

Часть I

Внешность — ваша сила,
или Сделай себя сам!



Жажда — ничто, Имидж — все

Настал момент проверить и оценить ваше отношение к одежде. Что ж, возьмите карандаши, прочитайте вопросы и варианты ответов и обведите те ответы, которые вам наиболее подходят.

Как вы относитесь к процессу покупки одежды?

- а) это лучшее времяпрепровождение;
- б) зависит от настроения;
- в) необходимость, с которой время от времени приходится мириться.

Чем одежда является для вас?

- а) отражает индивидуальность и подчеркивает достоинства;
- б) защищает вашу ранимую натуру, является своеобразной маскировкой от внешнего мира;
- в) прикрывает наготу и защищает от холода.

Для чего вы одеваетесь?

- а) чтобы доставить удовольствие себе любимому, а также представителям противоположного пола;
- б) чтобы доставить удовольствие постоянным сексуальным партнерам;
- в) чтобы все в конце концов от вас отстали.

Выбирая одежду, следуете ли вы моде?

- а) да, всегда или почти всегда;
- б) не задумываетесь над такими пустяками;
- в) принципиально предпочитаете быть немодным.

Подбираете ли вы свой гардероб разумно?

- а) да, стараетесь иметь наряды на все случаи жизни;
- б) предпочитаете универсальные вещи, которые могут сочетаться с разной одеждой;
- в) покупаете вещи, которые нравятся, не думая ни о чем.

Где вы покупаете одежду?

- а) в модных магазинах;
- б) в магазинах, торгующих со скидкой;

в) где придется.

Какую сумму вы обычно тратите на одежду?

- а) больше, чем следовало бы;
- б) столько, сколько можете себе позволить;
- в) стараетесь обходиться минимальной суммой.

Какая судьба постигает ваши старые вещи?

- а) выбрасываете, когда они вам надоедают или выходят из моды;
- б) храните любимые вещи, а остальные со временем удаляете из шкафа;
- в) одежда снашивается до дыр, а потом выкидывается.

Подведем итог. Посмотрите, ответов на какую букву у вас больше. Если на букву «а», то вы являетесь **человеком типа «А»**, настоящим любителем или любительницей покупок. Во всех своих нарядах вы прекрасно выглядите и не менее прекрасно себя чувствуете. Несмотря на то что окружающие посмеиваются над вами, считая барахольщиком (цей), вы никогда не перестанете делать все новые и новые покупки. Однако если вашей основной задачей является выражение индивидуальности, то вы, скорее всего, недостаточно внимания уделяете соответствию вашего имиджа различным жизненным ситуациям. Бывают случаи, когда вам необходимо подчеркнуть один из аспектов вашей личности, затушевав какой-нибудь другой, например в случае собеседования при приеме на работу. Задумайтесь об этом, совершая очередную покупку.

Ваша сексуальность, правильно подчеркнутая нужными вещами, будет по достоинству оценена противоположным полом. Главное — не переборщить, иначе может посыпаться множество непристойных предложений.

Если вы постоянно следуете моде, все-таки приглядывайтесь не только к обложкам модных журналов, но и к своему отражению в зеркале — вдруг что-нибудь супермодное на модели на вас будет выглядеть просто смешно. А от смешного до... ужасного — один шаг. Старайтесь соблюдать баланс, иначе и полное освоение законов НЛП не поможет.

Вам очень трудно избежать лишних трат. Может быть, это и неплохо — помните, Остап Бендер поучал гражданина Воробьянинова: «Киса, учитеесь жить шикарно!» Но хорошо все-таки, если в своих тратах вы будете знать разумные границы и сумеете вовремя остановиться. Для этого вам пригодится следующий совет. Находясь в магазине, спросите себя: купили бы вы этот костюм или же те туфли, если бы на этикетке отсутствовало название известной фирмы или фамилия модельера? Если да, то о вас можно сказать, что вы играете наверняка, совсем как покупатель обычного розничного магазина. В противном случае вы можете производить впечатление человека, помешанного на этикетках — неужели они действуют на вас гипнотически? Ведь вы скорее оплачиваете дорогостоящую рекламу, а не высокое качество одежды.

Удивительная прозорливость! Ну да, если у вас больше вторых ответов, то вы — человек типа «Б», более разумный, но отнюдь не менее эlegantный, нежели тип «А». Однако в вашем «шике по расчету» тоже есть свои подводные камни. Начнем с того, что шик просто не может быть по расчету! А со своим настроением или «ненастроением» вы просто можете «попасть». В то самое время, когда вы собрались за покупками, в магазинах может не оказаться того, что вы хотите, или того, что вам к лицу. В результате вполне можете купить то, что вам предлагают только потому, что пребываете в подходящем настроении, даже если в глубине души сознаете: это не совсем ваша вещь. А если еще и такими вещами маскировать себя от внешнего мира, то у ваших знакомых может голова пойти кругом от некоего несоответствия вашего внешнего облика внутреннему содержанию. Ну да, вы немного застенчивы. Но поза страуса тоже не столь неуязвима, как кажется. Голова-то в песке, а другое место, напротив, поставлено под удар.

