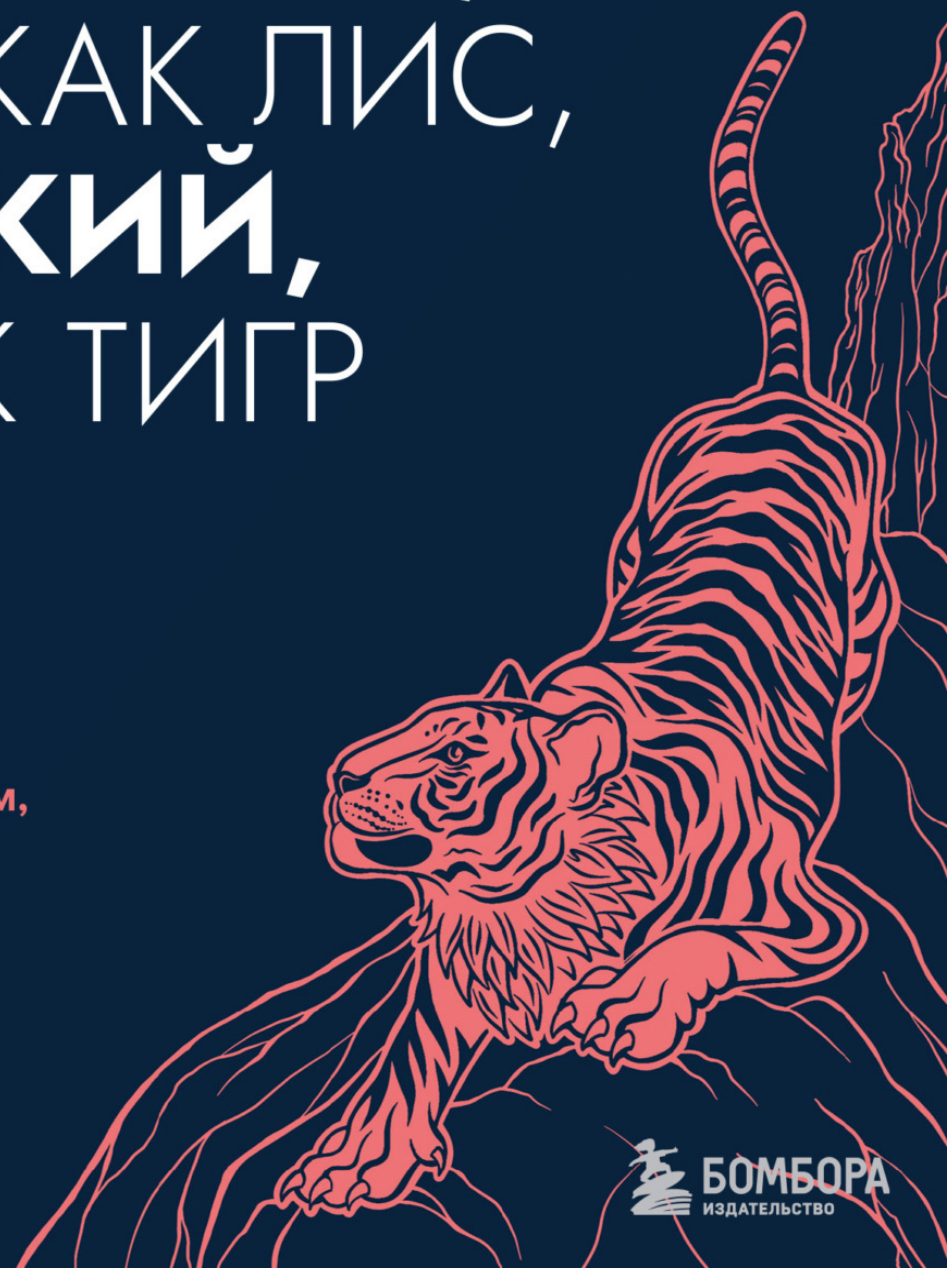




АННА МАРЧУК

ХИТРЫЙ, КАК ЛИС, ЛОВКИЙ, КАК ТИГР



36 китайских стратагем,
которые научат выходить
победителем из любой
ситуации



БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО



t.me/marketologmanager

Анна Марчук

**Хитрый, как лис, ловкий, как тигр. 36
китайских стратагем, которые научат
выходить победителем из любой
ситуации**

© Марчук А.С., текст, 2021

© На обложке и в блоке использованы иллюстрации Анны Марчук

© ООО «Издательство «Эксмо», 2021

Вступление

Давайте замахнемся на недостижимое? Можно ли выработать у себя мышление, позволяющее побеждать в спорах, просчитывать поступки людей, влиять на их мнение и ситуацию вокруг? Я всегда считала, что нет. Оказалось, просто читала не те книги.

Я постоянно проигрывала споры. Неважно, сколько великолепных аргументов крутилось в моей голове, каждый раз я до хрипоты пыталась перекричать оппонента, отстаивая свою точку зрения, но это никогда не помогало. Этой же тактикой в спорах пользуется большинство людей – идут напролом, настаивают на своем, приводя все новые и новые аргументы. Иногда это работает: если ваш оппонент не слишком высокого мнения о себе.

Мне всегда было интересно, как устроена голова у политиков, дипломатов или шахматистов. Как у них получается продумывать такие сложные стратегии, которые приводят к победе? Я считала себя абсолютно неспособной к такому типу мышления. Однако недостижимое манит, и я искала разные пособия, которые помогли бы мне натренировать такое мышление, даже училась играть в шахматы. Но все, что мне попадалось – книги по риторике, по психологии воздействия – было слишком далеко от реальной жизни. А мне хотелось настоящего умения, конкретных приемов, благодаря которым я смогла бы убеждать людей, влиять на их мнение.

И вот однажды мне на глаза попалась небольшая статья, посвященная тридцати шести приемам манипуляции, «стратагемам», как они назывались. Сначала я подумала, что это очередные непонятные философские изречения, но чем дальше читала, тем больше понимала – это оно. То, что я искала.

Это были те самые конкретные приемы, которые позволяют обернуть любую ситуацию в свою пользу. Но... это был древний трактат, написанный в несколько философском духе, свойственном китайцам. Это сильно затрудняло понимание: слишком сложная тема, написанная слишком сложным языком.

Прошло семь лет. Трактат «Тридцать шесть стратагем» стал моей настольной книгой, я защитила по нему диссертацию и много

выступала с докладами на эту тему. И теперь могу с уверенностью сказать – любой достаточно умный человек может научиться мыслить как политик или древний китайский полководец – просчитывать, предполагать, подстраивать. Управлять событиями. Это не такой сложный навык, как кажется.

Когда мы изучаем историю любого государства, рано или поздно нам встречается слово «интрига». От него веет тайной, на ум приходят темные коридоры, кинжалы, и письма, опечатанные воском. Многоходовые комбинации, проворачиваемые политическими интриганами, кажутся верхом логической мысли и признаком невероятной изощренности ума. Словно это нечто совершенно недостижимое. Однако любая интрига складывается из ряда стратагем. И когда мы раскладываем эти хитроумные комбинации на составляющие, они становятся просты и понятны.

Постепенно открывая для себя стратагемы одну за другой, вы учитесь рассматривать ситуацию как набор исходных данных, которыми можете управлять. А также приобретаете два бесценных навыка, которые не раз пригодятся вам в дальнейшей жизни.

Во-первых, вы учитесь *распознавать манипуляции*. Сложно представить, насколько часто мы становимся их жертвами. Особенно это актуально в последнее время, когда рекламщики и политики взяли на вооружение трюки из психологии и НЛП. Когда вы начинаете изучать то, как работают стратагемы, у вас будто открываются глаза – вы замечаете то, на что раньше никогда не обращали внимания. Манипуляции в ваш адрес, которых вы раньше не видели, становятся понятными и очевидными.

Во-вторых, вы учитесь *абстрагироваться в сложных ситуациях и принимать непростые решения*. Раньше, если мне предстояло отстаивать свою точку зрения, волнение затмевало мне голову и не давало думать. Я кричала и упиралась до последнего. Сейчас сначала останавлиюсь и подумаю, как целесообразно поступить в этой ситуации. Какой прием или уловка могут мне помочь.

Заметьте, я не говорю о лжи. Есть стратагемы, в которых без нее не обойтись. Здесь важно помнить, что каждый сам ставит себе пределы допустимого, а цель редко оправдывает средства. Но большинство приемов предполагают не ложь, а несколько иной взгляд на события и соответствующие действия.

Вы учитесь рассматривать жизненные перипетии, как шахматную партию, взирая на все сверху, и просчитывать возможные ходы.

О ЧЕМ ЭТА КНИГА?

Большей частью она посвящена трактату «Тридцать шесть стратагем» – древнему военному тексту, который раньше был запрещен к вывозу за границу. Его можно уместить на десятке листов, и он прекрасен тем, что годится не только для военных и дипломатов, но и для нас с вами. В трактате четко и лаконично описаны тридцать шесть приемов, уловок, хитростей – стратагем. Их немного, но при этом они настолько всеобъемлющи и легко сочетаются, что позволяют нам оперировать ими практически в любой ситуации.

Текст трактата сложный, насыщенный историческими отсылками и философскими рассуждениями, поэтому цель этой книги – представить стратагемы в максимально понятном виде, чтобы вы сразу могли применять их в жизни. Для того, чтобы вы научились пользоваться стратагемами, я подробно расскажу про каждую, покажу близкие и понятные приемы в русской культуре. А также подробно расскажу, как стратагемы можно использовать на практике, к примеру, в споре.

ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА?

Для любого человека, который хочет научиться не попадаться на манипуляции и уметь любую ситуацию обернуть в свою пользу. В наше время, когда войны сражаются не мечами, а словом, эти знания могут стать хорошим подспорьем для бизнесмена.

Стратагемам легко найдется применение в повседневности. Часто в жизни простых людей разыгрываются такие «войны», что перед ними меркнут наполеоновские. Все мы попадали в, казалось бы,

безвыходные ситуации, и в такие моменты весьма пригодился бы совет, как поступить. Тракта́т «Три́дцать ше́сть стра́тагем» может стать таким «советчиком», нужно только знать, как им пользоваться.

Мы будем знакомиться со стратагемами и их применением постепенно, все шире открывая для себя это старинное искусство. Вы сможете взять стратаге́мы на вооружение в свой «арсенал», а я постараюсь сделать процесс «узнавания» максимально простым и интересным.

Часть I

Восточная стратегия успеха

Первое, о чем спрашивают люди, которые узнают, чем я занимаюсь: – *А что такое стратагема?*..

Ответить на этот вопрос так же непросто, как и объяснить, что такое эстетика или диалектика. Но я попробую.

Стратагема – это и философия, и наука, и особый прием, благодаря которому ваш противник сделает то, что вы хотите.

Можно было бы назвать стратагему «уловкой», «хитростью», «трюком», «маневром», «манипуляцией», но ни одно из этих слов не является полноценным синонимом. Скорее это кусочки мозаики, составляющие понятие стратагемы. Это универсальный прием, который можно применять в политике, риторике и повседневной жизни.

Но что такое стратагема относительно военных терминов, относительно «тактики» и «стратегии»? Стратегия – это искусство ведения войны, общая идея, реализуемая с помощью тактик. Тактика – методы и приемы, используемые, чтобы выиграть бой; серия ходов. А стратагема – это ловкий, необычный ход, особенность которого в том, что его *нельзя подготовить заранее*. Он всегда рождается из анализа ситуации в текущем моменте на основе известных вам приемов.

Из этого следует, что стратагемы не относятся ни к тактике, ни к стратегии. Для понимания сути стратагем нам понадобятся такие термины:

Стратагемное мышление – умение применять стратагемы в повседневной жизни, придумывать хитрость, подходящую к ситуации.

Не путайте со *стратегическим мышлением* – куда более широким понятием, подразумевающим умение воспринимать ситуацию, как партию в шахматы (пониманием причин и следствий происходящего, умением анализировать и планировать, просчитывать ходы).

Когда вы изучаете стратагемы, то приобретаете навыки стратагемного мышления, и вместе с ним стратегического. Вы учитесь

подбирать прием к ситуации, а также абстрагироваться от происходящего и смотреть на все как бы сверху, дистанцировано.

Следующий термин – *стратагематика*. Это наука о стратагемах – какие они бывают, как их придумывать и как ими пользоваться.

Также в этой книге вы встретите термин *стратагемщик* – это тот, кто использует стратагемы.

Глава 1

Стратегемы в мировой культуре

Попробуем разобраться, что понимают под стратегемами в разных языках и культурах. Самым известным сборником стратегем в мире является китайский трактат «Тридцать шесть стратегем». И говоря «стратегемы» чаще всего имеют в виду именно его. Поэтому начнем со значения иероглифа «計», который используется в трактате. Приведу словарную статью^[1]:

	I существительное
Упрощенный:	1) план, проект, замысел, расчет 2) политика; интересы 3) стратегия, тактика, военная хитрость; уловка; затея
	II глагол
Чтение: цзи, jì4	1) рассчитывать, планировать; задумывать, обдумывать 2) оценивать; принимать в соображение, учитывать 3) совещаться, обсуждать

Как видно из статьи, значение иероглифа «計» всеобъемлюще и включает все аспекты этого понятия: от обычной затеи до политических и военных стратегий.

Умение применять хитрость для минимизации ущерба всегда ценилось на Востоке. Были в большом почете мудрецы, к которым именитые полководцы обращались за советом. А от государственных мужей, особо приближенных к императору, требовалось владеть

приемами стратагематики, чтобы в нужный момент подсказать правителю нужное решение. Такой подход сформировал уважительное отношение^[2] к уловкам и мудрецам, которые умеют их использовать^[3].

Недаром многие исследователи китайских военных трактатов говорят о значении иероглифа 智 (zhì), который переводится одновременно как «мудрость, ум, разум» и «хитрость, уловка».

мудрость,
ум, разум = 智 = хитрость,
уловка



Академик В. С. Мясников, занимаясь изучением дипломатических игр России и империи Великой Цинь (предшественница Китайской Республики), выяснил, что в действиях китайских властей прослеживалась четкая схема. Позднее ему удалось обнаружить документ с названием «Стратегические планы усмирения русских», где было описано, как на протяжении 20-ти лет император реализовывал стратагему, направленную на вытеснение русских из Приамурья^[4].

В Китае стратагемы широко распространены. Помимо изданий, посвященных тридцати шести стратагемам (а среди них можно найти даже комиксы), существуют словари, содержащие до нескольких тысяч стратагем.

В русский и европейские языки это слово пришло не из Китая. И русское «стратагема», и немецкое *strategem*, и английское *stratagem*, и французское *stratagème*, и итальянское *stratagemma* происходят от древнегреческого *στρατήγημα*, что означает *действие (распоряжение) главнокомандующего, т. е. стратегический маневр*^[5].

Греческие стратагемы не так популярны (хотя намного старше китайских), тем не менее существует несколько античных сборников стратагем. Один из самых известных – сборник «Strategemata»^[6] древнеримского полководца Секста Юлия Фронтин (I в. н. э.). Его стратагемы – это конкретные исторические примеры использования военных хитростей различными полководцами. Также известен сборник «Στρατηγήματα»^[7]. Его автор – греко-римский оратор Полиэн (II в. н. э.). Он описал 900 случаев применения военной хитрости разными персонажами (начиная с Диониса, Пана и Геркулеса и заканчивая Лакедемонянками^[8]).

Интересно, что многие стратагемы из китайского трактата описывают те же хитрости, что и стратагемы Полиэна и Фронтин.



Греческие стратагемы отличаются от китайских тем, что греки не пытаются вывести универсальную формулу, а просто описывают интересные приемы тех или иных героев. Вот несколько греческих стратагем:

ИЗ СТРАТАГЕМ ФРОНТИНА

«Л. Сулла, когда в легионах римских граждан свирепствовал опасный дух раздора, хитростью отрезвил ожесточившихся. Он поспешно приказал объявить, что враг подходит, издать клич, призывавший к оружию, и дать боевой сигнал; все единодушно объединились против врага, и раздоры заглохли».

«Г. Лелий, отправляясь послом к Сифаку, взял с собой разведчиков под видом рабов и служителей. Среди них был Л. Статорий, который не раз бывал в этом лагере, и кое-кто из неприятелей, по-видимому, узнал его. Чтобы скрыть его действительное общественное положение, Лелий избил его палками, как раба».

ИЗ СТРАТАГЕМ ПОЛИЭНА

«В бытность Иракла в Индии, родилась у него дочь, названная им Пандеею. Он подарил ей южную приморскую часть Индии, которую, по числу дней в году, разделил на триста шестьдесят пять округов и повелел собирать дань с одного округа в день. Такое распоряжение сделано было для того, чтобы округа, которые еще не внесли дани, помогали Царице взимать ее с тех, до коих доходила очередь».

«Во время войны с Италийцами Фирон не спешил принимать выкуп за пленников, знаменитых по своему происхождению или богатству; но удерживал их у себя долгое время и приглашал участвовать в домашнем своем жертвоприношении, отдавая им при этом случае все почести; после же того отпускал их на родину. Такою хитростью он давал повод соотечественникам пленников подозревать, что сии последние находятся с ним в дружественных связях».

Но приписывать стратагемы исключительно грекам и китайцам было бы большой ошибкой. Они существуют в любой культуре, продвинувшейся чуть дальше каменных топоров. Приемы схожие со стратагемами можно встретить не только в трактатах или учебниках по военной стратегии. Они есть в книгах и фильмах, где герои с блеском проворачивают какую-либо хитрость, а также среди политических ходов, действий игрока в «Мафию» и в повседневной жизни.

Русскому читателю стратагемы представляются чем-то совершенно чужеродным. Это вовсе не так! И у нас есть свои стратагемы, просто мы их называем по-другому.

Есть замечательное русское слово – *смекалка*. В нашей традиции с древнейших времен сохранялось уважение к тем, кто ею обладал и умел применять себе и другим во благо, побеждая зло.

Судя по сказкам, для русских смекалка – одно из самых ценных человеческих качеств. Ни трудолюбие, ни сила, а именно хитрость чаще всего побеждает^[9]. Ее применяют и герои, и злодеи. Кощей Бессмертный в сказке «Марья Моревна» притворяется беспомощным и просит у главного героя воды (которая позволяет ему избавиться от

оков). Смекалку применяет и Иван-царевич в сказке «Иван-царевич и серый волк». Много хитростей есть и в бытовых сказках: вор обманывает барина, солдат облапошивает вредную старуху, а верная жена обманывает настырных сластолюбцев. Самая богатая на уловки сказка «Лисичка-сестричка и серый волк». Лиса проявляет поистине верх коварства, и из каждой затруднительной ситуации выходит благодаря своему уму и изворотливости.

О том же свидетельствуют памятники древнерусской литературы. Например, в «Повести временных лет», встречается подробный восторженный пересказ некоторых эпизодов правления княгини Ольги, где она проявляет необычайную смекалку, достойную настоящего полководца.

Осада Искоростеня

Все началось с того, что правящий князь Игорь, муж Ольги, поехал за данью к древлянам. Не желая отдавать дань, древляне убили Игоря. Ольга осталась одна, и почитая память мужа, решила отомстить древлянам.

Во главе войска она приходит под стены Искоростеня – того самого города, жители которого убили ее мужа. Осада длится год, наконец Ольга объявляет, что не будет убивать жителей, если они сдадутся, а лишь возьмет с них символическую дань: с каждого двора по три голубя и три воробья. Древляне соглашаются и, успокоенные, отдают такую дань. Ольга же велит привязать на лапку каждой птице прут, а затем поджечь его и отпустить их на волю. Птицы летят в родные дворы, и начинается пожар, охвативший весь город. Жители бегут прочь из города, часть из них взята в плен, часть убита.

Крещение Ольги

Ольга отправляется в Византийскую империю, где император Константин, «увидев, что она очень красива лицом и разумна»,

предлагает ей замужество. Ольгу это не устраивает, она не желает связывать себя узами, однако отказ могущественному правителю империи может оказаться чреватым. Поэтому Ольга решает применить хитрость: просит Константина, чтобы он сам крестил ее, а после объявляет ему, что «отец» не может взять замуж «дочь». Здесь Нестор-летописец приводит весьма остроумные диалоги, явно восхищаясь хитростью княгини.

Думаю, вы уже поняли, что смекалка – это и есть стратагемное мышление, а хитрости – стратагемы.

Одни из самых красивых стратагем встречаются среди пословиц – они уже облечены в краткую выразительную форму, просто и доступно описывают нам некую хитрость. Вот лишь некоторые из них:



По капельке море, по былинке стог

(По волоску всю бороду выщиплешь. Копейками рубль крепок).

О том, что любое большое дело состоит из множества маленьких. И если большое кажется сложным, то можно начать с его легких, маленьких частей^[10].



У доброй лисы по три отнорка

(Плоха мышь, что один только лаз знает. Припаси себе калиточку.)

О необходимости в любой ситуации иметь запасной выход, уметь улизнуть откуда угодно. Заранее просчитывать возможное отступление.



Кабы ведал, где ты обедал, знал бы, чью песню поешь

(Чей хлеб ем, того и песенку пою).

Можно трактовать так: «накорми» человека, чтобы он говорил нужные тебе слова. А можно так: подумай, кто «накормил» человека, который пересказывает чужие слова и увидишь своего настоящего противника.

Как использовалось раньше и что означало само слово «стратагема» в русском языке? Толковые словари как прошлого века, так и современные, говорят примерно одно и то же:

- военная хитрость, обман^[11].
- военная хитрость, действие, которое вводит противника в заблуждение (воен.); перен. Хитрость, уловка (устар.)^[12];
- военная хитрость, вводящая в заблуждение противника (устар.); перен. Уловка, ухищрение^[13].

Любопытно, что для современного человека слово «стратагема» практически незнакомо. Бóльшая часть случаев употребления слова «стратагема» в литературе приходится на XVIII–XIX века^[14]. Примеры ниже показывают, что это слово обозначало раньше.

«Гистория Свейской войны (Поденная записка Петра Великого)» 1698–1721:

«И против того вымышлена последующая воинская стратагема (или хитрость), дабы, неприятелей из города вымая, от знатных языков о всем ведомость получить».

Ф. В. Булгарин «Воспоминания» (1846–1849):

«Стрелки наши вогнали шведов в лес, и весь отряд двинулся вперед, но это была только уловка (стратагема) со стороны шведов».

Ф. М. Достоевский «Униженные и оскорбленные» (1861):

«Я и употребил стратагему [военную хитрость]: написал, что, дескать, такое дело, что если не придешь, то все наши корабли потонут».

М. Е. Салтыков-Щедрин «В среде умеренности и аккуратности» (1874–1877):

«Я знаю, что строгие моралисты скажут: стратагема Молчалина основана на подлоге и потому не может быть названа честною; но я еще лучше знаю, что желание не быть изувеченным до того законно, что самой двусмысленной стратагеме, придуманной с этою целью, должно быть предоставлено право на широкое снисхождение».

Все авторы, очевидно, имеют в виду одно и то же. Предположить, что, например, Салтыков-Щедрин для «красного словца» станет употреблять незнакомый публике термин довольно сложно. Значит он был понятен его современникам.

После XIX века слово «стратагема» переживает почти полное забвение, вплоть до второй половины XX в., когда историк-востоковед В. С. Мясников^[15] начинает заниматься разработкой теории стратагематики и стратагемного мышления. Затем в 1995 году выходит первый перевод исследования Харро фон Зенгера^[16], посвященного стратагемам. И только в 1997 г. публикуется перевод трактата «Тридцать шесть стратагем», выполненный синологом В. В. Малявиным^[17]. В России случается стратагемный бум. С тех пор эти труды неоднократно переиздаются, а также появляются все новые и новые издания на эту тему.

Как и в Китае, отношение к стратагемам в России тоже бывает неоднозначно. Это связано с вопросом морали и, вероятно, обусловлено влиянием христианства. Если рассматривать стратагему как манипулятивный прием, позволяющий повернуть обстоятельства для собственной выгоды, то есть, проще говоря, как обман^[18] – аморальность данного умения очевидна. Ведь слово «хитрость» для русского человека имеет скорее негативную окраску.

Но если говорить о моральной оправданности такого средства борьбы, как стратагема, можно сказать так:

Меч не виноват в том, что он меч. Виноват тот, кто им убивает.

Как и всякое оружие, стратагемы могут быть использованы как во благо, так и во зло.

Глава 2

Знания от великих стратегов

«Победить врага одною только силою, есть дело мужества; но одержать над ним верх без кровопролития, посредством одной только хитрости или обмана, есть дело прозорливости и опытности. Главное правило великих Полководцев состоит в том, чтобы преодолеть неприятеля, не подвергая себя опасности»^[19].

Немало полезного о стратегемах можно найти во всемирно известных трудах по стратегии. Вы наверняка слышали о некоторых из них, даже если не имеете никакого отношения к военному делу. Это:

Н. Макиавелли «Государь»

А. В. Суворов «Наука побеждать»

К. Клаузевиц «О войне»

Б. Г. Лиддел-Гарт «Стратегия не прямых действий»

Эти произведения оказали огромное влияние на развитие военно-стратегической мысли. «Государь» – одна из самых известных книг в своей области, которая пережила падение Флорентийской республики^[20], две мировые войны и продолжает интересовать широкую аудиторию до сих пор. Тезисы Клаузевица перевернули подход к военному делу и стали новой философией. «Наука побеждать» Суворова – одно из немногих авторитетных русских произведений, оказавших влияние на развитие именно русской стратегической науки. «Стратегия не прямых действий» – создана на основе опыта мировых войн и в настоящее время пользуется авторитетом среди пособий по стратегии.

Н. Макиавелли «Государь»

Трактат давно и прочно вошел в фонд мировой классики. Отношение к его автору всегда было и останется двояким – Никколо Макиавелли никогда не позволял себе такой слабости, как подчинение общепринятым нормам морали. Его трактат *аморален* – он учит нарушать данное слово и бить в спину. Самый большой грех автора в глазах публики – расчетливость за гранью добра и зла. Однако следствием этого является безусловная действенность описанного в «Государе»^[21].

Макиавелли – превосходный политик, знаток истории, а также тонкий манипулятор и психолог. Его тезисы по своей сути близки стратагемам и стратагемному мышлению, но слишком конкретны. Он дает не универсальные схемы, а указания, как вести себя в конкретной ситуации, например, как управлять городами или государствами, которые, до того, как были завоеваны, жили по своим законам.

Трактат и в самом деле предназначен государю, правителю государства в прямом смысле этих слов. И для политика такого масштаба будет, несомненно, полезен. Положения трактата не устарели с течением времени, потому что опираются не на достижения науки, а на особенности человеческой психологии.

Но чем он может быть полезен тем, кто не предполагает в ближайшее время править государством или вести завоевательные войны? Многие люди тянутся к трактату в попытках найти... именно стратагемы – некие приемы, которые научат их хитрости и прозорливости как у Макиавелли. Увлеченный читатель вполне может найти в нем то, на что рассчитывает. Вот, к примеру, отличный образец:

«Обиды нужно наносить разом: чем меньше их распробуют, тем меньше от них вреда; благодеяния же полезно оказывать мало-помалу, чтобы их распробовали как можно лучше».

Цинично? Несомненно. Действенно ли? Очевидно, что да. В этом весь Макиавелли.

В трактате встречаются некоторые идеи, которые могут быть реализованы не только правителем державы, но и простым человеком на уровне общения. Вот пара примеров:

«Если завоеванная страна отличается от унаследованной по языку, обычаям и порядкам, то тут удержать власть поистине трудно, тут требуется и большая удача, и большое искусство. И одно из самых верных и прямых средств для этого – переселиться туда на жительство».

«В чужой по обычаям и языку стране завоевателю следует также сделаться главой и защитником более слабых соседей и постараться ослабить сильных, а кроме того, следить за тем, чтобы в страну как-нибудь не проник чужеземный правитель, не уступающий ему силой».

Макиавелли предлагает нам довольно мало стратегем. Текст ориентирован скорее на становление личности правителя, каким он должен быть, что должен знать и уметь. «Государь» хорош только для той цели, для которой он и был написан – управление государством.

А. В. Суворов «Наука побеждать»

Текст произведения похож на некую игру или на сценарий. Он афористичен, насыщен пословицами, при этом в нем «зашифровано» множество интересных идей. Суворов описывает разные виды нападения, особенности вооружения, распорядка, быта того времени. Много говорит о психологии солдат, понимая ее влияние на итог сражения, но ничего не говорит о психологии противника, и о том, как можно обернуть сражение в свою пользу с помощью тактик и манипуляций.

Также в книге представлен его подход к стратегии, применяемой на поле боя. Ее эффективность доказана тем, что за 50 лет Суворов не проиграл ни разу, да и сила его личности служит ей лучшей рекомендацией. Стратегия отлично работала на уровне войско-полководец и будет более чем полезна на уровне подчиненные-начальник.

Суть стратегии Суворова:

1. *Активное наступление*: главным слагаемым была хорошая психологическая подготовка солдат, у которых не должно было появиться и мысли об отступлении.

2. *Инициативность и находчивость подчиненных*. Умение ориентироваться в происходящем и действовать наилучшим образом, подстраиваясь под обстановку. Солдат должен понимать, что он делает и зачем. «Наука побеждать» адресована не только генералу и офицеру, но и солдату.

3. *Три слагаемых стратегии*:

Глазомер – это оценка обстановки, производимая не только главнокомандующим, но и каждым участником, включая простых солдат.

Быстрота – войско должно быть мобильным, способным в считанные минуты сняться с места и быстро дойти до неприятеля, что обеспечивает внезапность удара.

Натиск – движущаяся только вперед с полным напряжением сокрушительная сила.

Впрочем, кроме стратегии, вряд ли мы сможем найти что-то применимое на практике. В основном «Наука...» содержит общие положения стратегии, а также большое количество частных поведенческих сценариев не стратегического типа (к примеру, как действовать во время обстрела).

К. Клаузевиц «О войне»

Это одно из самых известных в мире произведений на военную тематику^[22]. В нем автор развивает ряд спорных идей, ставших ключевыми для нескольких последующих десятилетий. Это, к

примеру, ставка на «победный дух» или понимание *войны как естественного продолжения политики* «другими средствами».

Позиция Клаузевица по отношению к стратагемному мышлению, скорее негативна. Он прямо отрицает возможность бескровной победы, осуждает тех, кто питает «иллюзии» на этот счет. Его стратегия чрезвычайно пряма: врага нужно атаковать в сердце; побеждает только тот, за кем поле боя; мир покупается кровью... Это просто и понятно, однако в таком подходе вовсе отсутствует глубина и вариативность.

«О войне» можно назвать «антистратагемным» трудом. Подходу Клаузевица не хватает гибкости, он не признает не прямых способов воздействия на ситуацию, предпочитая делать ставку на силу личности полководца, воодушевление солдат и количественное превосходство. Пожалуй единственное, в чем подход Клаузевица согласуется со стратагемным подходом – то, что он подчеркивает важность психологического фактора на войне.

Ключевые идеи Клаузевица, не согласующиеся со стратагемным подходом:

Клаузевиц	Стратегематика
Цель войны — уничтожить противника в сражении, обезоружить противника.	Можно вовсе не биться. Или заставить противника сбежать с поля боя при помощи психологического приема.
Превосходство в численности чрезвычайно важно, вне зависимости от типа войск.	С многочисленным врагом биться сложнее, но это же может стать его уязвимым местом. Когда мы, к примеру, уничтожаем средства связи между отрядами и вся огромная армия разваливается.
Единственное средство достичь цели войны — бой. «Мы и слышать не хотим о тех полководцах, которые будто бы побеждали без пролития человеческой крови».	Используй все, что подвернется под руку. Тут можно вспомнить множество исторических событий, прославленных в веках благодаря хитрости главнокомандующего, которому удалось избежать потерь.
«Лишь крупные бои общего характера дают крупные результаты».	«Не противодействуй открыто силе врага, но ослабляй постепенно его опору» ¹ . Если использовать хитрость, а не идти напролом, то удастся сохранить и силы, и ресурсы.

1 Тридцать шесть стратегем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альбы, 1997.

«О войне» стало одним из самых влиятельных произведений своей эпохи. Этот трактат на долгие годы определил путь развития военной науки. И, к сожалению, этот путь был как никогда далек от стратегем.

Б. Г. Лиддел-Гарт «Стратегия не прямых действий»

Этой книге стоит уделить больше внимания, потому что по сравнению с остальными произведениями она является своего рода восхвалением стратагем. Ведь не прямые действия, о которых рассказывает Лиддел-Гарт, это и есть стратагемы. Автор убедительно, красочно, на множестве примеров доказывает, что умелое манипулирование чужими мнениями может принести победу гораздо быстрее и с куда меньшими потерями, нежели прямое противостояние.

Лиддел-Гарт^[23] пережил две мировые войны, изнутри знал, что такое армия и отчетливо понимал, что именно в ней необходимо изменить. Он посвятил жизнь изучению военной истории и попыткам понять – что мы все сделали не так. Вероятно, он нашел ответ, потому что в главном труде своей жизни – «Стратегии не прямых действий»^[24], он пишет так о Второй мировой войне:

«Если бы союзные страны, вместо того, чтобы готовиться воевать по-старому, постарались понять основные принципы войны, то продолжительность войны и принесенные ею разрушения были бы значительно меньше».

Лиддел-Гарт проанализировал огромное количество сражений. Принципы, описанные им в книге, являются сухой практической выжимкой из многовекового военного опыта человечества. Концепция Лиддел-Гарта близка к стратагематике: многие из его идей напоминают китайские и греческие стратагемы. Он вполне убедительно доказывает, что стратагемный подход – наилучшая стратегия.



Большую часть книги Лиддел-Гарт рассказывает, какие «стратегии не прямых действий» использовали полководцы разных эпох и народов, начиная с V в до н. э. и заканчивая Второй мировой войной. Эта книга – настоящий клад стратагем. В ней можно увидеть, как реальные исторические личности применяли удивительные стратагемы, некоторые из которых очень похожи на китайские.

К примеру, Лиддел-Гарт рассказывает о блистательном римском полководце Велизарии. То, что совершает он, сейчас назвали бы чудом. Несколько раз выступая против абсурдно превосходящего врага^[25], он одерживает невероятную победу благодаря стратегии не прямых действий. Велизарий неоднократно применял стратегию приукрашивания. Когда он воевал с остготами, чтобы уstrasшить противника, он использовал прием, похожий на стратегию «На дереве распустились цветы». Его цель: создать иллюзию многочисленности войска. Для этого он делит войско на три отряда. Один перебрасывает морем, два других пускает в две колонны, а по ночам зажигает длинную цепочку огней. В результате остготы, испугавшись такого «огромного» войска, при приближении Велизария просто сбегают.

Что характерно, конец карьеры полководца положил не вражеский клинок, а зависть своего же императора, который сместил его с должности.

Победы Велизария стали возможны потому, что *его действия были неочевидны*. По словам Лиддел-Гарта, Велизарий создал тактику нового типа, он мастерски владел искусством превращать свою слабость в силу, а силу противника в слабость.

Лиддел-Гарт писал, что стратегия – это *«искусство полководца»*, которое заключается в умении *согласовывать цель и средства*.

Выстраивая стратегию противодействия, вы должны понимать:

1. Чего вы хотите достигнуть?

Самое главное – правильно определить цель. Цель войны, чаще всего, не выиграть войну, а заполучить определенные территории или пошатнуть экономическую стабильность противника. То же самое в любых других противостояниях.

