theo dõi xem điều gì xảy ra với chúng khi chúng ở trong không gian ảo này. Năm 2002 là thời điểm blog bắt đầu thịnh hành. Đây là thời điểm Google bắt đầu phát triển lên đỉnh cao của thị trường tìm kiếm. Đây là thời kỳ hoàng kim của trang Technorati.com, khi mọi người muốn được biết về những gì đang xảy ra trên web, chứ không chỉ về những gì đã xảy ra.

Sau một vài năm quan sát đường đi của những bức tranh biếm họa, quan sát ý định của các blogger khác, tôi bắt đầu có cái nhìn khá rõ ràng về cách vận hành thực sự của Internet, chứ không phải như lời của đám nhà báo và dân tiếp thị vẫn nói. Một thời gian sau, tôi bắt đầu đăng lên những suy nghĩ của mình về thế giới mới mẻ và táo bạo này. Và một thời gian sau, mọi người bắt đầu gửi e-mail về cho tôi, đề nghị được trả một khoản tiền kha khá nếu tôi đồng ý chia sẻ thêm với họ về những gì tôi học được trên mạng.

Đối với tôi, chia sẻ thông tin này mang lại nhiều niềm vui hơn và kiếm được nhiều tiền hơn là tìm cách bán quảng cáo cho khách hàng, vậy là tôi áp dụng luôn.

Cho đến nay, tôi đã thành công trong việc biến nó thành một công việc kinh doanh khá thú vị. Nhiều tiền hơn, ít căng thẳng hơn và đỡ tốn thời gian hơn hẳn Đại lộ Madison. Thành quả không tệ chút nào.

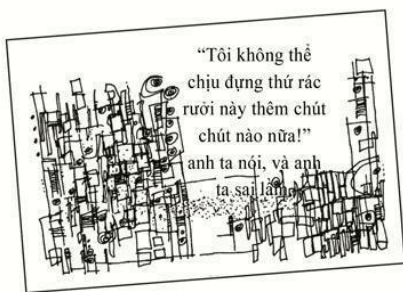
Vấn đề là chẳng có chút nào diễn ra đúng như dự kiến. Mọi việc cứ thế xảy ra, mỗi lần một sự kiện ngẫu nhiên.

Tôi nhận thấy rằng, tìm được hai sợi dây cho cây cung của mình, tranh biếm họa và Internet, khiến công việc thuận lợi hơn rất nhiều. Tôi thích đánh lộn sòng hai thứ với nhau. Xin lỗi nhé, tôi không vẽ tranh cho anh được đâu; tôi đang bận với mấy việc bên Internet. Xin lỗi nhé, tôi không thể giúp anh xử lý vấn đề Internet này được; tôi đang tối mắt tối mũi lên vì phải vẽ tranh cho khách hàng. Tôi hoàn toàn tin rằng nếu tôi bỏ hẳn đi một trong hai thứ, thứ còn lại sẽ sụp đổ tan tành ngay ngày hôm sau. Chính việc duy trì sức căng sáng tạo giữa hai lĩnh vực, một dạng mở rộng của “Lý thuyết Tình & Tiền” đã nói ở trên, khiến cho mọi điều trở nên thú vị. Vì cả tôi và công chúng tử tế cùng nhau chi trả cho cuộc sống của tôi.

Trước kia, tôi không hề có ý định trở thành họa sĩ biếm họa chuyên nghiệp. Tôi không hề có ý định sử dụng Internet. Nhưng không hiểu sao hai thứ lại trộn vào với nhau để trở thành món thứ ba này. Đây là lý do tại sao tôi nói “Thành công không đến từ hướng mà bạn dự tính.”

Trẻ tuổi và đầy mơ ước cũng tốt thôi. Mơ ước về một ngày nào đó làm được điều “vĩ đại khủng khiếp.” Mơ ước về tình yêu, cái đẹp, thành đạt, và cống hiến. Nhưng hãy hiểu rằng mơ ước cũng có cuộc sống riêng, và chúng chẳng tốt lắm trong việc làm theo chỉ dẫn. Hãy yêu thương chúng, trân trọng chúng, nuôi dưỡng chúng, tôn trọng chúng, nhưng đừng bao giờ trở thành nô lệ của chúng. Nếu không, bạn sẽ giết chết chúng từ trong trứng nước, trước khi chúng có cơ hội trở thành hiện thực.

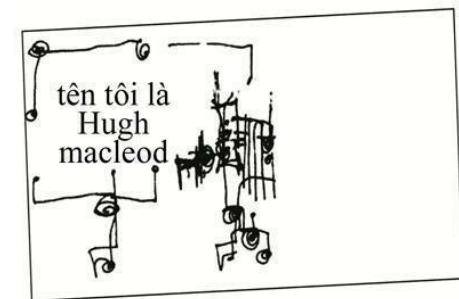
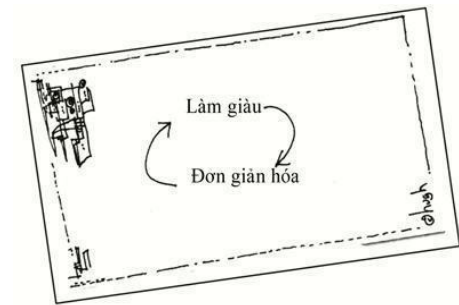
Chúc bạn may mắn.



40. Không có gì thuộc về khoa học tên lửa.

Nếu cần phải thu gọn toàn bộ cuốn sách này lại trong một vài dòng, tôi sẽ viết thế này: “Làm việc chăm chỉ. Kiên trì. Sống giản dị và kín tiếng. Giữ thái độ khiêm tốn. Luôn lạc quan. Tạo ra vận may của chính mình. Hãy tử tế. Hãy lịch sự.”

Tôi hy vọng trong số này có vài điều bổ ích cho bạn. Hy vọng bạn tìm được những gì đang tìm kiếm. Cảm ơn bạn đã đọc sách. Chúc bạn thành công. Nghiêm chỉnh đây. Bắt tay vào việc thôi.



Chia sẻ ebook : <http://downloadsachmienphi.com/>

Tham gia cộng đồng chia sẻ sách : Fanpage : <https://www.facebook.com/downloadsachfree>

Cộng đồng Google : <http://bit.ly/downloadsach>