

Adam Alter

# LENDÜLJ TÚL A HOLTPONTON!

100 módszer, amelyekkel eljuthatsz  
az elakadástól a sikerig

A fordítás alapja:

Adam Alter: *Anatomy of a Breakthrough: How to Get Unstuck When It Matters Most*

Copyright © 2023 by Adam Alter

Fordította: © Pétersz Tamás, 2023

Szerkesztette: Illényi Balázs

Korrektúra: Grim Jolán

Borítóterv: Lobotworks

A szerző fotója: John Fitzgerald

HVG Könyvek, Budapest, 2025

Kiadóvezető: Budaházy Árpád

Felelős szerkesztő: Dufka Hajnalka

[www.hvgkonyvek.hu](http://www.hvgkonyvek.hu)

ISBN 978-963-565-487-1

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni, adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképeseti úton vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., az 1795-ben alapított

Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja.

Felelős kiadó: Szauer Tamás

Nyomdai előkészítés: Kedves László

Nyomta és kötötte az Alföldi Nyomda Zrt., Debrecen

Felelős vezető: György Géza vezérigazgató

# TARTALOM

Bevezetés: A legelső szabály, hogy úgyis elakadunk	9
<b>I. RÉSZ: SEGÍTSÉG</b>	<b>25</b>
1. Miért elkerülhetetlen, hogy elakadjunk?	27
2. Tartsunk ki!	43
3. Csapdák és kísértések	59
<b>II. RÉSZ: SZÍV</b>	<b>77</b>
4. Szusszanjunk egyet!	79
5. Tartsunk szünetet, mielőtt cselekednénk!	96
6. Tanuljunk meg jól kudarcot vallani!	111
<b>III. RÉSZ: FEJ</b>	<b>129</b>
7. Elakadásvizsgálat és az egyszerűsítés művészete	131
8. Rekombináció és irányváltási képesség	150
9. Sokféleség és közösségi ötletbörze	169

<b>IV. RÉSZ: SZOKÁS</b>	<b>187</b>
10. Kísérletezés	189
11. Felfedezés és a lehetőségek kiaknázása	206
12. Cselekvés mindennek felett	224
Összefoglalás: 100 módszer a holtpontról való elmozdulásra	239
Köszönetnyilvánítás	251
Jegyzetek	253
Név- és tárgymutató	276

## BEVEZETÉS

### A LEGELSŐ SZABÁLY, HOGY ÚGYIS ELAKADUNK

Brianne Desaulniers a kaliforniai Sacramentóban született, 1989-ben.<sup>1</sup> A kislány, akit francia-kanadai apja és amerikai anyja otthon tanítottak, vonzódott az egyiptológiához és a mágiához, de a legjobban a színészet érdekelte. Hatévesen a legfiatalabb diákként felvették a San Franciscó-i American Conservatory Theater színészképzőjébe, és három évvel később már szerepelt is egy tréfás jelenetben a Jay Leno-féle *The Tonight Show*-ban. A rövid jelenetnek köszönhetően további televíziós felkéréseket kapott: először epizódszerepeket, aztán kisebb állandó szerepeket osztottak rá, végül pedig népszerű televíziós sorozatok főszerepeit játszhatta el. A kritikusok elismerése aztán megnyitotta az utat a filmek, a rendezés és az írás felé.

Néhány évvel később Desaulniers – ekkor már Brie Larson néven – *A szoba* (*Room*) című filmben nyújtott alakításáért, hetvennegyedik nőként, megkapta a filmszínészeknek járó legrangosabb elismerést, a Filmművészeti és Filmtudományi Akadémia díját, vagyis az Oscart. Ezenkívül több mint hetven további díjat ítéltek neki, és eljátszhatta a *Marvel Kapitány* (*Captain Marvel*) című kasszasiker címszerepét. Larson igazi tündérmesébe illő karriert futott be: nagyon korán elkezdte a színészi pályát, majd sok-sok apró lépéssel végül feljutott a csúcsra.