Многие думают, что цель спора – выиграть спор. Нет. ***Цель спора – чтобы оппонент сделал так, как хотите вы.*** Понимание этого

существенно расширяет арсенал используемых средств. Вы можете, к примеру, изначально выдвинуть нереальные требования, а потом просто пойти на уступки и получить от оппонента то, что вы и намеревались получить.

То же и в бизнесе, и в каждой сфере жизни: первым делом определите, зачем вам нужно победить, какие конкретно желания вы хотите реализовать. А затем подумайте, есть ли иные способы добиться своей цели? А не прямые? Это и есть суть стратегии не прямых действий.

2. Какие ресурсы у вас имеются?

Оцените свои ресурсы и подумайте, какие из них могут привести вас к задуманной цели. При этом не забывайте, что ресурсы бывают не только материальные, но и, к примеру, психологические. Зачастую вы должны спросить себя: хватит ли мне сил закончить это дело? Хватит ли настойчивости и упорства моей команде, чтобы пройти сквозь многочисленные придирки, отклонения и переделки?

К тому же, ресурсы могут быть в виде навыков, умений. Если вы хорошо говорите, но у вас слабые аргументы – заморозьте аудиторию своей харизмой и не давайте оппоненту апеллировать к разуму. Помните также, что ресурсы включают не только ваши собственные, но и ресурсы вашей команды и союзников.

Стратегия обладает своими **целью и задачами**. Цель стратегии – это то, чего мы хотим добиться, а задачи – то, каким способом мы этого добьемся.

Цель стратегии – «уменьшение возможности сопротивления». Если, к примеру, целью войны является бой, то целью стратегии является осуществление этого боя при наиболее благоприятных условиях:

«стратегия будет наиболее совершенной, если она обеспечит достижение цели без серьезных боевых действий». Редкость бескровных побед делает их тем более ценными. Они свидетельствуют о настоящих возможностях стратегии. Выходит, что цель стратегии – получить то, что вы хотите, потратив как можно меньше усилий и ресурсов.

Задачи стратегии: 1) нарушить устойчивость противника и 2) развить успех. Имеется в виду, что, если мы нарушим равновесие врага – физическое или психологическое – это станет началом его конца.

Основываясь на анализе истории войн Лиддел-Гарт приводит **восемь принципов войны:**

1. Выбирайте такую цель войны, чтобы ее можно было достичь благодаря имеющимся средствам.
2. Подстраивайтесь под меняющуюся обстановку, но помните о цели – все действия должны приближать к ней.
3. Нападайте там, где противник меньше всего ожидает.
4. Придерживайтесь линии наименьшего сопротивления до тех пор, пока не сможете без лишних потерь достигнуть цели.
5. Ставьте под угрозу сразу несколько объектов, чтобы противник не знал, куда точно вы ударите, и распылил силы.
6. План и диспозиция войска должны быть гибкими, необходимо уметь быстро перестроиться при необходимости.
7. Когда противник начеку, нельзя бить всеми силами.
8. Если в этом направлении вы потерпели неудачу, не бейте туда же (даже с возросшими силами).

Все эти рекомендации совершенно органично можно переложить в область любых жизненных противостояний: споры, управленческие решения и т. д., везде, где есть две противоборствующие стороны.

Важная мысль, которая неоднократно подчеркивается в тексте, а также лежит в основе сразу нескольких принципов войны:

**«Во всех случаях, когда
имеется противник,
следует предусматри-
вать несколько вариан-
тов действий».**

«План, подобно дереву, дол-
жен иметь ветви, если мы
хотим, чтобы он дал плоды.
План без вариантов подобен
голому стволу».

Одна из важных идей Лиддел-Гарта – **дуализм военных действий** как таковых: *«Война ведется между двумя враждующими сторонами, каждая из которых, нанося удар, должна одновременно принять меры к обороне».*

* * *

Любопытно наблюдать изменения, которые претерпевает военная мысль на страницах этих трудов. Если здесь же вспомнить трактат «Тридцать шесть стратагем» и античные сборники стратагем, то картина получится весьма необычная.

Для древних военное сражение было битвой умов. У них приветствовались ловкие приемы – ими гордились, пересказывали современникам, сохраняли для потомков. Это мы видим в трактате, это же читаем у Лиддел-Гарта в его исследованиях древней истории. Восхваление изощренности ума пронизывает и «Государя». Однако с какого-то момента хитрость становится не в чести: Клаузевиц и Суворов рассказывают о построениях, о натиске и мощи армии – но не упоминают стратагемных приемов.

Впрочем, после опыта Первой мировой войны и последовавшей за ней Второй мировой, военная мысль снова совершает виток, словно пытаясь вернуться к началу. Пишет Лиддел-Гарт, сначала статьи, потом в 1954 году выходит его «Стратегия...». Примерно в то же время, в 1941 году в Китае находят трактат «Тридцать шесть стратагем».

И вот, в настоящее время, на полках книжных магазинов Сунь-цзы стоит рядом со стратагемами, Лиддел-Гартом и книгами по теории манипуляции. Используются такие термины, как «холодная война», «психологическая война», «информационная война». Все это говорит о том, что мы входим в новую эпоху, и нам необходимо быть готовыми к ней.

Часть II

Практикум стратегематики

Глава 3

Трактат «Тридцать шесть стратагем»

Трактат – это небольшая книга, в которой описаны 36 стратагем: кратких изречений с расшифровкой. К каждой подобрана подходящая по смыслу гексограмма из «Книги перемен»^[26] и небольшой исторический эпизод с примером ее применения.

ИСТОРИЯ ТРАКТАТА

Все началось... с пословицы. В хронике «Книга Южной Ци»^[27] полководец Ван Цзинцзэ (435–498 гг.) говорит фразу: 「檀公三十六策，走是上計」, что дословно можно перевести так:

Среди 36 стратегий достойного господина Таня, бегство – лучшая стратагема.

Эти слова стали пословицей: «Среди 36 стратагем бегство – лучшая стратагема»^[28]. Однако, как часто бывает, никто не придавал ей значения. Считали, что это такая хитроумная метафора: в «Книге перемен» число 6 символизирует иньское начало, то есть все темное, холодное, а также ложь и хитрость. Ну а шестью шесть, как известно – 36, то есть «хитрость в квадрате» или «множество хитростей». И вот однажды, совершенно случайно, находят некий трактат, который называется «Тридцать шесть стратагем».

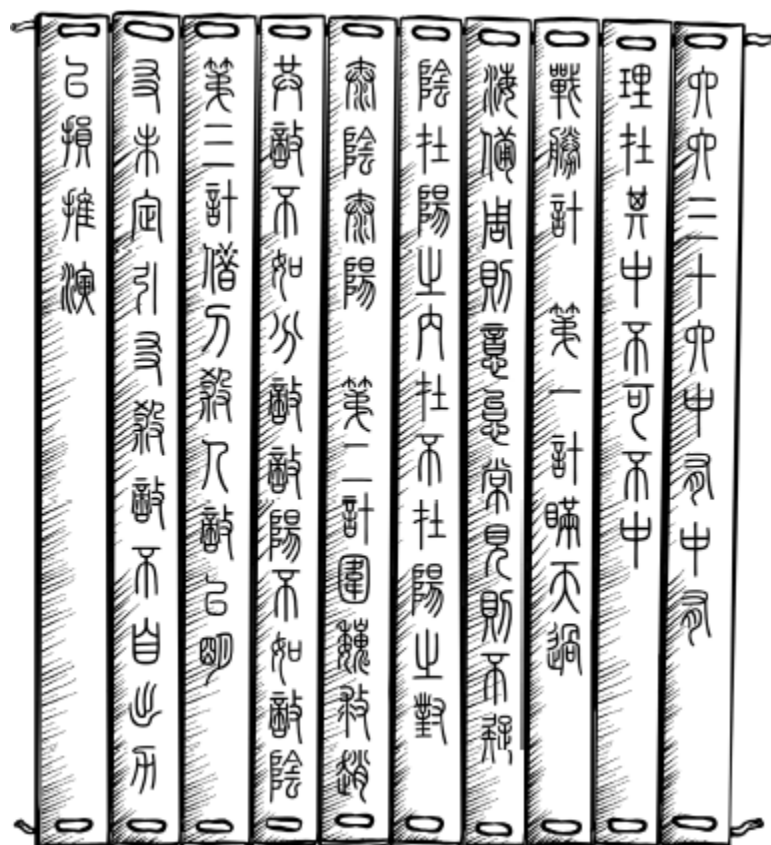
В 1941 году в книжной лавке уезда Биньчжоу провинции Шэньси был найден сборник старинных рецептов долголетия, к которому был прикреплен рукописный текст, называвшийся «Книга Тридцати шести стратагем».

В этом же году, как представлявший особую ценность для Китая, ведущего оборонительную войну против японских захватчиков, был выпущен печатный экземпляр книги на бумаге кустарного

производства в типографии города Чэньду^[29]. С пометкой на обложке: «秘本兵法», что примерно можно перевести, как «частное издание трактата о военном искусстве». В 1943 году некто Шу Хэ купил этот трактат в лавке Чэньду, но только спустя 18 лет ему удалось опубликовать трактат в газете «Гуанмин Жибао»^[30], что и положило начало его распространению.

Основываясь на имеющихся сведениях, ученые делали предположения об авторстве трактата. Были попытки приписать его Чжугэ Ляну^[31] и Сунь-цзы^[32]. Также существовала версия о нескольких авторах или, возможно, фольклорном происхождении. Наиболее авторитетные исследователи относили трактат к концу династии Мин – 1368–1644 гг.

Однако все это было до того, как в 2003 году в Цзинин провинции Шаньдун обнаружили нефритовые пластины^[33], на которых был начертан текст трактата: 919 иероглифов на вэньяне (древнекитайском).



Нефритовые пластины с текстом трактата

Исследователи установили, что пластины принадлежат эпохе Суй (581–618 гг.)^[34]. Колоссальная разница между предполагаемой (1368–1644) и реальной (V в. н. э.) датой создания ставит под сомнение все проведенные ранее исследования.

Но если трактат настолько стар, возможно ли определить его автора? Здесь пора вспомнить ту немного насмешливую пословицу, с которой все началось. Откуда она взялась, и кто такой господин Тань?

ДОСТОПОЧТЕННЫЙ ГОСПОДИН ТАНЬ



Портрет Таня Даоцзы[\[35\]](#).

Вероятный автор трактата – великий китайский генерал Тань Даоцзы[\[36\]](#), который жил в 5 веке н. э. Он один из самых прославленных генералов эпохи Южных и Северных Династий (420–589 гг.). Он принимал непосредственное участие в государственном перевороте и воцарении новой династии Сун[\[37\]](#). Занимал высокие посты при трех императорах. Был казнен по приказу императора Вэнь, который испугался, что Тань займет его место[\[38\]](#).



Генерал был известен, как гениальный стратег. До наших дней дошли некоторые очень ловкие стратагемы, которые ему удалось реализовать.

Одну из таких стратагем он применил во время войны с империей Северная Вэй:

Его армия отступала, их преследовало войско Северной Вэй. В Северной Вэй знали, что у армии Таня кончились припасы. Они надеялись подождать, пока его солдаты совсем ослабеют и разбить их без особых потерь.

Тань узнал об этом и решил применить хитрость. Однажды ночью разведчики Вэй приблизились к стану врага и увидели такую картину: солдаты Таня радостно переговаривались о том, как много у них теперь зерна, пересыпая огромные кучи. Они конечно же не поверили, но утром, при свете солнца, убедились в правдивости услышанного – посреди лагеря высилась огромная куча зерна. Разведчики доложили об этом, и Северная Вэй не стала преследовать войско Таня.

Что же было на самом деле? Под покровом ночи солдаты Таня действительно пересыпали кучи, только не зерна, а песка. Пересыпав песок в одну большую кучу, они разложили сверху жалкие остатки зерна из их припасов.

Так Таню Даоцзы с помощью стратагемы удалось избежать поражения.

КАК ВЫГЛЯДИТ ТРАКТАТ

Начинается трактат^[39] с короткой фразы:

「六六三十六，數中有術，術中有數。陰陽變理，機在其中。機不可設，設則不中。」

Что можно перевести так:

Шестью шесть – тридцать шесть.

В расчете мастерство, в мастерстве расчет.

Инь и Ян естественно сменяются, в этом и заключена хитрость.

Хитрость нельзя готовить заранее, а если приготовишь, то она не годится.

Далее идут 36 стратагем с кратким пояснением, разделенные на шесть разделов:

1. Стратегемы победоносных сражений
2. Стратегемы сражений равных противников
3. Стратегемы наступательных сражений
4. Стратегемы междоусобных сражений
5. Стратегемы сражений вместе с союзником
6. Стратегемы проигрышных сражений

Каждая стратегема описана так:

Формулировка: 3–4 иероглифа, не больше (кроме стратегемы восьмой, к которой порой добавляют еще четыре, чтобы объяснить смысл).

Толкование: несколько предложений, которые очень туманно объясняют в чем смысл стратегемы.

Комментарий с учетом «Книги перемен»: обычно к стратегеме приводится какая-нибудь близкая по смыслу гексаграмма.

Примеры применения: используются исторические эпизоды. Некоторые из них доказаны, часть считается выдумкой. Если говорить про оригинальный трактат эпохи Суй, то и комментарии, и примеры были, по всей видимости, добавлены позднее.

ИЗУЧЕНИЕ ТРАКТАТА

В Китае стратегемы всегда пользовались большим уважением. Со временем они стали таким «тайным оружием» китайской дипломатии. На базе классического трактата появились «Тридцать шесть стратегем для чиновников», «Тридцать шесть стратегем для молодежи» и т. д.

На Западе о трактате узнали благодаря синологу Харро фон Зенгеру. Его книга «Стратагемы. О китайском искусстве жить и выживать»^[40] до сих пор остается одним из самых полных и авторитетных исследований. Однако стоит иметь в виду, что на момент ее издания нефритовые пластины еще не были найдены, и к большинству выводов о происхождении стратагем стоит относиться с оговоркой.

В России интерес к трактату начался с книги Харро фон Зенгера, а также с перевода на русский язык, выполненного доктором исторических наук В. В. Малявиным^[41]. Русскоязычному читателю, не имеющему возможности познакомиться со стратагемами в оригинале, *лучше всего начинать знакомство со стратагемами именно с этой книги.*

Остальная литература, к сожалению, не подходит в качестве источника знаний о трактате. Она будет интересна только тем, кто интересуется стратагематикой в целом. В большинстве книг под стратагемами из трактата порой скрываются совершенно иные тактики и стратегии, чаще всего взятые из не всегда верных трактовок Зенгера, с добавлением своих примеров и иллюстраций.

Глава 4

Шестью шесть – 36 стратагем

Эта глава посвящена непосредственно стратагемам из трактата «Тридцать шесть стратагем». Здесь я подробно разберу каждую стратагему: что она обозначает, какая за ней стоит история, как ее применяли, чем отличается от других. А также приведу примеры использования в переговорах, споре или выступлении в качестве риторического приема.

По каждой стратагеме материал разбит на четыре раздела:

1. ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Начнем с того, что разберемся, как переводится каждая стратагема. Китайский язык довольно сложен, и мне часто встречались неверные переводы стратагем. Странные, необоснованные и не отражающие сути.

К каждому иероглифу будет указан ряд его возможных значений, чтобы передать все смысловые оттенки и связи. После этого приведу дословный перевод – вариант, как можно максимально понятно и полно перевести стратагему. А также примеры самых точных и интересных переводов из других источников^[42]:

1. Малявин В. В. «Тридцать шесть стратагем. Китайские секреты успеха»

Книга является единственным переводом трактата на русский язык. Его автор – известный исследователь, синолог, доктор исторических наук, профессор Владимир Вячеславович Малявин. Фигура более чем авторитетная, перевод великолепный и заслуживает глубочайшего доверия^[43].

2. Харро фон Зенгер «Стратagemы 1–36. О китайском искусстве жить и выживать»

Это самое известное и самое полное исследование трактата, колоссальное по объему собранного в нем материала. К каждой стратагеме приведено несколько примеров, их количество порой превышает два десятка.

3. Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы

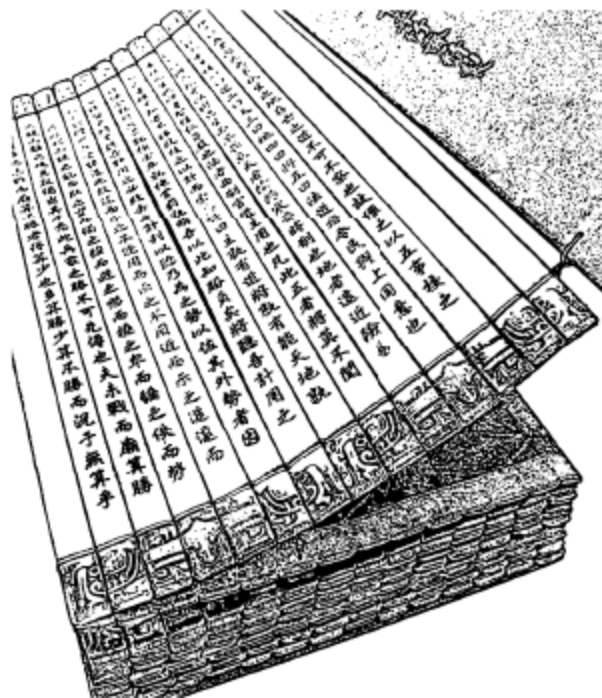
Это небольшая брошюра, выпущенная в качестве приложения к тексту трактата «Искусство войны». Меня она заинтересовала необычными названиями стратагем – автор попытался адаптировать их к русской культуре, дал им забавные и говорящие названия^[44].

Эти три книги помогут увидеть, как разные авторы воспринимают ту или иную стратагему. Такое сопоставление полезно для того, чтобы понять все ее смыслы.

2. ИСТОРИЯ

Пожалуй, самое интересное в стратагемах – их происхождение^[45]. Расскажу, откуда могла появиться та или иная стратагема, какие события в ней описываются. Часто в названии стратагемы зашифрована невероятная история, действительно случившаяся в незапамятные времена.

Тань Даоцзы собрал в трактате много эпизодов, которые происходили на его памяти, или раньше. Кроме стратагем есть и тактические приемы более общего характера. Видно, что он с большим уважением относился к труду Сунь-цзы «Искусство войны», потому что некоторые стратагемы явно отсылают к нему.



Бамбуковая книга «Искусство войны», издание XVIII в. [\[46\]](#)

«**Искусство войны**» – древнейший трактат, описывающий главные принципы военного дела. По наиболее распространенной версии принадлежит перу Сунь У [\[47\]](#), выдающегося полководца (прибл. 380–325 гг. до н. э.).

Автор освещает не столько управление войском в зависимости от внешних условий, сколько психологию солдат и противника. Он говорит о разных методах достижения победы, в основном не военных – как сделать так, чтобы вовсе не пришлось сражаться. Как говорят японцы, Сунь-цзы учит не войне, а миру.

В Европе трактат появился в XVIII веке, известно, что им зачитывался Наполеон. На русский язык был переведен только в 1950 году [\[48\]](#) академиком Н. И. Конрадом [\[49\]](#).

В Китае и Японии «Искусство войны» изучается во всех военных ВУЗах. На Западе трактат популярен в сфере бизнеса, юриспруденции, политики и даже спорта. А в США его распространяют среди армейского состава [\[50\]](#).

«Искусство войны» будет полезно тем, кто хочет овладеть стратегическим мышлением. Сунь-цзы показывает, какой логикой

следует пользоваться и как именно воспринимать противника, чтобы достичь победы.

Остается неизвестной судьба тридцати шести стратагем на протяжении многих веков после создания трактата. Иногда стратагемы можно встретить в поздней китайской литературе. Одно из таких произведений – знаменитый роман Ло Гуаньчжуна «Троецарствие»^[51], который датируется XIV веком. В нем отчетливо прослеживается влияние трактата. Роман повествует о распаде Империи Хань и установившейся эпохе Троецарствия (220–280 гг.) – борьбу трех царств: Вэй, Шу и У. Весь роман представляет собой игру «кто кого перехитрит» – полководцы сражаются за территории, засылают шпионов и красавиц (по 31-й стратагеме), разыгрывают многоходовые комбинации, устраивают целые спектакли, чтобы ввести в заблуждение противника и бескровно выиграть войну. Неспроста роман называют «учебником стратагем».

Некоторые стратагемы можно встретить среди пословиц. Но стратагемы ли произошли от пословиц или пословицы от стратагем – неизвестно.

Чтобы овладеть тем самым стратагемным мышлением, нужно прочитать:

- *«Искусство войны»*, которое сделает очевидное понятным, затем
- *«Тридцать шесть стратагем»*, которые сделают туманное очевидным, и, наконец
- *«Троецарствие»*, которое превратит понятное и очевидное в естественное.

3. ТОЛКОВАНИЕ

Это один из самых важных разделов – здесь опишу саму стратагему: принцип действия, алгоритм, схему. Расскажу, как ее использовать, приведу примеры. Объясню, чем различаются стратагемы, похожие по принципу действия.

Для того, чтобы вы могли прочувствовать стратагемы, воспринять их как нечто межкультурное, универсальное, общее для разных

народов, я приведу примеры из русского фольклора^[52] к каждой стратагеме.

Некоторые стратагемы настолько универсальны, что встречаются у разных народов, цитируемые практически буквально. Один из примеров – стратагема «Мутить воду, чтобы нащупать рыбу» и русская пословица «Ловить рыбку в мутной воде», которая имеет аналоги в английском, немецком, французском и других языках.

4. СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Смысл стратагем – вовсе не военное противостояние. Это столкновение умов, как в шахматной партии. Спор – это тоже бой. В нем также есть ресурсы (аудитория), оружие (слово) и два врага, цели которых прямо противоположны.

В этом разделе приведу конкретную схему действий по применению стратагемы в качестве риторического приема – на переговорах, в споре или в выступлении перед аудиторией.

Все вступительные слова сказаны. Переходим к делу. Стратагемы и великие дела ждут нас.

Раздел первый:

Стратегемы победоносных сражений

勝戦

Перевод:

勝 — побеждать, одолевать, быть сильнее, превосходить, торжествовать, успешно справляться;

戦 — война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратегема первая:

Скрыть от императора, что он пересекает море



瞞天過海

Тот, кто старается все предвидеть, теряет бдительность.
То, что видишь изо дня в день, не вызывает подозрений.
Ясный день скрывает лучше, чем темная ночь.
Все раскрыть – значит все утаить [\[53\]](#).

瞞	天	過	海
mán	tiān	guò	hǐ
скрыть, сохранить в тайне , оставить в неведении, утаить	небо, император	проходить, миновать , переходить, переправляться , пересекать	море , озеро, заморские страны

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА^[54]

Дословно: *скрыть от императора, что [он] пересекает море.*

«Обманув государя, переправиться через море».

«Обмануть императора, чтобы он переплыл море».

«Стратагема шапки-невидимки».

ИСТОРИЯ

В 1403–1408 гг. по приказу китайского императора Чжу Ди^[55], была создана «Энциклопедия Юнлэ», в которую было включено содержание всех книг, имеющихся на тот момент в императорской библиотеке. В ней оказалась и следующая история, которая, вероятно, и послужила прототипом стратагемы.

Юный 17-летний танский император Тай Цзун^[56] во главе армии численностью в 300 000 человек отправился в поход. Это был грандиозный поход, однако, вскоре на пути императора встал враг, которого он не мог победить – море. Необходимо было переправить всех, чтобы продолжить поход. Но когда армия дошла до берега, вид бескрайнего моря так смутил императора, что он не решался двинуться дальше. Его стали одолевать мысли о бессмысленности борьбы, о бескрайности моря и огромных рисках, которым он подвергнет свою армию. Никакие уговоры не

могли его переубедить. Тогда один из советников придумал и осуществил следующий план: загородив сотнями тысяч палаток вид на море, он пригласил императора в роскошный «дом на берегу», где для него устроили грандиозный пир. А когда через некоторое время император услышал гул ветра и заметил, что пол раскачивается, оказалось, что это вовсе не дом, а корабль, и они уже на полпути к другому берегу. У императора не осталось иного выбора, кроме как продолжать путь.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема показывает, что люди никогда не обращают внимания на то, что кажется им обыденным, привычным. А значит, если вы хотите что-то скрыть, поставьте это на самое видное место. Тогда ваш противник станет заложником шаблонного мировосприятия.

У любого человека есть свои представления о мире – то, что для него совершенно обыденно и привычно. Так, мы можем годами спокойно ходить на работу одной и той же дорогой. Но если вдруг на ней появится выбоина или яма – станем постоянно проваливаться в нее. Ведь по старой привычке думаем, что дорога ровная. Люди считают, что обычное, обыденное, постоянное не может нести подвоха. То, чем пользуешься и видишь изо дня в день не воспринимается как угроза.

Если бы императору сказали: «Зайдите, пожалуйста, в эту дверцу. А что там, мы вам не скажем», – он ни за что не пошел бы туда. Но ему сказали: «Подданный зовет вас на пир в вашу честь», – и каким бы странным ни был этот дом, император не заподозрил подвоха, потому что это обыденно, такое с ним случается постоянно. Суть в шаблоне. Император становится его заложником, не заподозрив второго дна.

В трактате приводится интересный вариант реализации этой стратагемы:

«В конце II века город, находившийся под управлением Кун Жуна, осадил многочисленное вражеское войско. На следующий же день осаждавшие город воины с изумлением увидели, что один из подчиненных Кун Жуна, некто Тан Шицы, в

сопровождении нескольких всадников выехал из ворот города, поставил у городской стены мишень и принялся стрелять в нее из лука. Расстреляв стрелы, все сели на лошадей и вернулись в город. На следующий день повторилось то же самое. На сей раз вражеские воины проявили гораздо меньший интерес к появлению стрелков. А на третий день никто даже не смотрел в сторону Тан Шицы и его людей. Наконец, на четвертый день Тан Шицы внезапно прервал свои упражнения в стрельбе из лука, вскочил в седло, хлестнул коня плеткой и стремглав промчался сквозь ряды врагов, не ожидавших такого поворота событий. Когда же осаждающие опомнились, он был уже далеко. Так ему удалось вывезти из осажденного города донесение с просьбой о помощи^[57]».

История показывает, что даже необычное может стать обычным и превратиться в уловку. То, что хочешь скрыть – поставь на виду.

Самый простой пример: уже упомянутая сказка «Лисичка-сестричка и серый волк». Помните момент, когда лиса ложится на дорогу и прикидывается мертвой? Старик, который едет мимо, не видит в этой картине ничего необычного – мертвый зверь на дороге, такое часто случается, к сожалению. Ничего не заподозрив, он кладет лису в сани и едет дальше. Думает – вот какой воротник жене привезу на шубу! А лиса тем временем скидывает по одной всю рыбу на землю, спрыгивает и исчезает вместе с уловом.

В обыденном (мертвом звере на дороге) скрывался обман – вот вам и стратагема «Скрыть от императора, что он пересекает море».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Тем самым обыденным, в котором и скрывается подвох, могут послужить вопросы. Важно понимать, что, *если соперник ответил на вопрос, значит он согласился с его формулировкой*. Да и с тем, что подобный вопрос вообще может прозвучать.

Если, к примеру, директора благотворительного фонда спрашивают: «Какой процент вы удерживаете из сумм, пожертвованных людьми?», ему не следует отвечать прямо. Лучше отговориться, сказать, что

сейчас обсуждается не мизерная зарплата сотрудников, а вопрос обеспечения необходимым детей, в пользу которых люди жертвуют. Если он начнет отвечать на этот вопрос, то автоматически согласится с сомнением в своей порядочности, которое стоит за этим вопросом, и все сведется к обсуждению, а вернее осуждению его самого, а не насущных вопросов.

Еще один из вариантов применения стратагемы – это прием, основанный на *навязанной модели восприятия*.

Представьте, что вы дали человеку бинокль. Он, заглянув в него, видит землю и решает, что впереди суша. Но он не прав! Это всего лишь остров посреди океана. Это и есть навязанная модель восприятия. Ваша задача направить бинокль так, чтобы было видно только землю на острове, и не видно океан. Такой прием часто используют в рекламе, умалчивая об отрицательных характеристиках товара и фокусируя внимание на второстепенном. К примеру, когда говорят о бесшумности стиральной машины, не упоминая, что она плохо отстирывает белье.

Карстен Бредемайер, автор знаменитой книги «Черная риторика»^[58], приводит такой пример: рекламное агентство утверждает, что оно лучшее, потому что соответствует определенным критериям: наличие сертификатов, положительных отзывов, индивидуальный подход и так далее. Этим агентство фокусирует внимание на второстепенном. Вы думаете: «Ого, у них есть и то, и это, и третье... Кажется, они действительно лучшие!» Но почему именно эти критерии – повод считаться лучшими? У кого сейчас нет дипломов, пары положительных отзывов, и кто не применяет индивидуальный подход? Это и есть навязанная модель восприятия – нам навязывают видение, в котором эти критерии считаются важными.

Говоря о чем-то незначительном, мы затеняем все остальное, достаем это незначительное на передний план и преподносим как важное. Навязываем свою точку зрения, словно само собой разумеющееся, добавляем детали для правдоподобности. Много говорим, представляем совершенную законченную картину мировосприятия – создавая у собеседника впечатление, что так оно и есть.

История о том, как обманули весь мир^[59]

– Да, я выйду за тебя! – говорит счастливая невеста, и жених надевает ей на пальчик обручальное кольцо с бриллиантом. Почему с бриллиантом? Традиция, выражение любви. Как вы думаете, сколько лет этой «традиции», и кто вообще придумал дарить на помолвку кольцо с бриллиантом?

В Америке в 1930-х годах сильно упали продажи бриллиантов. Компания DeBeers, на тот момент контролирующая 60 % добычи алмазного сырья, решила бороться. Они придумали связать два совершенно не связанных понятия: бриллианты и помолвку. До начала их рекламной кампании бриллианты считались камнями исключительно для богачей.

Рекламное агентство, которому поручили эту задачу, решило задачу нетривиальным способом:

Во-первых, они начали с помощью рекламы постепенно приучать покупателей к мысли о том, что бриллианты – это символ вечной любви.

Во-вторых, в 1947 году копирайтер Фрэнсис Джерети придумала слоган «Бриллианты – это навсегда» (Diamonds are forever). Он сработал настолько эффективно, что стал появляться в каждой рекламе DeBeers.

Наконец, в-третьих, в 1971 году вышел фильм из серии о Джеймсе Бонде: «Бриллианты навсегда», где главную роль сыграл Шон Коннери. Как несложно догадаться, одним из главных спонсоров была компания DeBeers.

Эта кампания считается одной из самых успешных за всю историю рекламы. Ее авторам удалось закрепить в массовом сознании убеждение, что кольцо с бриллиантом – это символ вечной любви. Так из элитарного товара для избранных кольцо превратилось в «традиционный» предмет любовного союза.

Стратегема вторая:

Осадить Вэй, чтобы спасти Чжао



圍魏救趙

Лучше врагов разделить, чем позволить им быть вместе.
Нападай там, где уступают, не нападай там, где дают отпор.

圍	魏	救	趙
wéi	wèi	jiù	zhào
окружать, осажждать , оса- да, ловля	Вэй (царство)	спасать, выру- чать, избавлять от, отводить	Чжао (царство)

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *осадить Вэй, чтобы спасти Чжао.*

«Осадить Вэй, чтобы спасти Чжао»^[60].

«Стратегема ахиллесовой пяты»^[61].

ИСТОРИЯ

Стратегема отсылает нас к историческому эпизоду, случившемуся в 354 г. до н. э.:

Армия царства Вэй осадила столицу другого царства – Чжао. Правитель Чжао просит помощи у правителя царства Ци. Великий стратег Сунь Бинь, который находился у него на службе, посоветовал такую тактику: «Все войска Вэй стоят у стен столицы Чжао. А само Вэй не защищено. Нападем на их столицу, и они тут же отзовут армию назад!» Правитель Ци послушался Сунь Биня, и послал армию на столицу Вэй. Армия Вэй тут же вернулась назад, оставив царство Чжао.

Интересно, что этот эпизод есть в «Троецарствии», и там встречается почти точная формулировка стратегемы:

«– Не надо, – возразил Го Ту. – Если Цао Цао действительно решил уничтожить наш провиант, то он сам пошел туда, и лагерь его пуст. Нападайте на лагерь! Цао Цао поспешит вернуться, и

все будет так, как некогда было у Сунь Биня, который *окружил Вэй, чтобы спасти Чжао!*»^[62]

В «Искусстве войны» Сунь-цзы много рассуждает о подобной тактике. Описание стратагемы почти буквально созвучно идеям Сунь-цзы:

- «Напасть и при этом наверняка взять – это значит напасть на место, где он не обороняется».
- «Форма у воды – избегать высоты и стремиться вниз; форма у войска – избегать полноты и ударять по пустоте».
- «Осмелюсь спросить: а если противник явится в большом числе и полном порядке, как его встретить? Отвечаю: захвати первым то, что ему дорого. Если захватишь, он будет послушен тебе».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема о простом и действенном способе – использовать слабые места противника. Необходимо найти уязвимую точку и бить по ней. «Бей по больному», «Нападай, где отступают, отступай, где дают отпор». Этот прием не нов – все знают выражение «ахиллесова пята». По этой стратагеме необходимо найти ее у вашего противника.

Занятный пример – сказка «Безногий и слепой богатыри». В ней у Ивана-царевича был волшебный помощник, Катома-дядька. Иван-царевич поехал свататься к Анне Прекрасной королевне. Однако она вовсе не горела желанием выходить замуж и дала Ивану неисполнимые поручения. А Катома-дядька выполнил за него все поручения, и Анне Прекрасной королевне пришлось выйти замуж.

Чтобы избавиться от мужа, она должна была найти его самое уязвимое место. Это был его помощник, тот самый Катома-дядька. «Живет Анна Прекрасная королевна с Иваном-царевичем как подобает жене с богоданным мужем, всячески его словами улещает, а сама одно мыслит: каким бы то способом извести Катому-дядьку дубовую шапку; с царевичем без дядьки нетрудно управиться!»

Тогда Анна Прекрасная королевна решает пожаловаться Ивану-царевичу на Катому-дядьку, будто он насмехается над ней, а тот спросонья возьми да и скажи: «Делай с ним, что сама знаешь». Тогда

Анна Прекрасная королева велит отрубить Катоме-дядьке ноги. После этого Иван-царевич Анне Прекрасной королеве был уже не страшен, и она, бросив обоих у дороги, отправилась назад в свое королевство.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Когда чувствуете, что оппонент сильно прижал вас своими доводами, необходим контрудар. Схема действий:

1. Заранее заготовьте информацию о слабостях и недостатках противника и его позиции. Желательно, чтобы это было нечто совершенно вопиющее. Это и будет сердцем врага, той самой «столицей Вэй».

2. Правильно выберите момент, не растрачивайте зря хороший аргумент. Применяйте в случае, если начнете проигрывать. Атакуйте слабое место противника, которое он оставил без защиты. Он, увлеченный разгромом вас, окажется поражен в самое «сердце».

Так зачастую поступают ведущие разных ток-шоу: одно из любимейших занятий – неожиданно швырнуть в лицо, что называется «жареный» факт и посмотреть, как жертва будет выкручиваться.

Предприниматель Павел Авраамов в своей книге «Мудрость Го»^[63], рассказывает, что ему пришлось применить схожую тактику, когда возникли проблемы в бизнесе. Его фирма «Аквастелла» занималась продажей дорогой итальянской сантехники. Одна из крупных компаний поставила им бракованный товар и отказалась менять. Им звонили, писали, присылали фотографии очевидного брака, но

итальянцы отвечали: это ваши проблемы, хотите, можем изготовить еще, но за ваши деньги.

