

## Что делать, если тебе кажется, что ты не такой как все?

*«Вылезаящие гвозди забивают ударами молотка»*

— старинная японская мудрость.

Что делать, если «тебе повезло, ты не такой как все...»? Поговорим о тех, кто думает немного (или много) по-другому, не так, как «все».

Как вы думаете, легко ли жить, будучи не таким «как все»? Когда все почему-то считает своей прямой обязанностью дать тебе «практические советы, как надо жить», которые, в конце концов, сводятся к одному — «не выпендриваться».

Давайте посмотрим на это дело отрешенно, со стороны. На самом деле, чем индивидуальнее, своеобразнее и «чуждее» личность, тем меньше действительно полезных советов могут дать вам другие люди. Просто потому, что эти советы хороши для них, а не для вас... И эти люди из лучших, естественно, побуждений будут стараться переделать вас под себя, сделать похожим «на всех», как бы логично, практично и красиво это все ни выглядело. И к этому всему надо быть готовым. Ведь люди по сути своей, существа социальные, общественные. Обычному, нормальному человеку надо, чтобы окружающие люди хотя бы казались похожими на него. Индивидуалистов, одиночек мало кто любит. Да, ими могут восхищаться, завидовать, но одновременно, подсознательно, стремиться «поставить этого чудака на место». Только вот мир сегодня изменился. Стандартные, «как у всех», действия дают только стандартный результат. Стандартные работники и ценятся стандартно. А вот оригинальные, нестандартно мыслящие люди сегодня в цене - очень высокой. Именно они меняют баланс сил в сегодняшнем, таком нестабильном мире. Пример? Пожалуйста! Что было бы, если бы Билл Гейтс послушался отца и пошел учиться на юриста? Одним средним юристом стало бы больше и одной «Майкрософт» меньше. Как бы ни ругали этого «мелкомягкого» гиганта, другой такой компании в мире нет. Просто нет. И не будет уже, наверное. И не было бы, если бы старина Билл не настоял бы в юности на своём!

Именно такие «чудаки» первыми «пробуют на вкус» все технологические новинки, новую музыку и «примеряют на себя» все, что боятся «примерить» другие. Маркетологи называют таких «пробователей» первичным рынком. «Первичным рынком движет желание „выпендриться“. Всеми остальными — желание быть похожими...» Алекс Випперфюрд, «Вовлечение в бренд».

Итак, если уж вас угораздило «быть не как все» — гордитесь этим. Таких как вы, мало, очень мало. А достоинств у вас — либо много, либо очень много! Просто надо принять это на веру. Залог вашей счастливой жизни — думать всегда своей головой и поступать так, как велит ваше сердце, а не следовать бездумно «практическим советам», от какого бы авторитетного источника эти советы ни исходили.