

NGHỆ THUẬT
PR BẢN
THÂN

SHOW YOUR WORK

First published in the United States as:

SHOW YOUR WORK: 10 Ways to Share Your Creativity and Get Discovered

Copyright © 2014 by Austin Kleon

Illustrations copyright © 2014 by Austin Kleon

Published by arrangement with Workman Publishing Company, Inc., New York

All rights reserved

NGHỆ THUẬT PR BẢN THÂN

Bản quyền tiếng Việt © Công ty Cổ phần Sách Alpha, 2016

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép
hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào
mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Sách Alpha.

Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị
độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: publication@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác về nội dung số: ebook@alphabooks.vn

Liên hệ hợp tác xuất bản & truyền thông trên sách: project@alphabooks.vn

Liên hệ dịch vụ tư vấn, đại diện & giao dịch bản quyền: copyright@alphabooks.vn

AUSTIN KLEON

NGHỆ THUẬT PR BẢN THÂN

HÃY ĐỂ
NGƯỜI KHÁC
“ĂN CẤP”
Ý TƯỞNG
CỦA BẠN!

10 CÁCH GIÚP BẠN CHIA SẺ
Ý TƯỞNG SÁNG TẠO VÀ ĐƯỢC MỌI NGƯỜI CHÚ Ý

Cầm Chi dịch

MỘT CÁCH LÀM VIỆC MỚI -----9

1. BẠN KHÔNG CẦN PHẢI LÀ
MỘT THIÊN TÀI ----- 14

2. TƯ DUY QUÁ TRÌNH,
ĐỪNG TƯ DUY SẢN PHẨM ----- 40

3. MỖI NGÀY CHIA SẺ
MỘT VÀI ĐIỀU NHỎ NHỎ ----- 55

4. MỞ CỬA CĂN PHÒNG
CỦA NHỮNG KỶ QUAN ----- 82

5. KỂ NHỮNG CÂU CHUYỆN HAY ---102

6. DẠY NHỮNG GÌ BẠN BIẾT ----- 125

7. ĐỪNG BIẾN THÀNH
CHIẾC MÁY SPAM ----- 134

8. HỌC CÁCH CHỊU ĐẤM ----- 162

9. BÁN RẺ NGHỆ THUẬT ----- 174

10. ĐỪNG BỎ CUỘC ----- 196

“VẤN ĐỀ LỚN
NHỮNG NGHỆ SĨ LÀ
ĐƯỢC SỰ CHÚ

– HONORÉ

NHẤT ĐỐI VỚI
LÀM SAO GIÀNH
Ý VỀ MÌNH.”

DE BALZAC¹

1. Nhà văn hiện thực lớn nhất của Pháp vào nửa đầu thế kỷ XIX.

**“Sáng tạo không phải là tài năng.
Đó chỉ là một cách làm việc.”**

— John Cleese,
thành viên nhóm hài Monty Python (Anh)

MỘT CÁCH LÀM VIỆC MỚI

Khi nói chuyện với độc giả, câu hỏi tôi thường gặp nhất là làm thế nào để tự quảng bá bản thân. *Làm sao để giới thiệu sản phẩm của tôi cho xã hội? Làm sao để mọi người biết đến? Làm sao để tìm được người ủng hộ? Anh đã làm cách nào vậy?*

Tôi *ghét* phải nói về việc tự quảng cáo. Diễn viên hài Steve Martin đã rất khôn khéo khi tránh được những câu hỏi như thế này bằng một lời khuyên, “Hãy làm tốt đến mức họ không thể nào phớt lờ bạn được.” Martin nói nếu bạn tập trung trau dồi bản

