

Виолетта Лосева

Маркетинг задом наперёд

для чтения в жаркий
летний день

Виолетта Лосева

**Маркетинг задом наперёд. Для
чтения в жаркий летний день**

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=24612249
ISBN 9785448538629*

Аннотация

В сборник для чтения в жаркий летний день «Маркетинг задом наперед» вошли не совсем бизнес-книги: «Отдайте мне меня» и «Маскарад маркетинга».

Содержание

Отдайте мне меня	5
Вместо предисловия	5
Глава 1. Ушла в инфо-бизнес... Скоро буду...	7
Глава 2. Счастье в личной жизни. все еще хотите рецептов?	20
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Маркетинг задом наперёд Для чтения в жаркий летний день

Виолетта Лосева

© Виолетта Лосева, 2017

ISBN 978-5-4485-3862-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Электронные не совсем бизнес-книги для чтения в жаркий летний день.

Отдайте мне меня

Вместо предисловия

А, между тем, за окном идет дождь...

Между чем?

Итак, я сказала всем – прямым текстом или мысленно (кому как повезло):

«Ребята, мне было очень приятно с вами познакомиться! Учитывая срок нашего знакомства, вы должны понять...

А не поймете – ваши проблемы... Я устала вытирать ваши сопли... Занимаясь этим круглосуточно, я теряю нужные мне навыки, умения и привычки... И вообще!

«Навыки, умения и привычки» звучит немного казенно, ну да ладно...

Я есть не только в ваших глазах и в вашем представлении.

Я – есть на самом деле!

Поэтому... чао, мои крошки...

Я верю в вас, вы – справитесь!»

Я сажусь за руль своего Хюндая, своей машинки очень средненького класса с надбитым лобовым стеклом и еду...

Куда и зачем?

Отвечаю четко и по пунктам:

Вперед. К прекрасному будущему (еще один штамп... нужно работать над собой).

Собратся с мыслями. Написать книгу. Познать себя.

Совершить подвиг. Попутешествовать. Подумать.

Убедиться, что Я ВО ВСЕМ ПРАВА...

Бай-бай, мои любимые, я вернусь к вам когда-нибудь... Или чуть позже...» Я еду!

Я кручу руль, слушаю музыку – и у меня все «зашибись»!

За окном – волшебный пейзаж...

Глава 1. Ушла в инфо- бизнес... Скоро буду...

Нюанс #: Секс, стёб и личный бренд

Едем дальше.

Шины шуршат, а воспоминания шевелятся...

Когда мы с Ним начинали заниматься любовью, он думал только о том, чтобы мне было хорошо.

В какой-то момент мне пришлось шепнуть ему на ушко: «Ты можешь быть немного более грубым». Он принял это как руководство к действию, и теперь у меня болят колени...

Вообще, мой «продукт» не об этом, но, как учили меня в одном очень гуманитарном институте, начало должно привлекать и завораживать.

Надеюсь, мое начало привлекло и заворожило именно тех, кому оно предназначено.

Что же касается конца... М-м-м...

Впрочем, о конце еще рано.

В любом случае он, конечно наступит...

Конец – он и есть конец...

Это не оргазм, который...

Причем тут оргазм?

Объясняю: как учили меня на мудрых тренингах по само-

развитию и копирайтингу, секс и все, что с ним связано – это неотъемлемая часть любого качественного современного текста.

Это – движущая сила литературы и искусства!

Это – незаменимый помощник начинающего автора!

Это – беспроегрышный элемент любой темы!

К чему, собственно говоря, и стремимся...

Таким образом, дорогой читатель, если вдруг я вставлю в текст что-нибудь о сексе, и это будет абсолютно «не к месту» – не суди строго, я просто соблюдаю законы жанра...

В любом случае – я предупредила!

Теперь еще об одном.