Ezzel a jellemzéssel csak az a baj, hogy nem tesz említést a több évtizedes küszködésről. Sok színésztársához hasonlóan Larson is éveken át egy helyben topogott, mielőtt bekövetkezett volna a nagy áttörés. Számptalan visszautasításban volt része, testképproblémákkal küzdött, és bevallotta, hogy élete nagy részében „csúnyának érezte” magát. A szülei elváltak, és az anyja vele és a testvérével, Milaine-nel Los Angelesbe költözött, hogy közelebb

legyenek Hollywoodhoz. „Egy vacak kis egyszobás lakásban laktunk – idézte fel Larson. – Az ágyat a falról lehetett lehajtani, és fejenként három ruhánk volt.” Több tucat szerepre jelentkezett, reklámoktól kezdve televíziós sorozatokig, és több száz meghallgatáson vett részt – sikertelenül.

Larson abban különbözik a legtöbb A listás színésztől, hogy nyíltan beszél a nehézségekről. „Audition Storytime! (pt. 1)” (Meghallgatási sztorik, 1. rész) címmel 2020. augusztus 13-án feltöltött a YouTube-ra egy tizennégy perces videót.<sup>2</sup> „Gondoltam, mesélek egy kicsit arról, hogyan is jutottam el idáig – mondja Larson a kamerába –, mert úgy látom, hogy állandóan csak a sikereimről esik szó, arról viszont senki sem beszél, hogy milyen nehéz volt, milyen sokszor elutasítottak; össze sem tudnám számolni, hány szerepet nem kaptam meg. Szóval szerintem érdekes lenne ezekről is beszélni.”

A videó és a folytatása húszévnnyi csalódás története onnantól fogva, hogy Larson hét éves korában először jelentkezett egy reklámszerepre. A többi ifjú reménységgel együtt beteretltek egy szobába, és a szereplőválogató alig néhány másodperc után elküldte. Ő sírva fakadt, mert azt sem hagyták, hogy előadja az alaposan begyakorolt monológját. „Később – meséli –, az egyik válogatáson azt mondták az ügynökömnek, hogy olyan rossz vagyok, hogy inkább ne is vigyen oda többet. És ő nem is vitt.” Ekkor Larson sorolni kezdi, milyen szerepeket nem kapott meg: *Gossip Girl* – *A pletykafészek* (*Gossip Girl*), *Az éhezők viadala* (*The Hunger Games*), *Holnapolisz* (*Tomorrowland*), a *Star Wars*-sorozat, *A mindentudó ház* (*Smart House*), *Kémkölykök* (*Spy Kids*) és az *Agymenők* (*The Big Bang Theory*). Minden címnél felkacag, ám ha a megfelelő pillanatban megállítjuk a videót, láthatjuk az arcán a fájdalomra utaló apró jeleket. Ezek nem boldog emlékek, és a későbbi sikerek ellenére ma is élénken élnek benne.

Az „Audition Storytime” második részében aztán Larson rálép a gázra, és csak úgy darálja az elbukott meghallgatások tucatjait.<sup>3</sup> „Eljutottam az utolsó körig – meséli – a *Junóval*, *A 13-assal* (*13*), a *Krizisbennel* (*The Brink*), *A mindentudó házzal*, a *Holnapolisszal*, a *Tökéletes hanggal* (*Pitch Perfect*), a *Vadregénnyel* (*Into the Woods*), a *Lázongó ifjúsággal* (*Youth in Revolt*), a *Pán Péterrel* (*Peter Pan*), a *CTRL nélkül* (*Halt and Catch Fire*), az *Agymenőkkel*... Te jó ég! Ez rengeteg csalódás, srácok! De még mindig itt vagyok.” Larson is elismeri, hogy a statisztika nem valami fényes, de azért bizakodóan hozzáteszi: „Az esetek 98-99 százalékában nemet mondtak. Tudom, hogy ezt nehéz megérteni a maga teljes valóságában, de gondoljunk csak bele, hogy meghallgatások ezerein vettem részt!”

Larson maga a színészi siker megtestesülése. Díjak, hírnév, pénz, szakmai elismerés és sok-sok szerep. De egykor még ő is falakba ütközött, még hozzá a saját bevallása szerint az esetek 99 százalékában. A YouTube-vallozásait több százezren nézték meg, és több tucat médiareakció született a hatásukra. A videók azért említésre méltóak, mert szokatlannak számít feltárni egy ennyire simának látszó életút kudarcait. A megrekedés nem olyan téma, amelyről ünnepezt színészek vagy más sikeres sztárok szívesen beszélnek ilyen mélységben és ilyen fájdalmas őszinteséggel, ezért sokszor magányosnak, elszigeteltnek érezzük magunkat, ha a saját utunk olyan nehéznek tűnik az övékhez képest.