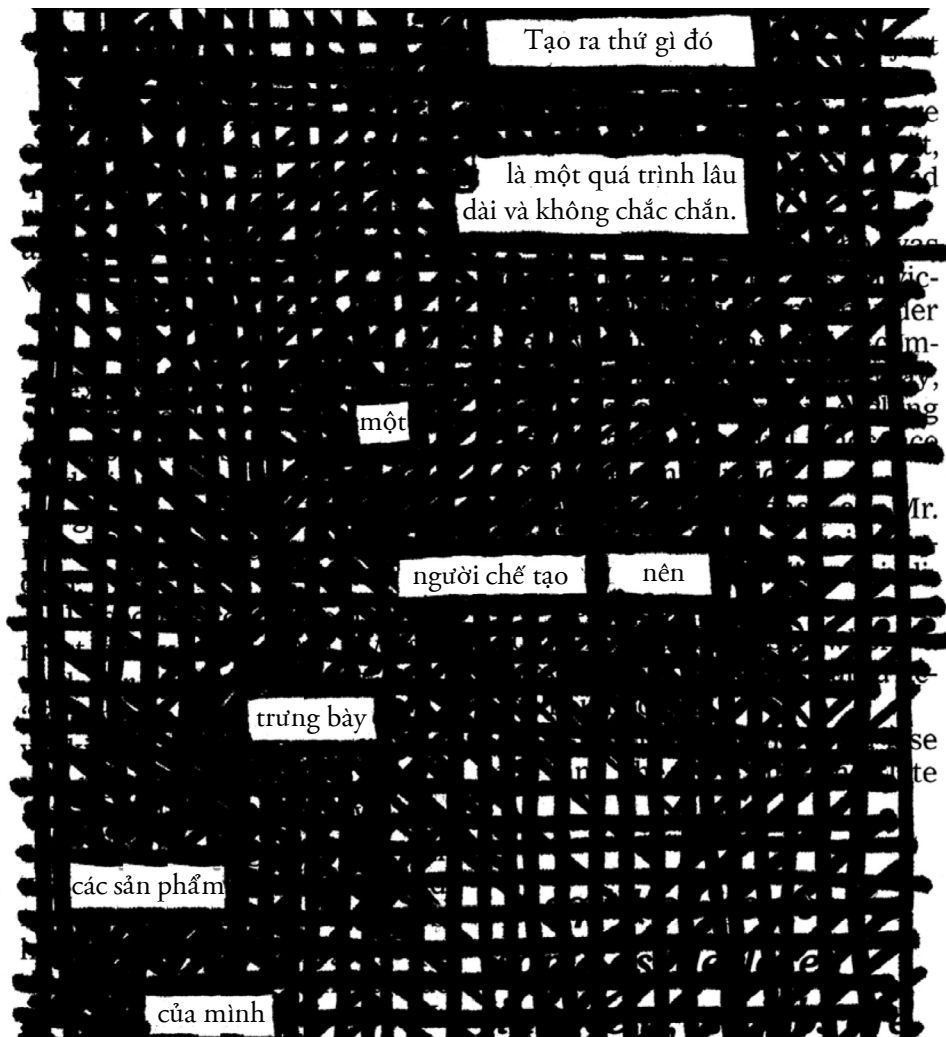
thân thật tốt, mọi người sẽ tự tìm đến. Tôi cũng đồng tình với quan điểm đó: Bạn không cần phải tìm người ủng hộ sản phẩm của mình; họ sẽ tự tìm đến bạn. Nhưng chỉ làm tốt thôi vẫn chưa đủ. Để được tìm thấy, bạn phải nằm trong vùng *tìm kiếm được*. Theo tôi, có một cách đơn giản để trưng sản phẩm của bạn ra, khiến nó trở nên dễ tìm *trong khi* bạn vẫn có thể tập trung trau dồi kỹ năng nghề nghiệp.

Hầu hết những người mà tôi kính trọng và muốn “đoạt lấy” ý tưởng bất kể họ làm gì, đều coi *chia sẻ* là một phần trong thời gian biểu hằng ngày. Những người này không tán gẫu trong các bữa tiệc bởi họ không có thời gian cho việc đó. Họ còn mãi loay hoay trong studio, trong phòng thí nghiệm hay bên bàn làm việc. Nhưng thay vì tỏ ra bí mật và giấu giếm về công việc, họ rất cởi mở về những dự án họ đang làm, đều đặn đưa sản phẩm, ý tưởng và những gì họ học được lên mạng. Thay vì lãng phí thời gian xây dựng “mạng lưới quan hệ”, họ tận dụng Internet. Bằng cách hào phóng chia sẻ ý tưởng và kiến thức, họ thường giành được sự ủng hộ của những người mà sau này họ có thể nhờ tới

khi cần – chẳng hạn như khi cần hội nhóm, phản hồi hay người bảo trợ.

