

لازم نرسد
یک نایب باشم

سرشناسه: کلیون، آستین، Kleon, Austin
عنوان و نام پدیدآور: لازم نیست یک نابغه باشیم: ۱۰ راه برای اینکه خلاقیتان را به اشتراک بگذارید
و کشف شوید/ آستین کلیون؛ ترجمه ابراهیم احمدی‌نیا.
مشخصات نشر: تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری: ۲۳۰ ص
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۵۳-۴۴۳-۹
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: Show Your work!: 10 ways to share your creativity and
get discovered, 2014.
عنوان دیگر: موفقیت شغلی / موفقیت در کسب و کار / شبکه‌های کسب و کار
رده‌بندی کنگره: HF ۵۳۸۱/ ک ۸۶ م ۲ ۱۳۹۷
رده‌بندی دیویی: ۶۵۰/۱
شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۲۹۶۲۴



■ لازم نیست یک نابغه باشیم

| | |
|-----------------------|---|
| آستین کلیون | ترجمه: ابراهیم احمدی نیا |
| آماده‌سازی و تولید: | بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه |
| طراح جلد: پرویز بیانی | طراح گرافیک صفحات داخل: مینا معصومی |
| چاپ و صحافی: احمدی | نوبت و شمارگان: چاپ اول ۱۳۹۸، ۱۱۰۰ نسخه |

همه حقوق چاپ و نشر برای بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه محفوظ است.
هرگونه اقتباس از این اثر، منوط به دریافت اجازه کتبی از ناشر است.

بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه

دفتر مرکزی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، خیابان شهدای زاندارمری شرقی، پلاک ۷۴.

طبقه سوم، تلفن، ۶۶۴۷۷۴۰۵

www.parsehbook.com / info@parsehbook.com

[@ketabeparseh](#)   

فروشگاه: تهران، خیابان ولیعصر، نرسیده به خیابان مطهری، پلاک ۱۹۴۱

تلفن: ۸۸۹۱۸۹۴

جهان منتظر است

آستین کلیون در کتاب «چگونه ایده‌های خوب را بدزدیم»
پرفروش‌ترین کتاب نیویورک تایمز، به خواننده‌ها کلید گشودن خلاقیت را
می‌دهد. سفر بعدی از اینجا شروع می‌شود: چطور شناخته شدن.
کتاب «لازم نیست یک نابغه باشیم» با نشان دادن چگونگی پیوستن به
بوم‌شناسی نوین استعداد، به هنرمندان و نویسندگان، سازندگان و کارآفرینان
خلاق به باور مخرب «نبوغ تنها» پایان می‌دهد. این کتاب دربارهٔ پیدا شدن، با
استفاده از قابل جست‌وجو بودن، و استفاده از شبکه، به جای هدر دادن زمان
برای شبکه‌سازی است.

نکتهٔ کلیدی، فرآیند است، نه نتیجه. هر چیز جدیدی را هر روز به اشتراک
بگذارید (اما به یک هرزنامهٔ انسانی تبدیل نشوید). ذهن یک غیرحرفه‌ای را
داشته باشید - که امکانات در کجاها، نامحدودند. یک رابط، یک معلم و یک
مسیر باز باشید. تلمبارکننده نباشید.

ده قاعدهٔ بسیار ضروری و جدید، «لازم نیست یک نابغه باشیم!» نشان
می‌دهد که شما باید آزاد، بخشنده، شجاع - و هنرمندی باشید که بقیهٔ
هنرمندان از او سرقت می‌کنند.

① لازم نیست یک نایف باشد - - - - - ۱۶

② به فرآیند فکر کنید، نه می‌صول - - - - - ۴۱

③ هر روز یک چیز کوچک را
به اشتراک بگذارید - - - - - ۵۴

④ صندوق عجایب شما را باز کنید - - - - - ۸۰

⑤ داستان‌های خوب بگویید - - - - - ۹۸

برای همه مندان،

چراغی این است

جلب کنند

مَأْتُهُمْ و

لَهُ تَوَجُّهٌ كَسِيًّا

- اَوْ نُورُهُ بِالزَّكَاةِ

«خلاقیت، استعداد نیست.

شیوه‌ای از کار کردن است.»

- جان کلیز^۲

روسی تازه برای کار کردن

وقتی با خوانندگان صحبت می‌کنم، متداول‌ترین سؤالی که از من می‌پرسند درباره‌ی خودارتقای است. چطور کارم را به نمایش بگذارم؟ چطور جلب توجه کنم؟ چطور مخاطب پیدا کنم؟ شما چطور این کار را انجام دادید؟ من از صحبت کردن درباره‌ی خودارتقای، متنفرم. استیو مارتین^۲، به این مشهور است که از جواب دادن به این‌گونه سؤالات با این نصیحت طفره می‌رود: «آن قدر خوب باشید که نتوانند شما را نادیده بگیرند. اگر فقط بر این تمرکز کنید که واقعاً خوب باشید، مردم به سمت شما می‌آیند.» اتفاقاً من هم موافقم: در حقیقت، شما واقعاً مخاطب را به خاطر کارتان پیدا نمی‌کنید، آن‌ها شما را پیدا می‌کنند. اما خوب بودن کافی نیست.

برای اینکه کشف شوید، باید قابل کشف شدن باشید. فکر می‌کنم راه ساده‌ای وجود دارد که کارتان را جایی، آن بیرون قرار بدهید و آن را قابل کشف کنید، در حالی که شما روی این تمرکز کرده‌اید که در کاری که انجام می‌دهید واقعاً خوب شوید.