Я спокойно отношусь к неприличным анекдотам, нецензурным словечкам и пошлым шуткам, если все это употребляется в нужное время в нужном месте. Я плохо понимаю людей, которые «разговаривают матом» или называют изысканным стебом откровенное хамство.

И тем не менее...

Это – тоже прием, который, к счастью для одних и к несчастью для других, (как мне объяснили не раз), – практически обязателен для того, чтобы тебя читали!

Увы...

Поэтому – еще одно предупреждение: если вы встретите в этих строчках слова, которые будут «резать» вам ухо – знайте, что они написаны дрожащей рукой, одновременно смахивающей ностальгическую слезу о «высоком штиле» –

под давлением брутальной необходимости...

О чем это я?

Сказать честно?

Не высокое желание вскрыть пласт банальности, который покрывает информационное пространство сегодня...
не щемящий зуд, который говорит всякому писаке – «день, прожитый без написанной строчки – потерянный день»...

не твердое намерение начать в очередной раз жизнь с нуля, попробовав себя в новом деле, привели меня на эту дорожку.

Если уж быть совсем откровенной, то причиной всему был его величество ОБЛОМ!

Я представила себе, что, после полугода вынужденного безделья \ отдыха \ безработицы (нужное – подчеркнуть, сама я так и не знаю, что это было), я выхожу на работу в офис и...

Как в старые (и не совсем добрые) времена, начинаю ломать и приспособливать себя под начальников, коллег, партнеров, офисный режим и организационную структуру компании (о, что за неприличное выражение) – и поняла, что мне «в облом» это делать...

Я не хочу.

Я буду делать то, что я люблю.

Хотелось бы, конечно, написать «люблю и умею», но увы – пока что только люблю... Будем считать, что и это уже нема-

ло...

Да, собственно говоря, в чем вопрос?

Тема у меня – просто верх изыска и очарования!

Я знаю самые изысканные маркетинговые (и не совсем) способы, приемы, фишки и всякие там фестивали-карнавалы в широком смысле и в личной жизни...

И

Я точно знаю – как не стать теткой в 49 лет!

«Вот в этом ты – профи!!!» – сказал мне один очень близкий и приятный мне человек. До той секунды я считала, что я – профи в другом. Но теперь...

Для полного успеха осталось соорудить себе бренд!
И – все!

Будь особенным!

Будь непохожим на других!

Будь собой!

Будь лучше!

Будь другим!

Будь харизматичным!

Играй на контрасте!

Соединяй несовместимое!

Говори что хочешь!

Ляпай не думая!

Пукай громко и принародно!

Ковыряй в носу в постели с любимым!

Вот оно, современное руководство для создания личного

бренда!

Практически все пункты – кроме двух последних – очень легко выполнимы!

Но если очень постараться – можно освоить все!

Итак, – стеб, секс, бренд – и... (как учат нас великие тренеры интернет-мира) слава Льва Толстого среди высокоразвитых умов современности, а также два-три миллиона в месяц – мне обеспечены!

Супер!

Остальное – прибавится само собой!

Нюанс #: Склонность к самокопанию

Поговорим о склонностях...

Например, о склонности к самокопанию.

«Странная ты какая-то... Все люди как люди, а ты, с какого-то перепугу, все в себе копаешься, все выискиваешь, все высасываешь из пальца (да и не только) проблемы, которые других вообще не волнуют.

Не умеешь ты, горе-мыслитель, махнуть рукой на всякие там переживания, обрасти толстой кожей и двигаться вперед к лидерству, к целям, к совершенствованию и богатству. И точка.

Какая разница что у тебя внутри?

Оглядись вокруг!

Отовсюду слышно: рвись вперед, обгоняй других, поль-

зуйся окружением, будь уверенным в себе, отстаивай свою позицию, развивайся как профессионал, ищи новые пути и способы разбогатеть, наслаждайся жизнью и благосостоянием, имей больше, чем тебе нужно...»

Не так ли?

Что это?

Рекомендации для всех «под одну гребенку»?