Az élet minden elképzelhető területén előfordul, hogy megrekedünk. Például a munkánkban, amelyet a legszívesebben otthagynánk, vagy a párkapcsolatunkban, mert nem nyújt beteljesülést. Megrekedünk íróként, festőként, zeneszerzőként, sportolóként, tudósként és vállalkozóként. Ez az állapot tarthat néhány napig, de akár évtizedekig is. Lehet, hogy véletlenül megtaláljuk a módját, hogy kitörjünk ebből az állapotból, de az is lehet, hogy életünk végéig beleragadunk. A megrekedés ilyen makacs eseteiről viszonylag keveset hallunk, mert folyamatosan sikertörténetekkel bombáznak bennünket, és ezért azt hisszük, mások kevesebb akadályba ütköznek, mint mi. Időnként felbukkan egy-egy Brie Larsonhoz hasonló sztár, aki eloszlatja ezt a tévhitet, de általában olyan érzésünk van, hogy a megrekedés bennünket valahogy jobban sújt, mint másokat. Az igazság azonban az, hogy mindenki óhatatlanul belefut úttorlaszokba, és az elakadás nem rendszerhiba, hanem a sikerhez vezető út természetes velejárója. Akkor viszont miért ismerjük annyival könnyebben fel a saját korlátainkat, mint másokét?

Ennek legalább két oka van. Az első a Shai Davidai és Tom Gilovich kutatók által ellenszél/hátszél aránytalanságnak nevezett pszichológiai jelenségben keresendő.<sup>4</sup> Ez az aszimmetria azt jelenti, hogy sokkal nagyobb figyelmet fordítunk a korlátainkra (vagyis az ellenszélre), mint az erősségeinkre (vagyis a hátszélre), és emiatt úgy érezzük, a valóságosnál nagyobb ellenállásba ütközünk. Davidai és Gilovich egy rossz betűket húzó Scrabble-játékos esetével szemlélteti az elméletet. Képzeljük el, hogy az angolul játszott Scrabble-ben a következő betűket kapjuk: U, U, I, I, I, Q és W. Ha nem áldozunk be egy kört, hogy új betűket húzzunk, akkor ezekkel több fordulóra megrekedünk, és ettől kezdve valahányszor megpróbálunk kirakni egy szót, mindig a balszerencsénken bosszankodunk majd. Egy jó betűjárás ezzel

szemben nem tart sokáig; amint megkapjuk a kockákat, rögtön ki is játszuk őket. Ugyanez más környezetben is igaz. Ha nagy forgalomban vezetünk, és két sáv közül a lassabbat választjuk, akkor dühösen bámuljuk a másikban elhúzó autókat, míg, ha mi is ott ülnénk az egyikben, akkor csupán az útra figyelünk. Az akadályokra emellett azért is fordítunk több időt és energiát, mert csak így tudjuk legyőzni őket. Nem játszhatunk jobban a Scrabble-lel, és nem hozhatjuk be a forgalomban elvesztegetett időt, ha nem mérlegeljük a lehetőségeinket, és nem cselekszünk azok szerint.

Davidai és Gilovich azt is megfigyelték, hogy miközben az előttünk álló akadályokra összpontosítunk, általában nem vesszük észre a többiek nehézségeit. A kutatók egyik kísérletükben műveltségi vetélkedőt rendeztek a Cornell Egyetem hallgatóiból verbuvált pároknak. A kérdések egy részét minden résztvevő számára a könnyű kategóriából válogatták össze – például televíziós vígjátéksorozatokra vagy ismert rajzfilmekre vonatkoztak –, míg más feladványok olyan nehéz kategóriákba tartoztak, mint a barokk zene vagy az orosz irodalom. A résztvevők a játék után sokkal jobban emlékeztek ellenfelük könnyű kategóriás kérdéseire, mint a nehezebbekre, a sajátjaik esetében azonban nem mutatkozott ilyen részrehajlás. Ez a minta más területeken is megmutatkozik. Gilovich például egy másik kísérletben megállapította, hogy a legtöbben úgy vélik, az adók és a szabályozások nekik nagyobb kárt okoznak, mint másoknak, még akkor is, ha ez az objektív adatok alapján nem bizonyítható.