امروزه تقریباً تمام کسانی که برایشان احترام قائلم و سعی می‌کنم از آن‌ها سرقت کنم، بدون توجه به تخصص‌شان، به اشتراک‌گذاری را در برنامه‌شان گنجانده‌اند. این آدم‌ها در مهمانی‌ها و راجی نمی‌کنند، سرشان شلوغ‌تر از این حرف‌هاست که وقتی برای این کارها داشته باشند. در استودیوها، آزمایشگاه‌ها یا اتاقک‌هایشان می‌گردند، اما به جای اصرار بر پنهان‌کاری مطلق و مخفی کردن کارشان، دربارهٔ چیزی که دارند رویش کار می‌کنند، دست‌ودل‌بازند و جزئیات کار، ایده‌های‌شان و آنچه که دارند یاد می‌گیرند را در اینترنت به اشتراک می‌گذارند. به جای هدر دادن وقت‌شان با تماس برقرار کردن با دیگران نهایت استفاده را از شبکه می‌برند. آن‌ها با به اشتراک‌گذاری سخاوتمندانهٔ ایده‌ها و دانش‌شان، معمولاً مخاطبی را جذب می‌کنند که وقتی نیاز به همدلی، بازخورد و یا حمایت دارند می‌توانند به آن‌ها تکیه کنند.

من می‌خواستم نوعی راهنمای ابتدایی را برای این نحوهٔ کار کردن بسازم، چیزی که به آن رسیدم این بود: کتابی برای مردمی که حتی از فکر کردن

به خودارتقایی هم متنفرند. اگر مایل باشید جایگزینی برای خودارتقایی ارائه دهید. سعی می‌کنم تا به شما یاد بدهم که چطور درباره کارتان مانند یک فرآیند بی‌پایان فکر کنید، چطور فرآیندتان را به گونه‌ای به اشتراک بگذارید تا افرادی را که ممکن است به کارتان علاقه‌مند باشند جذب کنید، و چطور با قرار دادن خودتان و کارتان در دنیای بیرون، با فراز و نشیب‌ها کنار بیایید. اگر "چگونه ایده‌های خوب را بدزدیم"، کتابی درباره دزدیدن توجه و تأثیر از دیگر افراد بود، این کتاب درباره چگونگی نفوذ و تأثیرگذاری بر دیگران است به این صورت که به آن‌ها اجازه می‌دهید تا از شما بدزدند.

تصور کنید رئیس آینده‌تان مجبور نباشد رزومه‌تان را بخواند، چون از قبل، بلاگ شما را می‌خواند. یا یک دانشجو هستتید و اولین کار موقت‌تان را بر اساس پروژه دانشگاهی که آن را در اینترنت پست کردید، به دست می‌آورید.

تصور کنید شغل‌تان را از دست می‌دهید اما یک شبکه اجتماعی از مردمی دارید که با کار شما آشنا هستند و آماده‌اند که به شما کمک کنند تا کار جدیدی پیدا کنید. تصور کنید یک پروژه جانبی یا یک سرگرمی را به حرفه‌تان تبدیل می‌کنید، به خاطر اینکه در اینترنت، کسی را فالو می‌کنید که می‌تواند حمایت‌تان کند.

ساختن چیزی

یک فرآیند
نامعلوم و طولانی است.

یک

باید

آفریننده

کارش را

نشان

دهد

یا چیزی ساده‌تر و قانع‌کننده را تصور کنید: بیشتر وقت، انرژی و توجهتان را به تمرین یک مهارت، یاد گرفتن یک کسب‌وکار یا راه انداختن یک شغل، می‌گذرانید و همچنین این امکان را در نظر می‌گیرید که ممکن است کارتان گروهی از مردم را که علاقه‌مندی‌های شما را به اشتراک می‌گذارند، جذب کند.

همهٔ آنچه شما باید انجام دهید این است که کارتان را نشان دهید.

۵۰۰

کتابخانه

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

یک سنوین ۴
بلا اکسیر ۵

« هر چه دارید را به کسی که شاید

بیشتر از شما جرئت فکر کردن

داشته باشد، بخشید. »

- هنری وادسورث لانگ فلو^۵

باورهای مخرب بسیاری دربارهٔ خلاقیت وجود دارند، اما یکی از خطرناک‌ترین‌ها، باور «نیوغ تنها» است: یک فرد، با استعدادهای فوق بشری از جایی نامعلوم در نقاط مشخصی در تاریخ، بدون هیچ‌گونه اثر و سابقه‌ای، با ارتباط مستقیم با خدا یا میوز، الههٔ دانش و هنر یونان باستان، ظاهر می‌شود! فکر بکر، مثل یک صاعقه جرقه می‌زند، یک لامپ در سر فرد روشن می‌شود، و بعد بقیهٔ وقتش را به زحمت کشیدن در استودیو و تبدیل این ایده به شاهکاری تمام‌عیار برای عرضه به دنیا و در بوق و کرنا کردن، می‌گذارند. اگر شما به نیوغ منحصر به فرد اعتقاد دارید، خلاقیت یک عمل جامعه‌ستیز است که تنها توسط تعداد اندکی از چهره‌های بزرگ، اجرا شد - اغلب افراد در گذشته‌ای با نام‌هایی مانند موتزارت^۶، اینشتین^۷، یا پیکاسو^۸. بقیهٔ ما علاف و مبهوت ایستاده‌ایم و به موفقیت‌ها و دستاوردهای آن‌ها خیره شده‌ایم.