Боевой устав?

ОК, давайте спросим умных специалистов:

«А все ли обязаны быть лидером? Стремиться к лидерству?» «Все ли должны уметь продавать? Показывать себя в выгодном свете?» «Всем ли помогает тот „волшебный пинок“, который вы продвигаете, как универсальное средство?»

Как правило, ответ звучит снисходительно.

«Конечно, не все... Никто никому не обязан...

Но если ты на встрепенешься, если не поднимешь с дивана пятую точку, если не научишься ставить перед собой высокие цели, то так и будешь прозябать всю жизнь, будучи не в состоянии понять, как высоко можно взлететь и как хорошо там, наверху».

А если я не хочу наверх?

А если мне и здесь отлично – под пледом с Федором Михайловичем или Михаилом Афанасьевичем?

Иногда с двумя сразу...

На всякий случай – я имею в виду Достоевского и Булга-

кова, чтобы вы ничего не подумали...

Только ленивый сегодня не сказал хотя бы пару слов о пресловутой зоне комфорта, из которой, якобы, нужно выйти, для того, чтобы выбиться в люди.

По интернету давно и прочно гуляют шутки о том, что для того, чтобы выйти из этой зоны, туда нужно сначала попасть... И о том, как миллионер из Чикаго учит тракториста из Калиновки выходить из зоны комфорта...

Хотя...

Комфорт – хорошее слово.

Испокон веков в комфорте ничего плохого вроде бы и не было.

Именно в зоне комфорта человек и может что-то создать, в то время как, находясь вне этой зоны, личность перестает быть личностью и становится машиной, роботом...

Самоистязание какое-то...

Сделай так, чтобы ты испытывал дискомфорт, и тогда сможешь чего-то достичь?

Ну не абсурд ли это?

Так вот, самокопание – это та область, которая может помочь (не на 100%, но... может) разобраться в себе.

И только потом – пытаться разобраться в других.

И найти свою зону комфорта, не стремясь в лидеры, если тебе это не нужно...

Вот и вся, собственно говоря, суть происходящего.

Никогда в жизни не поймешь, какую реакцию по отноше-

нию к себе ты можешь получить от кого-то, пока ты не знаешь КТО есть ТЫ.

Да и свою реакцию на что-то происходящее ты не всегда можешь предугадать...

В любом случае – сначала определяемся «кто есть я», а уж потом «чего ждать от других по отношению ко мне».

А как иначе?

Нюанс #: Путешествие. До и сейчас

Сумерки – опасное время.

Во всех отношениях.

Особенно, при скорости 140 км\час на плохой дороге.

У нас – хорошая страна, но дороги оставляют желать лучшего...

И дураков хватает.

Поэтому вариант только один – сбросить скорость. С сумерками и дорогой ничего не сделаешь.

Сбросить скорость – не значит остановиться.

Я продолжаю ехать!

Куда?

Вижу, придется мне сделать еще одно вступление. Сама напросилась.

Это, кстати, одна из самых знаковых характеристик многих умненьких и не самых юных очаровашек: самой завести себя в тупик, чтобы потом героически выйти оттуда.

И похвалить себя за это.

Итак, ЭТО зрело давно.

Так получилось, что последние (дай бог, не последние) несколько лет моей жизни прошли под знаком «эх, ребята, все – не так... все – не так, ребята»...

Работа – то она есть, то ее нет... И неизвестно, что лучше...

Мужчина – то он есть, то его нет... И неизвестно, что лучше...

Деньги – то они есть, то их нет... Ну, с деньгами, правда, более понятно...

Взрослые дети.

Пожилые родители.

Стареющие родственники.

Молодые начальники.

Юные коллеги.

Ноющие подруги.

Инфантильные мужчины.

Безынициативные друзья...

Маркетинг в особо крупных размерах и во всех других его проявлениях.

Единственная радость в виде новых красных туфелек))) и...