Tôi muốn viết một cuốn sách hướng dẫn cho người mới bắt đầu về cách làm việc này: cuốn sách dành cho những ai ghét tự quảng cáo bản thân. Có thể gọi đây là một hình thức *thay thế* cho tự quảng cáo. Tôi sẽ cố gắng chỉ cho các bạn cách nhìn công việc như một quá trình không bao giờ kết thúc, cách chia sẻ nhằm thu hút những người có thể sẽ hứng thú với công việc bạn làm, và cách xử lý các giai đoạn thăng trầm khi trưng sản phẩm và bản thân ra trước xã hội. Nếu cuốn *Steal Like an Artist* (tạm dịch: *Trộm cắp như một nghệ sĩ*) nói về việc vay mượn ảnh hưởng từ người khác thì cuốn sách này nói về việc gây ảnh hưởng đến mọi người bằng cách để họ sao chép sản phẩm của *bạn*.

Hãy tưởng tượng ông sắp sắp tới chẳng cần đọc lý lịch của bạn, bởi ông ta đã đọc blog của bạn rồi. Hãy tưởng tượng bạn là một sinh viên, kiếm được việc làm đầu tiên nhờ một dự án của trường mà bạn chia sẻ trên mạng. Hãy tưởng tượng bạn mất việc,



nhưng lại có một mạng lưới những người hiểu rõ bạn làm gì và sẵn sàng tìm cho bạn một công việc mới. Hãy tưởng tượng khả năng biến một dự án ngoài lề hoặc sở thích thành nghề nghiệp, vì bạn có những người ủng hộ sẵn sàng giúp đỡ.

Hoặc tưởng tượng một việc đơn giản hơn và cũng mang lại sự thỏa mãn không kém: bạn có thể dành phần lớn thời gian và năng lượng để chú tâm học một nghề thủ công, học một ngành thương mại, hoặc quản lý một doanh nghiệp, trong khi sản phẩm của bạn vẫn có thể thu hút những đối tượng cùng chung sở thích.

Tất cả những gì bạn phải làm là *bày sản phẩm ra*.

1. BẠN KHÔNG CẦN PHẢI
LÀ MỘT THIÊN TÀI

HÃY TÌM MỘT CỘNG ĐỒNG TÀI NĂNG

**“Hãy cho đi những gì bạn có.
Đối với ai đó, nó có thể mang
ý nghĩa hơn bạn tưởng
rất nhiều.”**

– Nhà thơ Henry Wadsworth Longfellow

Có rất nhiều hiểu lầm tiêu cực về sáng tạo, một trong những hiểu lầm tai hại nhất là “thiên tài cá biệt”: Một cá nhân với những tài năng phi thường, bỗng xuất hiện ở một thời điểm nào đó trong lịch sử, không chịu ảnh hưởng của bất kỳ tác động hay tiền lệ nào và có mối liên hệ trực tiếp với Chúa hoặc Nữ Thần Cảm Hứng. Khi cảm hứng đến, nó như một tia sét, một bóng đèn lóe lên trong đầu. Sau đó, anh ta dành phần còn lại của cuộc đời làm việc vất vả trong studio, biến ý tưởng của mình thành một kiệt tác hoàn chỉnh để tung ra thị trường và nhận được sự quan tâm của toàn thế giới. Nếu bạn tin vào thuyết thiên tài cá biệt thì sáng tạo là một hoạt động không liên quan đến xã hội, được thực hiện bởi một vài hình tượng vĩ đại – hầu hết là những người quá cố như Mozart, Einstein hay Picasso. Còn lại, tất cả chúng ta đều đứng xung quanh và giương mắt ngắm nhìn những thành quả của họ một cách đầy ngưỡng mộ.



Có một cách nhìn nhận sự sáng tạo tích cực hơn, mà nhạc sĩ Brian Eno gọi là “cộng đồng tài năng”. Theo hình mẫu này, những ý tưởng vĩ đại thường được tạo ra bởi một nhóm người sáng tạo, như nghệ sĩ, quản lý nghệ thuật, nhà tư tưởng, nhà lý luận, những người dẫn đầu trào lưu và phong cách mới – họ tạo ra một “hệ sinh thái tài năng.”