راه سالم‌تری برای فکر کردن دربارهٔ خلاقیت وجود دارد که برایان اینو^۹، به آن اشاره می‌کند: «سنیوس». در این مدل، ایده‌های بزرگ معمولاً توسط گروهی از افراد خلاق، تولید می‌شوند - هنرمندان، متصدی‌های موزه که مسئول گزینش اشیای قیمتی هستند، متفکران، نظریه‌پردازان، و سایر کسانی که مد روز را تعیین می‌کنند - که «بوم‌شناسی استعداد» را

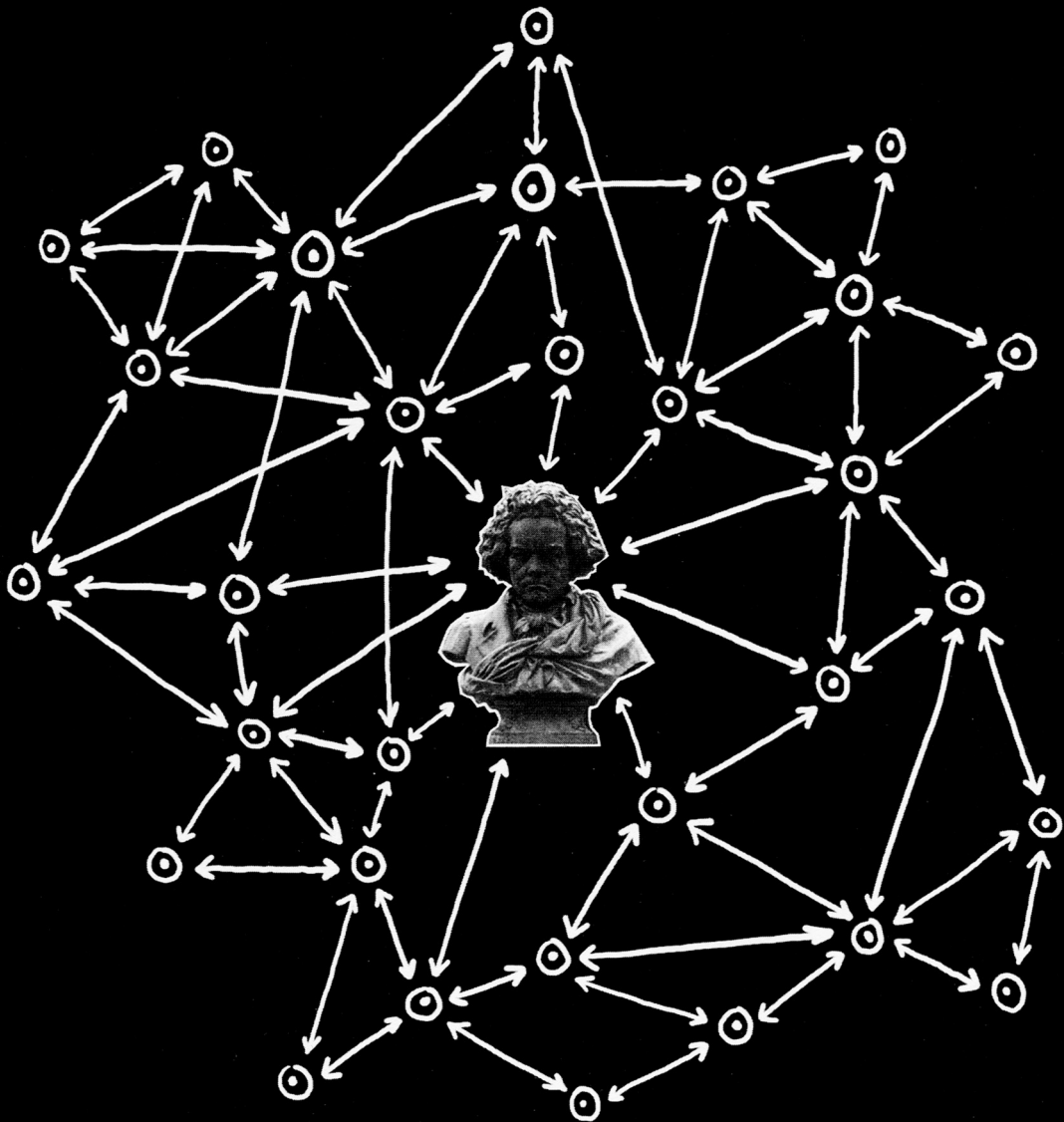


BEETHOVEN

می‌سازند. اگر به گذشته برگردید و از نزدیک به تاریخ نگاه کنید، بسیاری از مردمی که ما به‌عنوان نوابغ منحصر به فرد می‌شناسیم، در حقیقت بخشی از «یک صحنهٔ کامل از افرادی هستند که از یکدیگر پشتیبانی می‌کردند، به کار هم نگاه کرده از آن تقلید می‌کردند، ایده‌ها را می‌دزدیدند و ایده می‌دادند» سنیوس، چیزی از ارزش دستاوردهای افراد بزرگ نمی‌کاهد؛ اما تصدیق می‌کند که کار خوب در خلاء تولید نمی‌شود و به تعبیری، خلاقیت همیشه نتیجهٔ ارتباط یک ذهن با ذهن‌های دیگر است.