Проблемы, проблемы, проблемы...

Свои и чужие, близкие и далекие, крупные и мелкие, серьезные и ерундовые, конкретные и расплывчатые, суще-

ствующие и надвигающиеся, актуальные и потенциальные, настоящие и надуманные...

И так до бесконечности...

«Ну что ты хочешь? Возраст такой...»

Эта фраза меня едва не добила...

Возраст?

Что это такое?

Дата рождения, написанная на бумажке или нежелание видеть что-то прикольное вокруг?

Десяток лишних килограмм или отсутствие «чертиков» в глазах?

Синяки под глазами от «недосыпа» каждое утро или новый вид пофигизма (тебе пофиг, когда на тебя не оборачиваются в метро)?

Пара лишних морщин или твердое убеждение «я это уже видела... я это уже знаю... это мы уже проходили...»?

Несколько цифр, обозначающих всего-навсего день, которому предшествовали 7—9 месяцев после того, как твои мама и папа классно и успешно позанимались любовью?

Или груз прожитых лет, написанный у тебя на лбу?

Так кто же виноват, дорогая?

Нюанс #: Как быть достойным бараном в своем стаде

Небольшое отступление...

Как сказал мне один весьма неглупый человек, пару собак

съевший на личностном развитии, «если ты хочешь быть достойным бараном в своем стаде, то, как говорится, флаг тебе в руки»...

Не люблю говорить о поколениях, т.к. «поколение» – это тоже, в какой-то степени стадо... Только с размытыми границами...

Если объединять людей по принципу «мы в детстве пробовали мороженое по 13 копеек, а наши дети даже не знают о том, что такое валенки с галошами», то получается, что мы опять берем в расчет только какие-то внешние обстоятельства, черты, характеристики, забывая о том, что внутри каждый человек индивидуален.

И так было, есть и будет во все времена...

Если мы завидовали приятелям, у которых галоши ярче блестят, а наши дети – тем у кого планшет круче, то их дети будут завидовать (возможно, пусть будет так) тем, кто чаще летает в межгалактическом пространстве на каникулах или кому в мозг «вмонтировали» чип с большим объемом информации при рождении.

Зависть от этого останется завистью.

Не хотелось разговор о наших «внутренностях» начинать с зависти, это не главное чувство и состояние, но как-то так получилось.

В принципе, ранжирование чувств и ощущений – занятие неблагодарное.

Не важно, с чего начать.

Важно – что они были, есть и будут всегда – радость и обида, восторг и жалость, страх и умиротворение, любовь и совесть, сомнения и раздражение и т. д.

Как минимум, хочется думать, что так будет всегда.

Я – это точка отсчета в системе координат «я и мир», как бы пафосно это ни звучало.

И у каждого она – своя. Сколько бы обобщений, теорий и классификаций нам ни навязывали.

В итоге, возможно, какую-то из них и придется принять. Но – не раньше, чем мы определим точку отсчета, т.е. раскопаем в себе то, что не видно внешнему окружению.

Ой, совсем забыла... Стеб, стеб, где же мой стеб? Подожди, маленький, сейчас, сейчас мой хороший... Сейчас придумаю и вставлю...

Сейчас..

Ой, блин, опять пишу как старая калоша: ни стеба, ни секса, ни оригинальности, ни отстройки, ни личного бренда...

Последние несколько страниц – ни одного ругательства...

Кто же так пишет в наше время?

Кто тебя читать будет, дорогая?

Пусть будет так:

Передо мной расстилается охренительное поле, покрытое нежной (как попа монашки) невинной желто-зеленой травой...

Лежит... как мачо, утомленный ласками двух..., нет, пожалуй лучше, трех секс-бомб, и вальяжно мастурбирует, по-

хотливо посматривая на офигительно голубые облака, напоминающие кружева на ночной сорочке девственницы перед дефлорацией...

Фух, не очень, конечно, получилось, но зато и стеб и секс сразу!