Что может противопоставить совсем небольшая фирма крупной компании – лидеру рынка? Чтобы спасти «Чжао» – «Аквастеллу», необходимо было найти уязвимое место этой компании, то самое сердце «Вэй». И оно было найдено. Авраамов решает обратиться в письме напрямую к директору. Вкратце там было написано следующее:

«Если вы не замените явно бракованные изделия, мы:

1. Закажем экспертизу бракованной продукции.
2. Исключим вашу компанию из нашего прайс-листа.
3. Разошлем нашим клиентам – 69 салонам сантехники и партнерам фото брака, всю историю и рекомендацию не иметь с вами дела.
4. Разошлем письма владельцам и начальникам отдела закупок всех московских дизайн-студий и архитектурных бюро – 523 контакта.
5. На крупнейшей российской выставке наши сотрудники сообщат всем покупателям об этом инциденте.

Ущерб вашей компании будет гораздо более значительный, чем замена бракованной продукции стоимостью 4000 евро. Ожидаю ответа в течение трех рабочих дней. Если его не последует, мы перейдем к указанным мерам».

Итак, они нашли уязвимую точку компании – имидж, и ударили по ней.

Что же итальянцы? Они немедленно связались с «Аквастеллой» и до конца недели заменили продукцию.

Вторая история принадлежит одному из самых знаменитых американских телеведущих, лауреату премии «Эмми», и десятикратному призёру премии «Cable ACE» Ларри Кингу. В девятом классе он и его друзья Герби и Брэззи решили заработать денег весьма необычным способом.

Родители их одноклассника, Джила Мермельштейна, были вынуждены внезапно увезти его в Аризону, потому что он заболел

туберкулезом. Ребят попросили сообщить об этом школу, а они договорились объявить, что Джил умер, чтобы собрать деньги на цветы и закупить на них хот-догов и лимонада.

Директор засомневался и позвонил родителям Джила, но их телефон был отключен. В итоге выходка приобрела угрожающие масштабы: ребята собрали кучу денег, а директор учредил ежегодную премию имени Джила для учеников школы.

И вот, представьте: собрание, директор вещает о том, какие они молодцы, что так заботятся о товарище, и тут входит сам Джил Мермельштейн. Зал сначала онемел, потом все начали хохотать. И, конечно же, после произошедшего наших героев вызывали к директору.

«Доктор Коэн вызывает нас в кабинет и заявляет:

– Вы все трое исключаетесь. Аттестата вам не видать – ни в этом году, ни в будущем, ни в любом последующем... Вы сделали самую большую гадость, какую только мне приходилось видеть за долгие годы работы в школе.

Пока мы с Брэззи размышляем о прелестях жизни с «волчьим билетом», Герби переходит в наступление. Он говорит директору:

– Минуточку, док. Вы вот-вот сделаете страшную ошибку.

– Что-что?

– Если вы поступите так, как сказали, вашей карьере конец.

– Что ты имеешь в виду?

– Ну хорошо, мы не получим аттестата... а как насчет вас? – и наносит решающий удар: – Если вы нас исключите, будет расследование. И встанет вопрос: почему вы поверили на слово мальчишкам, которые лягнули, что кто-то умер. Почему не проверили их заявление?

– Я проверил, – возражает доктор Коэн.

– Неужто, док? – продолжает Герби. – Вы сделали единственный звонок, и вам сказали, что телефон отключен. И на основании этого вы написали в чьем-то личном деле: «Умер»? Мы

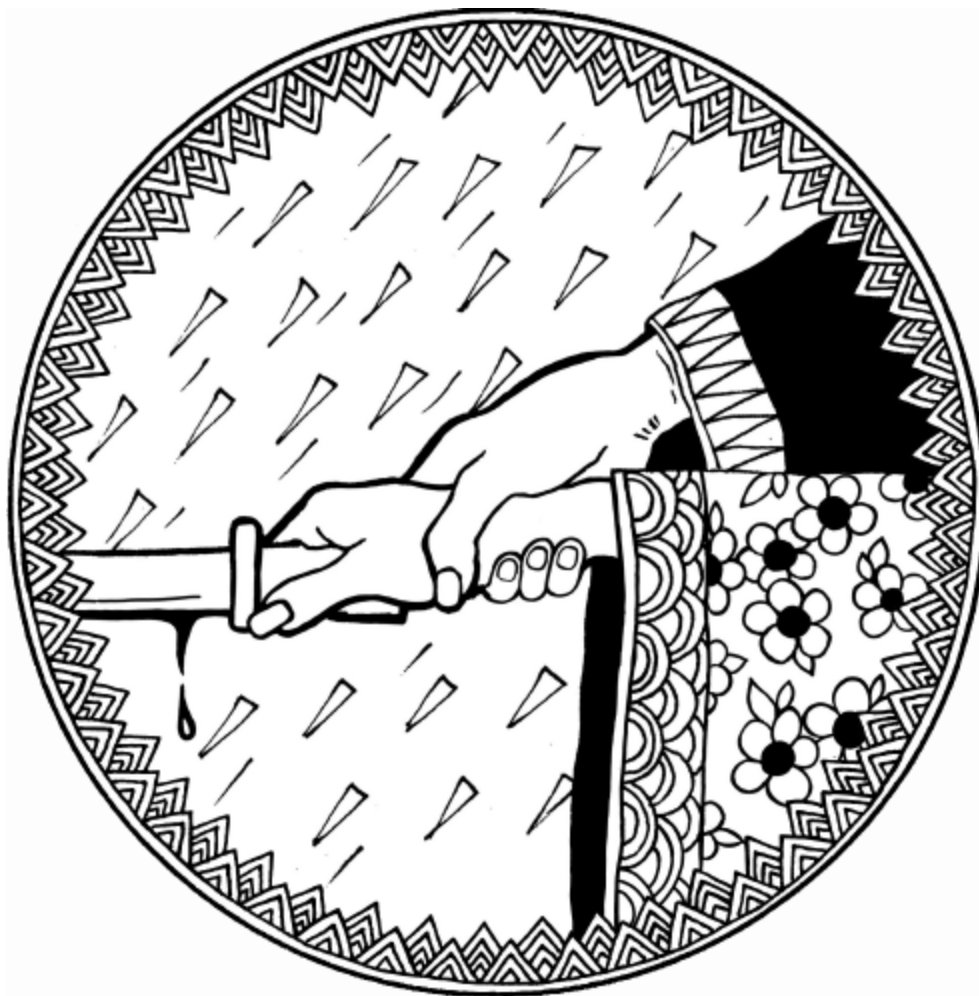
ведь не отличаемся примерным поведением, а вы удовлетворились одним телефонным звонком.

И Герб нанес завершающий удар: «Док, может, нас и исключат, но вы-то точно вылетите с работы». И, сделав эффектную паузу, спокойно добавил: «Почему бы нам не замять всю эту историю?»^[64]

К счастью для мальчишек, директор в итоге замял дело и дал им закончить школу.

Стратегема третья:

Убить чужим ножом



借刀殺人

С врагом все ясно, а насчет друга нет уверенности.
Используй друга, чтобы убить врага, а сам не применяй силы.

借	刀	殺	人
jìè	dāo	shā	rén
брать взаи- мы, занимать	нож, меч, ре- зак, бритва	убивать, умерщ- влять, портить	человек

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *одолжить нож, чтобы убить человека.*

«Воспользовавшись чужим ножом, убить человека».

«Убить чужим ножом».

«Стратагема алиби».

ИСТОРИЯ

К этой стратагеме, в отличие от многих других, в трактате не привязано ни исторического эпизода, ни философской концепции. Формулировка ее чрезвычайно проста, фраза понятна любому, даже иностранному читателю.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема предлагает повергнуть своего противника руками другого человека. Ее аналоги существуют в разных языках мира. У нас тоже говорят: «Убить чужим ножом», есть еще известная поговорка, которая описывает тот же принцип: «Чужими руками жар загребать».

Вы должны сделать так, чтобы другой человек сделал что-то за вас, вместо вас. Лучше всего, но необязательно, чтобы в результате применения этой стратагемы вы выглядели человеком, не имеющим никакого отношения к произошедшему. Нужно поставить другого

человека в такие условия, при которых у него не останется другого выхода, кроме как победить вашего врага.

Вообще стратагемы интересны тем, что никогда не указывают напрямую, что делать. Не говорят: пойдя туда-то, скажи тому-то то-то, и он, например, убьет твоего врага. Они задают нам общую картину, подсказывают, как решить ситуацию. Этим они похожи на учителя, к которому ученик приходит за советом. Мудрый наставник никогда не даст ответ, только подсказку. Чтобы ученик размышлял, развивался, учился думать. Так же и эта стратагема. Она содержит красивую идею сделать неприятное дело руками другого человека. А как заставить его сделать что-то за вас – уже другой вопрос, и, скорее всего, другие стратагемы.

Хорошим примером реализации этой стратагемы будет история о «яблоке раздора» из греческой мифологии, где Афродита, желая заполучить яблоко, выкрала для Париса Елену, жену царя Минелая.

Помните эпизод сказки «Лисичка-сестричка и серый волк», где Лиса советует Волку опустить хвост в прорубь, чтобы наловить рыбу? Волк послушал ее и полночи ждал улова. Естественно, под утро прорубь замерзла, и Волка с вмороженным в лед хвостом застали деревенские бабы. Несчастного волка избивают до полусмерти – так чужими руками Лиса устраняет конкурента.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

То, каким образом вы заполучите «чужой нож», самое интересное в этой стратагеме. Вы должны сделать так, чтобы другой человек добровольно решил вашу проблему. Здесь схема действий такова:

1. Найдите «чужой нож». Это может быть враг вашего врага или же тот, кого вы можете им сделать. К примеру, вы можете объяснить этому человеку, что ему тоже невыгодна позиция вашего врага. Или, что он тоже под угрозой.

2. Поставьте врага в уязвимую позицию. Или подставьте под «нож», как это сделала Лисичка-сестричка в нашем примере, или просто накалите ситуацию между вашим врагом и тем, у кого «нож».

Эта стратагема несмотря на ее устрашающее название, может быть применена в мирных целях. Представим самую что ни на есть

бытовую ситуацию: дорога до вашей дачи очень плохая, вся в рытвинах, нет даже фонарей. Вы устали спорить с местным руководством, которое не желает тратить на это деньги. В этой ситуации местное руководство – ваш «враг». Однако вы знаете, что по этой дороге ездят отдыхающие в туристический лагерь неподалеку. Вы можете поговорить с богатым и влиятельным начальником лагеря и изложить ему все выгоды хорошей освещенной дороги. Он и станет тем самым «чужим ножом», который надавит на вашего «врага».

В области риторики вы тоже можете отыскать варианты, как «натравить» других на вашего оппонента. Он может быть «убит» руками участников дискуссии или аудитории. Можно якобы случайно вбросить фразу, которая выставляет вашего противника в негативном свете перед аудиторией, и дать ей самой его «прикончить». Можно натравить другого участника дискуссии на вашего оппонента – дайте ему повод:

1. Найдите, в чем точки зрения вашего оппонента и этого участника расходятся.
2. Громко заявите о позиции вашего оппонента, так, чтобы слышал другой участник.
3. Отойдите в сторону и позвольте им спорить.

Не всегда ваша конечная цель «убить» кого-то. Может быть, вы, как Том Сойер, просто не хотите красить забор.

Помните эту историю? Опекунша дала Тому задание покрасить забор. Ему не очень хотелось этого делать, но и сбежать не получилось. Тогда в голову Тома пришла гениальная идея: покрасить забор чужими руками. Он сделал вид, что ему нравится красить забор. Как будто при этом он чувствует себя настоящим художником.

Когда к нему подошел приятель, Том объяснил, что это важное и интересное дело. Он так талантливо расписал ему всю прелесть окрашивания забора, что тот взялся красить вместо Тома, да еще и отдал свое яблоко, чтобы он позволил сделать это.

Том мастерски меняет восприятие приятеля. И это его способ воплотить стратегию «Убить чужим ножом», то есть сделать так, чтобы кто-то выполнил за тебя твоё дело.

Вот современный пример использования «яблока раздора». Знакомый адвокат рассказал мне профессиональную байку. Шло судебное разбирательство между супругами о разделе имущества. Дело затягивалось, судья медлил, стороны выдвигали новые и новые аргументы. В конце концов адвокат жены решил пойти на хитрость. Подгадав момент, он оставил на столе судьи анонимную записку, в которой довольно резким тоном просил поторопить дело. При этом он использовал выражения «мой клиент», «эта женщина», которые косвенно указывали, что её автор – адвокат мужа.

Судья прочитал записку, и её содержание ему крайне не понравилось. Если бы он спросил, как вообще могло взбрести в голову такое написать, подлог бы мгновенно раскрылся. Но этого не случилось, и дело было проиграно.

Предостеречься от такого приема возможно, если всегда перепроверять негативную информацию, полученную через вторые руки, прежде чем принимать важные решения.

Стратегема четвертая:

В покое ждать, когда враг устанет



以逸待勞

Силы, связывающие врага, проистекают не из открытого противоборства.

以	逸	待	勞
yǐ	yì	dài	láo
(предлог) посред- ством, при помощи	отдых, покой, безделье	ждать, выжи- дать , прожи- вать, оборо- няться	уставать, переутом- ляться , мучиться, усталость, исто- щать , утомлять

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *ничего не предпринимая, выжидать пока [враг] устанет.*

«Спокойно ждать, когда враг утомится».

«В покое ожидать утомленного врага».

«Стратегема изматывания противника».

ИСТОРИЯ

Эта же идея есть в «Искусстве войны»: «Сунь-цзы сказал: кто является на поле сражения первым и ждет противника, тот исполнен сил; кто потом является на поле сражения с запозданием и бросается в бой, тот уже утомлен».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратегема говорит нам, что внешние условия могут измотать противника сильнее, чем вы сами.

Биться с усталым врагом гораздо проще, чем с тем, который полон сил и внимателен ко всему. Поэтому нужно истощить врага: его силы, ресурсы, его волю и т. д. Сами при этом вы устать не должны. То есть, избегая столкновений, ждем, пока враг утомится. Мы должны «отсутствием маневра отвечать на маневры неприятеля или малыми

переменами отвечать на большие перемены в действиях неприятеля»^[65].

К примеру, как в случае с поражением Наполеона Бонапарта, можно просто дать погодным и другим внешним условиям сделать свое дело.

Ваша задача – дожидаться ослабления противника, не предпринимая наступательных действий. Чтобы его подвело время и обстоятельства: закончились запасы продовольствия, ухудшились погодные условия, исчерпались орудия для атаки и т. п. Естественно, эти самые обстоятельства вы можете усугублять.

В сказке «Мужик и поп» описывается такой эпизод: встретившись на дороге, поп и мужик находят поросенка. Оба хотели забрать поросенка себе. Мужик решил не спорить с попом и просто идти дальше. Поп, непривычный к длительной ходьбе, быстро устал и им пришлось остановиться. Тогда мужик, привычный к ходьбе, дождавшись, когда поп уснул, съел поросенка.

Здесь показан интересный вариант реализации стратагемы: мужик пользуется своим преимуществом. Подумайте, в чем ваше преимущество в сложившемся противостоянии и воспользуйтесь им. К примеру, представьте такую ситуацию: два офисных работника соревнуются за место, первый умнее, но второй выносливее. Он может победить, просто взяв коллегу на «измор».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Как вариант применения стратагемы, можно **«в молчании ожидать, когда враг устанет»**. Когда раз за разом оппонент нападает на вас, а вы ничего не отвечаете – это невероятно сильно выматывает его и придает образу некую карикатурность. Противник становится смешон, и к тому же тратит впустую свои аргументы. Его позиция становится куда уязвимее, чем была до начала дебатов, а вы совершенно не тратите сил.

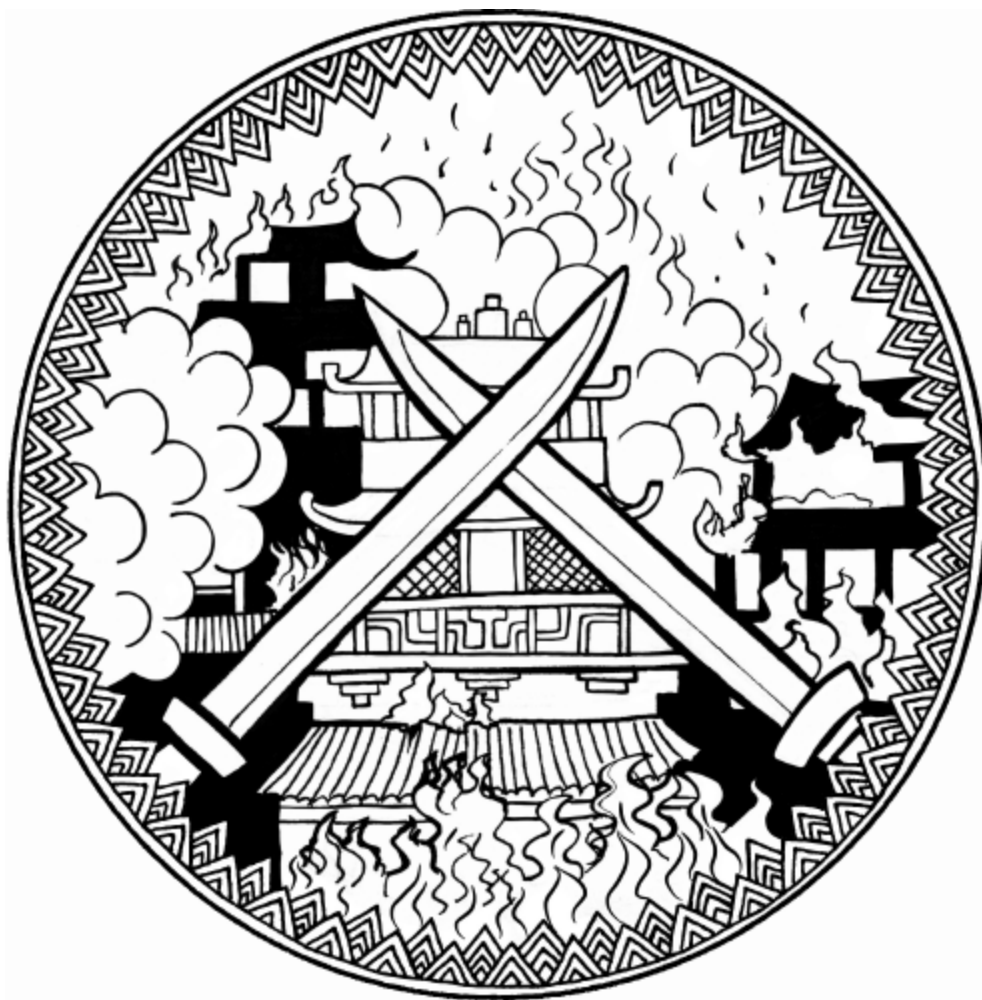
Или же вы можете, не предпринимая никаких лишних действий, «отбивать» удары противника, пока он не утомится, и только когда он исчерпает все свои ресурсы, перейти к наступлению.

В качестве примера можно привести такую историю. «В 1950-е гг. японская фирма Matsushita с некоторым опозданием захватила японский рынок, выбросив на него телевизоры и магнитофоны, значительно превосходящие по качеству продукцию конкурентов. [...] основной составляющей успеха японской экономики являлось преимущество, сводящееся к тому, что западные страны уже давно вывели свою техническую продукцию на рынок. Теперь японцы могли копировать и совершенствовать ее, наводить новый глянец, чтобы затем превзойти своей привлекательной продукцией западных предшественников»^[66].

Как мы видим, японцы подождали, пока конкуренты «устанут», выдохнутся, и со свежими силами воспользовались их достижениями, преобразовав на свой вкус.

Стратегема пятая:

Грaбить во время пожара



趁火打劫

Если враг понес большой урон, воспользуйся случаем — извлеки пользу для себя.

趁	火	打	劫
chèn	huǒ	d	jié
воспользоваться , ухватиться за, использовать момент	огонь, пожар	бить, ударять, колотить, делать , создавать, становиться, производить	грабить, отнимать силой, похищать, нападать, грабеж

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *воспользоваться пожаром, чтобы ограбить.*

«Среди пожара учинить грабеж».

«Грабить во время пожара».

«Стратагема стервятника».

ИСТОРИЯ

Сложно говорить о происхождении стратагемы. Возможно, это авторская метафора, а может быть и отсылка к историческому событию. Однако никаких указаний на географию или время, чтобы связать ее с каким-либо событием, нет. Формулировка стратагемы слишком проста и больше похожа на обычную расхожую фразу.

В романе У Чэнэня «Путешествие на запад» (1570 г.) встречается похожая фраза, что может быть как совпадением, так и влиянием трактата. В одном из эпизодов в монастыре случается пожар, и «волшебник» решает помочь, но вдруг видит чудесную сияющую рясу:

«Недаром говорят, что богатство вызывает алчность. Волшебник мгновенно забыл о том, зачем явился сюда. Он не звал больше никого таскать воду, а, воспользовавшись суматохой, стащил рысу и быстро вернулся к себе в пещеру»^[67].

В оригинале это выглядело так: «趁鬨打劫^[68]», где «鬨» – не пожар, а шум или «суматоха». В остальном формулировки совпадают, что вполне может быть случайностью, слишком уж общая это фраза, слишком простая идея.

ТОЛКОВАНИЕ

Смысл стратагемы: воспользуйтесь ослабленным положением противника, чтобы сокрушить, добить его. Игры в благородство на войне бессмысленны, утверждает стратагема. Если враг терпит урон – пользуйтесь. Главное – не упустить момент, когда противник ослаблен, растерян или не может подстроиться под обстоятельства.

Как пример приведу сказку «Волк-дурень». В ней у одного мужика была собака. Когда она состарилась, мужик привязал ее к дереву и оставил в лесу. Собаку увидал волк и решил отплатить за все причиненные ею обиды. Это был его «грабеж во время пожара», нападение на врага, находящегося в бедственном положении. Вполне разумный поступок, если бы только потом волк не стал, по наущению собаки, откармливать ее, чтоб она потолще была. Собака отъелась и сама напала на волка, он чудом сбежал. Вот и урок – пользоваться пожаром, а не ждать, пока он потухнет.

Надо сказать, что с моральной точки зрения, это довольно сомнительная стратагема. Помните известное выражение «нагреть руки на чужой беде»? Это всегда говорят с осуждением, потому что такие приемы далеки от понятия «благородство». Бывают, однако, в жизни ситуации, когда единственная возможность выпутаться из беды – воспользоваться чужими трудностями, и тут уже каждый сам для себя принимает решение.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Когда оппонент встречает удар, нанесенный третьей стороной – присоедините к нападающим свои силы и закончите разгром. Как это можно применить в переговорах: если в ваши дебаты вмешивается третья сторона с провокацией, неудобным вопросом (аудитория или третий противник), или если оппонент сам допускает оплошность, вроде оговорки, выдает то, что не следовало, привлечите к этому внимание. Пользуясь его неудачей, уроните его авторитет перед аудиторией.

Если вы в шаге от победы, можете использовать эту стратегию, чтобы разрушить образ вашего противника. К примеру, вы видите, что оппонент скрестил руки на груди, и явно держится не слишком уверенно. Вы можете привлечь к этому внимание аудитории:

– Неужели боитесь? Посмотрите, вы весь сжались, как будто перед ударом, скрестили руки, наклоняете голову. Что же такого страшного происходит в этой аудитории? Кого вы боитесь? Меня? Публику? Или вы боитесь за свои слабые аргументы?

Стратегема шестая:

Шуметь здесь, ударить там



聲東擊西

Дух неприятеля и его ряды пришли в замешательство. Вот благоприятный момент для внезапного нападения.

聲	東	擊	西
shēng	dōng	jī	xī
звук, шум , голос, крик	Восток; Переводится как « здесь » или «так» в связке с 西	бить , ударять, нападать , атаковать	Запад; Переводится как « там » или «этак» в связке с 東

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *шуметь здесь, а ударить там.*

«Подняв шум на востоке, напасть на западе»^[69].

«Стратегема ложного маневра»^[70].

ИСТОРИЯ

Вероятно, описывается известная тактика, которая встречается и у Сунь-цзы в «Искусстве войны»: «Нападай там, где он [враг] не приготовился»^[71].

Возможные следы есть в «Тундянь» (801 г., 通典, что также можно перевести как «энциклопедия») пера Ду Ю^[72]: военный кодекс, глава 153: 擊東其實擊西, где «其實» означает «на самом деле»^[73]. Этот раздел начинается со слов «Сунь-цзы сказал...» из чего можно сделать вывод о вполне вероятной взаимосвязи.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратегема учит, что можно «говорить одно, а делать другое». Стратегема ложного наступления. Вы объявляете, что нападете в одном месте, демонстративно готовитесь к этому, а потом бьете в

другом. Враг будет думать, как победить на море, потому что вы закупили корабли, а вы тем временем ударите с воздуха.

Если говорить о бытовом уровне, то это жизненный принцип: «послушай, согласись, и сделай по-своему». Это, по сути, та же самая стратагема.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Это простая и действенная тактика для переговоров. Вы можете заранее дать оппоненту знать о своей позиции – объявить прямо или допустить утечку информации, чтобы он приготовился к определенной теме, сфокусировал на ней внимание. На деле же вы приходите с совершенно другими идеями, другими аргументами и другой позицией. В итоге противнику придется перестраиваться «на ходу», что не слишком хорошо скажется на качестве его аргументации.

Нападать там, где враг не ожидает удара – вот в чем смысл стратагемы. Вы заранее создаете для оппонента некий образ, далекий от действительности, в рамках которого он будет ожидать от вас действий. Это должен быть яркий и запоминающийся образ, настолько живой, чтобы устранить все сомнения. Фактически вы помещаете себя в некую рамку или надеваете маску, на время, скрывая истинные мотивы. Когда же подходит момент, и вы заявляете о своих действительных намерениях – это производит ошеломляющий эффект. Противник не готов к этому и не сумеет достойным образом вам ответить.

Вот история о том, как Тед Тернер, основатель телеканала CNN, задурил голову влиятельнейшим игрокам телеиндустрии и добился, чего хотел^[74].

У Теда и его компании Turner Broadcasting были кабельные телеканалы, а у трех крупнейших американских телесетей: ABC, NBC и CBS – сеть эфирных телеканалов. Тернер обратился к каждой

компания с предложением объединить эфирное и кабельное телевидение, что значительно сократит расходы, и можно будет вложить деньги в развитие. Это позволило бы в будущем значительно опередить конкурентов.

Звучало это довольно разумно, но все отказались. И тогда у Теда появилась другая идея: поглотить одного из гигантов – CBS. У Turner Broadcasting на это не хватило бы денег, но на помощь пришел крупный инвестиционный банк. Пока Тернер убеждал акционеров CBS продать акции, компания искала способ его нейтрализовать. В итоге они решили сами выкупить часть акций у акционеров.

Но вернемся к стратегаеме – пока мы видим только где он «шумел», а куда же «ударил» Тед Тернер? Пока CBS пыталась отвести угрозу, он, понимая, что дело вряд ли выгорит, проворачивал совсем иную интригу: предложил слияние знаменитой киностудии Metro-Goldwyn-Mayer. Это позволило бы транслировать ее фильмы на своих каналах без ограничений и выплат. Владельцу студии Кирку Керкоряну понравилось предложение Теда, но он сомневался в нем как в бизнес-партнере (молодой, непредсказуемый) и поэтому отказался. Но тут ситуация с CBS и лихие захватнические действия Turner Broadcasting начали производить большой резонанс. Наблюдая за тем, как идет столкновение между компаниями, Керкорян изменил свое мнение и решил подписать соглашение. Так Тернер получил Metro-Goldwyn-Mayer, хоть и не получил CBS. Да, риск был велик, но, заполучив киностудию, он выиграл гораздо, гораздо больше.

Раздел второй:

Стратегемы сражений равных противников

敵戰

敵 – враг, соперник, партнер, пара, равный, давать отпор, быть равным;

戰 – война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратегема седьмая:

Из ничего сделать что-то



無中生有

Искусство обмана состоит в том, чтобы сначала обмануть, а потом не обманывать.

Когда не-обман кажется обманом – это обман истинный.

Сначала маленький обман, потом большой обман, потом настоящий выпад.

無	中	生	有
wú	zhōng	shēng	yǒu
как « небытие » в связке с «有»	середина, центр , нутро, сердце	родиться , получаться, рождать	как « бытие », «наличие» в связке с «無»

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *из ничего создать что-то.*

«Из ничего сотворить что-то».

«Извлечь нечто из ничего».

«Стратагема мистификатора».

ИСТОРИЯ

Вероятно, это отсылка к «Дао дэ цзин» Лао-цзы^[75]. В этом тексте есть такая фраза: 「天下萬物生於有，有生於無」, где 於 можно перевести как «из», то есть «бытие родится из небытия»^[76].

Интересно, что, как пишет Харро фон Зенгер^[77]: «Труд «Дао дэ цзин» <...> в Китае <...> рассматривался как трактат по военному делу на том основании, что по меньшей мере в 20-ти из 81-й главы в завуалированной философской форме обсуждаются военные вопросы, а остальные также содержат свидетельства стратегической и тактической мысли, насыщенной важным опытом».

Такое же разностороннее применение – и в повседневной жизни, и в военном деле – отличает и трактат «Тридцать шесть стратагем».

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема учит создавать ситуацию «когда не-обман кажется обманом»^[78]. То есть вы обманываете противника, потом снова, и он, дважды обманувшись, перестает вам верить. Тогда вы говорите правду, но он уверен, что вы снова лжете и попадаетесь на эту уловку.

Харро фон Зенгер приводит очень интересный пример употребления этой стратегемы:

«В эпоху Тан, в 756 г. н. э., в районе современного Пекина взбунтовался военный правитель Ань Лушань (ум. 757 н. э.). К восставшим присоединился также военачальник Лин Хучао. Он осадил город Юнцю. Оборонявший город с малым числом воинов и оружия военачальник Чжан (709–757 гг.), верный императору, приказал своему отряду сделать 1000 соломенных кукол в человеческий рост, одеть их в черные одежды, прикрепить к веревкам и с наступлением ночи спускать их наружу вниз по городским стенам. Окружавшие город воины решили, что это спускаются вниз по стенам защитники города. На соломенных кукол посыпался град стрел. Чжан Сюнь приказал поднять кукол и таким образом добыл много тысяч стрел.

Несколько позже Чжан Сюнь приказал настоящим воинам спускаться вниз по стенам, Лин Хучао и его люди решили, что противник хочет набрать еще стрел с помощью соломенных кукол. На это они отреагировали злорадным смехом и не предприняли никаких приготовлений к битве. Отряд добровольцев в 500 человек, вышедший из города, молниеносно наводнил лагерь Лин Хучао, поджег палатки, убил часть осаждающих, а остатки разогнал в разные стороны»^[79].

Принцип действия стратегемы таков: «Инсценировать угрозу, чтобы противник смог заметить обман. Тогда он потеряет бдительность и при виде настоящей угрозы также примет ее за ложную, а в результате падет ее жертвой»^[80].

Некоторые авторы считают, что смысл стратегемы гораздо шире – она подразумевает любой обман, в ходе которого мы используем выдумку, ложь – то есть «ничего», «небытие», «мыльный пузырь». В пример приводят «МММ» или потемкинские деревни. Важно

понимать, что подобная трактовка не обоснована, потому что не включает в себя описание стратагемы.

Эту стратагему можно перепутать с первой стратагемой «Скрыть от императора, что он пересекает море». Один из вариантов реализации первой стратагемы предполагает, что вы делаете что-то постоянно, это становится обыденным, враг к этому привыкает и перестает воспринимать как угрозу. Тот же прием можно использовать и с этой стратагемой, только выглядеть он будет иначе: вы лжете, лжете снова, и на третий раз вам уже никто не верит, принимая вас за дурачка, который думает всех обмануть.

Вот замечательный пример, который может объяснить принцип действия этой стратагемы. Многим в детстве рассказывали сказку, где мальчик кричит «Волки!», хотя на самом деле никаких волков нет. Мало кто знает, что на самом деле это басня Эзопа, древнегреческого баснописца. Она называется «Пастух-шутник». На русском языке она известна в переводе Л. Н. Толстого:

«Мальчик стерег овец и, будто увидав волка, стал звать: «Помогите, волк! волк!» Мужики прибежали и видят: неправда. Как сделал он так и два, и три раза, случилось – и вправду набежал волк. Мальчик стал кричать: «Сюда, сюда скорей, волк!» Мужики подумали, что опять по-всегдашнему обманывает, – не послушали его. Волк видит, бояться нечего: на просторе перерезал все стадо»^[81].

У Эзопа басня заканчивается примечательными для нас словами: «вот чего достигают лжецы, – им не верят, даже когда они говорят правду»^[82].

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Суть приема в том, что мы обманываем раз, обманываем второй и, когда все убедились в том, что мы лжем, – говорим правду. И противник, уверенный в том, что его и на этот раз обманывают, *действует наоборот*.

Сложно представить такого рода прием в риторике – единожды подорванное доверие к оратору обернется абсолютным неприятием всего, что он говорит. С другой стороны, если **обман представить, как шутку**, может получиться интересный, яркий и запоминающийся ход. Пошутили раз, пошутили второй, и на третий аудитория примет сказанное за шутку. Но тут вы показываете ей неопровержимые доказательства серьезности ваших слов и смех оборачивается шоком.

Этот случай произошел на открытой лекции, посвященной нацизму. Ее вел очень специфический преподаватель, который не любил многочисленные мифы, которые окружают то время. Поэтому у него была манера вбросить некий нелепый факт, дожидаться ошарашенной тишины аудитории, а потом сказать, что этого конечно же не было, это все очередные мифы. И вот ближе к концу лекции, он вдруг бросает очередную шуточку: «Был такой немецкий профессор, который делал мыло из человеческого жира». Аудитория принимает сказанное за шутку, кто-то даже издает смешок, и тут профессор с совершенно серьезным лицом выводит на экран черно-белые фотографии. Это был настоящий шок. Все молчали, подавленные. Это оказало куда больший эффект именно за счет того, что в первый момент все на полном серьезе решили, что это шутка.

Или же, можно реализовать этот прием *как угрозу*. Вы угрожаете оппоненту (к примеру, что расскажете о нем нечто, или, что представите некие свидетельства). Он готовится к вашему удару и к ответному, но вы ничего не делаете, а говорите: «Ну сегодня не вышло. Значит, в следующий раз». Он снова готовится, но вы опять ничего не предпринимаете. Тогда он перестает воспринимать всерьез ваши угрозы и не готовится к отражению удара. Когда вы действительно реализуете свою угрозу, это становится для него полнейшей неожиданностью.

Не могу обойти стороной еще одну проблему. Важно всякий раз, когда вы используете стратегию, понимать, хотя бы примерно, как на нее отреагирует ваша аудитория. Перед каждым выступлением, встречей, переговорами, лекцией, диспутом – не важно, – выясняйте, кем является ваш оппонент и ваша аудитория.

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ ОБ АУДИТОРИИ^[83]



Возраст

- Молодая аудитория хорошо реагирует на послы в будущее: обещание будущих великих свершений, открывающиеся заманчивые перспективы. Молодые склонны быть идеалистами, верят в перемены.
- Пожилая аудитория очень консервативна и осторожна, стабильность – одно из ключевых слов в общении с ними. Они ленивы, не хотят меняться и не верят обещаниям. Они уже приспособились к текущей обстановке и не хотят что-то менять.
- Люди средних лет сочетают в себе качества двух предыдущих категорий. Верят в будущее и перемены, но при этом достаточно консервативны в вопросах профессионализма.