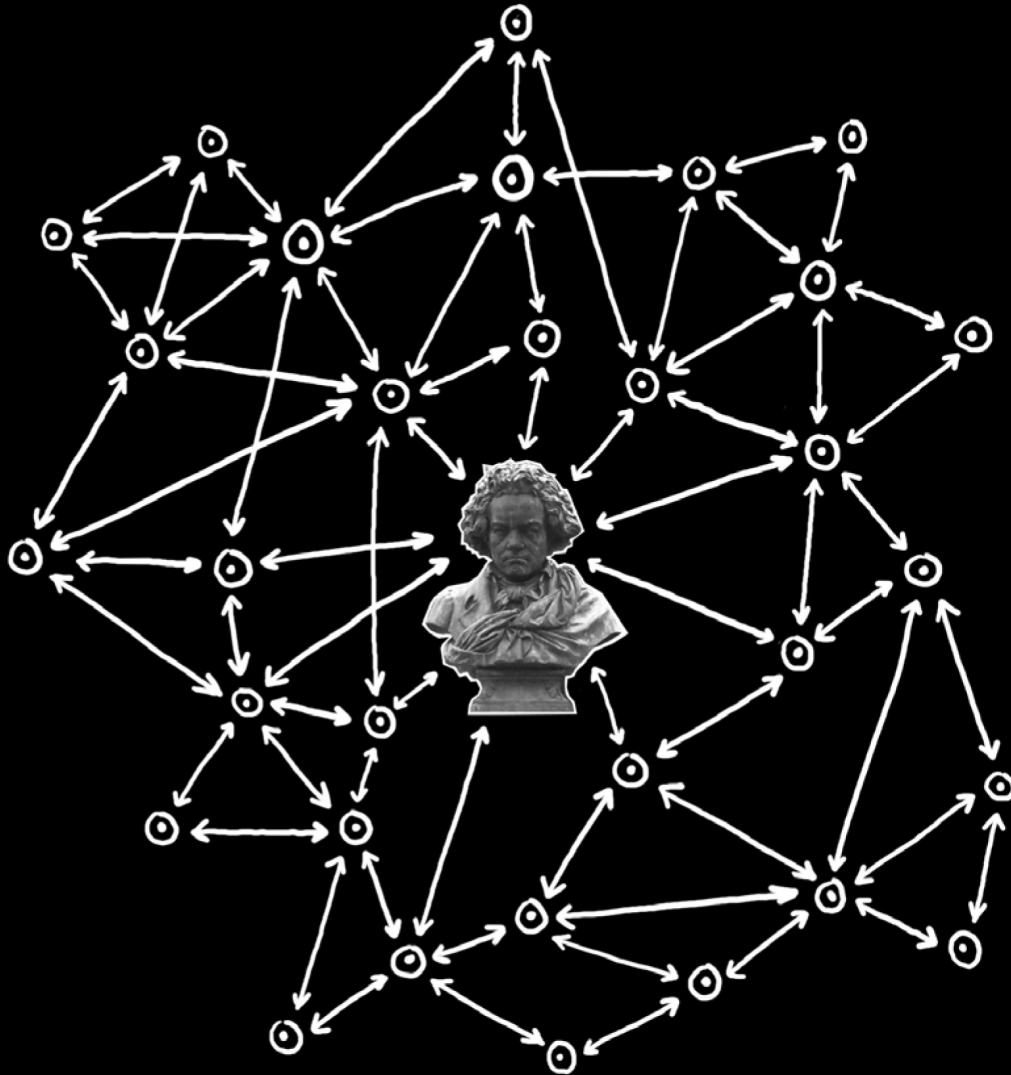
Nếu nhìn lại lịch sử kỹ hơn, bạn sẽ thấy rất nhiều người mà chúng ta tưởng là thiên tài độc lập, thực chất đều là mắt xích trong “một tổng thể những người giúp đỡ lẫn nhau, quan sát sản phẩm của nhau, sao chép của nhau, ăn cắp và đóng góp ý tưởng với nhau”. Cộng đồng tài năng không làm giảm giá trị thành quả của các vĩ nhân kiệt xuất đó; nó chỉ cho thấy những sản phẩm tốt không được tạo ra một cách đơn độc và xa rời xã hội, mà theo một cách nào đó, sáng tạo luôn là sự hợp tác, là kết quả của một trí tuệ liên kết với nhiều trí tuệ khác nhau.