Можно спокойно ехать дальше.

Глава 2. Счастье в личной жизни. все еще хотите рецептов?

Нюанс #: Рецепты от счастья

Поскольку сегодня каждый автор волен творить с жанрами повествования всё, что он хочет, я воспользуюсь этой свободой, и не буду ломать голову над вопросом – что представляет собой это, с позволения сказать, произведение.

Повесть? Сборник эссе? Справочник? Набор статей из блога?

Вероятно, всего понемножку, но дело – не в определении.

Замысел этого «продукта» блуждал во мне давно, спотыкался о всякие препятствия, типа «об этом уже сто раз писали» или «все равно ничего путного не получится», и нырял куда-то в глубину, каждый раз убеждая меня: все главное уже давно сказано, а говорить о «неглавном» нет смысла, потому что об этом говорят и знают все.

Внутренние призывы «возьми и сделай», «под лежащий камень...» и «не Боги горшки обжигают» почему-то не работали...

Единственное, в чем меня убедили беспрекословно кучи скачанных бесплатно и купленных материалов – это в том, что универсальных приемов, которые бы подходили всем, просто нет в природе.

И обещания «стать миллионером за три года», «стать счастливым и свободным, выполняя 10 правил», «найти любимого человека, не прилагая усилий» или «систематизировать бизнес в кризисный период» – это, практически, полный бред, на который «ловится» все меньше и меньше простаков, а титулованные писаки продолжают придумывать все новые и новые способы «как привлечь покупателя», «как увеличить трафик», «как познать себя» или «почему вы несчастны в семейной жизни»

Рецептов нет!

Особенно, если речь идет о человеческих отношениях.

А, заметьте, маркетинг – это тоже человеческие отношения, как ни крути.

Нюанс #: А вдруг?

Как-то я начала очень серьезно писать, елки-палки...

А где же юмор, цепляющие начала абзацев и стеб?

О сексе я уж и не говорю...

Писать просто о сложном?

Легко о тяжелом?

Целомудренно об эротическом?

ОК.

Отношения между людьми включают в себя столько аспектов (психология, физиология, эмоции и чувства, внешность, эстетика, юридические, гендерные, семейные вопро-

сы...), что даже разложив по полочкам каждый из них, все равно нет однозначных рекомендаций как поступить в том или ином случае.

Когда умный продвинутый тренер или коуч предлагает например, паре людей предпринять то или иное действие и, тем более, потом его проанализировать или подвести итоги, он, вероятно, осознает, что многие из нас столкнутся с непониманием, как минимум, одной из сторон.

В идеале, конечно, это выглядело бы так:

– Дорогой, давай поиграем в интересную игру. Нам понадобится бумага, ножницы и 10 минут времени... Мы должны вырезать силуэты животных, на которых мы с тобой похожи... Ты у меня будешь похож на суслика... А я?

– О, любимая, как это мне самому не пришло в голову? Ты будешь похожа на бабочку... Я готов! Это поможет нам еще лучше понять друг друга...

Из области фантастики, не правда ли?

Вернее, даже так: если в паре искренне происходит подобный диалог (я говорю не о конкретных словах, а об отношениях, при которых он возможен) – вряд ли они будут искать тренинги и упражнения по семейным отношениям...

Им это просто не нужно...

Как правило, ответ на предложение выполнить упражнение звучит следующим образом (в лучшем случае):

– Ой, что ты такое придумал (а), мы же не дети...

– Вот только игр нам с тобой не хватало...

– Давай лучше сходим куда-нибудь...

– Тебе что, заняться нечем?

Плюс миллион других вариантов в зависимости от возраста, воспитания, темперамента, степени близости, уважения и доверия в паре, желания что-то менять, желания сделать еще один шаг навстречу друг другу, готовности к изменениям и понимания их необходимости.

Поэтому...

У меня рука не поднимется и язык не повернется давать какие-то рецепты или гарантии насчет быстрого и легкого результата.