Пол

- Женщины зачастую реагируют эмоционально: яркие примеры, трогательные истории – все это включайте в свою речь.
- Мужчины предпочитают четкую последовательность, логическую обусловленность рассказываемого – придайте речи четкую структуру, чтобы сразу было понятно, что за чем следует.

Настрой аудитории

Всегда узнавайте заранее о настрое аудитории по отношению к вам. Их насильно согнали вас слушать, или они пришли добровольно? Они хотят вас унижить и выставить некомпетентным шарлатаном, или они воспринимают вас как гуру в своей области?

В зависимости от этого необходимо и выстраивать речь. Если вы чувствуете напряжение собравшихся, знаете, что они негативно к вам настроены, озвучьте это, снимите напряжение, скажите, к примеру: *«Отлично понимаю, что вас согнали сюда после восьмичасового рабочего дня и вам больше всего на свете*

хочется домой, обнять собаку и уснуть. Однако другого времени у нас нет, а поговорить о [ваша тема] очень важно, чтобы вы смогли [преимущества, которые они получают]».

Чем больше негатива у аудитории, тем более веские аргументы вы должны найти.

Культура и вероисповедание

У каждого народа есть особенности в менталитете, которые очень сильно отличают их от вас. И это не только обращения и формы вежливости. Это также запретные темы, особенность отношения к тем или иным вещам, авторитетные и неавторитетные источники (ну, к примеру, не надо ссылаться на Библию, если вы разговариваете с мусульманами). Если вам предстоит беседа с представителями другой культуры, советую подготовиться и почитать что-нибудь об их особенностях (могу посоветовать книгу «Столкновение культур»^[84] – там каждой нации отведен свой параграф). Понятно, что вы не узнаете все детали, с которыми знакомы (кроме носителей культуры) только опытные переводчики и дипломаты, но вы можете предостеречь себя от грубых ошибок.

Уровень знания предмета

Пожалуйста, учитывайте, что не стоит рассказывать сантехникам об устройстве водопровода, потому что они знают об этом в десять раз больше чем вы. Не стоит учить аудиторию тому, что она и так знает. Вы можете столкнуться с негативом в ваш адрес.

Интересы аудитории

Всякий раз, когда вы готовите речь, учитывайте, перед кем вы будете ее произносить. Если вы читаете лекцию о правописании

служащим авиаконструкторского завода, подумайте, зачем им это может понадобиться. Стройте всю свою речь с учетом этого. Желательно также в самом начале проговорить причины, по которым людям выгодно вас слушать.

Эффект контраста

Примером к этой стратагеме может служить прием, основанный на «эффекте контраста». Когда вы видите на парковке между Волгой и Нивой блестящий Jaguar, он кажется вам невероятно красивым, а другие автомобили – старыми и потрепанными. А потом вы видите его же в салоне среди более новых моделей Bentley и Maserati. На их фоне Jaguar блекнет: и линии грубоватые, и блестит не так ярко, и цвет какой-то тусклый...

Суть эффекта контраста в том, что, если один предмет сильно отличается от другого, мы начинаем преувеличивать разницу между ними и уже не можем смотреть на предмет объективно.

Роберт Чалдини, профессор психологии, во время своих исследований устроился в компанию по продаже недвижимости. Он рассказывает, как его наставник-продавец использовал эффект контраста^[85].

В этой компании числилась пара запущенных домов с сильно завышенной ценой. Их не стремились продать, а использовали для такого трюка: продавец сначала демонстрировал покупателям эти два дома, а затем – хорошее жилье по адекватной цене. На контрасте эти варианты казались клиентам просто чудом, удачей, которую надо немедленно хватать за хвост.

Это действенный прием, и зная, как он выглядит, вы можете понять, когда его используют против вас.

А вот, как будет выглядеть эффект контраста в риторике. Прочтите письмо студентки родителям:

«Дорогие мама и папа!

С тех пор как я уехала в колледж, я была небрежна в написании писем. Я сожалею о том, что была невнимательна, и о том, что не писала до сих пор. Я сообщу вам сейчас обо всем, что произошло, но

перед тем как вы продолжите чтение, пожалуйста, сядьте. Вы не будете читать дальше, пока не сядете, хорошо?

Ну, сейчас я чувствую себя вполне хорошо. Последствия перелома черепа и сотрясения мозга, которые я получила, когда выпрыгнула из окна своего общежития в тот момент, когда оно загорелось вскоре после моего приезда сюда, теперь почти не беспокоят. Я провела две недели в больнице и теперь могу видеть почти нормально, и головные боли бывают только раз в день. К счастью, пожар в общежитии и мой прыжок увидел дежурный оператор газовой станции, расположенной рядом с общежитием, и именно он позвонил в пожарный отдел и вызвал скорую помощь. Кроме того, он навещал меня в больнице, и поскольку мне было негде жить после пожара, он был достаточно добр, чтобы предложить мне разделить с ним его комнату. В действительности это полуподвальная комната, но она довольно мила. Он чудесный парень, мы влюбились друг в друга и собираемся пожениться. Мы пока не назначили точную дату, но свадьба будет до того, как моя беременность станет заметной.

Да, мама и папа, я беременна. Я знаю, что вы мечтаете стать дедушкой и бабушкой и что вы радушно примете ребенка и окружите его той же любовью, преданностью и нежной заботой, какими окружали меня в детстве. Причина задержки заключения нашего брака состоит в том, что мой друг подхватил незначительную инфекцию, которая мешает нам сдать добрачные анализы крови, а я неосторожно заразилась от него. Я уверена, что вы встретите моего друга с распростертыми объятиями. Он добрый и хотя не очень образованный, но зато трудолюбивый.

Теперь, после того как я сообщила вам, что случилось, хочу вам сказать, что пожара в общежитии не было, у меня не было сотрясения мозга и перелома черепа, я не была в больнице, я не беременна, я не помолвлена, я не инфицирована и у меня нет друга. Однако я получаю низкие баллы по американской истории и плохие оценки по химии и хочу, чтобы вы смотрели на эти оценки с мудростью и снисходительностью.

Ваша любящая дочь Шэрон»^[86].

Стратегема восьмая:

(Для вида чинить деревянную дорогу), втайне выступить
в Чэньцан



(明修棧道) 暗渡陳倉

Сначала выкажи наступательные действия.

Когда же противник, уверенный в своем превосходстве, ничего не предпримет в ответ, воспользуйся его пассивностью.

明	修	棧	道
míng	xiū	zhàn	dào
ясный, светлый, яв-ный, внешний , ясно видимый, понятный, светать, понимать	чинить, ремонтировать, строить, возводить , сооружать	виадук, эстакада, висячий мост	путь, дорога , тракт
		висячая дорога , настил вдоль отвесной скалы	
暗	渡	陳	倉
àn	dù	Chén	cāng
темный, без света, невежественный, незрячий, скрытый, спрятанный, тайный , секретный, тайно	переправляться , перевозить, пересекать, преодолевать	город Чэньцан	

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: (Для вида чинить деревянную дорогу)^[87], тайно переправиться в Чэньцан.

«Втайне выступить в Чэньцан».

«Для вида чинить деревянные мостки, втайне выступить в Чэньцан».

«Стратегема окружного пути».

ИСТОРИЯ

Для начала необходимо уточнить, что же такое загадочные «棧道» – деревянная дорога, мостки, мост?.. Это деревянный мост или вернее дорога, которая идет вдоль горы, одним краем прикрепленная к отвесной скале.



Деревянная дорога Баоцзи (округ Баоцзи, бывш. Чэньцан)

Стратегема описывает реальный исторический эпизод. В начале третьего века развалилась империя Цинь – самая первая китайская

империя. В это смутное время среди претендентов на власть выделялось двое: Лю Бан, на стороне которого выступал полководец Хань Синь, и Сян Юй, на стороне которого выступал полководец Чжан Хань. Именно эпизод столкновения этих двух полководцев, Ханя и Чжана, и описывает наша стратагема.

Это случилось в 206 г. до н. э. Полководец Чжан Хань занял город Чэньцан. Это был стратегически важный город, его необходимо было вернуть. Полководцу Хань Синю приказали атаковать город. Но как это сделать? Когда-то к Чэньцану вели мостки, деревянная дорога в горах, но сейчас она была сожжена. Была еще окружная дорога, но по ней было идти куда дольше.

Хань Синь принял такое решение. Он послал солдат чинить сожженную дорогу. Когда об этом узнал Чжан Хань, он обрадовался и совершенно расслабился – на восстановление мостков потребовалось бы очень много времени. Однако основную часть армии Хань Синь тайно отправил окружным путем к Чэньцану. Так, не ожидающий нападения Чэньцан был захвачен.

Это довольно известный эпизод, о нем даже упоминается в «Троецарствии»:

– Что делать, если Чжугэ Лян опять нападет на наши владения? – спросил Цао Жуй.

– Мне кажется, что на этот раз он поступит так, как когда-то поступил Хань Синь, – промолвил Сыма И. – Чжугэ Лян попытается окольными путями вывести свое войско к Чэньцану»^[88].

Также в «Искусстве войны» Сунь-цзы говорит о подобном приеме: *«Выступив туда, куда он непременно направится, самому направиться туда, где он не ожидает».*

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема учит нас двуплановости. Скройте ваш истинный маневр за обычным, нормальным, логичным действием для этой ситуации. При этом вы одновременно:

- не скрываясь, явно делаете то, что от вас ожидают,
- и тайно предпринимаете неожиданный ход.

Важно понимать, что в обыденном нет подвоха, мы просто делаем именно то, что от нас и хотели.

Эту стратегию легко перепутать с первой и шестой. Поэтому немного расскажу об их различиях.

Первая стратегия предполагает, что *обыденное и есть уловка*. В самом обыденном и заключен подвох. Вспомните пример к ней: все считают, что воины как обычно выехали пострелять, а они отвлекают внимание, чтобы один из них мог вырваться из окружения и отвезти донесение. Обыденное действие – тренировка по стрельбе – превращается в побег из осажденного города.

Шестая же стратегия предполагает, что вы лишь «поднимаете шум», объявляете о своих действиях, но на самом деле ничего из объявленного не делаете.

Здесь именно *ложное наступление*, чтобы враг бросил свои силы туда, открывшись.

Как пример к стратегии можно вспомнить сказку «Баба и два солдата»: баба везла в город продавать кринку масла. Два солдата решили ее обворовать. Уловка стара как мир: один отвлекает ее вниманием просьбой подпоясать его, второй тем временем тащит с воза кринку с маслом.

СТРАТЕГИЯ НА ПРАКТИКЕ

Главная особенность стратегии в двуплановости. Есть нечто очевидное, чего от нас ждет оппонент и аудитория. Мы открыто заявляем это и признаем своим текущим курсом. В то же время есть нечто иное, что является нашей истинной целью – это и есть второй план, тайный. Для вида следуем ожиданиям аудитории, на самом деле проводя то, что нам выгодно.

Этакая стратегия маскировки. Есть несколько вариантов ее реализации:

1. До поры до времени скрывать свои намерения и открыть их в решающий момент (голосование, к примеру).

2. Как в стратагеме шестой, использовать «подводные течения», исподволь, намеками и оговорками добиваясь своей цели.

3. Занятный вариант реализации: начать так, как от вас ждали, и вдруг резко повернуть и изменить ожиданиям аудитории – это хороший ход, чтобы привлечь внимание к вашим утверждениям (*«Мы все согласны с тем, что..., но что, если...»*). Можно также сыграть наоборот, начать с неожиданного: согласия с оппонентом, и вывернуть его слова наизнанку (*«Да, не буду спорить, коллега абсолютно прав, что..., что..., и что... Но все это не играет никакой роли, просто потому что...»*).

Также хочу рассказать об одном любопытном приеме, который, по сути, очень напоминает эту стратагему. Риторику в институте у нас вела очень умная дама, на редкость начитанная и современная особа. Она дала нам однажды совет, который не раз пригодился мне в жизни. Если вы хотите, чтобы доставучий начальник принял ваш текст без своих «дельных» исправлений (без которых он не может обойтись, потому что тогда получится, что вы знаете его дело лучше него), допустите пару-тройку грубых ошибок, которые нельзя не заметить. Она убирала пару запятых или писала – тся вместо – тся в окончаниях глаголов. Это было нечто такое, что даже человек с минимальными познаниями в русском языке заметит. Ее начальник цеплялся к этим ошибкам, исправляя их и чувствовал, что знает все лучше всех, вон, даже филолога поправил. После чего больше не придирился к тексту и тот уходил в печать таким, каким она его и задумывала.

Моя знакомая дизайнер следовала примерно той же схеме – добавляла в работе какую-нибудь вопиющую деталь и отстаивала ее до хрипоты. Расходились они вполне довольные друг другом. Заказчик был доволен, что настоял на своем, проучил глупенькую девчушку, а она была довольна, что в ее работу не лезли с нелепыми поправками.

Еще один пример, уже из бизнеса. В 80-е годы одним из крупнейших игроков на рынке игровых консолей была компания Nintendo. Она выпускала игровые приставки и игры на картриджах к ним. Игры для нее разрабатывали всего несколько компаний, а вот желающих выпустить свою игру на приставку было гораздо больше. Но самостоятельно производить картриджи для Nintendo было невозможно, потому что оригинальные были защищены специальным чипом с ключ-кодом, без которого приставка не запускала игру.

В числе желающих была американская компания Tengen. Они сотрудничали с Nintendo, но те не давали им возможности наращивать масштабы, искусственно урезая производство картриджей с их играми. И тогда Tengen придумали хитроумный план, позволивший им получить доступ к чипу.

Они наняли адвоката и представились компанией Nintendo, на которую подала в суд компания Tengen с претензией по поводу авторских прав. Адвокату, чтобы вести дело, потребовалась копия ключ-кода. Он пришел в патентное бюро и от имени Nintendo попросил выдать копию. В патентном бюро, ничего не заподозрив, выдали адвокату то, что он потребовал. Так Tengen удалось заполучить ключ-код, и они смогли производить картриджи в неограниченном количестве.

Nintendo подали на них в суд, и Tengen дело проиграли. Суд обязал уничтожить выпущенные картриджи, но к тому времени одного только «Тетриса» было продано больше 100 000 копий.

Стратегема девятая:

С противоположного берега наблюдать за пожаром



隔岸觀火

Пусть в стане врага назревает разлад и растёт неотступно смута.

Нужно держаться от этого вдалеке и ждать, когда наступит крах.

Взаимные распри и взгляды, полные ненависти, верный знак того, что враг сам себя погубит.

隔	岸	觀	火
gé	àn	guān	huǒ
быть на расстоянии, отгораживаться, чуждаться, обособляться, по ту сторону , через, расстояние	берег , суша, прибрежный	смотреть на, осматривать, предаваться созерцанию	огонь, пожар , очаг, жечь, палить

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *с противоположного берега смотреть на пожар.*

«С противоположного берега наблюдать за пожаром».

«Наблюдать за огнем с противоположного берега».

«Стратегема невмешательства».

ИСТОРИЯ

На этот счет есть разные версии, я склоняюсь к тому, что это авторская формулировка.

Харро фон Зенгер, к примеру, ссылается на исторический эпизод, описанный в романе «Троецарствие». Это события, которые непосредственно относятся к Битве у Красной скалы (см. «Стратегема тридцать пятая»). Чжугэ Лян^[89] был соратником военачальника Чжоу Юя^[90]. Чжугэ Лян давал Чжоу Юю мудрые советы на протяжении всей подготовки к битве. С его помощью был вызван ветер^[91], который разнес пламя по вражеским кораблям.

Чжоу Юя, очень напугала мощь Чжугэ Ляна, и он отправил за ним погоню с приказом убить его. Чжугэ Лян, однако, предугадавший подобное развитие событий, спешно отправился к своему покровителю. Вместе они отправились в Фанькоу, чтобы издали наблюдать за битвой.

Впрочем, я склоняюсь к версии, что это просто совпадение, все же немало в военной истории Китая было пожаров и тех, кто за ними наблюдал.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема о том, что порой проще подождать, когда ваш враг потонет сам. Если вы видите, что противник попал в тяжелую ситуацию, в его окружении беспокойно, не атакуйте, подождите, дайте время обстоятельствам сделать свое дело. Наблюдать за бедствием врага, ожидать, когда он сам себя погубит – вот в чем смысл стратагемы.

Существует китайская поговорка «Сидя на горе, наблюдать за схваткой тигров». Ее часто включают в описание девятой стратагемы. Отчасти это верно, однако смысл стратагемы гораздо шире. Ваш враг может оказаться поверженным из-за внутренних противоречий, из-за погодных условий, из-за собственной опрометчивости.

Если вы заметили признак упадка, трещину в фундаменте врага, не нападайте – этим вы только потратите зря свои силы. Надо подождать, пока это здание само развалится – это здесь главное.

Стратагема несколько похожа на четвертую «В покое ждать, когда враг устанет». Однако, она предлагает наблюдать как враг терпит какую-то неприятность, не вмешиваясь, не пытаться ни добить, ни помочь ему. В то время, как суть четвертой стратагемы в том, чтобы затаившись выждать пока враг попытается тебя достать.

Также она похожа – по формулировке и по сути – на стратагему пятую: «Напасть во время пожара». Снова пожар, но в девятой мы бездействуем, даем «огню» самому уничтожить нашего противника, тогда как пятая стратагема подразумевает активные действия.

В России тоже существует ряд выражений, похожих на китайскую пословицу «Сидя на горе, наблюдать за схваткой тигров»: «Кошки грызутся – мышам приволье», «Орлы бьются, а молодцам перья достаются». Смысл их несколько иной, нежели у стратагемы, однако идея невмешательства прослеживается в обоих случаях.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Наблюдать за тем, как враг губит себя, не вмешиваясь, — вот в чем смысл этой любопытной стратагемы. Если ваш оппонент сам «топит» себя своей аргументацией, путаницей в логике, неумением справиться с вопросами аудитории или других участников дискуссии — оставьте его, пусть он сам погубит себя, не участвуйте в этом подобно стервятнику. Так вы останетесь с незапятнанной репутацией и не потратите бессмысленно силы.

Карли Фиорина, бывший президент Hewlett-Packard, и бывший вице-президент Network Systems, входит в топ-30 самых влиятельных женщин США. В своей книге «Трудный выбор» она рассказала о ситуации, которую ей пришлось пережить, когда она работала в компании Network Systems.

Она столкнулась с тем, что один из коллег, хотя тут уместнее сказать конкурентов, стал «под нее копать». Он уговорил ее подчиненную шпионить и сливать ему информацию, пользуясь которой, выставял Фиорину не в самом лучшем свете. Также он настраивал против нее подчиненных и нашептывал начальству о ее нелояльности.

Карли не сразу поняла, в чем причина полосы неудач, приключившейся с ней, пока другой коллега не поделился наблюдениями, открывшими ей глаза.

Однажды Фиорину вызвал исполнительный директор Билл Марс и спросил, нет ли у нее сложностей. Карли высказала свои подозрения, хотя прямых доказательств у нее не было. Билл вызвал ее конкурента. Вместо того чтобы все отрицать, что было бы логично в этой ситуации, тот принялся поливать Фиорину грязью. У него на руках было не так много обвинений, большая часть из которых — откровенная ложь. И чем больше он говорил, чем менее уверенными становились его утверждения, тем больше он оправдывался.

Фиорина не вмешивалась – молча смотрела, как он сам себя закапывает. Если бы стала давить, говорить гадости, то не добавила бы себе очков, а превратила бы все в безобразную свару.

В итоге такая вспышка не прошла тому коллеге даром – через несколько месяцев он уволился, а на его место назначили Фиорину.

Стратегема десятая:

В улыбке прятать нож



笑裡藏刀

Добивайся доверия противника и внушай ему спокойствие; после осуществляй свои скрытые планы.

Подготовив все, как подобает, нападай без колебаний и не давай врагу опомниться.

笑	裡	藏	刀
xiào	lǐ	cáng	dāo
смеяться, улыбаться, смеющийся, с улыбкой, насмехаться, улыбка , смех	в, внутри	прятаться, прятать , хранить, таить	нож , меч

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *в улыбке прятать нож*.

«В улыбке прятать нож».

«Скрывать за улыбкой кинжал».

«Стратегема усыпления внимания».

ИСТОРИЯ

Довольно распространенное выражение, встречающееся у разных народов.

К примеру, у поэта Бо Цзюйи^[92] (772–846 гг.) есть похожая по смыслу фраза в стихотворении 〈天可度〉 (примерный перевод: «Небо можно измерить»). Строчка: 「君不見李義府之輩笑欣欣」 переводится как: «Разве вы не видите, люди, подобные Ли Ифу», далее интересующий нас отрывок: 「笑中有刀潛殺人」 – дословно: «в [их] улыбке есть спрятанный нож, убивающий людей».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема предлагает нам напасть, добившись доверия противника.

В русской культуре найдется немало аналогов этой стратагеме. Вспомните фразы «ударить в спину» или «усыпить бдительность». Также есть множество пословиц, которые, как предлагают такой образ действий, так и предостерегают от него:

«С ним дружись, а за саблю держись (а камень за пазухой держи)».

«С ним водись, а ножик за пазухой держи».

«На языке медок, а на сердце ледок».

Образ действий для этой стратагемы таков:

1. Сначала вы добиваетесь доверия противника. Скрываете свою вражду, чтобы вас считали если не другом, то союзником. Усыпляет внимание, притупляет бдительность.

2. Нападаете, когда почувствуете, что противник окончательно расслабился, у него нет опасений на ваш счет.

Вы получаете все преимущества неожиданного нападения. К тому же, с улыбкой вы можете подобраться гораздо ближе, чем с ножом.

Вот пример применения этой стратагемы из сказки «Лиса-исповедница». Петух сидит на дереве, а лиса под деревом поджидает его, чтобы съесть. Вскоре лисе надоедает ждать, и она придумывает хитрость: подходит к дереву, любезно здоровается с петухом и говорит:

– Я тебе, Петенька, добра хочу – на истинный путь наставить и разуму научить. Вот ты, Петя, имеешь у себя пятьдесят жен, а на исповеди ни разу не бывал. Слезай ко мне и покайся, а я все грехи с тебя сниму и на смех не подыму.

Наивный петух начинает спускаться и попадает лисице в лапы.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Можно использовать такой прием: вы якобы настроены благожелательно по отношению к своему оппоненту, более того, во всем с ним согласны, но по ходу обсуждения, вбрасываете сомнения в адекватности его аргументов и его позиции: *«Я, конечно, уверен, что вы просто забыли, однако...»*, *«Очень убедительные доводы, однако порой кажется, что...»*. Пользуясь маской благожелательности, вы вселяете в окружающих сомнения и колебания, как бы позволяя им самим прийти к нужному вам выводу.

Еще один вариант применения стратагемы: сведите дискуссию на нет, во всем соглашаясь с точкой зрения оппонента. А затем, в яркой речи обличите его во всех грехах и признайте сказанное им полнейшей бессмыслицей и выставите его идиотом, с которым вы соглашались из вежливости. Этот прием действует ошеломляюще на противника, и он обычно некоторое время не знает, что ответить. Именно в эти минуты следует развивать свой успех, продвигая свои позиции, пока он не опомнился.

На самом деле эта стратагема хоть и звучит угрожающе, может реализовываться вполне безобидно. Если вы, к примеру, продавец, то ваш «враг» – соответственно, покупатель. Его поражение – согласие на покупку. Тыкать ножом ни в кого не придется.

Чтобы расположить к себе собеседника, нужно понимать несколько вещей:

Во-первых, не все аргументы одинаково хороши для разных людей. Если вы, к примеру, будете уговаривать стильную девушку купить велосипед, потому что он надежный и с хорошей амортизацией, а любителю кемпинга скажете, что велосипед модного голубого цвета –

вы потеряете клиентов. Поставьте себя на место собеседника и выбирайте доводы, на которые онотреагирует положительно.

Во-вторых, вы должны верить в то, что говорите. Когда человек рассказывает ярко, убежденно, наслаждаясь темой – это увлекает. Этим пользуется множество шарлатанов, которые делают упор на антураж и свои актерские способности, а не на доказательную базу своих теорий.

В-третьих, не льстите, а говорите комплименты.

Самое важное здесь – честность. Ларри Кинг, который брал интервью у Фрэнка Синатры, Дональда Трампа и Владимира Путина, говорил: «Я уяснил кое-что об искусстве говорить, будь то в эфире или нет. Будьте честны. Этот принцип никогда вас не подведет ни в радиожурналистике, ни в любой другой сфере общения. То же самое сказал мне Артур Годфри: если хочешь иметь успех в эфире, поделись со своими слушателями или зрителями тем, что с тобой происходит и что ты ощущаешь в эту минуту»^[93].

Это кажется абсурдным, говорить о честности, применительно к этой стратегию. Но, если вы хотите сделать вид, что вам кто-то нравится, и со лживой улыбкой наговорите ему комплиментов, вы должны понимать – это не пройдет.

Однажды мы разговаривали с подружкой, и она спросила:

– Вот скажи, я, что, кажусь настолько плохим человеком? Я всегда разговариваю вежливо, улыбаюсь, почему меня не любят? Почему эти тупоголовые девицы постоянно пытаются мне насолить?

Я засмеялась – в ее вопросе уже звучал ответ.

– Ты говоришь вежливо, никого не выставляешь дураками?

– Ну да. Всегда отвечаю вежливо.

– Ты улыбаешься, пытаешься быть дружелюбной? С этими идиотами?

Она посмотрела на меня, начиная понимать, и я продолжила:

– Как ты на самом деле относишься к ним? Ты же считаешь их дураками, я права? Думаешь, что они недалекие жалкие личности, так?

– Но я же не говорю им об этом! Ты хочешь сказать, что это видно?

– Конечно! Если ты испытываешь презрение, неприязнь к человеку, он это почувствует. Ты можешь ничего не говорить и делано улыбаться, но это всегда видно, по жестам, мимике, интонации. Если человек достаточно наблюдателен, то поймет, как ты к нему относишься. Большинство людей это смогут.

- Ты хочешь сказать, они понимали, что я их терпеть не могу?
- Ага.

Итак, совет простой – найдите в человеке то, что вам нравится и сделайте этому комплимент. Если девушка некрасива, но умеет стильно подать себя, не говорите, что у нее особенная красота, это звучит фальшиво. Отметьте ее уникальный запоминающийся образ.

Лесть и натянутая улыбка – враг хороших отношений. Порой сложно найти в человеке что-то хорошее, но это определенно стоит того.

Стратегема одиннадцатая:

Слива гибнет вместо персика



李代桃僵

Если обстановка не позволяет обойтись без потерь, нужно пожертвовать слабой позицией, чтобы еще больше укрепить сильную.

李	代	桃	僵
lǐ	dài	táo	jiāng
слива, сливовое дерево	замещать, занять место	персик, персиковое дерево	опрокидываться, ва- литься, падать, мерт- вень, деревенеть

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *слива гибнет вместо персикового дерева.*

«Пожертвовать сливой, чтобы спасти персик».

«Сливовое дерево засыхает вместо персикового».

«Стратегема козла отпущения или жертвенного агнца».

ИСТОРИЯ

В старинной китайской народной песне эпохи Хань^[94] 〈雞鳴〉 – «Крик петуха» есть такие строки:

「桃生露井上，李樹生桃傍。蟲來齧桃根，李樹代桃殭。樹木身相代，兄弟還相忘。」

Перевод: «Персик растет над открытым колодцем, сливовое дерево растет рядом, [пришли] насекомые [и] начали точить корень персика, сливовое дерево [отдало свои корни и] вместо персика погибло. [Уж если] дерево меняется с деревом, братья старший и младший забудут [ли] друг друга!».

Очевидно, что отрывок: 「李樹代桃殭」 практически идентичен формулировке стратегемы (плюс иероглиф 「樹」 », означающий «дерево»).

ТОЛКОВАНИЕ

Смысл стратагемы в жертве, которую вы приносите, чтобы защитить нечто более нужное или более важное. Она предлагает пожертвовать малым, чтобы спасти или усилить сильного.

Когда рядовой жертвует своей жизнью ради командира – это подвиг. Когда вы посылаете на смерть рядового, чтобы спасти командира – это стратагема. В итоге, вы сохраняете больше, чем жертвуете.

Вы можете применить эту стратагему, когда перед вами стоит выбор или/или, а еще для того, чтобы усилить свои позиции. К примеру, раньше в королевских семьях были широко распространены династические браки, да и сейчас нередко наследники корпораций женятся на наследницах – чтобы получить деньги или возможности. Это и есть гибель сливы, чтобы усилить персик – когда в угоду интересам компании или семьи жертвуют личными предпочтениями.

Также стратагему можно проиллюстрировать эпизодом из сказки «Лисичка-сестричка и серый волк». Помните, когда волк вмерз хвостом в прорубь и пришли деревенские бабы? Они начали колотить волка, и забили бы до смерти, если бы он не дернулся, оторвав себе хвост и не убежал. Здесь волк жертвует хвостом, чтобы спасти себе жизнь.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Это очень простой и действенный прием. Если у вас совершенно не получается переубедить своего оппонента, уступите в чем-то, чтобы заполучить нечто важное.

Необходимо до начала спора продумать свои позиции – что вы действительно можете уступить, а что для вас жизненно важно. Своего рода продуманный компромисс. Возможно, это будет жертва не оппоненту, а третьему участнику дискуссии – чтобы он помог вам победить.



Уметь жертвовать – один из ключевых навыков оратора. Самая распространенная ошибка – пытаться засунуть в свою речь все, что только можно. У вас есть десять хороших примеров? Выберите три лучших, а остальное безжалостно выкиньте. У вас есть десять классных идей, о которых вы хотите рассказать? Не стоит. Одна речь = одна идея (тема). Потому что, если у вас будет десять примеров, аудитория устанет, а если десять тем – она потеряется.

Речь – это инструмент, благодаря которому вы добиваетесь желаемого. У нее должна быть четкая цель: дать понять людям, что им делать (вы призываете купить – они покупают, вы призываете помогать бедным – они помогают). И все без исключения средства речи должны быть направлены к этой цели.

Учтите, что между тем, как вы произнесли речь и тем, как человек выполнил вашу просьбу, проходит от нескольких минут до нескольких недель. И за это время, какое бы небольшое оно ни было, от вашей речи в голове слушателя остается только тень. Он уже забыл, о чем вы рассказывали, кроме, может быть, яркого примера, который запал ему в память. В основном он будет помнить главный посыл (к чему вы призывали: покупать или не покупать) и свои эмоции. Поэтому, если в вашей речи будет нагромождение тем и идей, сложных слов и странных примеров, в голове у человека останется вместо призыва к действию перепутанная каша, которая сведет на нет все усилия.

Не бойтесь, что речь будет слишком короткой. Если человек выпил стакан воды и не напился, он будет хотеть еще. Если слушателю понравилась ваша речь, и он не успел от нее устать, он захочет продолжения.

Вычеркивание лишнего – это тот навык, которым должен обладать хороший писатель и спикер. Профессор Уильям Странк, на работу которого любят ссылаться американские авторы, писал: «Предложение не должно содержать ненужных слов, а абзац – ненужных предложений, по той же причине, по которой в рисунке нет ненужных линий, а в машине – ненужных частей. Это не о том, чтобы писатель делал все предложения короткими, или

избегал деталей и говорил о предмете только в общих чертах. Это о том, чтобы каждое слово “говорило”»^[95].

Если вы видите, что у ваших текстов проблема со слогом (их слишком сложно или скучно читать), я искренне советую обратить внимание на блестящую книгу русской переводчицы Норы Галь «Слово живое и мертвое»^[96].

Такая стратагема – это всегда сложные решения. Пример компании, которая умеет жертвовать ради увеличения прибыли, – это Starbucks. Говарду Шульцу, ее генеральному директору, не раз приходилось принимать решения, которые могут показаться спорными^[97].

Он покинул пост генерального директора на семь лет и вернулся в 2007 году, обеспокоенный состоянием компании, которая стремительно расширялась, но при этом теряла специфику бренда, качество и узнаваемость. Starbucks стал превращаться в типичные кофейни, каких были сотни. Из них исчезал «дух Starbucks». Необходимо было менять подход.

Для того чтобы вывести компанию на новый уровень, Шульцу пришлось принять несколько сложных решений. В феврале 2008 года он приостановил работу всех кофеен в США (а это 7100 заведений) на 3,5 часа для того чтобы переобучить бариста. Потери составили 6 миллионов долларов. В 2009 году закрыл множество кофеен по всему миру – в одной только Америке около восьмиста. В оставшихся Шульц стал повышать качество кофе, атмосферы и обслуживания – новый дизайн, настоящий свежееобжаренный кофе, зерна, молотые вручную.

Это были решения, которые принесли многомиллионные потери, но они же позволили Starbucks на сегодняшний день быть самым узнаваемым брендом кофеен в мире.

Стратегема двенадцатая:

При случае увести овцу



順手牽羊

Даже малейшую слабость непременно нужно использовать.
Даже малейшую выгоду ни в коем случае нельзя упускать.
Маленькая слабость противника — это маленькое преимущество у меня.

順	手	牽	羊
shùn	shǒu	qiān	yáng
послушный, покорный, попутный, благоприятствующий, удачный, подходящий, попутный, по ходу	рука	тянуть, подтяги- вать, при- тягивать к себе	овца
благоприятно, удачно, сподручно, заодно, мимоходом, при случае, попутно			

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *при случае увести овцу.*

«Увести овцу, попавшуюся под руку».

«Увести овцу легкой рукой».

«Стратегема Кайроса»^[98].

ИСТОРИЯ

Снова ищем ответ на философский вопрос: что раньше – яйцо или курица. В современном китайском языке есть выражение 「順手牽羊」: «при случае увести овцу», то есть украсть что-то, воспользовавшись моментом. Остается вопрос, что возникло раньше – поговорка или стратегема?

В любом случае, в романе «Речные заводи»^[99] в 99-й главе встречается точная формулировка стратегемы: 「順手牽羊」^[100]. Она используется как красочное сравнение легкости, с которой перехватили коня.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема предлагает скорее не прием, а план действий. Помните выражение: «Взять то, что плохо лежит»? Это именно оно. Если у вас появилась возможность немного пошатнуть позиции противника – воспользуйтесь ею. Не упускайте ни одного удобного случая усилить себя и/или ослабить противника, не ввязываясь в открытый бой.

Она схожа с пятой стратагемой «Воспользоваться пожаром, чтобы напасть». Обе предлагают пользоваться случаем, чтобы навредить врагу. Разница в том, что стратагема «Воспользоваться пожаром...» велит нам добить ослабленного противника, а стратагема «Мимоходом увести овцу» – предлагает постоянно «поклевыывать» противника в уязвимые места. Использовать даже «малейшую слабость».

Это хороший способ бороться с более могущественным противником. Как говорится, «вода камень точит», медленно и постепенно вы можете победить даже самого сильного противника.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Эту стратагему можно понимать прямо – использовать малейшую слабость противника с выгодой для себя. Малость, пустяк, оговорка, незначительная деталь – то, что противник случайно роняет в речи, – во все это мы вцепляемся с упорством клеща, вытаскивая это наружу. Акцентируем внимание на малейших оплошностях, которые в обычном разговоре пропустили бы мимо ушей. Это может сослужить хорошую службу, если вы участник дискуссии перед аудиторией. Однако если использовать такой прием в споре, это скорее разозлит вашего противника, нежели заставит согласиться с вашей позицией.