1. Bức tượng Beethoven được chụp ở San Francisco, bên ngoài Học viện Nghệ thuật và Khoa học trong công viên Gold Gate.

Tôi thích ý tưởng *cộng đồng tài năng*, vì nó tạo chỗ đứng cho tất cả chúng ta trong quá trình sáng tạo: những kẻ không tự coi mình là thiên tài. Bạn không nhất thiết phải tài ba hay thông minh xuất chúng để trở thành một mắt xích giá trị trong một cộng đồng tài năng, vấn đề là bạn đóng góp được gì – những ý tưởng bạn chia sẻ, chất lượng các mối liên hệ do bạn tạo ra, và những cuộc đàm luận do bạn khởi đầu. Nếu quên hai chữ thiên tài đi và cố nghĩ xem mình có thể đóng góp gì cho một cộng đồng tài năng, chúng ta sẽ điều chỉnh được những kỳ vọng của bản thân và của xã hội nơi chúng ta muốn được họ chấp nhận. Chúng ta có thể ngừng hỏi mọi người làm được gì cho ta, mà bắt đầu tự hỏi chúng ta làm được gì cho họ.

Chưa bao giờ việc gia nhập cộng đồng tài năng lại dễ dàng như trong kỷ nguyên chúng ta đang sống. Internet về cơ bản là một loạt các cộng đồng tài năng liên kết với nhau, chỉ phân tán bởi khoảng cách địa lý. Blog, mạng xã hội, email nhóm, các trang web thảo luận, diễn đàn – đều là một: những địa điểm ảo nơi mọi người tụ tập và tán gẫu về những vấn đề họ quan tâm. Ở đó

không có vệ sĩ, người gác cổng hay chương ngại vật nào cản trở mọi người tham gia: Bạn không cần phải giàu có, nổi tiếng hay một bản CV bóng bẩy, tấm bằng của một trường đại học danh tiếng. Trên mạng, tất cả mọi người – từ nghệ sĩ đến người quản lý nghệ thuật, từ thợ lành nghề cho đến người học việc, từ chuyên gia cho đến những kẻ nghiệp dư – tất cả đều có thể đóng góp thứ gì đó.



HÃY LÀ KẺ NGHIỆP DƯ

“Đó là từ dành cho tất cả chúng ta:
kẻ nghiệp dư. Chúng ta không sống
đủ lâu để trở thành bất cứ
thứ gì khác.”

– Charlie Chaplin

Chúng ta đều hoảng sợ nếu để người đời nhận ra mình chỉ là tay mơ. Tuy nhiên, trong xã hội hiện nay, chính các a-ma-tơ – những con người nhiệt huyết sẵn sàng theo đuổi công việc vì tình yêu, chẳng cần quan tâm đến tiếng tăm, tiền bạc hay địa vị – lại có nhiều lợi thế hơn những kẻ chuyên nghiệp. Bởi hầu như họ chẳng có gì để mất. Các tay mơ sẵn sàng thử bất cứ thứ gì và chia sẻ kết quả mình đạt được. Họ nắm bắt cơ hội, thử nghiệm và đuổi theo những ý thích thất thường. Đôi khi, trong quá trình làm việc theo kiểu nghiệp dư, họ lại khám phá ra những thứ mới mẻ. “Một người mới bắt đầu thường nhìn thấy nhiều tiềm năng, trong khi một chuyên gia lại nhìn thấy rất ít,” thiền sư Shunryu Suzuki phái thiền tông từng nói.

Những kẻ a-ma-tơ không sợ mắc sai lầm, cũng không sợ trông lỗ bịch trước công chúng. Họ đang yêu, vì thế họ không ngần ngại làm những việc mà người khác cho là ngớ ngẩn hoặc nói thẳng ra là ngu dốt. “Một hành động sáng tạo ngu

ngốc nhất cũng vẫn là sáng tạo,” Clay Shirky viết trong cuốn sách *Cognitive Surplus* (tạm dịch: *Thặng dư nhận thức*) của ông. “Trong phạm vi của hoạt động sáng tạo, sự khác biệt giữa tầm thường và tốt là rất lớn. Tuy nhiên, dù tầm thường đến đâu thì nó vẫn nằm trong phạm vi đó; bạn có thể dịch chuyển từ tầm thường thành tốt theo thời gian. Khoảng cách giữa làm và không làm mới là khoảng cách thực sự.” Người không chuyên hiểu rằng có đóng góp tất nhiên vẫn tốt hơn không đóng góp gì cả.