چیزی که دربارهٔ سنیوس دوست دارم این است که فضایی در مبحث خلاقیت برای بقیهٔ ما فراهم می‌کند: مایی که خود را نابغه نمی‌دانیم. اینکه بخش ارزشمندی از یک سنیوس باشید، لزوماً این نیست که چقدر باهوش یا با استعداد هستید، بلکه دربارهٔ چیزی است که باید بدهید - ایده‌هایی که به اشتراک می‌گذارید، کیفیت ارتباطاتی که می‌سازید و مکالماتی که آغاز می‌کنید. اگر ما نبوغ را فراموش کنیم و بیشتر دربارهٔ چگونگی در سر پروراندن و شرکت کردن در یک سنیوس فکر کنیم، می‌توانیم توقعات خود را با توقعات جهان‌هایی که می‌خواهیم ما را بپذیرند وفق دهیم. ما می‌توانیم به پرسش دربارهٔ کارهایی که دیگران می‌توانند برایشان انجام دهند پایان دهیم، و دربارهٔ این پرسسیم که می‌توانیم چه کارهایی برای دیگران انجام دهیم.

ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که عضو شدن در یک سنیوس از همیشه راحت‌تر است. اساساً اینترنت دسته‌ای از سنیوس‌های مرتبط باهم است، که از جغرافیای فیزیکی جدا شده‌اند. بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های ایمیلی، صفحات بحث، گروه‌های تبادل نظر^{۱۰} همه، یک چیز هستند: صحنه‌های مجازی‌ای که مردم برای پرسه زدن و صحبت کردن دربارهٔ چیزهایی که به آن‌ها اهمیت می‌دهند به آنجا می‌روند. برای ورود به این صحنه‌ها هیچ دربان و محل بازرسی‌ای وجود ندارد: شما نباید ثروتمند یا مشهور باشید، یک رزومهٔ شگفت‌آور یا مدرکی از یک دانشگاه گران‌قیمت داشته باشید. در دنیای آنلاین، همه - هنرمند و متصدی‌های موزه، استاد و شاگرد، باتجربه و بی‌تجربه- توانایی ارائهٔ چیزی را دارند.



غیر معروفان باشید

«این چیزی است که همه ما هستیم:
آماطور. ما به اندازه کافی طولانی زندگی
نمی‌کنیم که چیز دیگری باشیم.»
- چارلی چاپلین»

همه ما از اینکه آماتور دیده شویم وحشت داریم، اما درواقع، امروز یک غیرحرفه‌ای یا یک آماتور - فرد پر شور و شوقی است که کارش را بدون توجه به امکان شهرت، ثروت، یا شغل، با نیت عشق، انجام می‌دهد (در فرانسوی، معنی این کلمه «عاشق» است)، - که معمولاً بر یک فرد حرفه‌ای برتری دارد.

چون آن‌ها چیز کمی برای از دست دادن دارند، آماتورها هر چیزی را امتحان می‌کنند و نتایج را به اشتراک می‌گذارند. آن‌ها ریسک‌ها را می‌پذیرند، آزمایش می‌کنند و هوس‌هایشان را دنبال می‌کنند. بعضی اوقات در فرآیند انجام چیزهایی به صورت غیر حرفه‌ای، به کشف‌های جدیدی دست پیدا می‌کنند. راهب ذن شانریو سوزوکی^{۱۲} می‌گوید: «در ذهن یک مبتدی، امکان‌های زیاد و در ذهن یک متخصص، تعداد کمی از آن وجود دارد.»

آماتورها از اشتباه کردن یا مسخره به نظر رسیدن در افکار عمومی نمی‌ترسند. آن‌ها عاشقند، پس برای انجام کاری که دیگران فکر می‌کنند مزخرف و احمقانه است، تردیدی ندارند. کلی شیرکی^{۱۳} در کتاب مازاد شناختی می‌نویسد: «احمقانه‌ترین کار خلاق ممکن، همچنان یک کار خلاق است. در طیف کار خلاق، بین کار میان‌مایه و کار خوب، تفاوت زیادی

است. اگرچه میان‌مایگی همچنان روی طیف قرار دارد؛ شما می‌توانید از میان‌مایگی به سمت خوب پیشرفت کنید. شکاف اصلی بین انجام ندادن هیچ کاری و انجام دادن کاری است.» آماتورها می‌دانند که ارائه یک چیز، بهتر از ارائه ندادن هیچ چیز است.

اگرچه ممکن است آماتورها در آموزش رسمی کمبود داشته باشند، اما آن‌ها فراگیرنده‌های همیشگی هستند و اصرار دارند که آموختن را به صورت علنی انجام دهند، بنابراین دیگران می‌توانند از شکست‌ها و موفقیت‌های آن‌ها بیاموزند. دیوید فاستر والاس^{۱۴} می‌گوید که یک اثر ناداستان^{۱۵} خوب، فرصتی برای «دیدن نسبتاً شفاف یک نفر و توجه بسیار نزدیک‌تر و بیشتر فکر کردن دربارهٔ انواع چیزهای متفاوت، نسبت به آن فرصتی است که اکثر ما در زندگی‌های روزمره‌مان داریم.» آماتورها مناسب همین تعریفند: آن‌ها فقط مردم معمولی هستند که شیفته چیزی می‌شوند و زمان بسیار زیادی را صرف بلند فکر کردن دربارهٔ آن می‌کنند.

بعضی وقت‌ها، آماتورها نسبت به کارشناس‌ها، چیزهای بیشتری برای درس دادن به ما دارند. سسی اس لوئیس^{۱۶}، می‌نویسد: «معمولاً پیش می‌آید که دو بچه مدرسه‌ای می‌توانند مشکلاتشان را بهتر از معلم‌شان حل کنند.»