Можно, однако применять эту стратагему не совсем обычным образом. Использовать совершенно конкретные речевые ошибки. Зигмунд Фрейд в «Введении в психоанализ»^[101] очень подробно описывает механизмы оговорок, показывая, как легко можно докопаться до бессознательных стремлений человека. Это очень хороший материал, который мало кто использует. Подход Фрейда к оговоркам очень прост и понятен. После знакомства с ним поневоле начинаешь осознавать, сколько всего мы пропускаем мимо ушей и как много из этого, пропущенного, можно использовать.

ОГОВОРЧКИ ПО ФРЕЙДУ



Во второй, третьей и четвертой лекциях «Введения в психоанализ» Зигмунд Фрейд описывает механизмы так называемых «ошибочных действий» (оговорки, описки, очитки, ослышки и пр.). Нас больше всего интересуют оговорки. Понимание механизма оговорок позволит вам использовать их против оппонента.

Фрейд утверждает, что *оговорка является результатом противодействия двух различных намерений*. В борьбу вступают:

- то, что вы собирались сказать
- и то, что вы на самом деле думаете об этой ситуации.

«Мы увидим, что в целом ряде случаев намерение, смысл оговорки, совершенно очевиден. Это, прежде всего, те случаи, когда говорится противоположное тому, что намеревались сказать. Президент в речи на открытии заседания говорит: «Объявляю заседание закрытым». Смысл и намерение его ошибки в том, что он хочет закрыть заседание».

По оговоркам можно судить о настоящих намерениях или убеждениях человека:

«...если известная своей энергичностью дама рассказывает: «Мой муж спросил доктора, какой диеты ему придерживаться, на это доктор ответил – ему не нужна никакая диета, он может есть и пить все, что я хочу», то ведь за этой оговоркой стоит ясно выраженная последовательная программа поведения».

«Или возьмем такой пример: на общем собрании «Конкордии» молодой член этого общества произносит горячую

оппозиционную речь, во время которой он обращается к членам правления, называя их «VorscAssmitglieder» [члены ссуды], словом, которое может получиться из слияния слов Vorstand [правление] и Ausschuss [комиссия]. <...> вскоре мы узнаем, что оратор постоянно нуждался в деньгах и незадолго до того подал прошение о ссуде. Нарушающее намерение действительно могло выразиться в такой мысли: сдержись в своей оппозиции, это ведь люди, которые разрешат тебе выдачу ссуды».

Фрейд много рассказывает об ошибочных действиях другого вида. К примеру, если мы опаздываем или забываем о встрече, вероятно, нам не хотелось туда идти. Или же, когда человек забывает чужое имя:

«Дама спрашивается у врача о здоровье общей знакомой, называя ее по девичьей фамилии. Ее фамилию по мужу она забыла. Затем она признается, что очень недовольна этим замужеством и не выносит мужа своей подруги».

Все эти примеры в совокупности создают интересную картину: подсознательные стремления так или иначе прорываются на поверхность, открывая нам настоящие намерения и эмоции собеседника. Маленькие оговорки и ослышки, которые вы встретите у оппонента, могут стать ключом к его действительным мыслям.

Концентрация на частностях

Есть такой демагогический прием «концентрация на частностях». Его суть в том, чтобы сфокусироваться на какой-нибудь

незначительной мелочи, ошибке или промедлении оппонента, развить эту тему и дискредитировать его.

Пример:

Вы ошиблись в презентации в одной цифре.

Ваш оппонент: «Вы сказали, что это было в 2015 году. Погуглите. Это 2011 год. Совершенно другая экономическая обстановка. Вы, что, даже не проверяли цифры, которые пытаетесь нам выдать за правильные? Как мы можем вообще доверять вашим выводам, если вы делаете ошибки даже в годах? Я свои доклады готовлю по несколько недель, вся моя информация достоверна. Как вас взяли на эту должность с таким подходом к делу?»

Такому напору сложно противостоять, особенно в стрессовых ситуациях, когда вы и так нервничаете. Но на самом деле опровергнуть такой прием достаточно легко. Напомните собравшимся, о чем речь: «Погодите, что-то чрезмерно эмоциональный комментарий у вас вышел. Я просто перепутал цифру. Это не играет абсолютно никакой роли, потому что мы говорим о статистике продаж. Вы отвлекаете нас от действительно важных вещей. Вы делаете это с умыслом или просто не понимаете обсуждаемой темы?»

Раздел третий:

Стратagemы наступательных сражений

攻戰

攻 – нападать, штурмовать;

戰 – война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратагема тринадцатая:

Бить по траве, чтобы испугнуть змею



打草驚蛇

Удар, нанесенный наудачу, позволит выяснить истинное положение дел.

Обдумай последствия этой пробы — и приступай к решительным действиям.

打	草	驚	蛇
dǎ	cǎo	jīng	shé
бить	трава, сено, заросли диких трав	испугаться, шарахнуть-ся, пугать, ошеломлять, беспокоить, тревожить	змея

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *бить по траве, чтобы вспугнуть змею.*

«Бить по траве, чтобы вспугнуть змею».

«Стратегема предупредительного выстрела».

ИСТОРИЯ

Это старая идиома^[102], употребление которой встречается, к примеру, в «Последние события Южной Тан»^[103] Чжэна Вэньбао^[104] – X–XI вв.

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема объясняет, как действовать, если мы хотим выяснить планы противника. Предлагает маневр, который знаком нам по выражению «разведка боем». Это провокация, чтобы заставить врага раскрыть карты. Вы наносите «удары палкой по траве» – бьете наугад. Вы не видите, где прячется «змея», и для того, чтобы это выяснить, делаете несколько пробных выпадов.

«В 1957 году компартия Китая решила выявить все идеологически враждебные элементы в стране и развернула

кампанию «Пусть расцветают сто цветов», ограничив цензуру и дав идеологические послабления. По всей стране люди начали более открыто высказывать свое мнение, в том числе и критиковать политику партии. (Это был «стук по траве».) Но потом компартия начала новое движение – «Борьбу за... ликвидацию правых», в которой и пострадали те, кто потерял бдительность и поверил в искренность предыдущей кампании (так сказать, «змеи, выползшие из кустов»)[105].

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Можно реализовать эту стратегию так: бить наугад, чтобы вычислить важное для противника. Мы не раз встречали такой прием в дебатах. Когда одна из сторон засыпает другую шокирующими, провокационными вопросами или делает абсурдные обвинения, перемежая возможную правду с абсолютной нелепицей. Или же делает ряд громких обвинительных предположений. Все это для того, чтобы увидеть реакцию противника. Редко кто настолько хорошо владеет собой, чтобы остаться безучастным. И в буре страстей, разожженных несправедливыми обвинениями, потерявший голову оппонент – открытая книга. По реакции можно понять, какой из ударов попал в цель, то есть какое направление следует разрабатывать, дабы подорвать его авторитет.

Контраргументы

Если вы знаете, что в ваших аргументах есть очевидное слабое место – лучше всего сыграть на опережение и привести возможный контраргумент: «Кто-то может сказать, что это слишком утопическая идея и у нас не хватит сил и ресурсов. Но я сделал подсчеты, и могу вам их продемонстрировать...»

Не ждите, пока посыпятся каверзные вопросы от ваших противников – ответьте на них сами, покажите, что вы об этом думали и что эти вопросы – сущая ерунда.

Это неплохой прием, но использовать его следует с осторожностью: вы можете заронить в головы слушателей сомнения, которые туда и не приходили.

Стратегема четырнадцатая:

Одолжить тело, чтобы вернуть душу



借屍還魂

Когда можешь действовать для себя, не давай себя использовать.

Когда не можешь ничего поделаться, старайся чем-нибудь воспользоваться.

Пользуйся тем, кто не может действовать, так, чтобы он служил тебе.

借	屍	還	魂
jiè	shī	huán	hún
брать взаймы, занимать, одадживать	мертвое тело, труп	возвращать, восстанавливаться, вернуть долг	душа, дух, сердце, душа умершего, покойник

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *одолжить тело, чтобы вернуть душу.*

«Занять труп, чтобы вернуть себе жизнь».

«Позаимствовать труп, чтобы вернуть душу».

«Стратегема нового фасада».

ИСТОРИЯ

Вопрос о происхождении открыт. В таком виде выражение упоминается в пьесе «Люй Дунбинь уводит от мира Ли Юэ с железным посохом» Юэ Бочуаня^[106] (1271–1368). Она была написана позднее, и не может считаться первоисточником. Выражение неоднократно встречается в тексте, в неискаженном виде, но в самом прямом смысле, не в качестве стратегемы. К примеру, впервые она встречается в одном из эпизодов, в котором Юэ Шуо, главного героя из подземного царства выручает монах Люй Дунбинь. Однако, чтобы душа вернулась из подземного царства, ей нужно тело, в котором она будет находиться, и тогда следует такая фраза:

「有今鄭州奉甯郡東關裏青眼老李屠的兒子小李屠死了三日，

熱氣未斷，著岳壽借屍還魂去？」 [\[107\]](#)

Кратко это можно перевести так: «В Фэннине недавно умер сын мясника Ли, молодой Ли. Чтобы продлить жизнь Юэ Шоу, одолжим тело, чтобы воскресить душу?».

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема учит: если ваши силы и влияние слишком малы и незначительны, чтобы что-то изменить, вы можете позаимствовать их у другого. Любопытно, что в описании стратегемы нас сначала предостерегают против нее же – «не давай себя использовать». Не давайте себя использовать, однако пользуйтесь сами.

«Когда не можешь ничего поделать, старайся чем-нибудь воспользоваться». Суть стратегемы в том, чтобы воспользоваться «тем, кто не может действовать» для того, чтобы повлиять на что-то самому. Это просто, смотрите:

- Есть вы, с целеустремленностью и энергией, но слабым влиянием: никто не будет слушать ваше мнение или идти за вами.
- Есть некто или нечто – сильное и влиятельное, но оно фактически «мертво»: без энергии и желания что-либо делать.

Эта стратегема одна из самых сильных и пугающих по своему воздействию. В современном мире, она, к сожалению, встречается слишком часто. В XXI веке болезни тела уступают место болезням психическим. Все больше становится людей, страдающих клинической депрессией, потерявших смысл и желание жить. Появилась потребность в тех, кто поможет «найти предназначение», «понять смысл жизни» и прочее. Начинают появляться многочисленные «гуру» от религий, от различного рода эзотерических практик, от направлений психологии.

Кто эти люди на самом деле? Помните магическую формулу стратагемы: человек, у которого нет влияния, но есть энергия + нечто, у чего нет сил, но есть огромное влияние. Довольно часто под видом, к примеру, индуизма, выдаются просто придуманные кем-то псевдопрактики. Проще сказать, что ты развиваешь идеи Иисуса, вместо того, чтобы самому стать новым Иисусом.

Вот вам пример реализации такого приема из жизни. Один довольно известный специалист по риторике бравит тем, что якобы был лучшим учеником мастеров слова – видных ученых, профессоров МГУ. Он утверждает, что все, что знает, получил от них, был любимым учеником того-то и того-то. Мне, однако, от тех самых мастеров, стало известно, что «специалист» с трудом, воспользовавшись связями, сдал диплом, а также почти не появлялся на занятиях и рассорился со всем преподавательским составом.

Это отличный пример использования чужого, уже созданного имиджа для поднятия собственного авторитета. Есть молодой человек, у которого нет имени, но есть силы и энергия. И ученые, у которых есть уважение и влияние, но нет энергии продвигать свой бренд.

Еще один вариант реализации стратагемы – отношения номинальный правитель – «серый кардинал». Руководство через «подставное лицо», через говорящую куклу. Так мудрец руководит молодым юношей. Так правитель говорит от своего лица речи его наставника. Мы используем «тело» – имидж, возможности другого лица.

Формулировка стратагемы с «душой» и «телом» в первый момент смущает, слишком все это странно и чужеродно. Тем не менее, можно вспомнить немало примеров из нашей действительности, где применялась эта стратагема. Подобного рода исторические прецеденты хорошо известны русской истории – правление регентов за малолетних правителей, фаворитов за спинами коронованных любовниц или просто советников, стоявших в тени трона. У нас хорошо прижилось выражение «серый кардинал» (пришедшее к нам из Франции).

На бытовом уровне можно вспомнить известную поговорку: «Муж – голова, жена – шея, куда шея повернет, туда голова и смотрит».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Мы используем этот прием, когда приводим цитаты известных лиц. То есть апеллируем к их авторитету, повышая за их счет собственный. *«Как сказал великий русский писатель...»*

Схитрить при использовании этого приема можно так: привести цитату не в том значении, в котором ее задумывал автор. Не давая контекст (в котором она может обозначать совершенно иное), используем ее для собственных нужд. Таким же образом вы можете использовать мнения авторитетных людей для подтверждения своих идей. Впрочем, этот прием часто называют ошибкой ратора – слишком легко его опровергнуть, а оратор, пойманный на лжи или глупости, это неубедительный оратор.

Другой вариант – когда мы заявляем, что утверждаемое нами уже было одобрено неким третьим, авторитетным для присутствующих лицом, которое отсутствует, и не может подтвердить или опровергнуть наши слова. Этот способ также довольно рискованный.

Еще один вариант – апелляция к народной мудрости или забытым, устаревшим обычаям. *«Все мы знаем русскую народную поговорку, которая гласит...»*. Подобные отсылки хорошо работают именно потому, что люди подсознательно серьезнее воспринимают то, что отделено от нас временем.

Яркий пример – история воскрешения знаменитого дома моды Кристобая Баленсиага. Он закрыл его в 1968 году, а в 1972 году умер, и фактически имя Balenciaga ушло в прошлое. Однако через 18 лет права на торговую марку купила компания Jacques Bogart S. A., которая и возродила его как бренд. Такая история не редкость, можно, к примеру, вспомнить недавно восставший из небытия дом моды Эльзы Скиапарелли. Как видите, никакой настоящей преемственности здесь нет. Тем не менее, ведущие дизайнеры стараются поддерживать «дух» создателя. Во всяком случае, так они утверждают.

Это пугающе действенная стратагема, которая применяется довольно часто, и мы должны понимать, как она работает, чтобы уметь защититься или использовать в своих интересах.

Знаменитый эксперимент Стэнли Милгрэма^[108] доказал: люди готовы пойти как угодно далеко, подчиняясь указаниям авторитетного лица, даже если они бессмысленны, бесчеловечны или опасны. Также доказательством служит так называемый «феномен капитанства» – причина многих авиакатастроф. Зачастую команда, понимая, что капитан отдает приказ, который может привести к крушению самолета, все равно выполняет его. Они уверены, что, если так говорит капитан, значит это правильно^[109].

Многие мошенники используют это в своих схемах: надевают форму полицейских, пожарных, водопроводчиков и т. д. Один из самых ярких примеров, как люди, завороченные формой, соглашаются на подозрительные предложения – фильм «Поймай меня, если сможешь»^[110]. Главный герой пытается обмануть кассиров нескольких банков, чтобы обналичить чек, но у него не получается. Тогда он изобретается достать форму пилота, и, облачившись в нее, уверенным шагом заходит в банк. С этого момента начинается ряд его успешных авантур, которые он смог повернуть именно благодаря доверию людей к форме.

«Униформой» можно назвать не только форму рабочей одежды. Удобная одежда и коляска – униформа молодой матери, а хорошо сшитый деловой костюм, статусная машина и портфель с документами – униформа бизнесмена.

Вот вам совет от Герба Коэна, специалиста по переговорам, как получить ссуду в американском банке:

«Если вы мужчина, наденьте серую тройку, если женщина – деловой костюм с пиджаком. А также дорогие золотые часы и значок члена общества Phi Beta Кappa^[111], если сможете у кого-нибудь его одолжить. Попросите трех друзей экипироваться аналогичным образом. Идите по банку, источая флюиды, которые говорят: «Эй, вы! Я руководитель фирмы, который решил прогуляться по этому банку. Держитесь от меня подальше с вашими гадкими деньгами... мне они не нужны. Я иду бросить письмо в ящик». Сделайте так, и заведующий отделом кредитов проводит вас до выхода из банка и, затаив дыхание, будет идти за вами полдороги домой»^[112].

Также мошенники могут использовать придуманные титулы. Чего стоят одни только «эксперты» всяческих телешоу – профессора институтов «политической политологии» и «образовательного образования». Далее: та же ситуация с компаниями и товарами – часто можно встретить выдуманные или купленные награды и премии. Поэтому советую всегда критически подходить к информации и искать ей подтверждение.

Как мы видим, одежда, аксессуары и титул – именно то, что лишает людей критического мышления. Это одна из самых действенных и одновременно циничных стратагем.

Стратегема пятнадцатая:

Сманить тигра с гор



調虎離山

Дождись срока, когда противник устанет.
Используй кого-нибудь для того, чтобы заманить его в ловушку.

調	虎	離	山
diào	hǔ	lí	shān
смягчаться, утихать, при- ручать , мирить, переме- щать , переводить	тигр	разлучаться, отлучать- ся, уходить , жить отдельно , отходить	гора

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *сманить тигра с гор*.
«Вынудить тигра покинуть гору».
«Сманить тигра с горы на равнину».
«Стратегема изоляции».

ИСТОРИЯ

В Китае существует расхожее образное предостережение о том, что тигру не стоит спускаться с гор на равнину, покидать свое логово, или его станет легко победить.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратегема говорит, что бессмысленно атаковать противника, чье преимущество в его расположении. Лучше сначала вынудить его покинуть эту позицию, а потом уже нападать.

Во времена античных войн Персия желала подчинить Афины, город-государство. Однако Афины представляли собой хорошо укрепленное сооружение, которое можно было осаждать очень долго. Тогда военачальник Персов сделал так: они атаковали Марафон, небольшой

городок неподалеку от Афин, и афиняне вынуждены были покинуть укрепления, чтобы защитить свои земли.

Нельзя атаковать противника, преимущество которого в выигрышной позиции – необходимо выманить его оттуда. Это и проделали персы. Очень часто встречающийся в военном деле прием. Если рассматривать стратегию глобально, можно трактовать ее так: если у вашего врага есть какое-либо преимущество, не вступайте с ним в открытое противостояние сразу, попытайтесь прежде лишить его этого преимущества.

Ваш оппонент заручился поддержкой инвесторов? Сидит как тигр на горе, снисходительно на вас поглядывая? Перед решающим обсуждением встретьтесь с ними по-отдельности и постарайтесь их переубедить. Или найдите то, чем он смог подкупить их и постарайтесь устранить это преимущество.

Эта тактика пересекается со многими русскими народными сказками. Тактика выманивания добычи, жертвы, противника с выгодной позиции на невыгодную. Можно вспомнить сказки «Кот, петух и лиса» и «Лиса-исповедница», где персонажи посредством песен или доброжелательных речей выманивают своих жертв с выгодной позиции – из запертой избушки или защищенного логова. Или вспомните басню И. А. Крылова «Ворона и Лисица» («Вороне где-то бог послал кусочек сыру...»).

СТРАТЕГИЯ НА ПРАКТИКЕ

Как же нам сманить оппонента с гор? Очень просто! Он силен в математике – задайте ему вопрос из философии. Знаток философии? Предложите ему задачу из юриспруденции. «Сманить тигра с гор» – это задать вопрос или высказать утверждение, чтобы перевести разговор в ту область, в которой оппонент не разбирается. Однако здесь надо быть аккуратными и заранее разузнать круг его интересов. А то может оказаться, что наш математик по вечерам читает Канта и Гегеля.

Одна из крупнейших компаний в мире, eBay, проиграла Taobao через три года после выхода на китайский рынок, потому что не приняла в расчет эту стратегию. Стала сражаться с «тигром» в «горах» и проиграла – представительство пришлось закрыть. eBay не учла специфику рынка и менталитет китайцев.

У Taobao были очевидные преимущества: собственная система онлайн-оплаты, чаты между продавцами и покупателями, где можно расспросить о товаре, а также база транзакций покупателей, где продавцы могли следить за тенденциями спроса.

Как сказал Джек Ма: «Может быть eBay – акула в океане, зато я крокодил в реке Янцзы. Сражайся мы в океане, я проиграю – но если мы сразимся в реке, я выиграю»^[113].

Сманиваем тигра с гор смущения и страха. Как разговаривать человека?

Порой вашим противником может быть не тигр, а горы. Ларри Кинг рассказывал о том, как брал сложное интервью у летчика-истребителя, прошедшего войну.

Когда гость вошел в студию и поздоровался, у него был очень тихий голос – он слишком сильно нервничал. На все вопросы отвечал только «Да» или «Нет». Интервью грозило стать провальным, необходимо было как-то вернуть этому человеку уверенность, разговаривать его. Тогда Кинг спросил у летчика: почему он нервничает? Они поговорили о страхе, а потом он перевел тему на самолеты. Интервью закончилось отлично, летчик ярко и многословно рассказал о полетах^[114].

То есть Кинг сначала снял напряжение, тревожность гостя, а затем предложил интересную для него тему. Механизм таков:

1) *Убрать страх перед общением* – «проговорить» проблему, высказать ее вслух, но крайне деликатно.

2) *Заговорить с человеком о том, что представляет для него интерес*, на приятную для него тему.

Это может быть разговор, во-первых, о нем самом – люди любят говорить о себе: профессия, хобби, питомцы, любимая спортивная команда, внуки и дети, детские воспоминания и так далее. Лучше перед важными переговорами заранее собрать информацию, чтобы можно было расположить человека к себе.

Во-вторых, можно задавать необычные вопросы, которые призывают поразмыслить и показать свои этические установки. Однажды я посмотрела фильм, где решалась знаменитая нравственная дилемма «Горькая правда или сладкая ложь». Главную героиню домогался муж ее подруги. Она не знала, стоит ли об этом рассказывать, потому что подруга очень любит мужа. К тому же она инвалид, и ей было сложно найти спутника жизни. Многим людям я задавала вопрос: «Если бы вы были этой женщиной, то хотели бы узнать, что муж вам изменяет, или вам легче было бы жить в блаженном неведении?» Обычно этот вопрос вызывал целые дискуссии, с диаметрально противоположными мнениями, общение было интересно всем.

Стратегема шестнадцатая:

Хочешь поймать – отпусти



欲擒故縱

Теснимый противник будет еще сражаться.

Противник, имеющий пути для бегства, сражаться не будет.

Нужно преследовать его, не давая ему передышки, но и не тесня его чрезмерно.

Когда силы противника иссякнут, его воля сражаться исчезнет.

Когда же вражеская армия рассеется, ее можно пленить, даже не замочив в крови оружие.

欲	擒	故	縱
yù	qín	gù	zòng
желать, жаз- дать , стре- миться, наме- реваться	схватить, пой- мать , задер- жать, изловить, взять в плен	тогда, в таком случае	расслабляться, быть свободным, выпускать, давать волю

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *хочешь поймать – тогда отпусти.*

«Если хочешь схватить, прежде дай отойти».

«Если хочешь что-нибудь поймать, сначала отпусти».

«Стратегема «кошки-мышки».

ИСТОРИЯ

Скорее всего, это самостоятельная авторская стратегема, в которой своими словами описана известная, не раз используемая тактика. Возможно, это идея из «Искусства войны» Сунь-цзы:

«Поэтому правила ведения войны таковы: если противник находится на высотах, не иди прямо на него;...если он полон сил, не нападай на него; *если окружаешь войско противника, оставь открытой одну сторону; если он находится в безвыходном положении, не нажимай на него*; это и есть правила ведения войны».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта страгегема о том, как вести себя, если враг уже почти побежден. Большая мудрость – позволить противнику сохранить лицо или сдаться самому.

Чем глупее человек, тем больше он полагается на силу, тем прямее он действует. Он видит, что соперник проигрывает, радуется и начинает, что называется «дожимать», все сильнее и сильнее давить на него. Представьте, что вас уволили и на ваше место назначили молодого коллегу. Сравните два варианта:

1. Вы проиграли. Вам дали время обдумать, как лучше отдать то, что было в вашем ведении. Ваш противник отнесся к вам очень уважительно, было видно, что он ценит ваши заслуги и ему даже жаль так с вами поступать. Он понимает, что вы были незаменимы, но вот сейчас время изменилось. Он внимательно вас слушает, улыбается, пожимает вам руку.

2. Вы проиграли. Вас выкинули, не дав собрать вещи. Противник всячески оскорблял вас, намекая, что вы жалкий идиот. Он все время поглядывал с усмешкой, торопил, не слушал. Он сел на ваше место, вслух раздумывая, что и как он поменяет. На прощание сказал: «Ну что, дедуль, ничего, на пенсии говорят хорошо, спокойно, ромашки будешь растить!»

Подумайте, что вы почувствовали бы в первом случае и во втором?

Когда ваш проигрыш обставлен уважительно, вы чувствуете горечь и смирение, а когда над вами всячески смеются – ярость и ненависть. Две последние эмоции провоцируют на действие. Человек, который их испытывает, словно гадюка, которой наступили на хвост, всегда постарается отомстить напоследок.

В древнекитайском военном трактате «Законы войны почтенного У»^[115] сказано: «Предположим, один отчаянный разбойник спрятался на обширной территории, его преследует тысяча человек; все смотрят за ним, как за хищной совой или волком. Почему это так? Потому что боятся, как бы он, неожиданно поднявшись, не нанес вред. Таким

образом, один человек, рискуя своей жизнью, может напугать тысячу человек».

Суть стратагемы в том, чтобы дать проигравшему немного «воздуха». Не давить на него, а подождать, пока он сам устанет и сдастся. Зверь, загнанный в угол, сражается отчаянно, не жалея себя и уж точно не жалея противника. Если оставлять ему путь к бегству, преследовать мягко, то, когда он устанет, сдастся сам. Так удастся победить бескровно.

Русскому человеку тоже знакома эта особенность психологии. У нас есть выражение: «крыса, загнанная в угол», обозначающее отчаянного и оттого опасного противника. Или вспомните поговорку «Голодный волк сильнее сытой собаки».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Эта стратагема особенно важна для восточного менталитета. В риторической практике она связана с таким понятием, как «потеря лица». Насколько для русского человека «потеря лица» болезненна, но вряд ли мы можем до конца осознать значимость этого для восточного человека. Обязанность выдерживать строгую субординацию даже в межличностных отношениях, необходимость поддерживать свой статус, уметь доказать его, огромное социальное давление – все это приводит к печальным последствиям, вплоть до суицидов.

Вот яркий пример важности «сохранения лица» для японцев из книги известного русского журналиста-востоковеда Всеволода Овчинникова:

«Японские рикши в прежние времена строго блюли неписанный закон о том, что молодой возчик мог обгонять старого, лишь изменив маршрут, чтобы его превосходство в силе и выносливости не бросалось людям в глаза»^[116].

На первый взгляд, современные азиатские страны давно ушли от предрассудков старых времен, однако немного понаблюдав за их межличностными взаимодействиями, становится очевидно, что, к примеру, в Южной Корее, хубэ (младший коллега, младший соученик)

не имеет права ослушаться сонбэ (старшего коллегу, старшего соученика), даже если хубэ старше по возрасту и прав в данной ситуации. При этом сонбэ может не иметь никаких рычагов давления на хубэ, это просто такая форма взаимодействия.

Причиной падения Византийской империи стала ошибка императора Романа Диогена. В шаге от победы он проиграл войну. Византия сражалась против Османской империи, и дела османов были крайне плохи, Византия выигрывала. Роман Диоген ждал от османов признания поражения. Чтобы не потерять лицо перед подданными, султан Алп-Арслан предложил заключить мир – как двум равным правителям. Роман Диоген решительно отверг его, он не осознавал, что предложение мира, исходящее от турецкого султана, по сути является той самой капитуляцией, максимально возможной в его положении.

В итоге, туркам не оставалось ничего иного, кроме как продолжать сражаться, уже куда более отчаянно – ведь сражались они, загнанные в тупик, за свою жизнь. Это опрометчивое решение и привело к поражению Романа Диогена.

Итак, золотое правило: необходимо различать, что является реальным сопротивлением, а что всего лишь попыткой сохранить лицо. И ни в коем случае не настаивать, если это второе, иначе вы рискуете приобрести обозленного и отчаявшегося противника, готового на все.

Важно понимать, что, если вы выиграете сейчас, но при этом оттолкнете от себя возможных партнеров, – ничего хорошего это вам не принесет. Вы выиграете один раз, но проиграете во все остальные. Также не стоит чрезмерно давить на противника и терять бдительность

– вы можете проиграть. В этом нас убеждает пример компании Be Inc. [\[117\]](#)

Дело было в 1990-х годах. Компания Apple, не так давно фактически выгнав Стива Джобса, продолжала терять позиции. Им срочно было необходимо преимущество. Исполнительный директор Джил Амелио делал ставку на новую современную операционную систему. Однако разработчики Apple были весьма далеки от финала. Тогда он принял решение купить операционную систему у другой компании.

Компания Be Inc. занималась разработкой независимой операционной системы BeOS для компьютеров Macintosh. Именно на них и пал выбор Амелио. Система была неплоха, ее разработка шла полным ходом, что делало возможным скорейший выпуск компьютеров с новой операционной системой.

Разработкой системы занималась также NeXT – новая компания Джобса. Однако Амелио не отважился бы предложить ему сотрудничество, учитывая на какой ноте они расстались.

Амелио связался с Жаном-Луи Гассе, владельцем Be Inc. и предложил сделку. Тот был согласен, но подписание договора затягивалось. В какой-то момент об этом стало известно газетам. Скорее всего, им сообщил сам Гассе, надеясь поторопить Apple. Однако из-за его шага случилось непредвиденное.

Стив Джобс сильно не любил Гассе за то, что тот участвовал в истории, после которой Джобса отстранили от руководства Apple. И, узнав о грядущей сделке, он сам связался с Амелио.

Тем временем, Гассе, ни о чем не подозревая, предлагает Амелио заплатить за Be Inc. и ее наработки ни много ни мало 15 процентов акций (где-то 500 миллионов долларов). Он уверен, что у Apple нет других вариантов, кроме как заплатить им. Амелио в бешенстве, он отказывается, называя сумму безумной. Тогда Гассе снижает сумму до 275 миллионов, но и это слишком много для Apple.

Мы видим, как Гассе, предвкушая свою победу, загнал противника в угол и стал давить на него. Его подвела самоуверенность.

Наступил решающий момент. Амелио не мог принять такое решение в одиночку и созвал руководство Apple. Первым выступил Джобс. Презентация была прекрасна: они показали собравшимся почти готовую операционную систему в работе. Следующей была очередь

Гассе, но слишком уверенный в победе, он не подготовился и мог только отвечать на вопросы. Выбор был очевиден.

Итак, Apple приобрела компанию NeXT за 377 500 000 долларов и 1 500 000 акций. Be Inc. вскоре обанкротилась.

Стратегема семнадцатая:

Отдать кирпич, чтобы выманить яшму



拋磚引玉

Обменять одну вещь на другую того же рода, но разной ценности и получить бóльшую выгоду.

拋	磚	引	玉
pāo	zhuān	yǐn	yù
бросать, кидать, забрасывать , покидать, вы- кидывать, сбыть с рук	кирпич	натягивать, про- тягивать, тащить, вести, выдвигать, вовлекать, вытяги- вать, выманивать	яшма, нефрит, самоцвет, драгоценный камень , дра- гоценность

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *забросить кирпич, чтобы выманить драгоценность.*

«Бросить кирпич, чтобы заполучить яшму».

«Бросить кирпич, чтобы получить яшму».

«Стратегема неравноценного обмена или приманки».

ИСТОРИЯ

Китайская идиома.

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема о том, как с помощью обмена получить желаемое. Не всегда спор, ссора, агрессия и сила могут помочь добиться своего. Бывает проще отдать что-то взамен, заключив сделку с противником.

Суть в том, чтобы отдать «кирпич» — то, что для вас не несет никакой ценности. А в обмен получить ценное и желанное.

Но откуда взять этот «кирпич»? Вы можете отдать:

- Ложно ценное. То, что только кажется ценным. Так индейцы продали остров Манхеттен за мешок бус и рыболовные крючки;
- Уже не ценное для вас. К примеру, вы закупали оборудование, воспользовались им, и оно вам больше не нужно. Вы можете по дешевке отдать его противнику, договорившись об уступках с его стороны;
- Ценное для противника. Если вам подарили коллекционную безделицу, не спешите выбрасывать – возможно это та самая редкая статуэтка из костяного фарфора 1987 года, которой не хватало в коллекции вашего противника.

Итак, ваша цель «с помощью незначительного дара или благосклонности добиться значительного выигрыша»^[118]. Помните стратегию одиннадцатую «Слива гибнет вместо персика»? Она немного похожа на эту стратегию, но по ней вы вынуждены отдать что-то ценное, тогда как здесь надо, как говорил пес Шарик из Простоквашино, «продать что-нибудь ненужное».

Очень часто взрослые так поступают с детьми. Когда ребенок в очередной раз просит робота, гулять, поехать на горки или еще что-то, что не входит в их планы – проще всего дать ему нечто не слишком ценное, чтобы отвлечь – конфету, машинку или несколько минут своего времени.

Да и со взрослыми этот прием тоже довольно часто работает. К примеру, шоколадка, подаренная секретарше, может обеспечить вам первоочередность вашего дела.

Вот вам еще пример. Помните русскую сказку «Вершки и корешки»? Мужик пашет ниву, к нему подходит медведь и говорит: «Мужик, я тебя заломаю!». На что мужик предлагает ему вершки, согласный оставить себе «хоть» корешки, лишь бы тот его не трогал. Так мужик забрасывает «кирпич» (никому не нужную ботву), чтобы получить драгоценность – свою жизнь (да еще и репу в придачу).

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Стратегема предлагает нам осознанно пожертвовать чем-то ненужным, чтобы получить желаемое. То есть, вы якобы идете на компромисс: сдаете свои позиции в том, что для вас совершенно не важно, при этом получая взамен действительно необходимое. Так, можно перед началом переговоров громко заявить о важности для вас чего-то на самом деле несущественного, а затем активно отстаивать это, и, наконец, нехотя согласиться уступить в обмен на... Можно таким «кирпичом» сделать нечто совершенно неприемлемое для оппонента, тогда он будет чрезвычайно рад вашему решению отступить.

Или же можно разыграть стратегию так: изначально заявите гораздо больше, чем то, на что ваш оппонент может согласиться в принципе. И в итоге, якобы поддавшись на уговоры, вы можете пойти на «компромисс»: согласиться с тем «малым», чего изначально и добивались. Вы и сами неоднократно встречали этот прием, он часто используется в торговле, когда продавец намеренно завышает цену в несколько раз, а потом с неохотой «уступает» покупателю.

Один из лучших примеров применения этой стратегии я нашла у Пэта Флинна^[119]. Он рассказывает историю Дженнифер Барселос, основательницы сайта namastream.com.

Дженнифер очень любила йогу, и ей хотелось создать бизнес, который был бы с ней связан. Но у нее не было идей, в какую сторону двигаться. Тогда она решила провести исследование.

Она написала письма 188 владельцам бизнеса в сфере йоги. Предложение выглядело так: они расскажут ей об основных трудностях в их деле. Это позволило бы нащупать болевые точки, которые она могла бы закрыть своим бизнесом. Взамен Дженнифер предложила им после разговора отправить общий обзор всех состоявшихся бесед. То есть они бесплатно узнают о проблемах их

рынка из первых уст. На таких условиях ей удалось переговорить с 74 владельцами бизнеса, она определила для себя желаемое направление движения и наладила контакты в этой сфере.

