



Владимир Чичирин

**ДЕЛАЙ ЧТО ХОЧЕШЬ
И БУДЬ ЧТО ХОЧЕШЬ.
КАК ДОСТУЧАТЬСЯ
ДО СЕБЯ**



**Москва
Издательство АСТ**

Нельзя стать великим в деле, если им не одержим. Одержимый в нем все равно будет круче.

*Как найти свое предназначение, если
оно вообще есть*

Спойлер — оно есть.

«Знаю, чего НЕ хочу. Чего хочу — НЕ знаю».

Как расшифровать себя? Как найти свое призвание? Что и как по этому поводу говорят ваши нейроны? Как осознать, в чем собственная уникальность и чем она может быть полезна людям, чтобы за нее еще и захотели платить?

Натуральный продукт.

Без эзотерики, ГМО, искусственных красителей и без добавления сахара.

Да поможет нам нейрофизиология, психология, маркетинг, менеджмент, инженерные технологии, история, режиссура, ошибки, достижения, сотни людей и десятки компаний, которые на определенном этапе своего жизненного пути становились как моими клиентами, так и источником исследовательского вдохновения.

И хочу выразить особую признательность ученым и мыслителям, которые так или иначе повлияли на мою нейронную сеть: Котлер, Юнг, Пиаже, Выготский, Зейгарник, Лурия, Маслоу, Фрейд, Фромм, Барс, Гейдж, Шульговский и многие другие, чьи книги попадали мне в руки.

**ЧАСТЬ ПЕРВАЯ
ПСИХОЛОГИЯ
ПРИЗВАНИЯ**

ГЛАВА ПЕРВАЯ.

О ТОМ, ЧТО ВАС ТУТ ЖДЕТ И К ЧЕМУ НАДО БЫТЬ ГОТОВЫМ/ОЙ

Я всегда восторгался людьми, одержимыми своим делом. Бизнесмены они или писатели. У которых горят глаза от самого процесса работы. Их успех регулярно выбивает из меня слезу восхищения и благодарности за то, что смогли. Ведь они делают мою жизнь богаче, интереснее и лучше. Я потребитель их безумных идей, мыслей или просто самого лучшего в мире хлеба. Неважно, что когда-то хозяйка маленькой пекарни была топ-менеджером крупной компании. Важно, что она обожает печь хлеб. И только это обожание делает его таким бесподобным. И только ее хлеб для меня больше чем хлеб. Он каждое утро создает мой день. И это ее миссия. Не хлеб. А мои чувства. За возможность их испытать я и плачú.

11

У меня тоже есть миссия. Я хочу делать мир интереснее. Потому что люблю интересно жить. Помогая реализоваться людям, я делаю интереснее и свою жизнь. А самый кайф — я нахожусь в центре событий. Вот почему я занимаюсь тем, чем занимаюсь уже почти 30 лет.

А вообще, я с детства мечтал быть военным. Ну потому что рос в семье военного. Наверное. Неважно. Мечтал, в общем. Легко поступил в зенитно-ракетное. Но уже на этапе сдачи вступительных экзаменов по-

нял — не то что-то. Чувства странные. Не хочу я в военные больше. Совсем не хочу. Спроси меня тогда, почему? Так я не ответил бы. Это сейчас могу сказать что-то внятное и худо-бедно рациональное. Типа: «Свободу люблю» или «Не люблю беспрекословно выполнять приказы, не понимая их конечного смысла или понимая, но сомневаясь в его верности». Как раз все то, что совершенно справедливо будет раздражать командование. Не мое это. Я бы там только мешался.

Но я испугался просто развернуться и уйти. Испугался, что если сделаю это, то меня неправильно поймут дома, во дворе, моя девушка, учительница, взводный, поступающие другие пацаны (которых я первый раз вижу), и, конечно, это будет предательство памяти бабушки. Поступил, в общем. Мучил себя полгода. Писал и рвал четыре рапорта с просьбой меня отчислить по любой причине. В пятый раз таки довел дело до конца.

Подобным образом, только уже без особых терзаний и затягивания с принятием решения, я поступал в своей жизни еще раза три. Пока. А там посмотрим. Но вот еще в тот период я и решил: никогда в своей жизни не буду заниматься тем, что мне не нравится. Осталось разобраться, а что же мне тогда нравится, если то, что мне как бы нравилось, теперь точно не нравится. А над запасными вариантами я как-то и не думал. Не было запасного варианта. Нужды в нем не было. Надо придумывать мечту с самого начала. Как выяснится потом, я по жизни буду играть

без варианта Б. Только уже с базовой подготовкой. Вариант Б не нужен, если вариант А правильный.