И не надо заниматься самоуничижением! Если вашему мужу нравится вот эта серенькая длинненькая юбочка, а вам как-то не очень, то вы все равно не произведете на своего благоверного нужного впечатления и он будет пожирать глазами длинноногих девиц в мини. Это все произойдет оттого, что

кинетические демоны чаще всего заводятся в неудобной для вас одежде, в той, к которой душа не лежит. Не дайте демонам завладеть собой! В противном случае ни успеха, ни победы вам не добиться.

Если вы — человек типа «В»... Э-э-э, батенька, да вы большой оригинал! Но не спешите задира́ть нос кверху. Эта оригинальность в плохом смысле слова. Да, дорогой мой, бывает и такое. Такой «оригинальностью» страдают в основном мужчины. Несмотря на то что вы равнодушны к мнению окружающих, возможно, стоит преодолеть отвращение к покупкам и уделять им больше времени, а не хватать первую попавшуюся вещь, более или менее вам подходящую. Другие люди не так рассеянны, как вы, и могут негативно оценить ваше наплевательское отношение к собственной внешности. К тому же если сами вы и пренебрегаете условностями, то другие-то — нет. Доведенная до крайности, подобная философия способствует превращению в оголтелого индивидуалиста и может настроить против вас окружающих в тот самый момент, когда вам особенно необходимо произвести хорошее впечатление, например в разговоре с кредитным брокером или классным руководителем вашего ребенка.

На самом деле вам лишь нужно выбрать подходящую вещь из того, что есть в продаже, — только и всего. Существует не так уж много магазинов, чей ассортимент определяется новейшими модными тенденциями. По крайней мере, если есть такой страх новизны, можно сочетать свой стиль с тем, что предлагают магазины, не становясь рабом всяких новшеств ради них самих. Главное, чтобы вас с этим самым стилем не принимали за бомжующего маргинала. В противном случае о победе в нашем социуме можно вообще забыть.

Из всего вышесказанного вы можете сделать вывод, что ближе всего к победе и успеху люди типа «А». Можно посоветовать остальным группам двигаться в том же направлении, а группе лидеров — слегка умерить фанатизм... и продолжать двигаться дальше.

Уверенность в себе

Люди формируют свое мнение о вас в течение первых же секунд, просто окинув взглядом, даже до того, как вы откроете рот. Устраиваете вы деловую презентацию, произносите речь, отвечаете на вопросы в телевизионном интервью, выступаете перед родителями в новом для вас классе — в любом случае, очень важно, какое вы производите первое впечатление.

Если ваша внешность привлекательна, то вы можете склонить аудиторию на свою сторону еще до того, как произнесете первое слово. Точно так же можно оттолкнуть от себя людей, если ваш внешний вид, скажем мягко, идет вразрез с общепринятыми представлениями об одежде.

Однако просто иметь соответствующий внешний вид недостаточно. Необходимо, чтобы вы сами чувствовали себя комфортно и чтобы ваша уверенность передалась аудитории. Если вы знаете, что хорошо одеты, удачно причесаны, находитесь во вполне сносной физической форме, то вы будете прямо-таки излучать уверенность. Если же вы ощущаете несоответствие в чем-то собственным стандартам, то невольно начнете сосредотачиваться именно на этой детали. Даже если окружающие считают, что вы выглядите прекрасно, *вы-то* знаете, что находитесь далеко не в лучшей своей форме, и невольно передаете это негативное ощущение другим.

Тратьте свои усилия не столько на то, чтобы произвести впечатление на особ противоположного пола, сколько на то, чтобы повысить собственную самооценку. Вы сами должны получать удовольствие от своего внешнего облика.

Многие известные люди буквально преобразались, когда открывали наконец, что именно дает им возможность выглядеть лучше. Ярчайший пример — Барбара Стрейзанд. На ранних фотографиях мы видим довольно невзрачную, несколько неуклюжую девицу, внешность которой немногое говорила о ней самой, скорее являлась свидетельством того, что ее хозяйка мало о ней заботится. По мере ее профессиональ-

ного роста как певицы, актрисы и кинопродюсера в прессе стали мелькать изображения совершенно иной особы. О, эта женщина знает, как уложить волосы и использовать грим, чтобы скрыть свои недостатки (например, слишком близко посаженные глаза), и как, напротив, подчеркнуть свои достоинства (длинную шею и царственный, хотя и слегка искривленный нос). Многие авторитетные глянцевого журналы называют ее красавицей. Что ж, эта талантливая актриса и певица выработала собственный неповторимый стиль, в том числе и в одежде.