Более того, я могу с уверенностью сказать, что если кто-то будет предлагать вам пошаговый план как 100% разобраться в себе или наладить отношения за 2 месяца и 50 долларов – не верьте, так не будет.

Поэтому призыв, который я, с удовольствием, размещаю здесь будет звучать так:

Давайте попробуем!

А вдруг?

Нюанс #: Зачем нужен маркетинг тем, кого он не кормит?

Идея поговорить о маркетинге вообще и о маркетинге в личной жизни, в частности, родилась не внезапно.

Эти заметки – результат 20-летнего опыта работы в ка-

честве маркетолога в разных компаниях, на разных рынках и в разных областях маркетинга.

Ох, до чего ж дубово звучит фраза «результат 20-летнего опыта работы».

Ну ладно...

Хотя... Что такое опыт?

Но... Для начала, про еще один «облом», который случился буквально накануне момента, когда вдохновение, наконец, нахлынуло...

Мысль писать для «не-маркетологов» уже грела меня некоторое время и вдруг – БАБАХ! – на просторах интернета (еще один штамп), пусть лучше будет – в бескрайних степях интернета – одним словом, получаю приглашение на тренинг, который называется примерно так: «Основы маркетинга для не-маркетологов»

А знаете, как обидно, когда кто-то выхватывает у тебя что-то буквально из-под носа?

Даже если речь идет всего лишь о словечке?

Даже если «он не нарочно»?

Но, поскольку вдохновение уже не просто подступало, а начинало буквально давить, то было принято решение – название поменять и писать пока пишется, ибо слов и мыслей (а также, говорят, и денег) во Вселенной хватит на всех)))

Итак, вернемся к опыту. А также, штампам, любопытству и зыбкому маркетинговому счастью...

Считается, что маркетинг развивается такими семимиль-

ными шагами (и на рынках и в личной жизни...), что то, что было актуальным еще пару лет назад, сегодня – уже далекое старомодное прошлое.

«Новинки», изобретенные гениальными маркетинговыми умами, так быстро подхватываются и теми, кто понимает, в чем суть новшества, и теми, кто этого совершенно не понимает, очень быстро превращаются из «новинок» в штампы, которые не только не работают при продвижении вашего продукта, (не говоря уже о личной жизни – ха-ха), но и тормозят продвижение вперед.

Вспомните, что случилось со словами «уникальный», «эксперт», «высокое качество», (а также «солнышко», «масик», «рыбка») и многими другими, которые просто перестали работать.

Как минимум, в «устах» некоторых...

Вспомните, что случилось с обращениями «впервые в нашей стране», «только сегодня и только у нас».

Вы еще верите в это?

Вспомните, как вас не раз пытались взять «на слабо», звать к вашему самолюбию, любопытству, зависти, страху, мечте.

Это тоже придумали маркетологи.

Психологи помогли.

А как вам «экологически чистый продукт», «только натуральные ингредиенты», «мы вернем вам деньги, если вам не понравится», «100% гарантия качества», «секреты гимна-

лайских мастеров у вас на кухне», «пока вы читаете этот текст, ваш сосед уже переезжает в новую квартиру», «вы станете обладателем уникального устройства по низкой цене», «я так хотел тебе подарить новые духи, но магазин был закрыт»...?

Этот список воспоминаний может быть продолжен до бесконечности.

С завидным постоянством мы встречаем публикации «10 нюансов...», «22 способа...», «33 манипуляции...», «56 советов...», «15 легенд и 24 мифа...» и так далее.

Казалось бы... бери, пользуйся и будет тебе счастье...

Создателю продукта – высокие продажи, а покупателю – понимание где обман, а где – правда...

Но... счастье в маркетинге очень зыбко и временно...

В отличие от личной жизни...

Хотя бывает – и там и там...

К чему это я?

Просто какой-то поток сознания?

Нетушки!