Не, не, не! Не волнуйтесь. Это не автобиографическая книга. И не про жизненный опыт. Это просто предыстория того, как и когда я, по сути, начал изучать вопрос предназначения. Не только своего. А в принципе. Технологию. И ответы из области мистики, эзотерики и любого другого шаманства меня не удовлетворяли. Я материалист. При всем уважении меня интересуют доказательства. Ну или хоть логика какая-никакая. Земная логика. И наука. Логика и наука. А дыры и сомнения всегда можно успеть залатать верой в ненаучное. Мне же хотелось эти дыры сделать как можно меньше. Чтобы без мантр, заговоров и установок. Чтоб по уму.

Конечно, я понимал и понимаю, что изучать предназначение с позиции науки — кажется, примерно то же самое, что пытаться найти следы науки в любви. Но мы же знаем, что их там нашли. Что это химические процессы. Со своими закономерностями, последствиями и сроками. Мы знаем, что есть наука — психология. Наука о душе. Со всеми атрибутами науки: доказательствами, законами, исследованиями, статистикой. Признанием ее, в конце концов, учеными из других древних наук в качестве науки. Вот и я когда-то засучил рукава и поставил вопрос ребром. Есть ли у человека призвание или что-то подобное, что несет тот же смысл? Если есть, то как его можно определить и реализовать с максимальной вероятностью и результативностью? И вот я выделил три основных аспекта вопроса: психологический, ней-

рофизиологический, маркетинговый. Не с философской точки зрения, а с объективно научной. По такому принципу и построил повествование. Психологический — это подготовительный. Чтобы начать воспринимать информацию, надо сначала сдвинуть тектоническую плиту стереотипов. Получить дозу сомнений в привычных вопросах или дополнительные аргументы тем, кто уже какое-то время сомневался в однозначности устройства общества и социальных отношений. Дело в том, что некоторые положения этих отношений напрочь блокируют рациональный подход к вопросу самореализации. И либо уводят в область иррационального управления «успешным успехом», либо припирают к стенке одними ответом на любой вопрос: «Надо пахать, а не языком молоть». Этой частью книги я хочу обратить внимание читателей на те поведенческие паттерны, к которым мы привыкли и следуем им часто на автомате. А они, в свою очередь, напрямую участвуют в процессе самореализации и далеко не так однозначны.

Следующий раздел — нейрофизиологический. Здесь я постараюсь раскрыть физиологию процесса мышления и обозначу интересные противоречия между биологией мышления и сознанием. Через технологическую сторону работы нашего мозга мы с вами сможем убедиться в нелогичности вроде как бесспорных принципов достижения социальных успехов. Поговорим о недооцененном потенциале нашей нейронной информационной системы и методе его использования в целях достижения самореализации. Поднимем тему нашей уникальности, чем она обуслов-

лена, как ее определять на нейронном уровне и как преобразовать в самореализацию.

В третьей части мы уже будем готовы к маркетингу призвания. Как бы это ни звучало. Сам смысл призвания или самореализации в пользу от него людям. Так вот там мы и обсудим почему, во-первых, все что сказано в первых двух частях — это единственный путь, позволяющий создавать действительно полезные уникальные творческие продукты, товары, услуги, сервисы для людей. Во-вторых, почему в основе бренда всегда лежит уникальность. И в-третьих, как понять, кому нужна эта ваша уникальность и как ее донести, не расплескав.

Каждая часть, сама по себе, тоже пицца, но не само блюдо. Можно слегка перекусить ими по отдельности, но раз уж решились потратить время на вот это вот все, то лучше уж собрать все три ингредиента вместе. Настоящий вкус проявится только в конце. Так задумано поваром. Одним мгновением. Как только оттенки вкусов всех продуктов соединятся. Как мысль, которая приходит вдруг. Как пазл, который сложился.

Четвертая часть — это кейсы. Куда без них.

Прежде чем нырнуть в страницы этой книги, я хочу сохранить время тем, кого интересует только «успешный успех» и «как заработать миллион». Она не об этом. Она о том, как найти себя. А потом уже «как это монетизировать». Ее автор, вполне себе «успешный» маркетолог, занимаясь поиском уникальностей в людях и компаниях, убежден, что без первого деньги не приносят счастья и бренды на таких построить невозможно по определению.