حرفه‌ای ه

از گروه‌تان

بیرون بروید

حرفه‌ای‌ها دارند

زجر می‌کشند،

به جایشان یک آماتور

بگذارید

یک چیز را

دوست داشته
باشید

بیشتر از همه چیز

تا آخرین نفس

مقاومت کنید

«دانش آموز می‌تواند بیشتر از معلم کمک کند، چرا که او کمتر می‌داند. مشکلی که ما از او می‌خواهیم توضیح دهد چیزی است که او اخیراً با آن روبرو شده است. در حالی که یک متخصص، خیلی وقت پیش با آن مواجه شده و آن را فراموش کرده است.» دیدن آماتورها در محیط کار همچنین می‌تواند ما را ترغیب کند تا خودمان برای کار تلاش کنیم. برنارد سامنر^{۱۷} سرپرست گروه نیو اوردر^{۱۸} می‌گوید: «وقتی سکس پیستولز^{۱۹} را دیدم خیلی افتضاح بودند... تصمیم گرفتم برخیزم و مثل آن‌ها افتضاح باشم.» شور و شوق شدید، واگیر دارد. جهان با چنان سرعت زیادی در حال تغییر است که همه ما را به آماتور تبدیل می‌کند. حتی برای حرفه‌ای‌ها، بهترین کار برای شکوفا شدن این است که شهامت یک آماتور را داشته باشند و تردید و چیزهای ناشناخته را بپذیرند. وقتی از تام یورک^{۲۰} سرپرست ردیوهد^{۲۱}، پرسیده شد که بزرگ‌ترین امتیازش چه بود، جواب داد: «اینکه نمی‌دانم دارم چه کار می‌کنم.» یورک مثل یکی از قهرمان‌هایش، تام ویتس^{۲۲}، هر وقت احساس می‌کند آهنگسازی‌اش دارد خیلی ساده و قدیمی می‌شود، یک ساز برمی‌دارد که نمی‌داند چطور باید آن را بنوازد و سعی می‌کند که با آن یک آهنگ بسازد. این هنوز هم

خصوصیت دیگر آماتورهاست. آن‌ها از هر ابزاری که دست‌شان به آن برسد استفاده کرده و تلاش می‌کنند تا ایده‌های‌شان را به جهان عرضه کنند.

جان لنون^{۲۳} می‌گوید: «به من یک توبا^{۲۴} بدهید، چیزی برایتان تولید می‌کنم.»

بهترین راه برای شروع کردن در مسیری که می‌خواهید کارتان را به اشتراک بگذارید این است که دربارهٔ چیزی که می‌خواهید بیاموزید فکر کنید، و برای آموختن آن در مقابل دیگران تعهدی داشته باشید. یک سنیوس پیدا کنید، به چیزی که دیگران به اشتراک می‌گذارند توجه کنید و سپس یادداشت برداشتن از آنچه که آن‌ها به اشتراک نمی‌گذارند را شروع کنید. دنبال خلاءهایی بگردید که می‌توانید آن‌ها را با تلاش‌های خودتان پر کنید، مهم نیست که در ابتدا آن‌ها چقدر بد هستند. الان نگران این نباشید که چطور از آن پول یا شغل به‌وجود خواهید آورد. متخصص یا حرفه‌ای بودن را فراموش کنید، و لباس آماتوری بپوشید. هر چیزی که دوست دارید را به اشتراک بگذارید، آن‌وقت مردمی که همان چیزها را دوست دارند پیدایتان می‌کنند.

اگر از صدایتان
استفاده نکنند
نمی‌توانید آن‌را
بیدار کنید

«صدایتان را پیدا کنید، از پشت بام‌ها فریاد بزنید
و آن قدر به این کار ادامه دهید تا مردمی که دنبال
شما می‌گردند، پیدایتان کنند.»

- دان هارمن ۲۵

همیشه به ما گفته شده صدایتان را پیدا کنید. وقتی جوان تر بودم، اصلاً نمی‌دانستم این جمله یعنی چه؟ خیلی نگران صدا بودم، با خودم فکر می‌کردم اگر من صدای خودم را داشتم چه می‌شد. اما الان فهمیده‌ام که تنها راه پیدا کردن صدایتان این است که از آن استفاده کنید. صدا به صورت سخت‌افزاری، درون شما کار گذاشته شده است. درباره چیزهایی که دوست دارید، حرف بزنید، صدایتان خواهد آمد.

وقتی راجر ایبرت^{۲۶}، منتقد فقید سینما (در ۲۰۱۳)، برای درمان سرطانش چندین عمل جراحی سخت را پشت سر گذاشت، توانایی حرف زدنش را از دست داد. او صدایش را برای همیشه از دست داد. مردی که بخش زیادی از زندگی‌اش را با صحبت کردن در تلویزیون ساخته بود، حالا حتی یک کلمه هم نمی‌توانست حرف بزند. برای ارتباط برقرار کردن با دوستان و خانواده‌اش، یا باید واکنش‌ها و پاسخ‌هایش را روی کاغذ می‌نوشت یا آنکه در کامپیوترش تایپ می‌کرد و آن را با صدای خشک و زمخت کامپیوترش از بلندگوهای لپ‌تاپش می‌شنید.

با محرومیت از مکالمه روزمره، او خودش را به توییت کردن، پست گذاشتن در فیسبوک، و بلاگ‌نویسی در RogerEbert.com مشغول کرد. او پست‌ها را پشت سر هم و به سرعت، منتشر می‌کرد.