Есть Я. Я – это только Я.

Есть МЫ. Это Я и ОН (она, они...) Если что – я не о групповом сексе и ли каких-то извращениях. Я – о том, что мы – это ты и еще кто-то, возможно, друг, ребенок, сосед и т. д. – т.е. тот, с кем ты строишь отношения или просто общаешься.

А остальное – это МАРКЕТИНГ.

Все просто!

Как ни крути...

Нюанс #: «Плохой» и «хороший»... родственник

Первый закон нашей семьи гласил:

если ты не падаешь в обморок от умиления, глядя на беззубую улыбку новорожденного племянника, значит ты плохой родственник.

Закон действовал неукоснительно.

Поэтому, если хочешь быть хорошим родственником, падай в обморок регулярно, пока у младенца не вырастут зубы...

Потом настанет черед «посмотри, как он кушает яблочко» или «послушай, как он играет на скрипке».

И если ты в это время не бросил все и преступно смотришь в другую сторону, ты опять – плохой родственник...

Увы...

Нужно ли говорить о том, что с течением времени, живя уже на значительном расстоянии от тех, кто создал, внедрил и неукоснительно следовал этому закону, мы продолжали «мерять» степень любви и привязанности количеством «ахов и вздохов» и готовностью вникать во всякую ерунду?

Причем, для одних «сю-сю-сю, ах, какой хорошенький, как же я соскучился (лась)» значило «действительно любит», а для других – «да сколько ж можно!».

И те и другие были воспитаны и выросли в одной семье.

Так возникают ситуации, когда на вопрос «Как прошел день?» одним хочется дать полный отчет «по минутам», а другим – переспросить «Что ты имеешь в виду?»

В каждой семье (паре) есть тысячи «особых статей», и градус развития родственных отношений определяется ключевыми формулировками, заложенными задолго до...

Нюанс #: «Я себе этого не прощу»

Самокопанием люди занимались во все времена.

Маркетингом тоже...

Только называлось это по-другому... Если вообще называлось.

О личной жизни я уже и не говорю. Тут вообще поначалу все было на уровне биологии. Но было же!

Думаю, селфдиггинг возник почти одновременно с инстинктами в виде некой надстройки.

Чем выше организован человек, тем более осознанно он задает себе вопрос «почему я так быстро бегу» в случае проявления инстинкта самосохранения.

Могу представить, как снисходительно улыбаются некоторые читатели этих строк.

Конечно, принято думать, что когда мы действуем инстинктивно, мы, как правило, не задаем себе вопросов. А если задаем – то не знаем, как четко сформулировать ответ.

Увы, это так...

Приходилось ли вам слышать от себя следующие фразы?
«Я от себя такого даже не ожидал...»
«Если на моем месте был бы кто-то другой...»
«Я не могу себе позволить»
«Я собой доволен»
«Я-то себя знаю»
«Я бы никогда так не сделал»
«Я бы поступил точно так же»
«Я злюсь на себя»
«Мне себя жалко»
«Мне даже подумать об этом стыдно»
«Я себе этого не прощу»
А зачем нам нужно знать себя?

Нюанс #: Кто перед тобой, и кто ты в его глазах

Вот тут мы и подошли к самому интересному.

Я не говорю «главному», потому что «самое главное» каждый определяет для себя сам.

То что для меня – главное, для вас, возможно, на 135-м месте.

Но...

Раз уж мы с вами ведем беседу, то позвольте предположить, что это будет нам с вами интересно.

Для того, чтобы понять кто сидит перед тобой, нужно понять кто ты.

Потом – кто перед тобой.

Потом – кто ТЫ в его глазах.

И только тогда – производить впечатление.

Не раньше.

Хочешь раньше – окажешься в дураках.

Т.е. все тренинги и курсы по общению, коммуникациям и прочим темам, которые «играют» на поле «МЫ», нужно начинать с игр «в кубики» на поле «Я».

По-моему тут все ясно...