Dân nghiệp dư có thể không được đào tạo bài bản, nhưng họ dành cả đời để học hỏi và chú trọng học ở môi trường mở để mọi người rút kinh nghiệm từ thất bại và thành công của họ. Nhà văn David Foster Wallace từng nói rằng, văn tả thực hấp dẫn là cơ hội để “chứng kiến một kẻ thông minh ở mức trung bình nhìn sự vật kỹ lưỡng và tư duy sâu sắc hơn nhiều so với hầu hết chúng ta trong cuộc sống thường ngày”. Những tay mơ cũng vậy: họ chỉ là những người bình thường, đam mê thứ gì đó và dành vô số thời gian để nói ra những gì họ nghĩ.

Đôi khi, những kẻ a-ma-tơ có nhiều điều để dạy chúng ta hơn cả các chuyên gia. “Thông thường, hai cậu học trò có thể giúp nhau giải bài tập hiệu quả hơn giáo viên,” tác giả C. S. Lewis viết. “Một học sinh có thể giúp bạn của mình nhiều hơn thầy giáo bởi cậu ta biết ít hơn. Khúc mắc mà chúng ta muốn cậu nhóc giải thích cũng là khúc mắc cậu ta vừa gặp phải. Còn chuyên gia thì đã gặp nó từ lâu nên đã quên mất rồi.” Nhìn một tay a-ma-tơ làm việc khiến chúng ta thêm hứng thú với công việc. “Tôi xem nhóm *Sex Pistols*¹ biểu diễn,” Bernard Sumner, ca sĩ chính của nhóm *New Order*² nói. “Giọng hát của họ thật kinh hoàng... đến mức tôi muốn đứng lên và trở nên kinh hoàng cùng với họ.” Nhiệt huyết chân thành là thứ dễ lây lan.

Thế giới đang đổi thay chóng mặt, nó biến *tất cả* chúng ta thành a-ma-tơ. Ngay cả với những kẻ nhà nghề, cách tốt nhất để sự nghiệp phát triển là giữ lại tinh thần a-ma-tơ và sẵn sàng

1. Sex Pistols: một ban nhạc Punk Rock huyền thoại của Anh (1975).

2. New Order: một nhóm nhạc Anh được thành lập năm 1980.

chấp nhận sự vô danh, bất ổn. Khi Thom Yorke, ca sĩ chính của nhóm Radiohead¹ được hỏi ông nghĩ điểm mạnh nhất của mình là gì, ông trả lời, “Đó là tôi không biết mình đang làm gì cả.” Giống như Tom Waits², một trong các thần tượng của ông, mỗi khi Yorke cảm thấy nhột nhẽo hay quá quen thuộc với việc sáng tác, ông sẽ chọn một nhạc cụ chưa chơi bao giờ và cố sáng tác trên nhạc cụ đó. Đây cũng chính là một nét tiêu biểu nữa của dân nghiệp dư – họ sẽ dùng bất cứ công cụ nào có trong tay để đưa ra ý tưởng của mình trước công chúng. “Tôi là nghệ sĩ,” John Lennon nói. “Hãy đưa cho tôi một chiếc kèn tuba, và tôi sẽ dùng nó để sáng tác cho bạn xem.”

1. Radiohead: ban nhạc tới từ Oxfordshire, thành lập năm 1985.

2. Tom Waits: là gương mặt kỳ cựu của làng nhạc Mỹ, nổi tiếng về cả khả năng sáng tác lẫn trình diễn.

Coi kia,
dân chuyên nghiệp đang toát mồ hôi,
hãy đưa một kẻ tay mơ

vào

lên khỏi

vượt

đám đông

đừng

cầu toàn

Và

yêu nhiều

hơn

Cách tốt nhất để bắt đầu chia sẻ công việc của bạn là nghĩ về những gì bạn muốn học, cam kết học nó trước mắt mọi người. Tìm một cộng đồng tài năng, để ý xem mọi người đang chia sẻ những gì, và sau đó ghi lại những gì họ *chưa* chia sẻ. Để ý những chỗ trống để bạn có thể lấp đầy bằng chính nỗ lực của mình, dù ban đầu chúng có tồi tệ đến đâu. Lúc này, đừng lo kiếm tiền hay tạo dựng sự nghiệp từ nó. Hãy quên việc mình là chuyên gia hay chuyên nghiệp đi, và khoác chiếc áo của kẻ a-ma-tơ vào (ở đây chính là trái tim và tình yêu của bạn). Chia sẻ những gì bạn yêu thích, và những người cùng chung sở thích sẽ tìm đến bạn.