سوال ها
برای تک
انبار جدید



برای چه کاری
ساخته شده
است؟



دیگران چگونه
از آن استفاده
می کنند؟

من، برای آن
چه استفاده ای
می توانم پیدا کنم؟

هزاران هزار کلمه درباره هر چیزی که می‌توانست به آن فکر کند؛ از کودکی‌اش در اربانا^{۲۷}، ایلینوی^{۲۸}، علاقه‌اش به استیکن شیک^{۲۹}، گفت‌وگوهایش را با هنرپیشه‌های مشهور فیلم و افکارش درباره مرگ اجتناب‌ناپذیرش می‌نوشت. صدها نفر از مردم، به پست‌هایش پاسخ می‌دادند و او هم به آن‌ها پاسخ می‌داد. بلاگ‌نویسی راه اولیه و اصلی ارتباط برقرار کردن او با جهان شد. او می‌گفت: «در اینترنت، صدای واقعی من نشان داده می‌شود.»

ایبرت می‌دانست دوره‌اش در این سیاره کوتاه بود و می‌خواست هر چیزی که می‌توانست را تا زمانی که اینجا را ترک می‌کند، به اشتراک بگذارد. جانت مازلین^{۳۰} می‌گفت: «آقای ایبرت طوری می‌نویسد که انگار مسئله مرگ و زندگی بوده و هست. ایبرت، بلاگ‌نویسی می‌کرد، چون او باید این کار را انجام می‌داد - چرا که مسئله شنیده شدن یا شنیده نشدن بود. مسئله وجود یا عدم وجود.»

ممکن است کمی غلوآمیز به نظر برسد، اما در این دوره و زمانه، اگر کار شما آنلاین نیست، اصلاً وجود ندارد. همه ما فرصت استفاده از صدایمان را داریم، تا حرفمان را بزنیم، اما بسیاری از ما داریم آن را هدر می‌دهیم. اگر می‌خواهید مردم درباره کاری که می‌کنید و چیزهایی که برایتان مهم است بدانند، باید کارتان را به اشتراک بگذارید.

«به خاطر داشتن اینکه من به زودی خواهم مرد، مهم‌ترین ابزاری
است که تاکنون با آن مواجه شده‌ام که به من کمک می‌کند
تصمیمات بزرگی در زندگی‌ام بگیرم. چون تقریباً همه چیز - همه
توقعات ظاهری، غرورها، ترس، گرفتاری یا شکست - در رویارویی با
مرگ، رنگ می‌بازند و فقط آن چیزهایی که واقعاً مهم هستند باقی
می‌مانند. به یاد داشتن اینکه شما خواهید مرد، بهترین راه است تا
در تله این فکر نیفتید که چیزی برای از دست دادن دارید. شما برهنه
به دنیا آمدید و برهنه از دنیا می‌روید.»

- استیو جابز^{۳۱}

آگهی‌ها در گذشته بنوانند

اگر همهٔ این‌ها ترسناک یا زیادی به‌نظر می‌رسد، این را در نظر داشته باشید که: یک روز خواهید مرد. اکثر ما ترجیح می‌دهیم که این مهم‌ترین حقیقت زندگی را نادیده بگیریم، اما فکر کردن دربارهٔ پایان اجتناب‌ناپذیرمان این ویژگی را دارد که همه چیز با عوامل دیگر سنجیده شود.

همهٔ ما داستان‌هایی را از تجربه‌های نزدیک مرگ خوانده‌ایم که زندگی مردم را تغییر داده‌اند. وقتی جرج لوکاس^{۳۲} نوجوان بود، در یک تصادف رانندگی تا دم مرگ رفت. او به این نتیجه رسید که «هر روز یک روز فوق‌العاده است» و خودش را وقف فیلم‌کرد و آن‌قدر ادامه داد تا جنگ ستارگان^{۳۳} را کارگردانی کرد. وین کوین^{۳۴} خواننده اول گروه د فلیمنینگ

لیپز^{۳۵} وقتی ۱۶ ساله بود در یکی از شعبه‌های لانگ جان سیلورز^{۳۶} کار می‌کرد که مورد یک سرقت مسلحانه قرار گرفت. او می‌گوید: «من فهمیدم که دارم می‌میرم و وقتی این به ذهنم رسید... کاملاً مرا تغییر داد... فکر کردم که قرار نیست اینجا بنشینم و منتظر بمانم تا اتفاقات پیش بیایند، من کاری می‌کنم تا آن‌ها اتفاق بیفتند و برایم مهم نیست که مردم فکر کنند که من احمقم.»

تیم کرایدر^{۳۷} در کتابش به نام «ما چیزی نمی‌آموزیم» می‌گوید چاقو خوردن در گلو، بهترین چیزی بود که برایش اتفاق افتاد. برای یک سال کامل، او خوشحال بود و زندگی خوبی داشت. کرایدر می‌نویسد: «شما فکر می‌کنید تقریباً کشته‌شدن، یک تجربهٔ تغییردهندهٔ زندگی برای همیشه است» اما «روشنایی، دوامی نداشت» و بالاخره او به «مشغلهٔ بیهودهٔ زندگی کردن» بازگشت. جرج سندرز^{۳۸} از تجربهٔ نزدیک مرگش می‌گوید: «تا سه یا چهار روز بعد، آن زیباترین جهانی بود که به آن برگشته بودم، می‌دانید؟ و فکر کردم همیشه طوری در جهان پرسه بزنیم که واقعا به پایانش فکر کنیم. همین.»

