

# FOLD DIT LIV UD

En survivalguide til det moderne liv. Det er kort og godt, hvad **Thomas Lystlund** har skabt med sin nye bog "Dit livs Schweizerkniv".



TEKST STEFFEN MOESTRUP ILLUSTRATION RASMUS JUUL

Læs denne artikel og læs den nu. Måske vil den gøre dig til et lykkeligt menneske. Få dit liv til at udfolde sig, så det står klart for dig, hvad du må gøre. Hvis ikke, kan du altid tænde op i pejsen med den.

Thomas Lystlund har skrevet en bog. En bog til dig og mig, om hvordan netop vi klarer det her liv. Kort sagt skal vi omprogrammere vores hjerner, droppe de medieskabte billeder af lykke og korrekt handling, forlade fastlåste rutiner og begynde at tage vores eget liv alvorligt.

Men Thomas Lystlund, hvorfor skal der overhovedet skrives endnu en selvhjælpsbog?

»Jamen, min bog er slet ikke nogen selvhjælpsbog. Bogen er et opgør med den genre. Jeg tror ikke på, at nogen bog kan løse folks problemer. Vi kan ikke stå med en bog i hånden hver gang, vi skal træffe en beslutning. Derfor lægger min bog op til, at man er nødt til selv at styre sit liv.«

Hvordan opstod ideen til bogen?

»I forbindelse med udarbejdelse af Børns Bogklubs designmanual faldt jeg over en amerikansk managementbog, som var direkte afskyelig. Det var sådan en, man gav til folk, som blev fyret, hvor de fik at vide, at de burde have set det komme. Bogen ned-

gjorde sin læser ved hele tiden at udstikke retningslinjer for, hvordan læseren skulle omlægge sit liv. Den var så formynderisk og bedrevidende. Jeg tænkte, at det kan ikke være rigtigt, at man laver den slags bøger.«

## SOM EN KNIV

Lad os nu kigge lidt nærmere på Lystlunds bog. Flot er den i hvert fald. Dybrød, med sølvfolie på forsiden og formfuldendt i designet. Allerede på omslaget ses de forskellige værktøjer, der er lige til at trække ud. Som på en klassisk schweizerkniv. Og det er ikke nogen tilfældig konstruktion, for ifølge forfatteren er bogen måske mest af alt en værktøjsbog.

»I stedet for at forandre vores liv skal vi bruge de værktøjer, vi allerede har med os. Vi skal mentalt blive bevidst om, at vi allerede har værktøjer, og at der derfor ikke er nogen grund til, at vi forandrer os.«

Hvem har du skrevet bogen til?

»Det er alle os, som er vokset op med filmen "Fight Club" med Brad Pitt og Edward Norton i hovedrollerne. Alle os, der er tynget af en medieskabt virkelighed, som fortæller os, hvad lykken er. Hvordan vi skal agere, og hvad vi skal holde os fra. Jeg vil have, at folk stopper op og tænker, om det

nu også er rigtigt, alt det medierne, reklamerne og nyhederne fortæller os.«

## HVORDAN BLIVER JEG LYKkelig?

Funktionaliteten går igen inde i bogen. De enkelte værktøjer såsom krop, økonomi, arbejdsliv, sex og netværk behandles enkelt og præcist. Som en hurtig læst survivalguide. Om arbejdsliv hedder det blandt andet, at arbejde kun er arbejde og ikke dit liv. Der er prestige i at knokle røven ud af bukserne, men intet er et mavesår eller en stresssygdom værd. Sig nej. Udret noget betydningsfuldt udenfor arbejdet. Om venner hedder det, at du skal huske at omgås folk, der er markant anderledes end en selv for netop at udvikle dig.

»Ja, det er jo nok en lidt skizofren bog, for den giver også gode råd ligesom selvhjælpsbøgerne, men jeg har forsøgt at gøre mine råd så åbne som muligt og skrive i en morsom tone. Folk kan tage det, de kan bruge i deres liv og smide resten væk.«

Lad os prøve at kigge på et par af værktøjerne. Hvad er der galt med vores sexliv, og hvordan redder vi det?

»Vores sexliv i parforholdet er i al for høj grad præget af medieskabte forestillinger. Vi skal have det ned på jorden. Vi må ikke

“  
Vi frygter vores bankrådgiver, men i virkeligheden er banken til for os. Det er dine penge og kun dig, der kan bestemme, hvad de skal bruges til.  
”

Thomas Lystlund



gøre det alt for supervigtigt. Vi skal anerkende og elske mennesket bagved og måske bliver bedre til at være venner sammen.«

Hvad så med økonomien, du skriver, at mange danskere er alt for fastlåste, når det gælder penge?

»Vi frygter vores bankrådgiver, men i virkeligheden er banken til for os. Det er dine penge og kun dig, der kan bestemme, hvad de skal bruges til. Men alt for mange vælger den konforme vej og undlader eksempelvis at skifte til en billigere bank.«

Du skriver, at man skal finde sin egen lykke. I et af Jørgen Leths digte lyder det, at han ikke formår at være lykkelig, for han kan ikke finde ud af, hvordan man bliver det? Hvordan finder og fastholder man lykken?

»Man skal træde væk fra alle de rigtige meninger, så vil man se det hele mere klart. Og så er man nødt til at afprøve sine drømme. Det er svært at lære sig selv at kende i mediesamfundet, men hvis du drømmer om luftballonsafari i Afrika, er du nødt til at prøve det af. Det skal ikke forstås sådan, at vi alle sammen partout skal til Afrika og leve som ballonskipper, men jeg tror, at alt for mange lever med ikke-fulgte drømme. I bogen kommer jeg også med 25 eksempler på menneskers liv, der både er gode, dårlige, skægge og kedelige. Det kedelige liv, hvor der ikke sker alverden, kan jo være godt for nogen, men man skal være helt sikker på, at det konforme liv er et liv, som man vil se tilbage på med glæde, når man sidder på plejehjemmet.«

Hvad håber du, at din bog formår?

»At flere tør tage de farlige men nødvendige valg. De valg, som måske også indebærer, at man mister noget af det, man har. Jeg håber, at folk bliver mere bevidste om deres valg. Lever du dit liv, eller lever du andres forestilling om dit liv? Det skal man blive sig bevidst,« siger Thomas Lystlund, her hvor artiklen begynder at slutte.

Har du så netop spildt din tid? Var artiklen et hav af selvfølgeligheder? Fint. Så nåede du så langt. Løb nu videre ud i livet. Men husk at det er dit liv. ■

Bogen Dit livs Schweizerkniv udkom på Politikens Forlag den 1. oktober. Til bogen knytter sig websitet [www.ditlivsschweizerkniv.dk](http://www.ditlivsschweizerkniv.dk), som jævnligt vil blive opdateret med konkrete gode råd og den seneste viden inden for de områder, som bogen behandler.

Thomas Lystlund ejer kommunikationsbureauet Lystlund & Partners, der arbejder med strategisk design og konceptudvikling til tv-produktionsselskaber og reklamebureauer.