BẠN KHÔNG THỂ NGHE THẤY GIỌNG MÌNH NẾU KHÔNG DỪNG ĐẾN NÓ

“Để tìm tiếng nói của bạn,
hãy đứng trên mái nhà mà hét,
và cứ làm vậy cho đến khi những
người đang đi tìm bạn thấy bạn.”

– Nhà văn Dan Harmon

Mọi người thường nhắc đi nhắc lại rằng bạn phải *tìm tiếng nói của bản thân*. Hồi trẻ, tôi chưa thực sự hiểu được ý nghĩa của nó. Tôi thường lo lắng quá nhiều về điều đó, tự hỏi tôi có tiếng nói riêng hay không. Nhưng giờ tôi nhận ra cách duy nhất để tìm thấy tiếng nói của mình là sử dụng nó. Đó là chức năng được cài đặt bên trong. Hãy nói về những thứ bạn yêu thích. Tiếng nói của bạn sẽ đi theo.

Khi nhà phê bình phim quá cố Roger Ebert trải qua vài ca đại phẫu để chữa trị ung thư, ông mất đi tiếng nói của mình vĩnh viễn – theo đúng nghĩa đen. Một người đàn ông sống để nói chuyện trên truyền hình, giờ lại không nói được một từ nào. Để giao tiếp với bạn bè và gia đình, ông phải viết lên giấy, hoặc đánh văn bản để giọng nói vụng về của máy tính đọc nó lên.

Không còn khả năng nói chuyện, ông chuyển sang dùng Twitter, Facebook và viết blog trên trang rogerebert.com. Ông đăng bài với tốc độ chóng mặt, viết hàng nghìn, hàng vạn chữ về mọi thứ ông nghĩ ra – thời thơ ấu của ông ở Urbana, Illinois, tình

yêu của ông dành cho nhà hàng Steak 'n Shake, những cuộc hội thoại của ông với các diễn viên điện ảnh nổi tiếng, suy nghĩ của ông về cái chết ngay trước mắt. Hàng trăm người tương tác với các bài viết đó, và ông tương tác lại. Blog trở thành phương thức mới để ông giao tiếp với thế giới. “Trên mạng, giọng nói thật của tôi được lên tiếng,” ông viết.

Ebert biết thời gian của ông là hữu hạn, và ông muốn chia sẻ tất cả những gì có thể trong quãng đời còn lại của mình. “Ngài Ebert viết như thể đó là vấn đề sống còn,” nhà báo Janet Maslin viết, “bởi sự thật đúng là như vậy.” Ebert viết blog vì ông buộc phải thế – vì vấn đề là được lắng nghe hay không được lắng nghe. Vấn đề là tồn tại hay không tồn tại.

Nghe có vẻ hơi cực đoan, nhưng trong thời đại ngày nay, nếu sản phẩm của bạn không được đưa lên mạng thì coi như nó không tồn tại. Chúng ta đều có cơ hội sử dụng tiếng nói và nêu ra quan điểm của mình, nhưng rất nhiều người lại lãng phí nó. Nếu muốn mọi người biết về những gì bạn đang làm và những thứ bạn quan tâm, bạn phải chia sẻ chúng.



“Luôn tâm niệm rằng mình sắp chết là công cụ quan trọng nhất tôi có được, nó giúp tôi đưa ra những lựa chọn lớn nhất trong đời. Bởi hầu hết mọi thứ - tất cả những kỳ vọng từ bên ngoài, những niềm kiêu hãnh, những sợ hãi trước cảnh túng quẫn hay thất bại - đều biến mất trước cái chết, chỉ những thứ thực sự quan trọng mới ở lại. Tâm niệm mình sẽ chết là cách tốt nhất mà tôi biết để tránh rơi vào bẫy khi nghĩ rằng bạn có thứ gì đó để mất. Bạn vốn đã tay trắng ngay từ đầu.”