متأسفانه من یک ترسو هستم. هر چقدر آن شعف وجودی که با این ترس می‌آید را دوست دارم، اما واقعاً یک تجربهٔ نزدیک مرگ را نمی‌خواهم. من می‌خواهم تا جایی که می‌توانم از مرگ دور و در امان باشم. مطمئناً نمی‌خواهم به آن طعنه بزنم یا به استقبالش بروم یا نزدیک‌تر از حدی که باید باشد، دعوتش کنم. اما می‌خواهم یک جوری به‌خاطر داشته باشم که دارد به سمت من می‌آید.

دلیلش این است که هر روز صبح، آگهی‌های ترحیم را می‌خوانم. آگهی‌های ترحیم، مانند تجربه‌های نزدیک مرگ برای ترسوها هستند. خواندن آنها برای من راهی است تا به مرگ فکر کنم در حالی که همچنان فاصله‌ام را با آن حفظ کرده‌ام.

آگهی‌های ترحیم در واقع دربارهٔ مرگ نیستند، آنها از زندگی می‌گویند. مایرا کلمن^{۳۹} می‌نویسد: «کل آگهی ترحیم دربارهٔ این است که مردم چقدر قهرمان و نجیب هستند.» خواندن دربارهٔ مردمی که حالا مرده‌اند و در زندگی‌هایشان کارهایی کرده‌اند، مرا ترغیب می‌کند که بلند شوم و کاری شایستهٔ خودم انجام دهم. فکر کردن دربارهٔ مرگ در هر صبح مرا مجبور می‌کند که بخوام زندگی کنم.

یک تجربه نزدیک — مرگ

برای بقایه ما.

امتحان کنید: خواندن آگهی‌های ترحیم هر صبح را آغاز کنید. از افرادی سرمشق بگیرید که قبل از شما بار زندگی‌شان را به مقصد رسانده‌اند- همه آن‌ها مثل یک آماتور شروع کردند و با قناعت به چیزهایی که به آن‌ها داده شده بود سر کردند تا به جایی که می‌خواستند رسیدند و شجاعت این را داشتند که خودشان را در آن مسیر قرار دهند. از آن‌ها سرمشق بگیرید.

پرفراں



۲

فکر کنید

حصول

«بسیاری از مردم عادت دارند که فقط
محصول کار را ببینند. آن‌ها هرگز آن بخش
از کار که شما پشت سر می‌گذارید تا
محصول را تولید کنید، نمی‌بینند.»

- مایکل جکسون^{۴۰}

مردم را به پشت صحنه‌ها ببرید

وقتی یک نقاش دربارهٔ «اثر»ش صحبت می‌کند، می‌تواند دربارهٔ دو چیز متفاوت حرف بزند: اثر هنری، قطعهٔ تمام‌شده، قاب گرفته و روی دیوار یک گالری آویزان شده، و یک کار هنری، شامل همهٔ کارهای هر روزه است که پشت صحنهٔ استودیویش ادامه پیدا می‌کند: دنبال منبع الهام و فکر بکر گشتن، ایده گرفتن، گذاشتن رنگ روغن روی بوم نقاشی و غیره. ما هم کلمهٔ «نقاشی»، (اسم) و هم «نقاشی کردن»، (فعل) را داریم. مثل هر کاری، تفاوتی بین فرآیند کار نقاش و محصول‌های فرآیندش وجود دارد. به‌طور سنتی، هنرمند این‌طور آموزش دیده که به فرآیند تازه و خلاقش به‌عنوان چیزی که باید برای خودش نگه داشته شود نگاه کند. این شیوهٔ فکر کردن توسط دیوید بیلز^{۴۱} و تد ارلند^{۴۲} در کتابشان به نام هنر و ترس^{۴۳}

کار،

همه آن چیزی

است

اتفاق
می افتد.

که در روز

فرآیند است

این یک

نه

چیز

دیگر.

بیان شد. «برای همهٔ بینندگان به جز خودتان، محصول، مهم است: اثر هنری تمام شده. اما برای شما و فقط شما، فرآیند مهم است: تجربهٔ شکل دادن اثر هنری.» یک هنرمند پیش از آنکه سعی کند با یک مخاطب ارتباط برقرار کند منتظر بماند تا زمانی که یک محصول عالی برای نشان دادن به خودش داشته باشد باید در خفا کارش را انجام دهد، ایده‌ها و کارهایش را در جای امنی نگه دارد. بیلز و ارلند می‌گویند: «جزئیات خصوصی ساختن هنر برای بینندگان کاملاً فاقد جذابیت است چرا که تقریباً هیچ‌وقت در زمان بازیابی کار تمام شده، قابل مشاهده - یا حتی قابل تشخیص - نیستند.»

همهٔ این‌ها در دورهٔ پیش از دیجیتال معنی داشت، وقتی تنها راهی که یک هنرمند می‌توانست با یک مخاطب ارتباط برقرار کند یک گالری و یا یک گزارش در مجلهٔ هنری لوکس بود. اما امروز، با استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، یک هنرمند می‌تواند هر چیزی را که می‌خواهد تقریباً بدون هیچ هزینه‌ای در هر زمانی به اشتراک بگذارد. او می‌تواند تصمیم بگیرد که چه مقدار از کارش و خودش را به اشتراک بگذارد. و او می‌تواند به همان اندازه که می‌خواهد نسبت به فرآیند کارش، پذیرا باشد. او می‌تواند طرح‌های کلی و کاری که در دست اجرا دارد را به اشتراک

بگذارد، تصاویر استودیویی را پست کند، یا درباره عوامل مؤثر، منابع الهام و فکر بکر و ابزارها در صفحه شخصی‌اش بنویسد. با به اشتراک گذاشتن روند هر روزه - چیزی که واقعاً به آن اهمیت می‌دهد - می‌تواند یک ارتباط منحصر به فرد را با مخاطبانش شکل دهد.