A másik ok, amiért az előttünk álló akadályokat szokatlannak tartjuk, az, hogy nehéz megértenünk mások küzdelmeit. A legtöbben diszkréten, zárt ajtók mögött vagy a saját fejükben viaskodnak a démonaikkal, és mi csak a folyamat tiszta, csillogó végeredményét látjuk. Látjuk Brie Larson Oscar-díját, de az azt megelőző két évtizedes küzdelmet nem. A média is sokkal nagyobb teret ad a gigantikus sikersztoriknak – Roger Federernek és Serena Williamsnek, Jeff Bezosnak és Mark Zuckerbergnek, Meryl Streepnek és Daniel Day-Lewisnak –, mint a több milliárd küszködőnek, akik szokványos esetek, és éppen ezért kevésbé érdekesek. A közösségi média is tele van népszerűséggel és ragyogással, és még az általunk követett jelentéktelen influenszerek is úgy osztják meg az életüket, hogy kicsemegezik a legjobb pillanatokat, a szépséghibákat pedig kihagyják. Mások életében tehát nehezebben vesszük észre a küzdelmet, ezért tévesen azt hisszük, hogy nekünk több jut belőle, mint nekik.



Az Airbnb piaci értéke 2021-ben meghaladta a 100 milliárd dollárt, és egyike volt a világ száz legnagyobb tőzsdei cégének. Három társalapítója, Brian Chesky, Joe Gebbia és Nathan Blecharczyk személyes vagyona fejenként 13 milliárd dollárra rúgott. Közülük Chesky a vállalat arca és vezérigazgatója, és Brie Larsonhoz hasonlóan ő sem titkolja el, milyen kihívásokkal kellett szembenéznie a cégnek a fejlődés útján, illetve ő maga hogyan akadt el közben többször is.

Az Airbnb-t a szükség szülte. Chesky és Gebbia az egyetemen ismerkedtek meg, majd miután végeztek, Chesky Los Angelesbe, Gebbia pedig San Franciscóba költözött. Mindketten unalmasnak találták a munkájukat, ezért Chesky beköltözött Gebbia San Franciscó-i lakásába, hogy közösen próbáljanak szerencsét techvállalkozóként. „Úgy ezer dollár volt a bankszámlámon, úgyhogy autóval mentem fel San Franciscóba” – idézte fel Chesky a Stanfordi Egyetemen 2015-ben adott interjújában.<sup>5</sup>

Ez 2007-ben történt. Amikor megérkeztem San Franciscóba, kiderült, hogy a lakás bérleti díjának rám eső része 1200 dollár lesz, így szó szerint arra sem volt pénzem, hogy kifizessem a lakhatásomat. Viszont éppen akkor rendeztek a városban egy nemzetközi dizájnkonferenciát, és az esemény honlapján az állt, hogy az összes közeli szálloda tele van.

Támadt egy ötletünk: a konferenciára érkező dizájnereknek meg kell szállniuk valahol, nekünk pedig nincs pénzünk, tehát mi lenne, ha valami panziófényt nyitnánk a konferencia idejére? Ezzel csak az volt a gond, hogy nem volt ágyunk; volt viszont három felfújható gumimatracunk. Így született meg a név: Air Bed and Breakfast („levegőágy és reggeli”), és az első weboldalunk címe is az lett, hogy [airbedandbreakfast.com](http://airbedandbreakfast.com). Végül hárman szálltak meg nálunk a konferencia idejére, és úgy gondoltuk, milyen vicces és menő módja ez a pénzkeresetnek.

Joe ezután bevonta az egyik volt szobatársát, Nathan Blecharczyk-et is, és elhatároztuk, hogy céggént folytatjuk ezt a tevékenységet. Az elképzelés lényege a következő volt: mi lenne, ha ki lehetne venni valakinek a lakását, bárhol a világon, mint egy hotelszobát?

Ezt hallva úgy tűnik, mintha valami jelentéktelen garázscégről lenne szó, amelyet néhány frissen végzett diplomás srác dobott össze egy hirtelen ötlettől vezérelve. Még maga Chesky is nevetett, amikor az interjú elején be-

vallotta, hogy többen azt mondták neki: „Az Airbnb a legrosszabb ötlet, amely valaha bevált.”