У многих популярных личностей (в том числе вымышленных) есть некие неотъемлемые детали одежды, которые стали как бы их визитной карточкой и без которых их просто невозможно представить.

Попробуйте вообразить себе Уинстона Черчилля без его жилета с цепочкой; Шерлока Холмса — без кепи и пальто с пелериной, без знаменитой изогнутой трубки; Авраама Линкольна — без высокого, похожего на печную трубу цилиндра; Фреда Астера — без элегантного смокинга и канотье.

Мораль этой истории такова: ваш внешний вид, ваш выбор одежды в значительной степени влияют на то, что думают о вас другие, и на то, что вы думаете сами о себе.

Не важно, предприниматель вы, политик или торговый агент — в любом случае, тон всему предстоящему дню вы задаете во время утреннего ритуала, во время выбора одежды из вашего гардероба. Положительные эмоции могут оказать тем «подъемником», который поможет вам действовать успешно; отрицательные «придавят» вас, запустив цикл сомнений, которые скорее всего приведут к неудаче.

Человек, по роду своей деятельности вынужденный быть на виду, обязан в любой ситуации двигаться грациозно и с достоинством, сохраняя полную уверенность в себе. Он всегда должен чувствовать себя «хорошо упакованным» и не сомневаться в том, что его подготовка — на должном уровне.

Классический стиль всегда говорит о хорошем вкусе его обладателя. Простая, сдержанная одежда поддержит в лю-

бой ситуации. Кроме всего прочего, она позволяет зрителю видеть именно вас, а не то, что на вас надето. Таким путем вы сможете ненавязчиво выразить свою индивидуальность. Манера одеваться достаточно полно расскажет о том, что вы собой представляете и к чему стремитесь.

Женщины тоже могут одеваться консервативно и просто, но при этом использовать мелкие детали, которые ненавязчиво подчеркнут их индивидуальность. Я знаю одну женщину — владелицу фирмы, предлагающей пиар-услуги. Она частенько поверх ворота довольно незатейливого платья или костюма повязывает шарфик от Гуччи. Нередко шарфик сочетается с длинной ниткой жемчуга. У нее целая коллекция — шарфы смотрятся великолепно, добавляя яркие штрихи к строгому консервативному гардеробу.

Если вы уверены в том, что ваша одежда работает на вас и соответствует вашему образу, то можете совершенно забыть о ней, сосредоточившись только на своей работе.

Встречают по одежке!

В этом разделе мы обсудим, какая одежда наиболее уместна для человека, «находящегося на виду», на которого устремлены взгляды всех окружающих. В частной жизни вы можете отдавать преимущество своим пристрастиям и фантазиям и носить то, что вам хочется, однако человек, занимающийся общественной деятельностью, обязан изменить систему отсчета — одежда не должна привлекать к себе слишком много внимания; ее роль сводится к тому, чтобы позволить вам донести до аудитории ваши слова, ваши мысли. Короче говоря, одежда должна помогать вам, а не подавлять вас.

Одному из моих клиентов, почти гению в области рекламы инвестирования средств в недвижимость, все чаще и чаще приходилось выступать перед самой разнообразной аудиторией: бизнесмены, инвесторы, продавцы и покупатели недвижимости. Великолепный оратор, он страдал только от недостатка уверенности в том, что выглядит на трибуне по-

добающим образом. В особенности его напрягала проблема выбора одежды для выступлений.

Когда этот бизнесмен впервые обратился ко мне за советом, он был одет в привычной для него броской манере, свойственной многим представителям торговли: кольцо с бриллиантом, большой яркий платок в нагрудном кармане, галстук, совсем не подходящий к прочему одеянию, полосатая рубашка с белым воротником. Кроме всего прочего, костюм плохо сидел на нем и явно был сшит из дешевой синтетической ткани.

Даже беглого взгляда было достаточно: внешний облик моего клиента оставляет желать лучшего.

Я просто раскрыл ему некоторые основополагающие принципы подбора подходящей одежды — строго классической и консервативной (те, что я излагаю в этой главе), и моих рекомендаций оказалось достаточно, чтобы бизнесмен спустя весьма короткое время стал выглядеть вполне презентабельно. Он приобрел два хороших шерстяных костюма (темно-синий и серый), несколько рубашек (однотонных) и галстуков (умеренной ширины, неброских расцветок). Бриллиантовое кольцо и платок были убраны в комод, где и пребывают по сей день.