برای بسیاری از هنرمندان، مخصوصاً آن‌هایی که در دوران پیش از دیجیتال بزرگ شدند، این نوع در دسترس بودن و آسیب‌پذیری بالقوه که با به اشتراک گذاشتن فرآیند کار یک نفر پیش می‌آید یک ایده هراس‌انگیز است. ادگار آلن پو^{۴۴} در سال ۱۸۴۶ می‌نویسد: «بیشتر نویسنده‌ها - به ویژه شاعران - ترجیح می‌دهند این‌طور فهمیده شود که آن‌ها با انواعی از شوریدگی ناب - یک شهود وجدآور - شعر می‌گویند و قطعاً از اینکه اجازه دهند مردم به پشت صحنه‌ها نگاهی بیندازند به لرزه در می‌آیند.»

اما آدمیزاد به سایر انسان‌ها و اینکه چه کارهایی انجام می‌دهند علاقه دارد. آن‌طور که دن پراوست^{۴۵} و تام گرهارت^{۴۶} در کتاب‌شان به نام "هیجان‌انگیز خواهد بود" که درباره کارآفرینی است، نوشته‌اند: «مردم واقعاً می‌خواهند بدانند سوسیسی چطور ساخته می‌شود.

۱۰۰
فرانسیز پارک

۵
کے سفینہ وین نظم است

شما همیشه با انتشار و به اشتراک گذاری می‌توانید با مشتری‌های تان رابطه برقرار کنید. این کار به آن‌ها اجازه می‌دهد چهره‌ی پشت محصولات را ببینند.» مخاطبان نه تنها می‌خواهند کار بزرگ را کشف کنند، بلکه می‌خواهند خلاق بوده و بخشی از فرآیند خلاقیت باشند. با رهاکردن خودمان و به اشتراک گذاشتن فرآیند کارمان، این امکان را در نظر می‌گیریم که مردم با ما و کارمان یک ارتباط مستمر داشته باشند که به ما کمک می‌کند بخش‌های بیشتری از محصول مان را ارائه کنیم.

«برای اینکه ارتباط به وجود بیاید، باید به

خودمان اجازه دهیم که دیده شویم - واقعاً

دیده شویم.»

- برنه براون^{۴۷}

برای کارهای که می‌کنید یک مستندساز باشید

در سال ۲۰۱۳ کل اینترنت، عاشق کریس هدفیلد^{۴۸}، فرمانده ایستگاه فضایی بین‌المللی شد. سه سال قبل از آن، هدفیلد و خانواده‌اش دور میز شام نشسته بودند و سعی می‌کردند برای سوددهی آژانس فضایی کانادایی که مانند بسیاری از برنامه‌های فضایی، با کمبود بودجه روبرو شده بود و به حمایت عمومی بیشتری نیاز داشت، راه‌حلهایی پیدا کنند. او ان^{۴۹}، پسر هدفیلد می‌گوید: «پدر دنبال راهی بود تا به مردم کمک کند با جنبه واقعی زندگی یک فضانورد، و نه فقط بخش‌های پر زرق و برق و علمی آن، بلکه با فعالیت‌های روزمره هم آشنا شوند.»

فرمانده هدفیلد می‌خواست کارش را نشان دهد.

وقتی پسرانش، شبکه‌های اجتماعی را به او معرفی کردند و او را ترغیب کردند تا در توئیتر و سایر شبکه‌های اجتماعی ثبت‌نام کند، همه‌چیز روی روال افتاد. در طول مأموریت پنج ماهه بعدی‌اش، در حالی که وظایف عادی فضایی‌اش را انجام می‌داد، توئیت می‌کرد، به سؤالات فالوئرهایش پاسخ می‌داد، عکس‌هایی که از زمین گرفته بود را پست می‌کرد، موسیقی ضبط می‌کرد، در یوتیوب فیلم‌هایی از خودش می‌گذاشت، از گرفتن ناخن‌هایش، مسواک زدن، خوابیدن و حتی انجام تعمیرات در ایستگاه فضایی. میلیون‌ها نفر، همه آن‌ها را تا آخر و کامل نگاه می‌کردند، از جمله مدیر برنامه‌های من، تد^۵، که توئیت کرد: «در حالت عادی ویدئوهای زنده چند نفر که دارند لوله‌ها را تعمیر می‌کنند را نگاه نمی‌کنم، اما این‌ها در فضا هستند و خیلی فرق می‌کنند!»

حالا بیایید این واقعیت را بپذیریم: همه ما هنرمند یا فضاورد نیستیم. بسیاری از ما کارمان را شروع می‌کنیم و در پایان روز فکر می‌کنیم که هیچ چیز برای نشان دادن نداریم. اما فارغ از طبیعت کارتان، آنچه که انجام می‌دهید یک هنر است و فقط اگر شما آن را در مسیر درستی به مردم عرضه کنید، کسانی هستند که به آن هنر علاقه‌مند خواهند شد. در واقع،