Нюанс #: Просто картинка... вид издалика...

«...На самом деле у них все было хорошо. Но поскольку все были немножко пьяны, это не слишком бросалось в глаза...»

В компании все были немножко пьяны.

Совсем чуть-чуть, но это чувствовалось.

Музыка звучала та же, что и в начале вечера, но слышали ее уже по-другому. То же самое можно было сказать и о шутках. Нужно ли упоминать то, что платья на дамах тоже были прежними.

Как, впрочем, и сами дамы.

Но выглядели по-другому.

Как минимум, в глазах тех, кто на них смотрел.

Потому что в этой компании все были немножко пьяны. Совсем чуть-чуть. И те, кто выглядел, и те, кто смотрел.

– Может быть, пойдем домой? – спросил молодой человек свою спутницу.

– Ты думаешь уже пора? – спросила она в ответ.

– А просто ответить «да» или «нет» нельзя?

– Ты пьян? – удивленно спросила она.

Так получилось, что опять спросила. Просто так получилось.

– Тебе не надоело? – он отвернулся и отошел в другой конец комнаты.

Хотя, вряд ли у комнаты был конец. Но это не имело никакого значения.

Она скользнула за ним. Ей не нравилось, когда его не было рядом. К сожалению, у них были разные представления о расстоянии. Ей казалось, что он отошел слишком далеко, а он был уверен, что сделал всего пару шагов.

– Ты хочешь уйти? Пойдем.

На самом деле у них все было хорошо.

Но поскольку все были немножко пьяны, это не слишком бросалось в глаза.

Когда они прощались с хозяевами вечеринки, они держались за руки. Только она держала его чуть больше, чем он.

Тем более, у всех были разные представления о расстоянии и силе притяжения...

Нюанс #: Потому что близкий

Когда мои близкие мне люди делают глупости, я не могу смотреть на это равнодушно.

Именно потому, что они – близкие.

Мне совершенно безразлично, в каком виде ходит по улице мой сосед – хоть вообще без одежды...

Но...

Если мой сын (муж, племянник, брат и т.д.) ходят «как чучело» я не могу молчать.

И совсем не потому, что мне стыдно за них или я боюсь, что кто-то подумает, что это мой родственник и свяжет его внешний вид со мной.

А потому, что это – близкий человек...

Отсюда возникает конфликт.

Получается, что конфликты в семье, чаще всего возникают от большой любви?

Чем больше любовь – тем больше равнодушие.

Чем выше равнодушие – тем больше желание исправить ситуацию.

Чем больше желание исправить ситуацию – тем больше риск создать конфликт.

Где границы?

Нюанс #: В нашем королевстве

В нашем королевстве дамы делились на две группы: упакованные и неприкаянные.

Тонкая прослойка «нейтральных», была довольно зыбкой, поскольку они никак не могли решить, к кому примкнуть.

А, впрочем, от их решения, ничего и не зависело.

Ну... почти ничего.

Хотя... И первое и второе и третье – чистой воды условность.

Временное впечатление...

Как показывает практика, мир устал и стремится к упрощению.

А также к классификациям и «клиповому» взгляду на вещи.

Это упрощение уже так в зубах навязло, что можно подумывать скоро люди забудут как пишутся буквы...

Дети мыслят «клипами», а взрослые... Хорошо, если вообще как-то мыслят...

Поэтому статус дам нашего королевства часто определялся новыми туфельками, и мало кого беспокоило, что именно за этим стоит.

Все стремились руководствоваться старым правилом: «Как только вы научитесь смотреть на себя глазами других, вы тут же найдете общий язык с ними».

Найти общий язык хотели все, но не у всех получалось.

Нюанс #: Примите мои извинения... или не принимайте...

«Если ты извинился – ты сделал все, что мог.

И что хотел.

Принять твои извинения или нет – это уже проблемы другой стороны. Ждать реакции – необязательно!»

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.