То, что для Дженнифер было кирпичом – побочным продуктом ее исследований, для этих людей стало драгоценным камнем.

Правило взаимного обмена

Самый главный помощник в реализации этой стратагемы – «правило взаимного обмена» (*norm of reciprocity*) – социальная норма, которая гласит: если тебе что-то дали, отдай что-то в ответ. Правило сильно влияет на поведение человека и может использоваться против него. Это показал эксперимент профессора Денниса Ригана^[120].

Участники должны были оценить картины. Каждого из них сопровождал некий Джо, который говорил, что он тоже участник эксперимента, а на самом деле был одним из исследователей. Они ходили, оценивали картины, потом в какой-то момент Джо пропадал и снова возвращался. В одном случае он возвращался с двумя бутылочками Кока-Колы, одну из которых предлагал испытуемому (отдавал «кирпич»), а в другом случае он возвращался с пустыми руками.

После того как они заканчивали оценку, Джо просил участников купить у него лотерейные билеты (выманивает «яшму»). Те, кого Джо угощал Кока-Колой, покупали билетов в два раза больше. Причем в среднем испытуемые покупали по два билета, при этом Кока-Колы стоила около 10 центов, а один билет – 25 центов.

Также Риган провел опрос участников и выяснил, что даже те, кому Джо совсем не нравился, все равно считали себя обязанными купить у него билеты, если он угостил их Кока-Колой.

Эту особенность нашего восприятия часто используют против нас. В магазине, когда во время акций дают попробовать продукт, чтобы вы его купили. Когда дарят дорогой подарок учительнице на первое сентября, чтобы она лучше отнеслась к ребенку. В кафе, где официанты прикладывают конфету к счету, так как это повышает размер и вероятность чаевых. И так далее.

Важно помнить, что, если вас пытаются загнать в ловушку, не принимайте такие подарки. Либо берите, отдавая себе отчет, что это просто уловка, и вы не должны чувствовать себя обязанными. «Попытки эксплуатации следует эксплуатировать»^[121].

Я уступил – и ты уступи

Существует прием, который базируется на этих же механизмах. Впервые его описал Роберт Чалдини. Он называется «отказ-затем отступление» (или door-in-the-face, «дверь в лицо»). Также Чалдини руководил экспериментами, подтвердившими существование феномена «дверь в лицо».

«Как-то раз я прогуливался по улице. Ко мне подошел 11–12-летний мальчик и сказал, что продает билеты на ежегодное представление бойскаутов, которое состоится вечером в субботу. Он спросил, не хочу ли я купить несколько билетов по 5 долларов за штуку. Я отказался. «Хорошо, – сказал мальчик, – если не хотите билеты, купите большие плитки шоколада. Они всего лишь по доллару за штуку». Я купил пару плиток и немедленно осознал – случилось нечто, заслуживающее внимания, потому что: а) я не люблю шоколад; б) я люблю доллары; в) я остался с двумя ненужными мне плитками; г) мальчик ушел с моими двумя долларами»^[122].

Итак, в чем суть приема?

Сначала идет большая просьба, такая, которую человек вряд ли выполнит, но при этом реалистичная (если просьба нереалистичная, это вызовет отторжение и прием не сработает). Человек отказывается и начинает чувствовать вину.

Затем идет маленькая просьба. Просящий показывает, что идет на уступку: «ну хоть так». Человек соглашается, потому что чувствует обязанность отплатить уступкой на уступку.

Здесь срабатывает наше «правило взаимного обмена» – если я тебе что-то дал, и ты мне что-то дай в ответ. Я уступил – и ты уступи.

Поделитесь своей историей, станьте ближе собеседнику

Делиться можно не только вещами или услугами. Ларри Кинг считал, что откровенность – это одна из составляющих формулы его успеха:

«Всякий, с кем я когда-либо говорил дольше минуты, знает обо мне по меньшей мере два факта: 1) я из Бруклина и 2) я еврей.

Как они это узнают? Просто я рассказываю о своем происхождении всем, с кем встречаюсь. Я горжусь и тем, что еврей, и тем, что родился в Бруклине. Поэтому во многих беседах упоминаю о своих корнях. [...] Так вы сразу раскрываете свои карты, вам нет нужды бояться разговора – вы уже открылись, и ваша откровенность делает притворство ненужным»^[123].

Для того чтобы добиться откровенности от своих гостей, он для начала рассказывает о себе. Собеседник видит, что тот с ним честен и откровенен, и, в свою очередь, тоже откровенничает.

Очевидно, что не стоит делиться какими-то сугубо личными вещами, в надежде получить такое же признание. Не стоит также переступать границы уместности. К тому же всегда учитывайте, не могут ли сказанное потом использовать против вас.

Стратегема восемнадцатая:

Чтобы поймать разбойников, поймай главаря



擒賊擒王

Чтобы развязать твердый узел, отдели сначала главаря, а потом все само распустился.

擒	賊	擒	王
qín	Zéi	qín	wáng
схватить, поймать, задержать, изловить, взять в плен	вор, разбойник, грабитель, бандит, злодей, преступник, предатель, изменник, противник, непри- ятель, мятежник	схватить, поймать, задержать, изловить, взять в плен	князь, царь, король, император, государь, монарх, глава

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *чтобы поймать разбойников, поймай главаря.*

«Чтобы схватить разбойников, надо прежде схватить главаря».

«Чтобы поймать разбойников, надо прежде поймать главаря».

«Стратегема захвата вождя или удара по голове».

ИСТОРИЯ

Сунь-цзы в «Искусстве войны» излагает похожую идею:

«Ведение войны заключается в том, чтобы предоставлять противнику действовать согласно его намерениям и тщательно изучить их; затем сосредоточить все его внимание на чем-нибудь одном и *убить его полководца, хотя бы он был и за тысячу миль.* Это и значит уметь искусно сделать дело».

В стихотворении китайского поэта Ду Фу^[124], есть такая фраза: 「擒賊先擒王」, где 「先」 означает «сперва», то есть «[прежде чем] ловить разбойников, сперва поймай главаря».

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема показывает один из вариантов того, как можно победить противника. Не пытайтесь сражаться с его «войском», сначала устраните главаря. Если у команды не будет главы, она распадется сама собой. Если у компании внезапно сменяется президент – наступает сложное время неопределенности, когда все начинает разваливаться, потому что ломается налаженная внутренняя структура.

Это действенный, простой прием и довольно известный: к примеру, в русском языке есть пословица: «Не гонись за простым вором, а лови атамана».

Итак, ваша цель захватить, убить, свергнуть – в общем нейтрализовать главаря, чтобы он не смог вновь сплотить вокруг себя людей. Как говорится, «отсечь змее голову». Всякое войско – это прежде всего полководец. Он игрок, а солдаты лишь пешки, которыми он играет. Будет побежден игрок – будет выиграна партия. Если вам выпал случай устранить главу – пользуйтесь этой стратегемой. Как говорят китайцы, упустить главаря – это «позволить тигру уйти в горы»^[125].

Вот простой пример, как можно реализовать эту стратегию в обычной повседневной жизни. Моя хорошая подруга работает учительницей русского языка в школе. Когда она только устроилась на работу, ей дали восьмой класс, самый неуправляемый. Никто не хотел его брать и, как водится, его сбросили на новенькую.

Первое время дети доводили ее чуть ли не до слез. По прошествии недели она поняла, что все это кажущееся стихийным безумие, происходящее в классе, имеет единственный и постоянный источник. Это был один мальчик, не предводитель, а просто заводила. Он ронял шуточку, и все начинали хохотать; толкал кого-нибудь, подначивал или еще как-то разрушал атмосферу сосредоточенности. Она поняла, что если вызовет родителей или пойдет с ним к завучу – только спровоцирует отторжение с его стороны. Тогда она велела ему приходить на дополнительные занятия после уроков.

На эти занятия ходили всего человека четыре, и между ними и учительницей сложились доверительные, почти дружеские отношения. У этого мальчика, однако, не было проблем с успеваемостью, впрочем,

задавшись целью, она быстро нашла его слабую тему, и ему пришлось прийти. Он проходил на занятия где-то две недели. Дружеская атмосфера, царящая там, и индивидуальные разговоры с учителем настроили его доброжелательно по отношению к ней. Он стал слушаться на уроках. И когда его одноклассники поняли, что он ее уважает, тоже стали постепенно вести себя гораздо спокойнее.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

В «Черной риторике»^[126] есть пример, где автор имел дело с негативно настроенной группой, у которой вел тренинг. Оценив обстановку, он выяснил, что зачинщиками являются два человека, которые и подогревали остальных. Тогда он объявил перерыв, отвел зачинщиков в сторону и пригрозил им увольнением на работе. Испугавшись, они больше не отвлекали остальных слушателей, люди успокоились, и оставшееся занятие прошло весьма продуктивно.

Если бы Бредемайер пытался так пригрозить всем присутствующим – это было бы смешно. Их преимущество было в большинстве, и все это прекрасно осознавали, а потому и чувствовали свою власть. В этой ситуации самым разумным было устранение главарей, тех, кто и был основными источниками всех волнений.

Запомните, если убрать главного, зачинщика – толпа становится пассивной. Так, история знает немало примеров, когда со смертью полководца, полки покидали поле боя, оставляя несыгранную верную победу! То же и с аудиторией – оратор находит ключевые фигуры, и:

- либо переманивает их на свою сторону,
- либо уничтожает их аргументацию,
- либо уничтожает морально – подрывая их авторитет.

Раздел четвертый:

Стратегемы междоусобных сражений

混戦

混 — смешиваться, перемешиваться, соединяться, смешивать, обманом втираться, смешанный;

戰 — война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратегема девятнадцатая:

Вытаскивать хворост из-под котла



釜底抽薪

Не противодействуй открыто силе врага, но ослабляй постепенно его опору.

釜	底	抽	薪
fǔ	dǐ	chōu	xīn
котел, кастрюля	дно, низ, черновик, основа, суть, под	тащить, вытаскивать, выдергивать, вытягивать	хворост, дрова

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *из-под котла хворост вытаскивать.*

«Вытаскивать хворост из-под очага».

«Вытаскивать хворост из-под котла».

«Стратегема лишения опоры».

ИСТОРИЯ

Китайская идиома, обозначающая решение проблемы исходя из самой ее сути.

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема рассказывает о том, как можно победить врага, не вступая с ним в схватку. У всего есть свой исток, у любой силы есть то, на чем она держится. Сила огня в хворосте – убери хворост, и огонь потухнет.

Мужчина имеет успех у женщин, потому что обаятелен. Молодой сотрудник стал начальником, потому что вынослив и трудолюбив. Холодильник сохраняет продукты холодными, потому что питается от электричества. Луна светится, потому что ее поверхность отражает свет солнца.

В чем ваша главная сила? Какой у нее источник? Благодаря чему вы обладаете этой силой?

Итак, схема действий выглядит так:

1. Ваша цель – найти источник силы вашего противника. Его опору, его базис.

2. Разрушьте это. Разрушьте то, откуда он черпает свою силу, свое преимущество. Если его сила в том, что подчиненные боятся его послушаться – сделайте его нелепым в их глазах. Если сила в потоке золота, лишите его экономической поддержки.

С помощью этой стратагемы, вы, что называется, «перекрываете кислород».

В русской культуре существует немало похожих по смыслу поговорок:

«Без подпорки и большая стена падает».

«Не растет трава без корней».

«Начни с корня, доберешься и до вершины».

«Сосна на корню красна».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Такую стратагему применил глава русской компании «Евросеть»^[127]. Когда их бизнес только пошел в гору, они столкнулись с нечистоплотным конкурентом, довольно крупной компанией, которая начала вести «грязную игру».

Сначала директору Евгению Чичваркину стали поступать угрозы расправы, ему даже пришлось нанять телохранителя. Затем на один из магазинов «Евросети» натравили милицию (они без объяснений арестовали товар и опечатали магазин). А потом начались проблемы со складом – его закрывали 15 раз в течение года, разные ведомства, по разным причинам.

Долго так продолжаться не могло, и, когда Чичваркину удалось выяснить, кто за этим стоял, он решил предпринять ответные

действия. Нет, он не стал воевать в открытую (хотя, думаю, ему хотелось). Он поступил умнее – решил лишить противника бизнеса.

«Евросеть» стала открывать свои салоны прямо рядом с магазинами конкурента. Они расширили ассортимент, а также специально занизили цены, хотя это и приносило убытки. Такая политика принесла результаты – конкурент быстро разорился.

Как это можно применить в переговорах? Точно так же. Найдите то, на чем базируется уверенность вашего противника в своей победе и работайте именно с этим. Если это не сумбурный бред, то чаще всего в любой речи можно найти главную мысль. Посмотрите, на чем ваш оппонент строит свою позицию.

Из всех аргументов противника выберите главный, самый важный для него, на котором он строит все последующие. То есть тот самый «хвост», благодаря которому горит огонь. На этот «хвост» вы и должны обрушиться всей мощью ораторского потенциала.

Этот прием хорош тем, что он позволяет, не прикладывая много усилий, морально уничтожить соперника. Разрушить то, на чем он базирует всю свою доказательную базу, или дискредитировать то, что он представляет наиболее важным в своих умозаключениях. Это равнозначно подрыву фундамента у дома – лишить противника самого важного, основания его речи.

Также вы можете попытаться повлиять не на суть речи, а на моральное состояние противника. Устраните то, что питает его уверенность в себе. Это второй способ применения стратагемы.

Стратегема двадцатая:

Мутить воду, чтобы нащупать рыбу



混水摸魚

Воспользоваться скрытым разладом во вражеском стане, извлечь выгоду из его слабости и отсутствия постоянства.

混 ¹	水	摸	魚
hún	shuǐ	mō	yú
смешиваться, загрязниться, примешиваться, замутить , загряз- нить	вода , воды, водоем, река, во- дная стихия, жидкость	щупать, трогать, шарить, делать на ощупь, блуждать, плутать, нащупы- вать	рыба

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА [\[128\]](#)

Дословно: *мутить воду, чтобы нащупать рыбу.*

«Мутить воду, чтобы поймать рыбу» [\[129\]](#).

«Стратегема неразберихи» [\[130\]](#).

ИСТОРИЯ

Это очень распространенное выражение, которое в том или ином виде существует во многих языках. В частности русское: «Ловить рыбу в мутной воде» происходит от латинского *Turbato melius capiuntur flumine pisces* – «В мутной воде рыба ловится лучше» [\[131\]](#).

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратегема учит тому, как можно легко заполучить то, что вы хотите, устроив неразбериху. В суе и хаосе гораздо проще получить то, что хочешь.

Во времена войн и революций всегда находились люди, которые волшебным образом получали то, что им не предназначалось – дома,

заводы, предметы искусства.

Представьте, что в середине поля стоит армия, в центре которой золотая статуя. Эту статую охраняет десять воинов, и все остальные солдаты поднимутся ее защищать по их призыву или, заметив опасность. При такой организации украсть статую практически невозможно. А теперь представьте, что в лагере случается пожар. Лошади рвут упряжь и сбегают, люди носятся, как обезумевшие, кто-то тушит, кто-то пытается убраться подальше; всем уже все равно, кто свой, кто чужой. Сложно ли будет выкрасть статую в такой обстановке?

Идентичные стратагеме пословицы встречаются в английском (To fish in troubled waters), немецком (Im trüben fischen), испанском (Pescar en río revuelto, A río revuelto, ganancia de pescadores) и французском (Pêcher en eau trouble) языках. При этом их носители считают пословицу исконной, не заимствованной.

Итак, каков план действий:

1. *Найдите то, что может послужить причиной неразберихи.* Если во вражеском стане есть разлад, воспользуйтесь этим. Чтобы разрушить каменную плиту, найдите трещину и вбейте в нее клин. К примеру, если глава компании поддерживает в руководителях отделов соревновательный дух, и они искренне ненавидят друг друга, вы можете раздуть противоречия между ними еще больше, чтобы они застопорили всю работу.

2. *Устройте неразбериху.* Войско, в котором царит хаос, не войско вовсе. Суть в том, чтобы раздуть неразбериху и раздор, сомнения в окружении врага. Ослабить его войско, лишив единства и управляемости. Найденные ранее противоречия и сложности превратите в настоящую катастрофу.

3. *Воспользовавшись неразберихой, получите то, что вам нужно.*

Сунь-цзы сказал:

«Те, кто в древности хорошо вели войну, умели делать так, что у противника передовые и тыловые части не сообщались друг с другом, крупные и мелкие соединения не поддерживали друг друга, благородные и низкие не выручали друг друга, высшие и низшие не объединялись друг с другом; они умели делать так, что солдаты у него оказывались оторванными друг от друга и не были собраны вместе, а если войско и было соединено в одно целое, оно не было единым». [\[132\]](#)

В стратагеме пятой «Грабить во время пожара» описан похожий механизм, только там вы пользуетесь бедствием или неразберихой, которые уже случились, а здесь искусственно создаете ее сами.

Внешне данная стратагема похожа на тринадцатую «Бить по траве, чтобы вспугнуть змею». Однако в тринадцатой стратагеме мы провоцируем, чтобы узнать планы противника, тогда как в нашей мы ослабляем позицию противника, сеем неразбериху. Мутим воду, чтобы получить свое.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Применить стратагему можно двумя способами:

Способ 1. Прием работает точно так же, как и при военных действиях. Мы раздуваем имеющиеся в лагере противника противоречия, выявляем отличия в позициях союзников, сталкиваем их лбами – чтобы лишить единства. Это позволяет сильно дискредитировать оппонента в глазах аудитории.

Способ 2. Мы мутим воду. То есть с умыслом устраиваем неразбериху. Превращаем дискуссию в ссору, свару, балаган, линчевание, комедийное шоу, эпизод мелодрамы... неважно, выбирайте, что понравится. Самое главное – дождавшись момента, когда никто уже не понимает, что происходит и во что все

превратилось, вы прекращаете балаган. Сами прекращаете то, что начали, выступая, словно нехотя, в роли спасителя.

Конкретные примеры использования такого приема можно наблюдать в политических телевизионных шоу. Если один из участников вдруг говорит что-то разумное, но не состыковывающееся с целью передачи, ведущий начинает действовать: чаще всего с помощью подначиваний и натравливания оппонентов друг на друга, он разжигает накал страстей до невозможности. Участники дискуссии кричат, хамят, смеются, и зерно рациональности, которое могло бы взойти, оказывается окончательно затоптанным. Когда это происходит, ведущий милостиво берет происходящее в свои руки: перекрикивает участников, успокаивает их, отбирает микрофон и возвращает дискуссию в нужное русло.

Мутить воду можно по-разному. Это история о том, как компании пришлось взбаламутить общественность, чтобы добиться своей цели от государства^[133].

Суть приема «Мутить воду» в том, что вы вносите разлад в разум противника так, чтобы он уже был не в состоянии адекватно реагировать. Этого можно добиться разными способами. Расскажу вам о некоторых.

Принцип дефицита

Маркетологи часто используют «принцип дефицита», чтобы вызвать у покупателя помутненное состояние рассудка, при котором он будет действовать опрометчиво. Суть принципа в том, что если некоего блага слишком мало, то оно сразу начинает казаться наилучшим из всех возможных. В итоге он принимает решение под давлением сразу нескольких факторов: страх потерять объект, страх упустить время и кажущееся преимущество дефицитного товара.

Эту уловку используют все кому не лень в разных вариациях:

- когда устраивают грандиозные распродажи: «ликвидация» товара, «final sale» – последние скидки, Black Friday и т. д. Покупайте кучу ненужных вещей, только потому, что они продаются со скидкой.
- когда продавец недвижимости говорит, что это последняя квартира в этом чудесном доме, остальные все распроданы,
- когда консультант в магазине утверждает, что осталось только две единицы товара, и, если вы придете в следующий раз, скорее всего их уже не будет.

Роберт Чалдини в книге «Психология влияния»^[134] приводит пример своего студента, владельца компании, занимающейся импортом говядины. Он решил проверить в действии правило дефицита. Дал задание своим торговым агентам обзванивать клиентов и предлагать им сделать заказ, но тремя различными способами:

- 1) Просто предложить закупить мясо.
- 2) Предложить закупить мясо + сказать, что в ближайшие несколько месяцев поставки говядины будут сокращены (дефицит товара).
- 3) Предложить закупить мясо + сказать, что поставки сократятся, это информация из надежного секретного источника (дефицит товара + дефицит информации).

Результаты выглядели так: вторая группа клиентов заказала в 2 раза больше, а третья – 6 раз больше, чем клиенты из 1 группы. Это показывает, что принцип дефицита работает и по отношению к информации, – чем ее меньше, тем она кажется ценнее и правдоподобнее.

Конкуренция

Еще один прием, который позволяет «мутить воду» – конкуренция (искусственная или реальная). Здесь работают те же механизмы, что и в «правиле дефицита». Человек видит, что кто-то претендует на его благо и начинает приписывать ему большую ценность. Он думает:

- Этого объекта мало, не хватает на всех, значит, он хорош.
- Вот этот человек тоже хочет этот объект, значит, объект хорош.
- Кто-то еще претендует на него. Значит, я должен победить, не могу же я уступить и показаться слабаком.

Самый яркий пример опасности такого соперничества я встретила у того же Чалдини. Он описывал «Великий аукцион Посейдона»: три телекомпании боролись за право показа фильма «Приключение Посейдона». Торги были настолько жаркими, а финал – неожиданным, что руководство ABC, телеканала-победителя, решило больше никогда не принимать участие в аукционах. В пылу торга, они поставили цену 3,3 миллиона долларов. На тот момент это была самая большая сумма за всю историю телевидения, которую когда-либо платили за разовый показ фильма. Более того, она была убыточной! ABC не получили прибыли и потеряли 1 миллион долларов.

Как же это могло произойти? Вот слова их проигравшего на торгах конкурента: «В начале аукциона мы действовали благоразумно: оценивали фильм и учитывали затраты на эксплуатацию. Но потом начали поступать предложения. ABC начала с 2 миллионов. Я, в свою очередь, предложил 2,4 миллиона. ABC увеличила сумму до 2,8 миллиона. Мы уже не могли остановиться. Я как будто потерял рассудок. Когда дошел до 3,2 миллиона, вдруг осознал: «Боже, если я получу этот фильм за такие деньги, что я буду с ним делать?» Когда ABC, в конечном счете, обошла меня, я испытал чувство облегчения».

Доведение до абсурда

Еще один пример как можно «мутить воду» – «доведение до абсурда». Это прием, основанный на том, что вы сознательно доводите до крайней степени, до абсурда, высказывание собеседника. Фактически это прием-пустышка, такие аргументы не имеют под собой никакого логического обоснования. Тем не менее, они работают.

- «– Мама, можно мне погулять до девяти?
– Нет, сынок, чтобы в восемь был дома!
– Но мама, все остальные гуляют до девяти!
– А если все пойдут топиться, ты тоже пойдешь?»^[135]

Опровергнуть «доведение до абсурда» довольно легко, если знать как. Так как это яркий и эмоциональный прием, вы должны предложить такой же яркий аргумент, привязывая его к своей теме.

«Нет, мам, я не пойду топиться, но если все будут дарить мамам цветы на восьмое марта, то и я буду!».

Британская пивная компания BrewDog решила продавать в своих барах пиво объемом в две третьих пинты. Это был идеальный объем для крафтового пива, а также для некоторых сортов. Однако они столкнулись с большой проблемой в виде закона 300-летней давности, который запрещал этот объем.

Сначала компания обращалась в парламент, пыталась повлиять на политиков, но это не дало результатов. Тогда они наняли карлика, нарядили его панком, в стиле своего бренда, и неделю проводили «самый маленький протест в мире» в Вестминстере и на Дауни-стрит, с лозунгами: «Мал, да удал», «Размер имеет значение». Они создали петицию и запустили кампанию в соцсетях.

Британское правительство сдалось и в 2011 году подтвердило, что изменит правила и введет новую меру в две трети пинты.

Стратегема двадцать первая:

Золотая цикада сбрасывает оболочку



金蟬脫殼

Всегда сохраняй уверенный вид.

Не допускай изъянов в своей позиции.

Так можно не позволить союзнику поддаться страхам и не дать противнику повода предпринять нападение.

金	蟬	脫	殼
jīn	chán	tuō	qiào
золото, жел- тый, золотой , деньги, сокро- вища, металл	цика- да	сбрасывать кожу, линять , обнажаться, осы- паться, сдирать, снимать	твердая оболочка, скорлупа, ракови- на, панцирь , кора, затвердевшая кожа, оболочка

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *золотая цикада сбрасывает оболочку.*

«Золотая цикада сбрасывает чешую».

«Цикада сбрасывает золотой кокон (оболочку, чешую)».

«Стратагема ускользания».

ИСТОРИЯ

Жизненный цикл цикады включает в себя несколько линек, из последней она выходит взрослой особью, у которой начинают развиваться крылья. Личинка цикады забирается на дерево и линяет – вылезает из своей личиночной оболочки. На стволе сосны такая оболочка может провисеть месяцы. Это экзоскелет, оставшийся после линьки. Он очень похож на живую цикаду: золотисто-медного цвета, у него есть лапки, мордочка. Именно эта оболочка подразумевается в стратагеме.

Упоминание этой стратагемы встречается во втором акте пьесы «Се Тяньсян» китайского драматурга Гуань Ханьциня: 「脫殼金蟬」^[136]. Героиня готовая от тоски покончить с собой, ищет уловку, подобную уловке сбрасывающей кокон цикады.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема учит всегда сохранять уверенный вид, независимо от того, что происходит. Рассказывает, как вести себя, если наступили трудные времена, или вы хотите провести некий скрытый маневр.

Ее основной смысл в том, чтобы не показывать, что у вас внутри. Вы ослаблены или наоборот готовитесь что-то предпринять – держите это в себе, следите, чтобы никто ничего не заподозрил, тогда противник не успеет приготовиться.

Представьте, что у вас есть золоченая богато украшенная ширма, за которой обычно стоял трон. Все видят только ширму, и знают, что за ней трон. Глядя на великолепную резьбу этой ширмы, никто не усомнится, что трон все еще там. На деле там может стоять деревянная табуретка, а трон вы давно продали. Но никому и в голову это не придет, так как они не могут заглянуть за ширму и полагаются на свои старые знания.

Зачем вам может понадобиться эта стратагема?

1. Чтобы скрыть от противника какие-либо действия.
2. Чтобы скрыть свою слабость, в том числе и от союзников. Это позволит не растерять их, если дела идут совсем плохо.

Как совершить маневр так, чтобы союзники и противники не заметили его? Внешне мы не двигаемся, словно гуляем за театральными декорациями. Мы можем:

- менять дислокацию,
- бежать,
- посылать «войска» в бой,
- заниматься внутренними перестановками,

Вы создаете иллюзию незыблемого оплота стабильности и богатства. Ваша компания переживает не лучшие времена? Пусть об этом никто не догадывается, ведь иначе вы растеряете всех инвесторов

и партнеров. Давайте банкеты, вкладывайтесь в благотворительность. Пусть со стороны кажется, что все в порядке.

Эту стратегию легко перепутать с восьмой: «(Для вида чинить деревянную дорогу), втайне выступить в Чэньцан». В ней тоже используется тактика прикрытия, но предполагается прикрытия хитрости логичным, очевидным действием. В этой же стратегии описана именно золотая маска спокойствия и стабильности, за которой может происходить что угодно.

В русской культуре эту стратегию можно сравнить с концепцией «ширмы». Это слово имеет дополнительное значение, аналогичное кокону цикады: «То, что служит прикрытием кого-л., чего-л. (обычно неблагоприятного)»^[137].

Также в какой-то мере эта стратегия описывает *силу имиджа*. Это именно та «золотая оболочка», над созданием которой вы напряженно трудитесь, а потом она работает на вас. На самом деле нет ничего более иллюзорного, чем человеческая репутация. Если человек неглуп, ему достаточно создать имидж и пользоваться его плодами. Силу имиджа я поняла еще в школе, когда стало очевидно – те, кого считают отличниками, могут делать почти столько же, сколько и троечники, но получать за это более высокие оценки. И с тех пор меня ни разу не подвело это знание.

Однажды я убедилась в действенности силы имиджа в обратном смысле. Будучи студенткой, я не слишком любила иностранные языки, потому что преподавали их скучно и разрозненно. Случилось так, что по одному из языков нам поставили нового преподавателя. Почти весь первый месяц я благополучно прогуляла и в итоге заработала репутацию бездельницы. Я была полна уверенности, что все наверстаю, и, так как обычно я так не поступала, мне даже в голову не пришло, что могут возникнуть иные сложности.

Последующие два года, что у нас шел этот предмет, я работала, работала и еще раз работала, но не могла изменить свою оценку в глазах преподавателя. Если что-то делала, она говорила: «Наконец, хоть что-то», если не делала, говорила: «Ну, как обычно». В это время мои однокурсники, со сдержанным ехидством на меня поглядывая, не делали почти ничего и получали отличные оценки. Самое забавное, она была приятным человеком и симпатизировала мне, но это не

играло никакой роли – настолько неискореним был заработанный мною в начале образ.

Вот пример, как целая компания может использовать в своих интересах силу имиджа, силу золотой оболочки цикады:

Компания Sony долгое время имела превосходную репутацию на американском рынке. «Японское качество» действительно одно время было эталонным. И Sony усиленно инвестировали в связи с общественностью и продвижение товара, что позволяло продавать телевизоры с теми же характеристиками, что у конкурентов, на 5–10 % дороже^[138]. Они торговали своим имиджем, поддерживали и использовали его – вот суть стратагемы «Золотая цикада сбрасывает оболочку».

Сила имиджа – это золотая оболочка цикады. Она блестящая и красивая, и если вы сумели ее грамотно выстроить и периодически полируете тряпочкой, то можете делать за ней что угодно, как за ширмой. В разумных пределах, конечно.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Чувствуете, что проиграете это сражение, что ваши аргументы слишком слабые, и ничьей поддержкой так и не удалось заручиться? Все равно, будьте уверены. Демонстрируйте уверенную позицию: спина прямая, голова приподнята, руки не скрещиваются; стоите лицом к противнику (-ам) и смотрите в глаза, голос громкий и четкий. Не имеет значения, что вы переживаете внутри. Если вы покажете это внешне, будет еще один жирный минус к вашей оценке.

Если у вас сложности – никогда не показывайте это. Тщательно следите за маленькими деталями, чтобы они не выдали вас. Если вы бедны, а вам предстоит важная презентация, возьмите хороший костюм у друга. Не идите к месту встречи пешком, чтобы не запачкать грязью обувь. Не забудьте про хорошую стрижку и маникюр – это все маленькие детали, из которых складывается образ целиком. Это нечто вроде блефа. А что стоит за ним – никто не знает. Образ, за которым может быть скрыто все, что угодно.

Вариант использования стратагемы: создайте себе некую маску, за которой вы будете прятать истинные действия. Ширма, за которой вы

танцуете. Продумайте, кто вы: рубаха-парень, женщина-вамп, молодая дурочка, уверенный светский лев... Следите, чтобы все детали демонстрируемого образа соответствовали: выглядите согласно ему, двигайтесь согласно ему и действуйте внешне якобы согласно ему. Однако ваши настоящие дела спрятаны за этим образом. Отчасти это означает «вести двойную жизнь».

ОБРАЗ «ВОЖАКА СТАИ»



Для реализации многих стратегий вам необходимо уметь создавать образ уверенного в себе человека. Зачем это нужно?

Проще всего сравнить человеческое общество со стаей волков. Волки очень умные и дружные животные, однако их общество, как и у большинства других видов, устроено особым образом. Мы обычно думаем, что далеки от животных, что больше полагаемся на разум, чем на инстинкты, особенно в важных делах... но это большое заблуждение. Даже не углубляясь в историю, взгляните на современное общество. Как ведут себя и выглядят те, за кем люди идут добровольно и к чьему мнению прислушиваются? Взгляните на их мимику, речь, облик. А теперь рассмотрите свое окружение: на работе, в институте или среди друзей... Кто занимает лидирующую позицию? Кто вожак?

Одна из главных вещей в риторике – образ оратора. И речь здесь не о моральном облике, а о его статусе относительно других людей. Чтобы вас слушали, не просто для галочки, а впитывая как губка ваше мнение и взгляды, нужно быть особым человеком. Вожак в стае получает все – лучшую самку, лучшую пищу, полное подчинение остальных. Чтобы получить все это, он должен быть сильнее всех.

Посмотрите, как ведут себя животные в драке. У них есть определенная система сигналов, которая рассказывает им и окружающим о том, как обстоят дела в их столкновении. Зачем

кошки вздыбливают шерсть, шипят, громко и пронзительно орут во время драки? Потому что для устрашения противника, они должны быть пугающими – большими и громкими. Посмотрите, как они стоят на земле – твердо, уверенно, выпустив когти. Все эти инстинктивные сигналы свойственны и людям, как биологическому виду.

В обычной жизни вы можете быть кем угодно, но когда выступаете перед аудиторией или ведете важные переговоры, вы должны уметь надевать маску «вожака стаи»:

1. Осанка и положение рук

Стоять или сидеть нужно прямо. Руки в положении стоя можно скрестить за спиной или поставить одну руку на пояс или скрестить пальцы рук вместе, чуть вывернув ладони к аудитории. Если вы сидите, то положите локоть одной руки на спинку стула, а вторую на колени; или положите обе руки на колени, не перекрещивая их.

Не прижимайте локти к телу. Представьте, что вы кошка, которая вздымает шерсть, пытаясь казаться больше. Здесь все работает по той же схеме: вам нужно казаться больше.

Помните, что сутулость – признак слабости. Вы показываете, что хотите закрыться от происходящего. А если вы вдобавок скрещиваете перед собой руки, дело плохо – это воспринимается, как реакция защиты, реакция страха.

2. Манера поведения

Многие люди, недополучившие в детстве родительского внимания, пытаются это компенсировать слишком активным поведением: громко разговаривают, активно жестикулируют, ведут себя немного наигранно, словно говоря всем своим поведением, «посмотрите, я здесь, вот он я». Это абсолютно нормальное психическое поведение, но оно мешает окружающим

воспринимать вас серьезно. Причина в том, что всегда очевидно, когда человек очень хочет понравиться и все делает для этого.

Если это про вас, постарайтесь создать маску уверенности и внутреннего спокойствия для публичных выступлений и переговоров. Представьте, что все эти люди ваши добрые приятели и принимают вас таким, какой вы есть. Будьте серьезным, покажите то глубокое и настоящее, что в вас есть.

Также стоит обратить внимание на хождение взад-вперед перед слушателями. Это безобразная привычка, которую нужно искоренять. Во-первых, так вы показываете, что нервничаете. Во-вторых, у слушателей начнет кружиться голова и они станут смотреть на что угодно, только бы не на вас. Но естественно не стоит замирать в одной позе и говорить как робот. Двигайтесь, жестикулируйте, обращайтесь к аудитории, чтобы она откликалась. Главное, никакой монотонности и повторяемости, вы же не маятник!

3. Одежда

Здесь важный аспект: вы должны быть одеты чуть лучше, чем ваша аудитория, чтобы возвышаться над ней, но не слишком, иначе получите тонну негатива в свой адрес. Одежда не должна отвлекать от разговора, вы не павлин и не бабочка, чтобы продемонстрировать яркую окраску.

4. Темп, тембр и громкость речи

Темп: говорите размеренно, почти медленно. Если говорить быстро, у слушателей возникает ощущение, что вы куда-то торопитесь. Это заставляет их нервничать и чувствовать себя некомфортно. Кроме того, быстрая речь не дает времени обдумать сказанное. Делайте небольшие паузы, чтобы слушатели успевали понять вашу мысль.