A vállalkozás eleinte csak botladozott. „2008-ban három különböző alkalommal indítottuk el a céget – emlékezett vissza Chesky. – A harmadik nekifutás után bemutattuk a csapatot tizenöt angyalbefektetőnek. Hét közülük nem is reagált, négyen azt mondták, a vállalkozás »nem illik az elképzeléseikbe«, egynek nem tetszett a piac, a maradék három pedig egyszerűen passzolt.” Chesky és Gebbia hitelkártyákról finanszírozták a céget, amelyeket egy baseballkártyákhoz készült tasakban tartottak. Rövid idő alatt több mint 30 ezer dollárnyi tartozást halmoztak fel.

Brie Larsonhoz hasonlóan Chesky is nyíltan felvállalta a korlátait. Sőt 2015 nyarán egy Medium-blogbejegyzésben még az eredeti elutasító e-mailek képernyőfelvételeit is megosztotta.<sup>6</sup> A levelekben olyan kifejezéseket találunk, mint „itt nem igazán csinálunk ilyesmit”, „nem vág a profilunkba”, „a potenciális piaci lehetőségek nem tünnek elég biztatóknak” vagy „az utazással mint kategóriával mindig is gondjaink voltak”. Az Airbnb természetesen átvészelte ezeket a kezdeti viharokat, és sértetlenül keveredett ki a nehézségekből. A csapat az elején több tucat házigazdával találkozott, hogy megtudják, mi vált be a termékből, és mi nem. Az alapítók azt az évet airbnb-s lakásokban töltötték, hogy első kézből ismerjék meg a szolgáltatást. Hogy tudják, mi a különbség a háromcsillagos élmény, az ötcsillagos élmény és – ahogy Chesky előszeretettel hivatkozik az értékelési rendszerükre – „a hétcsillagos élmény” között. Az Airbnb terjeszkedni kezdett, először New Yorkban vetette meg a lábát, majd más amerikai városokban is, és lassan a befektetők is kezdték komolyan venni a vállalkozást: 2009-ben 620 ezer dollárt investáltak bele, 2010-ben 7 milliót, 2011-ben pedig már 112 milliót. A sok döccenő ellenére a legtöbben általában a vállalat sikeres célba érkezésével foglalkoznak, nem pedig az odavezető út akadályával.

Az Airbnb által bejárt egyenetlen pálya egyáltalán nem szokatlan. Ha megnézzük egy másik gigász, az Amazon történetét, ugyanilyen nehézségekre bukkanunk. A vállalatnál Dan Rose felelt a kiskereskedelmi részlegekért 1999 és 2006 között, és részt vett a Kindle könyvolvasó piacra dobásában is. Rose 2020 szeptemberében posztolt egy tweetfolyamot, amely felidézi, hogyan próbáltak talpon maradni nem sokkal az után, hogy 1999 novemberében leszerződött a céghez:

Az Amazon 1995 júliusában indult, és az első hét évben minden karácsonyi időszak halálközeli élményt jelentett.<sup>7</sup> Én 1999-ben léptem be,

így a saját bőrömön is megtapasztalhattam mindezt. November végén a vállalat összes alkalmazottját kihelyezték a teljesítési központokba, ahol hat héten keresztül dobozokat csomagoltak. A következőket láttam:

Hiába igyekeztünk előre tervezni, a cég egyszerűen képtelen volt lépést tartani az ünnepi kereslettel. Az éves megrendelések 40 százaléka a hálaadástól újévig tartó hat hétben érkezett be... Az 1995-ös karácsony: minden dolgozó, Bezost [Jeff Bezos vezérigazgatót] is beleértve hat héten át megállás nélkül dobozokat csomagol, majd megfogadja, hogy ez nem történhet meg többé... Mire én 1999-ben beléptem, ez már hagyománynak számított...

Heti hat napon, napi tíz órán át árut válogatni, dobozolni és ajándékokat csomagolni rohadt kemény munka. Minden tisztelem azoké, akik ezt csinálják. Megfájdul a lábad, egy idő után már alig látsz... Kimerítő.