— Steve Jobs

ĐỌC CÁO PHÓ

Nếu điều này nghe có vẻ đáng sợ hoặc quá nặng nề thì hãy tưởng tượng thế này: Một ngày nào đó bạn sẽ chết. Hầu hết chúng ta đều muốn làm ngơ trước sự thật này, nhưng nghĩ về cái kết không thể tránh trong đời là một cách giúp chúng ta cân nhắc mọi việc thận trọng hơn.

Chúng ta đều đã đọc những câu chuyện về trải nghiệm cận kề cái chết và cách chúng thay đổi cuộc sống con người. Thuở thiếu thời, George Lucas suýt chết vì tai nạn xe hơi. Ông quyết định “từ giờ mỗi ngày trôi qua là một ngày được sống thêm;” ông đã cống hiến hết mình cho phim ảnh và làm đạo diễn bộ phim *Chiến tranh giữa các vì sao*. Wayne Coyne, ca sĩ chính của nhóm

nhạc The Flaming Lips, từng bị kẻ cướp chặn ô tô hồi 16 tuổi khi đang làm việc ở nhà hàng Long John Silver. “Tôi nhận ra mình sẽ chết,” ông nói, “và khi nhận thức được điều đó... con người tôi thay đổi hoàn toàn... tôi nghĩ, *mình sẽ không ngồi đây và chờ mọi việc xảy ra, mình sẽ làm cho chúng xảy ra, và tôi không quan tâm nếu mọi người nghĩ tôi là thằng ngốc.*”

Trong cuốn sách *We Learn Nothing* (tạm dịch: *Chúng ta chẳng học được gì*), Tim Kreider kể rằng bị đâm vào họng là sự việc tuyệt vời nhất xảy ra trong cuộc đời ông. Trong suốt một năm, ông thấy hạnh phúc và cuộc sống thật tươi đẹp. “Bạn có thể sẽ cho rằng trải nghiệm suýt chết là sự kiện vĩnh viễn thay đổi cuộc đời bạn,” Kreider viết, nhưng “sự khai sáng đó không kéo dài mãi mãi.” Cuối cùng, ông trở về với “cuộc sống bận rộn thường ngày”. Cây bút George Saunders nói về trải nghiệm cận kề cái chết của mình như sau: “Ba, bốn ngày sau đó là khoảng thời gian tôi thấy thế giới tươi đẹp nhất. Như thể được quay trở lại với nó ấy. Và tôi nghĩ, thủ thuật cho cuộc sống là *hãy luôn sống trong trạng thái như vậy, để hiểu rõ hơn rằng cuộc sống rồi sẽ kết thúc.*”

Thật không may, tôi lại là một kẻ hèn nhát. Dù rất mong được tận hưởng trạng thái phấn khích đi kèm mỗi khi trở về từ cửa tử, nhưng tôi vẫn không thực sự *muốn* một trải nghiệm cận kề cái chết. Tôi muốn được an toàn và tránh xa cái chết, càng xa càng tốt. Đương nhiên tôi không muốn trêu chọc hay mời mọc nó đến gần hơn mức cần thiết. Nhưng dù sao tôi vẫn muốn tự nhắc nhở bản thân rằng nó đang đến với tôi mỗi lúc một gần.

Bởi thế, tôi thường đọc cáo phó vào mỗi sáng. Chúng cũng chính là những trải nghiệm cận kề cái chết dành cho những kẻ hèn nhát. Đọc chúng là một cách để tôi nghĩ về cái chết trong khi vẫn tránh nó thật xa.

Cáo phó không thực sự nói về cái chết; chúng nói về cuộc sống. “Mỗi bản cáo phó luôn tóm lược người đó anh hùng và cao cả ra sao,” nghệ sĩ Maira Kalman¹ viết. Đọc về người chết và những gì họ làm với cuộc sống của họ khiến tôi muốn đứng dậy

1. Maira Kalman: tác giả và người vẽ minh họa.

và làm gì đó tốt đẹp cho cuộc sống của chính tôi. Nghĩ về cái chết mỗi sáng khiến tôi muốn sống.

Hãy thử nghiệm: Bắt đầu đọc cáo phó vào mỗi sáng. Lấy cảm hứng từ những người đã trải nghiệm cuộc sống trước bạn – họ đều bắt đầu là một tay mơ, sau đó đến đích bằng cách dám dẫn thân và sử dụng những gì họ có. Hãy noi theo những tấm gương đó.

Một trải nghiệm cận kề cái chết

cho tất cả chúng ta.