Если вы хотите выглядеть безупречно, начните с того, что встаньте перед большим зеркалом и «сфотографируйтесь» в полный рост. Осмотрите себя со всех сторон — и с боков, и со спины. Не лукавьте с собой относительно достоинств и недостатков вашей внешности. На основании своего прошлого опыта вы, конечно, уже знаете, что вам идет, а что — нет.

Возьмем, к примеру, женщин. Поскольку на сцене или на кафедре вы можете не только стоять, но и сидеть, вам следует выбрать такую юбку, которая хорошо смотрелась бы в обоих случаях. Узкая юбка поднимается над коленями и морщится спереди, поэтому на бедрах нужно иметь запас шириной как минимум пара сантиметров. Подумайте о том, как вы будете выглядеть перед аудиторией, расположенной ниже уровня сцены. Избегайте юбок с разрезом, которые распахиваются, когда вы садитесь — никакие усилия не помогут вам намертво соединить края разреза.

Выбор длины одежды строго индивидуален, и не следует менять длину юбки каждый сезон, как диктует мода. Вы можете определить идеальную длину в зависимости от своего роста, веса, предпочитаемого вами стиля. Большинству женщин идут юбки так называемой итальянской длины — чуть ниже колена, которая, кстати, никогда не выходит из моды.

Теперь поговорим о мужчинах. Ваш костюм должен быть не только самого лучшего качества (ткань и пошив), которое вы можете себе позволить, он также должен быть подходящего цвета и отлично сидеть на вас. Когда вы садитесь, края брюк не должны подниматься настолько, чтобы между брюками и носками открывалась полоса кожи (длинные носки — не выход в данной ситуации). Ботинки должны блестеть всегда! Рубашка также должна хорошо сидеть и ни в коем случае не быть слишком узкой (полные мужчины! Помните, что нет ничего непригляднее, чем вид расходящейся на животе между пуговицами рубашки!). Ваш галстук, если он не гладкий, должен иметь сдержанный рисунок, не «резать» глаз. Если вы «не чувствуете цвета», попросите кого-нибудь помочь вам в его выборе.

Магия цвета

Когда луч света проходит через призму, он преломляется, демонстрируя нам спектр. В соответствии с длиной волны цветные полосы располагаются в строго определенном порядке. Вы видите эти цвета на небесной радуге, в спектрометре ученого-физика и даже на сетке настройки вашего телевизора или монитора.

Крайними цветами спектра являются черный и белый. Глазу или камере сложно объединить их, поэтому фото- или телекамеры не совсем адекватно воспроизведут такие сочетания, как белое лицо и черное платье или же контрастный черно-белый рисунок на ткани.

Темные цвета поглощают свет и зрительно уменьшают изображение. Светлые, напротив, отражают свет и зритель-

но увеличивают изображение. Некоторые цвета, к примеру красный и оранжевый, вибрируют — они слишком резкие и доминирующие. Желтый и зеленый, в свою очередь, бросают мрачный отсвет на кожу.

На своих семинарах, посвященных выступлениям перед публикой, я всегда говорю, что основное правило заключается в том, чтобы не надевать в таких случаях белого, черного и красного.

Если вы выбираете цвета для сцены или телестудии, лучше поискать их в середине спектра — чем ближе к середине спектра, тем лучше будет смотреться цвет, тем больше он будет вам идти. Наиболее выигрышно смотрятся серые, голубые, жемчужные тона.

Синий и лиловый

Синий, несомненно, один из самых приятных цветов, так как он устойчив и находится в середине спектра. Джинсовый синий цвет — деним — отлично смотрится на всех, от младенцев до ковбоев. Бледно-голубые рубашки и блузы на фотографиях выглядят белыми. Для женщин наиболее подходящим как для выступления перед телекамерой, так и во всех других случаях, я назвал бы, пожалуй, темно-синий костюм в сочетании либо с гладкой блузой, либо с блузой из ткани с расплывчатым рисунком сероватых тонов.

Синий цвет имеет множество прекрасных оттенков: кобальтовый, аквамарин, темно- и светло-лазурный, королевский синий, морской волны, электрик, голубой, васильковый, сизый, небесный, серо-голубой... Быть может, вас устроит цвет воды пляжа Бонди (есть и такой, со слегка зеленоватым отливом), ультрамариновый, полуночно-синий, сапфировый, берлинская лазурь...

Вне всяких сомнений, прекрасно смотрятся многообразные оттенки лилового. Розовато-лиловый, насыщенный фиолетовый, темно-фиолетовый, тускло-фиолетовый, темно-сиреневый, лиловый с красноватым оттенком, сливовый,