Aztán Jeff Bezos felvette a céghez Jeff Wilke-et, aki megmentette az egyre növekvő vállalatot saját magától. Wilke-nek volt termelésirányítási tapasztalata, így tudta, hogyan alakítsa olajozottan működő gépezetté az Amazon raktárait, és a cég ennek köszönhetően vezethette be a Prime tagság keretében az aznapi vagy másnapi kézbesítés szolgáltatását. Wilke olyan meghatározó szerepet játszott az Amazon sikerében, hogy nemsokára ő lett a nemzetközi fogyasztói kapcsolatokért felelős igazgató, és ebben a pozícióban Bezos után a cég második embere. Röviddel 2021. januári visszavonulása előtt egy interjúban Wilke felidézte azokat a kezdeti időket, amikor az Amazon teljesítési folyamatai elakadtak:<sup>8</sup>

Tehát fogtam az általam ismert forgatókönyvet, amelyet még a termelésirányításban tanultam meg, és átültettem a kiskereskedelemre. Tulajdonképpen ez volt az első alkalom, hogy ezeket a módszereket ilyen közegben alkalmazták. És szerencsére beváltak: jelentősen lerövidültek a ciklusok, csökkent a hulladékkepződés és kevesebb volt a hiba. És ennek köszönhetően indíthattuk el a Prime-ot, ami lényegében azt jelenti, hogy az ügyfél előfizet minderre.

Mi viszont csak az Amazon óriási sikerével foglalkozunk, a küzdelmeivel alig-alig. De mi történhetett volna egy alternatív valóságban, amelyben a vállalatnak nem sikerül leküzdenie ezeket az akadályokat? Ebben az univer-

zumban az Amazon – oly sok másik, épp csak szárnyát bontogató céghez hasonlóan – összeomlott volna saját sikerének súlya alatt. Ehhez az alternatív Amazonhoz az 1990-es évek végén, fennállása harmadik vagy negyedik ünnepi időszakában már több százezer online könyvrendelés fut be, és a teljesítésekért felelős szedett-vedett csapat kénytelen naponta több mint húsz órát dolgozni, hogy lépést tudjon tartani a kereslettel. Sok rendelés későn ér célba, és az ügyfelek dühösek. A gyerekek nem kapják meg a legújabb *Harry Potter*-könyvet karácsonyra, a szülők pedig lemaradnak Stephen King legfrissebb ünnepi bestselleréről. A vállalatot 1997 májusában viszik tőzsdére, de 1998-ra vagy 1999-re a részvényárfolyama a rengeteg negatív értékelés hatására a mélybe zuhan.<sup>9</sup> (A céget eleinte a valóságban is sok negatív kritika érte. A *Slate* magazin „Amazon.con-nak” nevezte őket [a „con” angolul szélhámost jelent], a *The Wall Street Journal* pedig „Amazon.bomb-ként” hivatkozott rájuk.) Az alternatív Amazon a 2000-es évek elejére összeomlik, és mivel a továbbiakban már nem tarthat számot a nagy újságok, weboldalak és kritikusok érdeklődésére, a küzdelmeivel egy idő után senki sem foglalkozik. A vállalat megreked, és a naponta bezáró több ezer másik céghez hasonlóan a hanyatlását sem dokumentálja senki.

A lényeg tehát, hogy a vállalkozók megpróbáltatásai – akár sikerrel jár a cég, akár elbukik – sokszor láthatatlanok maradnak. A siker elhalványítja a korábbi nehézségeket, a bukás pedig olyannyira közhelyszáma megy, hogy a legtöbbször elkerüli a figyelmünket. Ehelyett folyamatosan az Apple, a Google, a Facebook, a Netflix és még néhány hozzájuk hasonlóan kivételes vállalat szűk csoportjának sikersztorijaival bombáznak bennünket.

Brie Larson, az Airbnb és az Amazon csak három kiragadott példa, de nincs is szükség rá, hogy nagyon válogassunk. Elég, ha egy kicsit mélyebbre ásunk kultúránk legzajosabb sikertörténeteiben, és máris megtaláljuk a kétségbeesetten küszködő főhősöket. Az ifjú Fred Astaire arról panaszkodott, hogy elakadt, miután egy hollywoodi producer a következő megjegyzéssel utasította el: „Nem tud játszani. Kopaszodik. Kicsit táncol.”<sup>10</sup> Amikor Walt Disney első filmstúdiója, a Laugh-O-Gram csődbe ment, Disney öt évig egy helyben topogott, mielőtt megtervezte volna az egeret, amely később új stúdiója kabalafigurája lett. Chuck Close fotórealista festő 1988-ban kapott egy – általa később csak „az eseményként” emlegetett – szélütést, amelynek következtében deréktól lefelé megbénult. A finommotoros mozgás, amely hiperrealista festményeinek elkészítéséhez évtizedeken át nélkülözhetetlen