Тембр: лучше всего людьми воспринимаются низкие голоса. Высокие визгливые голоса невероятно сложно слушать в течение

долгого времени. Если у вас высокий голос, старайтесь, по возможности, говорить чуть ниже, но не выходя за пределы комфортного диапазона.

Громкость: худшее, что может сделать выступающий – заставить аудиторию вслушиваться, напрягать слух. Им это скоро надоест и вас вообще перестанут слушать. Не стоит также уходить в другую крайность и оглушать всех своим громогласным голосом.

5. Электронное оборудование

Используйте микрофон только в самых крайних случаях. Даже если аудитория большая, старайтесь говорить без посредников. Ваш голос, льющийся из динамиков, создает эффект радио: воспринимается как то, что обычно ставят на фон, вроде радио или телевизора.

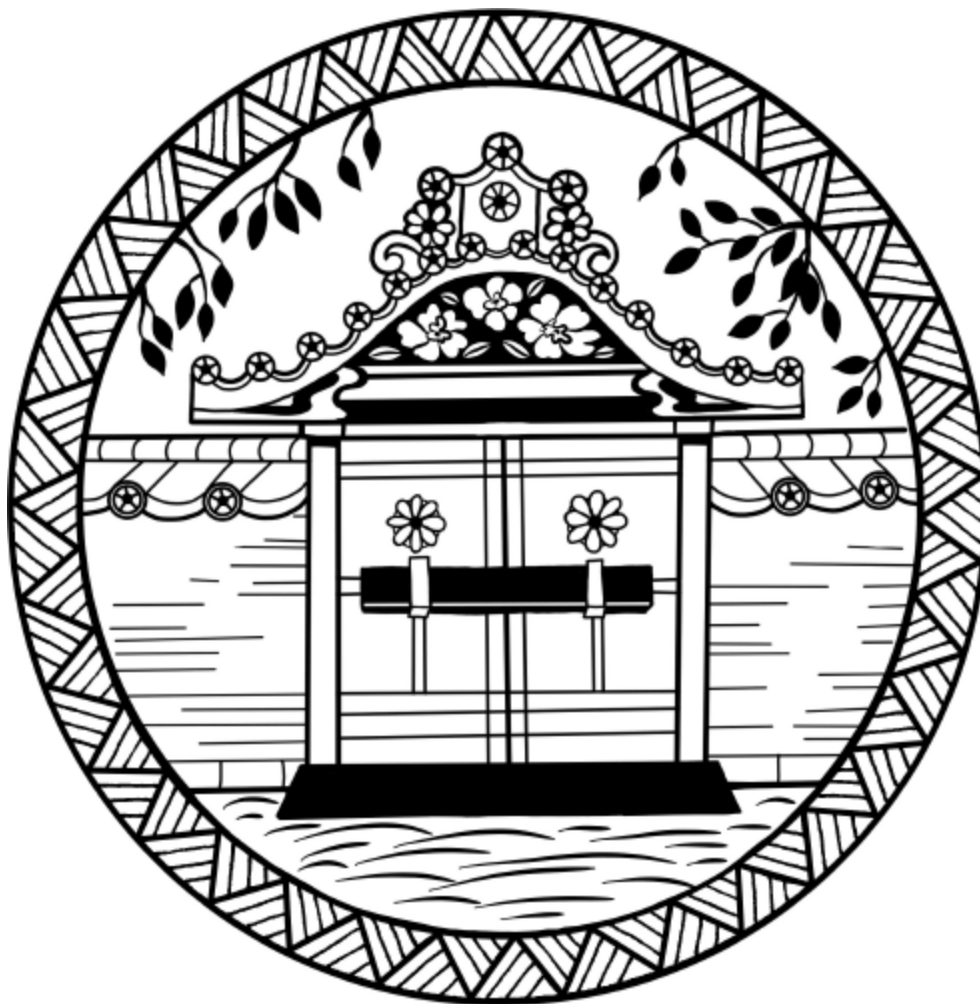
Хорошо сопровождать свое выступление презентациями. При этом никакого текста – только наглядные изображения, схемы и графики. Презентация – не конспект, не надо пытаться записать туда всю свою речь. Она должна лишь иллюстрировать ваше выступление. Визуальная составляющая воспринимается и принимается аудиторией отлично.

6. Работа над собой

Звучит скучно, однако это одна из важнейших вещей. Подумайте, что в прошлый раз было причиной вашей коммуникативной неудачи. Почему человек вас не понял или отнесся свысока? Может быть, вы сидели, ссутулившись и наклонив голову, демонстрируя покорность и подчинение?

Стратегема двадцать вторая:

Запереть ворота, чтобы поймать вора



關門捉賊

Если противник немногочисленен, окружай его на месте и уничтожай.

關	門	捉	賊
guān	mén	zhōu	zéi
закрывать, затворять, захлопывать, запирать	ворота, двери, ка- литка, про- ход, вход	брать в руки, хватать, ло- вить, аре- стовывать, задерживать	вор, разбойник, грабитель, бандит, злодей, преступник, предатель, изменник

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *запереть ворота, чтобы поймать вора.*

«Запереть ворота, чтобы схватить вора».

«Закреть дверь, чтобы схватить вора».

«Стратагема окружения».

ИСТОРИЯ

Китайская народная поговорка.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема учит – если ваш противник слабее, вы должны «перекрыть все выходы», или как еще говорят, «загнать в угол», «отрезать пути к отступлению».

Для того, чтобы поймать мышей в комнате, прежде нужно закрыть дверь и заткнуть все щели, чтобы они не сбежали. То же самое с врагами: нужно перекрыть все возможные пути отхода, чтобы они не ускользнули. Ведь если им удастся сбежать, то все, что вы сделали, будет бессмысленным! Они смогут вернуться снова, со свежими

силами. То есть смогут выступить не со слабой, а уже с сильной позиции (к примеру, объединившись с другим вашим противником).

Если у вас есть противник, который вам проигрывает:

1. перекройте ему все возможные пути к отступлению;
2. «уничтожьте» противника.

Может показаться, что это противоречит стратагеме шестнадцатой, которая призывает отпустить врага, а не теснить его до последнего. Но стратагема шестнадцатая не о том, что нужно отпускать недобитого противника, а о том, что не надо слишком давить, когда ты близок к победе или победил.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Что делать, если противник близок к поражению? Если ему удастся применить тридцать шестую стратагему и покинуть поле боя, не признав окончательное поражение, то все предпринятое вами окажется совершенно бессмысленным – он сможет вернуться вновь со свежими силами, проверенными данными и новыми аргументами. Поэтому необходимо каждый вопрос решать раз и навсегда. Рассматриваемая стратагема подразумевает перекрытие всех возможных ходов, чтобы противнику не осталось ничего иного, как только признать свое поражение.

Как этого можно достигнуть в ходе риторической дискуссии? Рассмотрите со всех сторон точку зрения оппонента, опровергая, буквально, пункт за пунктом. Сделайте это очень четко, чтобы у слушателей сложилась та самая картина, которую описывает стратагема: каждый выход заблокирован, вариантов нет. Объясните, почему каждый из этих пунктов не сработает и предложите признать свое поражение. Или обговорите все возможные последствия, представив ситуацию, как тупиковую, и, опять-таки, добейтесь признания в поражении. Тут, однако, очень важен менталитет и этикет

нации вашего оппонента. Необходимо учитывать, что в восточных странах понятие «потерять лицо» – одна из важных культурных доминант, оно является причиной многих кажущихся алогичными поступков. Но это уже к стратагеме шестнадцатой.

Не всегда «запирать ворота» стоит буквально. Компания Frito-Lay, крупный производитель чипсов столкнулась с быстро развивающийся компанией Eagle, которая отвоевала у них часть рынка. Им необходимо было в кратчайшие сроки устранить конкурента, чтобы он не успел развить мощь. Для этого нужно было перекрыть ему кислород по всем направлениям.

Что сделали в Frito-Lay:

1. Устранили проблемы с качеством продукции (у конкурента чипсы были вкуснее). Кроме этого, презентовали ее зимой, когда картошка не растет и конкуренты не могут предложить новый продукт. Для этого пришлось перестроить оборудование и изменить систему закупок.

2. Обновили бренд и запустили мощную рекламную кампанию.

3. Сняли с производства второстепенные продукты, которые не давали прибыль.

4. Поставили продукцию на полки магазинов рядом с продукцией конкурента и резко снизили цены. Издержки стали выше, но многие игроки вышли из бизнеса, и они забрали их долю рынка.

5. Надавили на материнскую компанию конкурента (Anheuser-Busch), с которой сотрудничали – прекратили поставки.

В итоге Anheuser-Busch была вынуждена закрыть Eagle. Так, «заперев все ворота», Frito-Lay вернули свои позиции и полностью выжили их с рынка^[139].

Стратегема двадцать третья:

Дружить с дальним и воевать с ближним



遠交近攻

Когда мы стеснены в позиции и скованы в действиях, нужно извлекать выгоду из слабостей противника вблизи и избегать ведения войны против противника вдали.

遠	交	近	攻
yuǎn	jiāo	jìn	gōng
далекий, удаленный, дальний, неблизкий, непрямой	иметь отношения, дружить, устанавливать контакт	близкий, близлежащий, приближенный	нападать, атаковать, штурмовать, наступать на

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *дружить с дальним и нападать на ближнего*.

«Дружить с дальним и воевать с ближним»^[140].

«Стратегема дальней дружбы»^[141].

ИСТОРИЯ

Стратегия царства Цинь в период Сражающихся царств. Формулировка приписывается стратегу Фан Цзюю (范雎, ?–255 до н. э.)^[142].

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратегема рассказывает о том, как действовать, если у вас в конфликте не один, а два противника (или больше).

Самое главное, понимать, кто такие «ближние» и «дальние» противники. *Ближние противники* – это те, с кем у вас больше всего точек соприкосновения, больше всего конфликтов интересов, спорных моментов. Те, кто больше остальных про вас знает, кто если что, сможет ударить сильно и больно.

Дальние противники – это те, с кем почти не пересекаются интересы и меньше всего возможность столкновения.

Итак, если это один конфликт, в котором участвуют сразу несколько сторон, больше чем две, вам необходимо пользоваться этим делением, чтобы понимать: кто вас поддержит, а кто нет, кому стоит предлагать сотрудничество, а кому ни в коем случае нельзя. Логика здесь очень проста: союз с ближним противником опасен тем, что может в любой момент развалиться. У вас слишком много общих «болевых» точек, поэтому в отношениях слишком много соперничества. Заключать такой союз попросту опасно, есть риск, что вам воткнут нож в спину.

Тогда как дальнему противнику доверять легче, ведь поводов для конфликта почти нет. Нет поводов – значит вы вполне можете объединиться для того, чтобы устранить третьего, который мешает вам обоим. Помните выражение «дружить против кого-то»? Это именно то, что вы делаете в этой стратагеме: заключаете временный пакт о ненападении, для того чтобы вдвоем убрать общего противника.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Суть приема в том, чтобы привлечь на свою сторону тех противников, с кем у вас меньше всего конфликтных точек. Вы можете временно объединиться против третьего оппонента. Когда ваши интересы максимально далеки друг от друга, вам легче договориться и меньше поводов для соперничества.

Вот вам пример, как сотрудничество с конкурентами может помочь в бизнесе.

Одно время в работе операторов сотовой связи существовала лазейка, которая позволяла фирмам-однодневкам проворачивать аферы, наживаясь на бонусах с торговли договорами на подключение. Эти «фирмы» оттягивали значительное количество клиентов у крупных легальных игроков. Тогда «Евросеть» сумела объединиться с

самыми сильными игроками на рынке (то есть «дальними» противниками, теми, кто не принимал участие в этих схемах), и вместе они обратились к операторам с просьбой прикрыть эту лазейку. Те, естественно не могли проигнорировать просьбу от своих самых крупных игроков. Таким образом, рынок моментально очистился от мошенников^[143].

Стратегема двадцать четвертая:

Попросить проход, чтобы напасть на Го



假道伐虢

Кто-то слабый зажат между двумя сильными врагами.
Противник угрожает подчинить его себе.
Я же под предлогом помощи слабому укрепляю свои позиции.

假	道	伐	虢
jiǎ	dào	fá	guó
ложный, поддельный, прикидываться, притворяться , прибегать к посредству (кого-л.), занимать, одалживать	путь , дорога, маршрут, дистанция, направление, идея	качать, покорять , нападать, разрушать, убивать, бить	княжество Го

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *притвориться, что просишь проход, чтобы напасть на Го.*

«Потребовать прохода через Го, чтобы напасть на него»^[144].

«Потребовать прохода, чтобы напасть на Го».

«Стратагема двух целей».

ИСТОРИЯ

Эта фраза встречается в Цзо-чжуань^[145] – комментарии к исторической хронике «Чуньцю», раздел «僖公二年» (досл. «Второй год правления Си Гуна»). Стратагема описывает события 650-х годов до н. э. Есть три царства: Цзинь, Юй и Го. Цзинь посылает Юй щедрые дары, и просит пройти через Юй, чтобы напасть на Го. Советник Юйского государя предостерегает его от подобного шага, указывая, что Го и Юй вместе еще как-то могут противостоять сильному Цзинь. Однако государь царства Юй не слушается советника и, прельщенный дарами, дважды впускает Цзинь на свои земли. В первый раз Цзинь ударило по Го, во второй раз завоевало его, а на обратном пути захватило и Юй.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема о том, как поступать, если у вас не один противник. На этот раз их три. Нет, это не стратагема «Убить чужим ножом», в этот раз цель иная. Вы должны уговорить одного из ваших противников «раскрыться» перед вами. Вы вынуждаете, образно говоря, «пустить лису в курятник».

Сильный противник говорит слабому: давай я тебе помогу, и вместе мы победим третьего. На деле его цель – уничтожив третьего, уничтожить и слабого. Под предлогом помощи, которую «союзник» вынужден принять, он проникает на территорию слабого и побеждает его.

Схема реализации стратагемы:

1. Договариваетесь со своим более слабым противником вместе победить сильного противника. Предлагаете ему свою помощь или просите о помощи.

2. Объявляете, что для этого вам необходимо, чтобы он «раскрылся»: позволил пройти через свои владения, как в стратагеме, или дал доступ к своим делам, к своей базе данных.

3. Когда вы получаете доступ на территорию слабого противника, то с его помощью уничтожаете сильного соперника (необязательный компонент), а потом, используя добровольно отданное вам преимущество, уничтожаете и слабого.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Можно реализовать эту стратагему буквально, получив доступ к материалам другого спикера. Вы предлагаете ему объединиться против третьего – якобы раскрываете свои карты. Затем ждете, пока он раскроет свои и используете это угодным вам образом.

Забавным трюком, отчасти похожим на эту стратагему, будет прием из «Черной риторики», где Бредемайер предлагает нам использовать извинения как предлог вклиниться в чужую речь со своей. Влезть посреди чужой речи: «Извините, но позвольте мне сказать...».

«Нога в двери»

Существует прием, известный как «Нога в двери» или «метод постепенного усиления просьб». Его суть в том, что, если вам сразу выскажут «большую просьбу», вы, скорее всего, откажетесь. Но если сначала попросят о маленькой услуге, то затем вы согласитесь и на большую.

Этот феномен был подтвержден несколькими научными экспериментами^[146]. К примеру, Д. Фридман и С. Фрейзер попросили обычных американских жителей поставить во дворе здоровенный плакат «Ведите машину осторожно». Для одной половины жителей это была первая просьба, а другие до этого согласились повесить у себя маленький знак «Будь безопасным водителем». Только 17 % из тех, к кому обратились в первый раз согласились поставить огромный плакат. А из тех, для кого это была вторая просьба, – согласились 76 %^[147].

Справедливости ради должна отметить, что этот феномен до сих пор считается спорным и, естественно, не дает 100 % гарантии результата. Тем не менее, сложно отрицать, что он срабатывает лучше, чем прямая просьба.

Раздел пятый:

Стратегемы сражений вместе с союзником

開戰

開 – присоединять, объединять, совокупно с, совмещаться, ставить рядом;

戰 – война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратегема двадцать пятая:

Украсть балки и подменить столбы



偷梁換柱

Вынуждать союзника постоянно менять свое построение.

Пользоваться беспорядком в его рядах, чтобы истощить его силы.

Дождаться, пока он потерпит поражение и самому стать победителем.

偷	梁	換	柱
tōu	liáng	huàn	zhù
украсть, стащить	мост, перила, стропила, бал- ка, переборка, перекладина	менять, обме- нивать, разме- нивать, подме- нять, заменять	столб, ко- лонна, ствол, стебель, под- порка, опора

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *украсть балки и подменить столбы.*

«Выкрасть балку и подменить колонны, не передвигая дома».

«Выкрасть балки и подменить колонны, не передвигая дома».

«Стратегема искажения сути или обманной упаковки».

ИСТОРИЯ

Эта фраза издревле употребляется в Китае как метафора. Существует такой способ ремонта зданий. Если прогнили опорные столбы, рядом с ними ставят временные более длинные, для того, чтобы крыша не упала. Затем убирают сгнившие, и ставят на их место новые, а временные убирают.

Стратегема встречается в классическом китайском романе «Сон в красном тереме» (XVIII в.) авторства Цао Сюэциня^[148]. Глава 97 романа включает в себя именно такую формулировку стратегемы, которая есть в трактате: 「偏偏鳳姐想出——條偷梁換柱 (пер. *украсть балки и подменить столбы*) 之計 (пер. *стратегема*) 」. Что в русском переводе звучит так: «А Фэнцзе, будто нарочно, вздумала, как говорится, «украсть балку и подменить колонну»^[149].

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема о том, как победить союзника с помощью хитрости. Ее суть в том, что вы меняете содержание, не меняя упаковки. Если дом противника крепок и прочен, нужно заменить его крепкие балки на гнилые. Однако, как это можно реализовать?

Представьте: вы в роли союзника (так как союзнику позволено больше чем врагу) воюете против общего врага, отправляете в бой лучшие войска своего союзника, приберегая свои или иначе истощаете его силы, вносите хаос и неразбериху в расположение его войск, незаметно для него. И когда бой заканчивается, ваш союзник так слаб, что не стоит труда победить и его.

Большой интерес представляет более широкая трактовка стратагемы. Главная идея, выраженная в формулировке: изменить содержание, не меняя упаковки. Даже если не включать сюда третью сторону, а просто использовать эту стратагему на противнике, получится весьма необычный прием.

Также в качестве примера могу привести одну историю, которую мне рассказывал знакомый. Он боролся за пост руководителя со своим коллегой. Однажды, когда ему предстояло делать доклад, он оставил папку с ним на столе. Его соперник, оставив обложку и два первых листа, все остальное содержимое поменял на распечатку квартального отчета. В итоге наш герой на совещании совершенно провалился. Он не стал проверять содержимое папки, а ведь если бы проверил, успел бы послать секретаря распечатать копию.

Эту стратагему можно использовать и на себе, но тогда она превратится в стратагему «Цикада сбрасывает золотую оболочку». Пример: фирма выпускает товар под старой этикеткой, но с новым, более дешевым составом.

Если рассматривать стратагему как тактику подмены сути, не меняя оболочки, то можно вспомнить сказку «За лапоток – курочку, за курочку – гусочку». Лисица душит бычка, прячет его мясо, а кожу набивает сеном и ставит на дороге. Медведь с волком принимают его за настоящего, и лисице удается улизнуть.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Описание стратагемы в самом трактате предполагает, что вы воюете с временным союзником против третьей стороны. При этом вы всячески истощаете силы своего союзника так, что, когда враг побежден, победить союзника также не представляет проблем. Это можно реализовать в ходе дебатов, однако, можно найти и более интересное применение этой стратагеме.

Вы можете взять идею оппонента и «заменить столбы» – представить ее содержимое для аудитории в невыгодном свете. Как это сделать? Берете каждый элемент и находите его негативные аспекты – таким образом прекрасное здание мысли оборачивается гнилой избушкой, а блистательная теория превращается в сомнительное предположение. Для того, чтобы опровергнуть каждый из пунктов, можно воспользоваться психологическим приемом, который называется рефрейминг.

Рефрейминг

Возьмем фразу:

Сегодня светит солнце, завтра пойдет дождь.

Это исходные данные. Однако средства языка позволяют нам рассказать об одном и том же факте с совершенно разным эмоциональным посылом. Сравните:

- «Сегодня светит солнце, *но* завтра будет дождь»
- «Сегодня светит солнце, *а* завтра будет дождь»
- «Сегодня светит солнце, *даже если* завтра будет дождь»^[150].

Чувствуете разницу? Всего лишь другой предлог, а насколько сильно изменилось выражаемое чувство! Первая фраза полна пессимизма, потому что акцент ставится на вторую, более печальную часть. Вторая фраза нейтральна, потому что обе части равноценны. А третья фраза очень оптимистична, потому что акцент сделан на позитивную часть^[151]. Не меняя содержания, меняем внутренний посыл.

Суть рефрейминга, если говорить о позитивной психологии, в том, что можно смотреть на одну и ту же ситуацию по-разному. Вот вы, к примеру, заболели и не пошли на работу. Можно начать

рассуждать о том, что без вас там все развалится, что есть срочный проект... А можно вспомнить, что вы уже три недели не высыпались, и из-за этого в последнее время нет сил работать, депрессия, сложно общаться с коллегами. С этой позиции болезнь превращается в долгожданный шанс. То есть вы ищете возможность по-другому взглянуть на ситуацию – вот в чем смысл рефрейминга.

Этот же прием можно использовать на переговорах. Возьмите позицию соперника и попробуйте сделать рефрейминг: покрутите со всех сторон, подумайте, с его позиции аргумент выглядит хорошо, а с чьей позиции он будет выглядеть плохо?

К примеру, ваш оппонент предлагает построить еще одно предприятие на новом месте, что позволит расширить производство и укрепить позиции на рынке. Это очень выгодное предложение, однако, к примеру, защитникам окружающей среды, строительство в этом месте может показаться варварством. Слабый аргумент? Слейте эту информацию в прессу, чтобы поднять волну негодования со стороны общественности еще до того, как ваш соперник озвучит свои предложения.

«Подмена тезиса»

Существует риторический прием, который называется «подмена тезиса». Его суть в том, что вы опровергаете не сам тезис оппонента, а нечто похожее, «подменную куклу». Вы опровергаете глупые и ошибочные суждения, которые ваш противник на самом деле не высказывал.

Как его применить?

1. Берете тезис: «Нужно каждый день выпивать по бутылке воды – это полезно для здоровья».
2. Заменяете его на похожий, но более слабый или абсурдный: «Вы хотите сказать, что всему многомиллиардному населению планеты нужно каждый день покупать пластиковую бутылку воды?»
3. Опровергаете этот лже-тезис: «Вы не боитесь, что такими темпами у нас за два дня произойдет экологическая катастрофа?».

Кажется абсурдной мысль, что кто-то может подменить суть беседы так, чтобы никто ничего не заметил. На самом деле такое случается часто. В книге Никиты Непряхина по риторике мне встретился любопытный пример:

«Как-то я смотрел телевизионное ток-шоу, в котором одна из участниц, правозащитница, говорила о том, что необходимо всем бездомным животным вживлять электронные чипы. Говорила она уверенно и убедительно, аргументы приводила весомые, с большим количеством примеров, эмоциональных картинок. [...] В качестве ее оппонента выступал один депутат. [...] Выслушав ее, он решил бить прямо по тезису: «Я вот вас слушаю и поражаюсь! Нам что, говорить больше не о чем? У нас пенсионеры стоят с протянутой рукой! У нас образование реформировать надо! У нас куча других проблем, а вы нам тут про кошек и собак!»

Заметьте, удар действительно направлен на тезис, и происходит откровенная его подмена.

Реакция героини была абсолютно правильная. Она не растерялась, быстро сообразила, что идет подмена тезиса и вернула обсуждение в исходное русло: «Все правильно, безусловно. Но дело в том, что мы обсуждаем не пенсионную реформу, не проблемы образования. Сегодняшняя тема – бездомные животные. И, если вы не хотите ее обсуждать, приходите на другую передачу. А эфирное время этой программы я займу своим монологом. Можете вы сказать что-нибудь по существу?».

Депутат не сдался и решил подменить тезис еще раз, но уже скрытно, с помощью тактики «Плохой механизм реализации». Суть ее в том, что мы задаем массу вопросов с целью показать, что реализация идеи оппонента – это трудная, долгосрочная, дорогостоящая и трудновыполнимая задача. Вот как воспользовался этой тактикой депутат: «Хорошо. Хотите говорить на эту тему – будем говорить. Только для начала ответьте на несколько вопросов: где мы возьмем деньги? Какой орган будет контролировать выполнение этой задачи? Что мы будем делать с домашними животными? Как будет

осуществляться мониторинг? Ответьте, раз вы хотели поговорить на эту тему».

И она начала отвечать... Как вы понимаете, оппонент перетянул ее на свое поле, засыпал контраргументами про бюджет, нормативно-правовую базу и прочие нюансы. Спор она проиграла. Не потому, что не смогла ответить на все вопросы, а потому что не заметила, что он снова подменил тезис»^[152].

Стратегема двадцать шестая:

Бранить софору, указывая на шелковицу



指桑罵槐

Начальник, желающий укротить подчиненного, должен прежде внушить ему глубокий страх, чтобы тот служил предупреждением.

指	桑	罵	槐
zhǐ	sāng	mà	huái
палец, показывать на, указывать	шелковица белая	ругать, поносить, обзывать, бранить	софора японская

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *бранить софору, указывая на шелковицу.*

«Грозить софоре, указывая на тут».

«Грозить софоре (акации), указывая на тут (шелковицу)».

«Стратагема косвенного нападения».

ИСТОРИЯ

Это идиома, ее можно встретить, к примеру, в классическом китайском романе «Цветы сливы в золотой вазе, или Цзинь, Пин, Мэй» (1617), принадлежащем перу «Ланьлинского насмешника»^[153]. В шестьдесят второй главе встречается идиома: 「八月裡哥兒死了，他每日那邊指桑樹罵槐樹，百般稱快。」, где 「樹」 – обозначает «дерево». Примерно это можно перевести так: «В восьмом месяце умер сын госпожи. Она [имеется в виду не госпожа, а ее соперница] каждый день, указывая на шелковицу, бранит софору, всеми способами показывая, как она рада».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема учит как добиться послушания от другого человека, не причиняя ему никакого вреда и не вступая с ним в конфликт.

В России есть пословица «Кошку бьют, а невестке наветки дают». Она произошла от сказки, где свекровь, которой запретили обижать невестку, поколачивала несчастную кошку, выговаривая ей за ленивую невестку. В конце концов, невестка пожалела бедное животное и стала вести себя как просили.

Еще есть похожая поговорка: «Бил дед жабу, грозясь на бабу».

Это отличная стратагема для того, чтобы высказать то, что напрямую вы сказать не можете. Как ее реализовать?

1. Бранить одного человека в присутствии второго, за то, что этот второй тоже делает. Хотя я никогда не советую бранить кого-то в присутствии третьих лиц! Этим вы просто озлобите человека, и конструктивного диалога не получится. Однако ситуации бывают разные, если вы чувствуете, что этот метод сработает – попробуйте.

2. В разговоре тет-а-тет ругайте человека, который не присутствует. Ругайте его за то, что делает ваш собеседник. При этом не выдавайте, что на самом деле объект критики – это он. Порой очень хочется сказать: «Ну ты, бывает, тоже так делаешь...» – нет, нельзя. У многих людей, когда их критикуют, срабатывает защитный механизм: они прячутся в «стеклянный кокон» и все ваши комментарии мало того, что не долетают до него, так еще и «рикошетят» и летят в вас.

Интересно наблюдать за такими вещами, когда понимаешь, как они работают. Если отец все время называет сына «идиотом» и «тупицей», у этого есть два последствия: во-первых, у него будут психологические проблемы, связанные с желанием и невозможностью нравиться, а во-вторых – он начнет считать своего отца идиотом и тупицей. Поэтому, важно, когда вы критикуете, придерживаться определенных правил.

КАК ПРАВИЛЬНО КРИТИКОВАТЬ



1. *Начинайте с похвалы или добрых слов.* Не говорите сразу «все сказанное чушь и нелепица». Похвалите, скажите, что дельного было в речи вашего оппонента.

2. *Наращивайте критику постепенно.* Если кто-то из присутствующих был согласен с оппонентом, а вы сразу заявите, что он осел и мнение его полная чушь, это только вызовет резкое отторжение у части аудитории, которая придерживалась того же мнения. Они просто спроецируют негатив на вас, и больше ни один аргумент на них не подействует. Начните мягко, с мелочей, опишите всю концепцию, затем объясните, в чем она неправильная. Избегайте резких оценочных слов, даже если вы считаете, что мнение соперника «бред», «ерунда» и «только полный идиот может в такое верить».

3. *Не злоупотребляйте интонацией.* Следите, чтобы в вашем голосе не было патетических интонаций, как у священника на проповеди. Это вызывает отторжение и придает происходящему оттенок циркового представления.

4. *Осуждайте не человека, а то, к чему он призывает.* Не стоит говорить «он считает», «его мнение»... Замените это на «все мы порой сомневаемся» или «всем иногда приходила мысль, что»... Тем самым вы разделите эмоции с той частью аудитории, которая была настроена против вас. Скажите, что вам «тоже в голову приходили такие мысли, но они неверные так как...»

5. *Доказывайте, что эта точка зрения невыгодна вашей аудитории и вашему оппоненту.* Поясните, каким образом то, что ваш противник продвигает, расходится с ценностями и убеждениями аудитории. Вы должны слиться с аудиторией, разделить все ее ценности, чтобы к концу речи она считала вас своим, а точку зрения оппонента неподходящей.

6. *Не сравнивайте с другими, сравнивайте с собой.* Не говорите никогда: «они поступают так, поэтому у них все круто» – это вызывает злость и неприязнь к вам. Все любят, когда их хвалят. Никто не любит, когда его критикуют, а тут, что кто-то лучше. Если без этого не обойтись, сравнивайте человека или коллектив с самим собой только в других обстоятельствах. К примеру,

скажите человеку: «Я отлично помню, каким целеустремленным ты был в молодости! Куда всё делось, почему сейчас ты боишься, и хочешь остаться на месте? Где этот храбрый человек десять лет назад?»

7. *Критикуешь – предлагай.* Всегда завершайте критику конструктивным предложением. Что вы можете сделать? Предлагайте другой выход из ситуации, если этот вам не подходит.

Все вышеперечисленные рекомендации вы можете использовать даже в обычных домашних ссорах. Они помогут сгладить острые углы и перейти к конструктивному диалогу.

Со мной однажды произошел случай, в котором эта стратегия очень помогла. Мне случилось оказаться меж двух огней. Два довольно близких мне человека, назовем их Лиза и Андрей^[154], безосновательно стали подозревать меня в предательстве. Они ничего не говорили, но я знала, в чем причина. Сначала мне было смешно, поэтому я и не пыталась развеять их сомнения. Потом стало обидно, что они могли так подумать обо мне, и, разозлившись, я вновь не стала ничего говорить. Дошло до того, что мне неловко было появиться в их обществе – сразу же повисала многозначительная тишина. Оба этих человека были мне дороги, поэтому разорвать отношения, обидевшись на подобное, я не могла. Тогда решила поступить так. Пришла к Андрею и, как бы между делом сказала:

– Ты знаешь, мне так надоело отношение Лизы, сил нет.

– Да?

– Она думает обо мне чёрт-те что! Ничего не говорит, но все видно! Сам знаешь, всегда понятно, когда человек думает про тебя гадости. И главное, не могу понять – отчего! Знает меня семь лет, и при этом подозревает непонятно в чем. Она действительно считает, что я на такое способна?

Затем описала проблему, представив все с моей позиции. И закончила праведным негодованием:

– Такая чушь! Откуда у нее вообще эти мысли, не понимаю. Это так обидно, просто невероятно, что она считает меня таким человеком.

– Да ладно тебе, – примирительно сказал Андрей.

Я почувствовала, как тон его голоса чуть смягчился, по сравнению с началом разговора. Было очевидно, что он словно сбросил некую ношу с души.

– *Не думаю, что она в самом деле так считает. Не принимай близко к сердцу, я поговорю с ней.*

На этом наш разговор закончился. Я, откровенно говоря, не была уверена, что он позвонит Лизе, но он это сделал. Ситуация разрешилась благополучно, было очевидно, что они оба настроены ко мне, как и прежде, доброжелательно. Осадок остался лишь у меня. Сейчас я думаю, что, если бы оставила все так, как было, и не подумала о том, как можно хитростью решить эту проблему, все закончилось бы куда печальнее.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Из моего примера вы можете понять, что этот прием может пригодиться вам в совершенно разных жизненных ситуациях. Возьмите его на вооружение в свой арсенал и используйте, когда не можете сказать что-то прямо. Или если сказанное прямо может привести к обострению конфликта.

Приведу пример, как такая стратагема может выглядеть в жизни.

Ли Якокка^[155], известный американский предприниматель, начал свою карьеру в должности простого инженера в компании Ford. Он поднимался все выше, и ему удалось стать одним из директоров. Он считался талантливым и умным человеком, одним из лучших управляющих в этой отрасли.

Однако, когда он достиг самого верха, Герни Форд II, внук основателя компании, почувствовал угрозу своему положению. Популярность и авторитет Якокки росли, и он превратился в большую проблему. Форд стал выживать его, и один из методов, которыми он воспользовался, это наша стратагема.

Однажды Генри Форд позвонил в рекламное агентство, с которым они сотрудничали, и велел уволить сотрудника, который устроился к ним на работу буквально пару дней назад. Это выглядело как полная глупость. Мало того, что этот человек только устроился на работу, Генри совершенно не знал его лично.

Что же это было? Все просто, это было предупреждение, ведь уволенный сотрудник был близким другом Ли Якокки.

После «брани на софору», Форд продолжил наступление, и, в конце концов, ему удалось уволить Якокку.

Тем не менее, спустя две недели, Ли Якокку назначили главой корпорации Chrysler, которая в тот момент находилась на грани банкротства. Но благодаря его усилиям буквально возродилась и заняла новые вершины.

«Социальное доказательство». Ты – «софора», а «шелковица» – все остальные

Вот пример, как можно нестандартным способом использовать этот прием: «социальное доказательство».

Знаешь, а вот **все так делают, и ты так сделай**. Ведь если все так делают, значит, это правильно?

Конечно, нет. Однако это работает.

Когда человек видит, что большинство поступает определенным образом, он, вероятнее всего, поступит точно так же. Он может считать это неправильным, но все равно поступит так – ну... потому что все так делают!

В ситуации, когда мы не знаем, как поступить или не уверены в своем выборе, мы обычно полагаемся на мнение большинства. Именно эту особенность зачастую используют в манипуляциях.

Вот вам примеры таких манипуляций:

Попрошайки, перед тем как начать свой «рабочий день», кладут на дно ящика для подаяний деньги (посмотрите, кто-то уже положил, и вы положите!). По тому же принципу во многих местах ставят прозрачные ящики для пожертвований.

Охранники многих ночных клубов проинструктированы сдерживать желающих попасть внутрь, чтобы искусственно создавать толпу перед входом.

В юмористических передачах и фильмах вы часто слышите записанный зрительский смех, который звучит за кадром, – давайте посмеемся вместе.

Стратегема двадцать седьмая:

Притворяться безумным, оставаясь в рассудке



假癡不癲

Лучше сделать вид, что ничего не знаешь и не хочешь ничего делать, чем делать вид, что владеешь знанием, и действовать безрассудно.

Тот, кто пребывает в покое, не раскрывает своих планов.

假	癡	不	癲
jǐǎ	chī	bù	diān
ложный, поддельный, фальшивый, условный, прикидываться , притворяться, симулировать	глупый, тупой, помешанный , идиот	не	сходить с ума , помешаться, страдать душевной болезнью

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *прикидываться безумным, оставаясь в рассудке.*

«Притворяться глупцом, не поддаваясь вожделениям»;

«Притворяться глупцом, не теряя головы»;

«Стратегема плута».

ИСТОРИЯ

С древнейших времен существует множество обиходных выражений, которые в той или иной форме выражают идею «прикидываться дураком».

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема предлагает прикинуться дураком, чтобы враг не воспринимал вас всерьез. Пока не подошло время действовать, прикидываться глупцом, безумцем, чтобы никто не успел уберечься, предпринять меры против вас.

Сунь-цзы сказал: «Сначала будь как невинная девушка – и противник откроет у себя дверь. Потом же будь как вырвавшийся заяц – и противник не успеет принять мер к защите»^[156].

Естественно, мало кто будет агукать и пускать слюни для того, чтобы его не принимали всерьез. На практике это будет выглядеть так:

1. Делайте вид, что вас ничего не интересует, вы ничего не хотите, а значит не станете претендовать.

2. Прикидывайтесь недалеким и бестолковым человеком.

Все это кажется на первый взгляд достаточно нереалистичным, однако могу сказать, что лично знаю нескольких людей, для которых такое поведение – жизненная стратегия.

Моя знакомая любит прикидываться веселой глупенькой девчушкой, хотя на самом деле это довольно мрачный и очень умный человек. У нее милое и наивное лицо, и люди ее именно так и воспринимают. Так даже удобнее – когда она в своем «миленьком» амплуа, люди относятся к ней добрее, снисходительнее и терпимее.

Другой знакомый любит разыгрывать из себя легкомысленного простака. Такого, знаете, рубаху-парня с ветром в голове: «Эгей, привет, как дела!». Одно время я не понимала смысла его действий, но потом обратила внимание на то, как с ним разговаривают окружающие. Думая, что он дурачок, который ничего не поймет, они даже не пытались скрыть свои истинные мысли, отношение к нему или к происходящему. Многие позволяли себе гадости, грубости, показывали свою личность с неприглядной стороны – чего стараться ради дурака. Я потом спросила его, почему он общается с этими людьми, на что он пожал плечами и ответил: «Связи».

Стратегема «В улыбке прятать нож», если помните, предлагала похожую тактику: быть дружелюбным, подружиться со своим врагом. Это тоже в некоем роде маска. Однако рассматриваемая стратегема предлагает как бы отстранить себя от событий, показать другим, что вам ничего не нужно, вы ничего не знаете, и ничего не хотите делать. Показать себя персонажем вне игры.

Вы тоже наверняка не раз видели, как кто-то использует такую тактику. Недаром у нас в фольклоре осталось множество фраз, которые рассказывают о таком притворстве: «прикидываться Мирошкой»,

«прикидываться дурачком», «прикинуться шлангом» (совр.). Есть куча забавных пословиц-предостережений, типа: «Сам, кажись, и прост – да увяз хвост» или «Прост, как свинья, а лукав, как змея».

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Думаю, мне не надо объяснять, кто именно из современных политиков использует эту стратегию?

Вам не случалось наблюдать такого: идут дебаты, и тут некто начинает вести себя совершенно непозволительно, совершать ошеломляющие глупости. Происходящее все больше и больше напоминает клоунаду, спорящие теряют лица, срываясь на крик, раздаются оскорбления, хохот... Вы совершенно теряетесь в этой сумятице. Но потом, осмыслив произошедшее, понимаете, что все это было искусно срежиссировано. И тот самый «клоун» добился своей цели.

Или же такая ситуация: оппоненты начинают спор, один из них явно слабее второго («Что вы, коллега, я совсем в этом не разбираюсь!»). Второй, уверенный в своей победе, заливается соловьем, не слишком подготовившись, допускает несколько логических ошибок, но не обращает на них внимания, уверенный в безобидности соперника. И вдруг тот, кто был столь прост и нерешителен, на глазах меняя линию поведения, с грацией льва разрушает все логические построения оппонента, указывает на ошибки и побеждает, совершенно посрамив ошеломленного переменой противника.

Таков этот прием. Он противоречит естественному стремлению человека выглядеть лучше в глазах других. Но именно из-за этой противоестественности он неожиданный, а значит сильный.

Николай Полуэктов, создатель русского бренда «Косогоров самогон», описывает, как применял похожие уловки:

«Во-первых, чтобы не попасться на разводку, никогда не давайте прямого ответа сразу, пытайтесь выиграть время, чтобы все выяснить, понять, как реагировать. Для этого приходится время от времени «включать дурака»: «Я не в курсе этой проблемы, сейчас попробую разобраться, обязательно перезвоню» (даже если сто раз в курсе); «Вы знаете, я сейчас в Серпухове. В офисе сегодня уже не буду, давайте созвонимся завтра».

Во-вторых, никогда не нужно представляться лицом, ответственным за окончательное решение. В этом случае, поняв, что какая-то договоренность вам крайне невыгодна, невозможно дать делу обратный ход. А так можно взять и брякнуть: «Вы знаете, мой генеральный этого не подпишет. Я пытался его убедить, но он ни в какую». Или, скажем, сменили вы дистрибьютора. Он звонит с претензией, а ты в ответ скорбным голосом: «Да, знаю, но ничего поделать не могу, это не мое решение»»^[157].

Хорошей иллюстрацией к этой стратагеме может служить история Теда Тернера, основателя телеканала CNN^[158]. Это случилось, еще когда он управлял компанией, которая занималась размещением рекламы. Он узнал, что в соседнем штате выставляется на продажу компания схожего профиля. Ее владелец умер, и все считали, что единственным ее покупателем будет владелец компании-конкурента, Том Каммингз. Поэтому цену предполагали объявить совсем небольшую, для своих.

Тед Тернер подумал, что ему не помешает расширить свой бизнес, и решил купить ее.

Торги проходили так: все подавали в закрытом конверте заявки с суммой, за которую готовы выкупить компанию. В конце торгов конверты вскрывались и побеждал тот, кто назвал самую высокую цену. Однако, если бы стало известно, что Тед будет участвовать в торгах, цена бы немедленно взлетела. Тогда он решил нанять юриста, чтобы тот подал заявку за него и подробно рассказал, как ему следует поступать, чтобы не вызвать подозрений.

В назначенный день, прямо перед самым окончанием приема заявок, в помещение, где проходил аукцион, ввалился помятого вида мужичок в поношенном костюме и сунул свою заявку распорядителю. Том Каммингз переполошился, но мужичок был уж совсем нищим на вид и вряд ли представлял угрозу. Поэтому, недолго поколебавшись, он указал в заявке ту сумму, какую и собирался – 50 000 долларов.

Конверты вскрыли... И каково же было негодование Каммингза, когда он понял, что проиграл на какие-то 300 долларов! Тернер посчитал, что вряд ли Каммингз отдаст за кампанию больше, чем 50 тысяч, поэтому просто прибавил к этой сумме 300, чтобы ее перебить. И выиграл.

Каммингз обратился к Тернеру и предложил выкупить кампанию за 110 000 долларов, но тот отказался, предложив ее за 250 000, но для Каммингза это было слишком дорого.

Так, с помощью хитрости Тернеру удалось купить кампанию за баснословно низкую сумму. Она вошла в состав Turner Advertising и начала приносить немалый доход.

Стратегема двадцать восьмая:

Заманить на крышу и убрать лестницу



上屋抽梯

Обмануть собственных воинов, обещав им легкую победу.

Толкать их вперед, отрезав им пути к отступлению и сделав их пленниками местности смерти.

上	屋	抽	梯
shàng	wū	chōu	tī
подниматься, восходить, залезать , подниматься до, достигать	комната, помещение, крыша , верх	тащить на себя , тянуть к себе , вы- таскивать, выдержи- вать, вытягивать	лест- ница , ступени

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *завести на крышу и убрать лестницу.*

«Завести на крышу и убрать лестницу».

«Заманить на крышу и убрать лестницу».

«Стратагема тупика».

ИСТОРИЯ

Это прямая отсылка к «Искусству войны» Сунь-цзы, а именно к главе «Девять местностей»: «Ведя войско, следует ставить его в такие условия, как если бы, взобравшись на высоту, убрали лестницы».

Ранее, там же, об этом приеме говорится подробнее:

«Бросай своих солдат в такое место, откуда нет выхода, и тогда они умрут, но не побегут. Если же они будут готовы идти на смерть, как же не добиться победы? И воины, и прочие люди в таком положении напрягают все свои силы. Когда солдаты подвергаются смертельной опасности, они ничего не боятся; когда у них нет выхода, они держатся крепко; когда они заходят вглубь неприятельской земли, их ничто не удерживает; когда ничего поделать нельзя, они дерутся».

Сунь-цзы также вводит термин «местность смерти», он так называет особенное положение войска: когда перекрыты все пути отступления,

и у солдат нет другого варианта, кроме как биться до последнего.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема рассказывает об интересном психологическом приеме. Когда человек поставлен в безвыходное положение, он вынужден сражаться отчаянно, потому что у него нет иного выбора – жизнь или смерть. Как говорится, «со щитом или на щите». Суть приема в том, чтобы заманить и отрезать пути отступления, не оставляя иного выхода, кроме как бороться.

Обычно, чтобы заманить в такое место нужна приманка: обещание легкой добычи, легкой выгоды. Это можно реализовать на уровне: «взялся – делай». Расписать человеку, как прост проект, а когда он согласится выполнить его, сказать, что уже поздно что-либо менять, это его зона ответственности.

Вы можете использовать эту стратагему на самом себе. Например, в практике «дедлайнов». Хотите закончить проект вовремя – договоритесь с другом или коллегой. Перечислите ему, к примеру, 5 000 рублей, и пообещайте, что если до конкретной даты вы не отправите законченный проект, то он может оставить деньги себе. А если проект будет готов – вернет их обратно.

Или, например, если вы хотите каждый день бегать, то объявите об этом в соцсетях. На вас будет действовать социальное давление, и вы будете вынуждены сдерживать обещание, потому что вам предстоит отчитываться перед аудиторией.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Эта стратагема применялась по отношению к собственным солдатам, когда их заманивали и бросали в безвыходном положении: когда их выбор – сражаться или умереть. Тогда они вынуждены были биться отчаянно как никогда.

Как можно реализовать это средствами языка? Очень просто. Заставить человека выбирать между «да/нет», «черное/белое», «плохо/

хорошо». Оба варианта нужно довести до крайности: «Вы признаёте необходимость смертной казни, или считаете, что вышедшие на свободу убийцы должны продолжать убивать наших граждан? Люди будут бояться выходить на улицу, или вы все же признаёте очевидную необходимость? Отвечайте!».

Главное – не давать противнику время поразмыслить. Вы должны четко и безапелляционно ставить перед ним выбор «или/или». Использование таких противопоставлений автоматически заставляет выбирать между ними. Требуется некоторое мыслительное усилие, чтобы выбраться из этой ловушки и подумать о компромиссном решении.

Чтобы усилить прием, необходимо сделать так, чтобы при этом одна из позиций была очевидно отрицательной. Такой, чтобы оппонент не смог выбрать ее ни при каких обстоятельствах. При этом другая должна быть более-менее приемлемой.

«Выбрасывание низкого мяча»

Есть довольно жесткий прием, который реализуется по схожему принципу. Его описывает в своей книге Роберт Чалдини. Чтобы изучить уловки продавцов автомобилей, он устроился стажером в дилерский центр Chevrolet, и там ему удалось познакомиться с тем, что продавцы автомобилей называют *«low-ball technique»* – «выбрасывание низкого мяча».

Продавец предлагает покупателю отличную машину, и на целых 400 долларов дешевле, чем у других! Клиент очень рад и соглашается на покупку. Далее продавец совершает ряд действий, чтобы клиент почувствовал, что это «его» машина: «заполняется множество различных форм, подробно оговариваются условия финансирования, иногда покупателю предлагают в течение дня поехать на новой машине до подписания контракта, «чтобы вы могли ее почувствовать и показать окружающим в действии»»^[159].

В это время клиент уже начинает считать эту машину своей, приводить все больше и больше доводов, какая это хорошая машина, и какой он молодец, что ее выбрал. А потом «вдруг» выясняется: продавец забыл добавить в стоимость кондиционер, или босс не

разрешает продавать по такой низкой цене... В общем вам необходимо доплатить те самые 400 долларов.

Покупатель, который уже мысленно поставил эту машину в свой гараж, не готов ее отпустить. И, конечно, он заплатит, ну, в конце концов, что такое 400 долларов, в сравнении с ценой всего автомобиля!

Все, ловушка захлопывается.

Итак, суть этого приема такова:

1. *Заманивают на крышу*: чтобы привлечь клиента, продавец предлагает невыгодные для себя, но выгодные для него условия сделки.

2. *Убирают лестницу*: клиента заставляют почувствовать товар своим и примерить на себя обязательства по сделке (я заключаю контракт). Чем больше усилие, затраченное человеком, чтобы принять на себя обязательство, чем дальше он зашел, тем тверже он в дальнейшем стоит на своем.

3. *Выхода нет*: Продавец возвращает выгодные для себя условия. Спутанный обязательством и желанием по рукам и ногам, клиент соглашается на новые невыгодные ему условия.

Ключевой момент во всем этом то, что человек согласился принять на себя обязательства. Он уже столько преодолел, что если сейчас махнет рукой и откажется, то будет выглядеть идиотом. И я бы сказала, что этот прием годится только для слабохарактерных людей, если бы не испытала его действие на себе.

Однажды после работы я пошла в закусочную и сделала заказ. Продащица сразу же положила мою порцию, и только после этого назвала сумму, которая была на четверть выше той, что в меню. Я возмутилась, но оказалось, что у них два меню, одно на вывеске старое, которое не успели сменить, а второе на столике – новое.

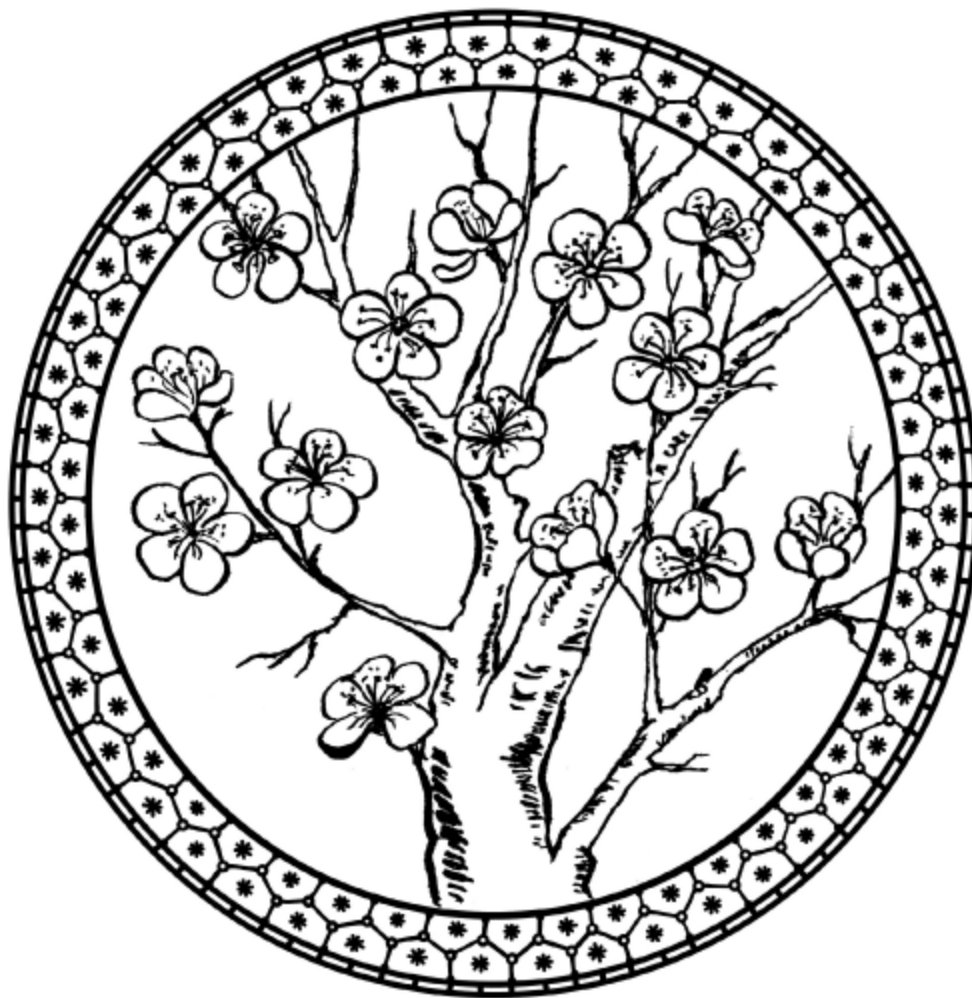
Мне было неудобно отказаться, так как моя порция уже была готова, за мной ждали в очереди люди, да и сумма была не слишком большой. Так что я заплатила и стала обедать. И вот я сижу, ковыряю вилкой безвкусную сухую лапшу, и где-то во мне поднимается премемерзкое

чувство, что меня одурачили. Я понимаю, что за эти же деньги могла заказать обед повкуснее в соседнем кафе. Сработали те же механизмы – положили порцию и поставили ее передо мной, чтобы я воспринимала ее как свою. Кроме того, я уже приняла решение, и побоялась выглядеть глупо перед другими, изменив его в последний момент.

Защититься против этого приема достаточно легко. Если вы сталкиваетесь с тем, что кто-то в последний момент меняет условия сделки, спросите себя – согласились бы вы на нее на таких условиях с самого начала?

Стратегема двадцать девятая:

Развесить цветы на дереве



樹上開花

Привлечь к себе несколько отрядов союзника: небольшая сила может принести большой результат.

樹	上	開	花
shù	shàng	kāi	huā
дерево, растение	на, в	открывать, распахнуть, распускаться, раскрываться	цветок

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *на дереве распустились цветы.*

«На сухом дереве развесить цветы».

«Украсить сухое дерево искусственными цветами».

«Стратегема приукрашивания».

ИСТОРИЯ

Существует китайская идиома 「鐵樹開花」, которая дословно переводится как «На железном дереве распустятся цветы» и обозначает невиданное дело, чудо, невозможное. Есть возможность, что эти выражения связаны.

ТОЛКОВАНИЕ

Стратегема рассказывает, что можно, приукрасив реальность, напугать неприятеля.

Вопрос в том, как приукрасить? Это можно сделать с помощью отрядов союзника, как и предлагает нам трактат. Используйте союзника, чтобы производить более внушительное впечатление, казаться влиятельнее или сильнее, чем вы есть на самом деле.

Второй способ, вольно трактуя стратегию, отходя от канона — приукрашивание вообще. Притворяться сильнее можно разными способами. К примеру, устрасить неприятеля мнимым союзничеством

с сильными игроками. Вы, как говорится, «пускаете пыль в глаза», «приукрашиваете», «представляете все в розовом свете».

В русской сказке «Кот и лиса» встречается похожая уловка. Лиса выходит замуж за кота. Бегая по лесу, она встречает волка и медведя и рассказывает им, сколь грозен и страшен ее муж. Испугавшись, волк и медведь приносят коту в качестве подношения быка и барана.

Ситуация из сказки нередкая. Люди часто приукрашают действительность, чтобы казаться сильнее, умнее, богаче. В студенческие годы у меня была подруга, которая одевалась просто великолепно. Ярko, модно, красиво. Однажды я узнала, что у нее совсем не было денег, весь заработок от репетиторства съедала плата за съемную квартиру. Как же ей удавалось носить модные брендовые вещи? Как она пояснила, у нее был хороший базовый гардероб – вещи простые по крою и фасону. И периодически, раз в сезон, она покупала к ним какой-нибудь яркий и броский модный аксессуар. Брендовые вещи она покупала в секонд-хендах, а платья для мероприятий одалживала у богатой подруги. Так она создавала вокруг себя впечатление светскости и статусности.

Эта стратагема может показаться похожей на стратагему «Цикада сбрасывает золотую оболочку». В ней также используется тактика приукрашивания действительности, однако их внутренняя суть принципиально разная. «Цикада...» учит в любой ситуации не показывать внутренних перемен или устремлений, сохранять уверенный пассивный вид, чтобы никто не понял, что вы что-то замышляете. Речь идет о создании декорации, за которой что-то происходит. Тогда как стратагема «Развесить цветы...» учит приукрашивать реальное состояние дел, создавать видимость богатства, силы и благополучия. Это украшательство с целью устрасить врага.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Этот прием, пожалуй, чаще всего используется, и он же самый опасный, потому что самый действенный. Когда вам вручают какую-то ерунду под видом божественного откровения – это тот самый прием.

Его используют в рекламе, когда продают вам вафлю в шоколаде под видом райского наслаждения; дизайне, когда помещают убогий продукт в феерический контекст; фотографии, когда парой фильтров придают обычному снимку фантастический вид... В общем, везде. Потому что он прост, понятен и очевиден.

Как его использовать в риторике?

1. Вы можете откровенно лгать, преувеличивая цифры и присваивая себе чужие заслуги, однако это чревато разоблачением.

2. Или, как это делают рекламщики, можете обманывать, не используя прямую ложь. Не договаривать, применять красивые и запоминающиеся метафоры, фонтанировать эпитетами, помещать свою идею в впечатляющий контекст и т. д.

Примеры воздействия этого приема на людей особенно красивы. Они масштабны, значительны и порой кажутся совершенно безумными. Именно так действуют шарлатаны и мошенники.

Между прочим, под деревом, украшаемом цветами, можно понимать также и личность самого оратора. Его образ, выстроенный по всем правилам – внушительный внешний вид, обаятельная внешность, уверенная жестикуляция и мощный, низкий голос – и вы пойдете за ним куда угодно, купите и отдадите что угодно. И совсем неважно, что он говорит. Сколько раз грамотно выстроенный образ оратора вынуждал людей соглашаться с откровенной чушью? Множество исследований показывают, что меньше всего на нас оказывает влияние смысл слов, которые мы слышим. Все остальное отводится образу оратора.

Также немалую роль играет контекст. К примеру, в Интернете большой популярностью пользуются ролики, где гимнастика проходит не в зале, а на морском побережье или на фоне тропических джунглей. Существует целое направление lifestyle-блогеров, которые зарабатывают тем, что фотографируют «красивую жизнь» – и на ее фоне продают товары или услуги. Все это базируется на очень простых принципах психологии, когда люди подсознательно

ассоциируют «красивую жизнь», которой они хотят жить с продвигаемыми товарами, делая подсознательный вывод «если я куплю эту вещь, то буду жить так же».

Стратагема «Развесить цветы...» – хороший способ продать все, что угодно: от товара и услуги, до идеи.

«Развесить цветы на дереве» можно совершенно без материальных затрат. К примеру, вы можете использовать стереотип «дорогое = хорошее». Прекрасный пример его использования я встретила у Роберта Чалдини^[160].

Его подруга, владелица ювелирного магазина, никак не могла продать партию украшений из бирюзы несмотря на туристический сезон. Пробовала различные ухищрения, но ничего не помогало. В конце концов, она сдалась, ей надо было срочно уехать, и, надеясь хоть как-то сбыть украшения, второпях она нацарапала записку старшей продавщице, где попросила ее сбавить цену в два раза.

Когда она вернулась через несколько дней, вся партия была продана, причем по цене в два раза дороже! Продавщица, не разобрав почерк, решила, что цену надо не делить, а умножать на два.

Что же произошло? Покупатели, увидев, что товар стоит гораздо дороже, чем в других местах, думали, что это особенные и качественные изделия. У всего должно быть оправдание: если цена так высока, значит, товар очень хорош!

Эта история послужила для владелицы магазинчика бесценным уроком. Теперь, когда ей не удастся сбыть товар, она просто взвинчивает цены. А если его и так не удастся продать, она делает «скидку», фактически возвращая к начальной цене. Люди покупают товар за его настоящую цену, уверенные, что заключили прекрасную сделку.

Пожалуй, самый яркий пример «развешивания цветов» – позиционирование люксовых марок Dior, Louis Vuitton и других. Да, это отлично сделанные, качественные вещи, тем не менее, они создаются не из бриллиантовой пыли, а из обычного хлопка, пластика и полиэстера. Что же позволяет им стоять так дорого?

Ответ – образ бренда. В этой индустрии важен не столько товар, сколько его история, его «обертка». Особая атмосфера в магазинах, искусственно создаваемый дефицит на товары (одна сумка в одни руки, и то если вы постоянный покупатель); роскошные рекламные кампании, где сияющие здоровьем и красотой женщины похожи на богинь; статьи в журналах о том, что появилась (внимание к термину!) «икона стиля» или новый must-have.

Весь этот калейдоскоп приемов направлен на то, чтобы вскружить вам голову настолько, чтобы вы потеряли счет деньгам, а новая сумка или пара туфель преследовали вас во сне. Так работает стратегия «Развесить цветы на дереве».

Стратегема тридцатая:

Гость превратился в хозяина



反客為主

Нащупывать вход и продвигаться вперед, пока не достигнешь главенства.

反	客	為	主
fǎn	kè	wéi	zhǔ
опрокидываться , поднимать восстание, идти назад, отступать, перевертывать, выворачивать наизнанку, напротив, наоборот, обратная сторона , противоположность, измена	гость , посетитель, постоялец, путешественник, чужеземец, проезжий	быть, являться, становиться, делаться, превращаться в , в качестве, в роли, как	хозяин , владелец, собственник, глава, распорядитель, начальник, владыка

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *гость превратился в хозяина*.

«Пересадить гостя на место хозяина»^[161].

«Стратегема кукушки»^[162].

ИСТОРИЯ

Деление на «гостей» и «хозяев» в китайском военном искусстве известно издавна. О них говорит Сунь Бинь в «Трактате о военном искусстве» (см. 19 глава «Положение гостя и хозяина»), а также Сунь-цзы: «Вообще правила ведения войны в качестве гостя заключаются в том, чтобы, зайдя глубоко в пределы противника, сосредоточить все свои мысли и силы на одном, и тогда хозяин не одолеет»^[163].

Схожая со стратегемой фраза встречается в классическом китайском военном трактате «Вопросы танского Тай-цзуна и ответы Ли Вэйгуна»^[164]: 靖曰:「兵,不得已而用之,安在為客且久哉?《孫子》曰:『遠輸則百姓貧。』此為客之弊也。又曰:『役不再籍,糧不三

載。』此不可久之驗也。臣校量主客之勢，則有變客為主，變主為客之術。」

Что переводится так:

«Ли Вэй-гун ответил: «К войне обращаются тогда, когда это неизбежно. Как же она может любить положение гостя и продолжительность? Сунь-цзы сказал: «Если провиант возить далеко, крестьяне обеднеют. Это – бедствие, вызываемое положением гостя». Кроме того, он сказал: «Набор во второй раз не производят, провиант в третий раз не собирают». Это – свидетельство того, что война не должна быть продолжительной. Однако, сопоставляя положение хозяина и гостя, я вижу, что есть способ превратить гостя в хозяина и хозяина в гостя»^[165].

Здесь есть фраза: 「變客為主」, где 「變」 – означает меняться, становиться. То есть формулировка из «Вопросов...» почти полностью совпадает с формулировкой стратагемы.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема предлагает поменять подчиненное положение на доминирующее. Превратиться из гостя в хозяина.

Есть прекрасная метафорическая сказка «Повесть о Ерше Ершовиче, сыне Щетинникове»^[166], в которой Лещ и Головлъ судятся с Ершом за право владения Ростовским озером. Не буду пересказывать все перипетии судебного дела, опишу только, что фактически проделал Ерш. С женой и детишками он приплыл в Ростовское озеро из Волги. В то время озеро принадлежало Лещу и Головлю. Ерш представился крестьянином и попросился переночевать с семьей. Потом попросил недолго пожить, чтобы «покормиться». В итоге остался, расплодился, удачно выдал замуж дочь. Вместе с зятем и своим потомством Ерш выгнал из озера Леща и Головля с их семействами и остался там жить и командовать. Вот тут-то Лещ и Головлъ и обращаются в суд, чтобы вернуть то, что потеряли. Суд заканчивается тем, что свидетели подтверждают – Ерш «вор и разбойник», а Лещ и Головлъ «честные люди».

Эта сказка настолько пришлась людям по душе, что появились поговорки: «Выжил как ерш леща», «Вселился, как ерш в славное Ростовское озеро». Ерш блистательно реализовал стратегию. Именно так можно перейти с позиции чужака на позицию хозяина: шаг за шагом, постепенно упрочняя свое положение.

Интересно, что эта идея встречается в сюжете многих сказок. Например, в более известной – «Лиса, заяц и петух», где заяц построил себе избушку лубяную, а лиса ледяную. И когда настала весна, избушка лисы растаяла. Она попросилась к зайцу погреться и выжила его оттуда.

СТРАТЕГИЯ НА ПРАКТИКЕ

Первым делом всегда изучайте распределение ролей. Куда бы вас ни позвали, в какой бы ситуации вы ни оказались, сначала оценивайте, какая роль отведена вам. Это определяет всё – и ход происходящего, и его итог.

Итак, схема действий:

1. Кто вы?

В первую очередь оцените распределение ролей, которое предлагают вам остальные участники дискуссии. В качестве кого вы присутствуете: уважаемого эксперта, шута, случайного гостя или хозяина арены?

В той ситуации, в которой оказались, кто вы? Вы руководите всем? Вы почетный гость? Или всего лишь зритель без права голоса? А может быть жертва?

Такая оценка помогает трезво взглянуть на свое положение, особенно в случаях, когда вами пытаются манипулировать, хотят обмануть или унижить. Вы можете с удивлением обнаружить, что

не контролируете ситуацию с позиции силы, а всего лишь поддаетесь на провокацию, если зададите себе простые вопросы:

- Активная у вас роль или пассивная: вы можете что-то сделать, или только смотрите? Если можете, то что именно?
- Что конкретно решает ваше слово, ваше мнение?
- Кто руководит всем происходящим?
- Кто главнее и значимее вас в этой ситуации?

2. Решите для себя – устраивает ли вас такое положение дел? И если нет, то что именно вы можете сделать, чтобы изменить его?

Здесь вы можете воспользоваться тактикой стратагемы: *войти гостем, сесть на почетное место, утвердиться на нем, принимать участие в делах хозяина, и, наконец, вытеснить его, став хозяином.*

На практике это выглядит так: начните активно участвовать в происходящем: высказывайте свое мнение, подключайте других участников, зовите их на свою сторону, вовлекайте пассивных игроков. И все для того, чтобы стать вторым центром влияния в этом раскладе. Вокруг вас должна бурлить жизнь, должно быть движение, столкновение мнений. Будьте активным, ведите людей за собой.

Важное замечание: если хотите «сесть на место хозяина», вам необходимо обладать всеми признаками этого самого хозяина, иначе люди просто не пойдут за вами. Используйте имидж, мимику и речь уверенного в себе человека^[167]. Вы не можете позволить себе дать слабинку в этот период, потому что каждая ваша слабость – плюс к баллам соперника.

Пример такого поведения описывает Бредемайер в «Черной риторике». Он делал презентацию для потенциальных заказчиков и вдруг понял, что к нему обратились не как к эксперту, а как к одному из возможных кандидатов. Тогда он произвел смену ролей. В ответ на предложение подождать две недели, когда ему перезвонят, он сказал: «Прекрасно, если вы позвоните мне через неделю или две, я уже смогу точно сообщить вам, берем мы этот заказ или нет. Дело в том, что консультанту по вопросам новых стратегий в управлении нужна

полная поддержка с вашей стороны, иначе он просто не сможет работать, а вы, уважаемые господа, сами еще не решили, хотите вы этих изменений или нет».

То есть, если раньше посыл «мы подумаем» исходил от них, то теперь – от Бредемайера, который самостоятельно взял на себя роль хозяина, одной фразой изменив распределение ролей на диаметрально противоположное. После чего изменилась и обстановка, и переговоры пошли в совершенно ином ключе.

Такая перемена может произойти резко, как описано выше, а может идти медленно и поэтапно, когда один из участников дискуссии переманивает оппонентов одного за другим на свою сторону, или же постепенно забирает в свои руки все бóльшие и бóльшие зоны влияния и зоны ответственности.

В знаменитом романе Артура Хейли «Отель»^[168] есть блистательная сцена, в которой героиня быстро и решительно перехватывает инициативу в разговоре и превращается в хозяина положения.

Огилви, начальник охраны отеля, приходит в номер к герцогине и герцогу Кройдонским. Он знает, что они случайно сбили на машине женщину с ребенком, и может это доказать, если сдаст их полиции. Он пришел шантажировать, поэтому начинает разговор с позиции «хозяина».

Огилви ведет себя нагло и развязно, наслаждается своим положением. Герцогской чете нечего ему противопоставить – он владеет всей информацией. Однако тут герцогиня берет вожжи в свои руки. Она понимает, что даже если они заплатят, полицейские найдут их. Значит надо избавиться от машины. Но сами они этого сделать не могут – слишком приметная пара, к тому же плохо знают дороги. Тогда она решает поступить так:

«Герцогиня повернулась к Огилви.

– Сколько вы хотите?

Внезапность вопроса застала детектива врасплох.

– Ну... Я думаю, вы люди неплохо обеспеченные...

– Я спрашиваю: сколько? – холодно повторила герцогиня.

Пороссячи глазки моргнули.

– Десять тысяч долларов.

Хотя сумма вдвое превышала то, что ожидала услышать герцогиня, в лице ее ни одна жилка не дрогнула.

– Допустим, мы дадим вам эту немыслимую сумму. Что мы получим взамен?

– Я уже сказал вам: буду молчать про то, что знаю.

– А если мы откажемся?

– Тогда я спущусь в вестибюль и сниму телефонную трубку.

– Нет. – Слово прозвучало, как приговор. – Мы не станем вам платить.

Герцог Кройдонский заерзал на стуле, одутловатая физиономия детектива побагровела.

– Но послушайте, леди...

Властным жестом она оборвала его.

– Ничего я не желаю слушать. Это вы будете слушать меня. Мы ничего не выгадаем, если заплатим вам эти деньги, разве что оттяжку на несколько дней. Вы сами достаточно ясно нам это объяснили.

– Но ведь это даст вам все-таки шанс...

– Молчать! – голос герцогини разрезал воздух, как хлыст. Глаза буравили детектива. Проглотив обиду, Огилви подчинился.

Герцогиня знала: сейчас может произойти самое важное в ее жизни. Действовать надо безошибочно, без колебаний, не отвлекаясь на пустяки. И она решила использовать жадность толстяка. Но сделать надо так, чтобы исход не оставлял сомнений.

– Нет, десять тысяч мы не дадим, – решительно заявила герцогиня. – Мы дадим двадцать пять.

– Но за это, – ровным тоном продолжала герцогиня, – вы угоните нашу машину на север.

Огилви, не мигая, смотрел на нее.

– Итак, двадцать пять тысяч долларов, – повторила она. – Десять тысяч сейчас. Остальные пятнадцать при встрече в Чикаго.

Толстяк по-прежнему молчал – лишь облизнул пересохшие губы. Глазки его недоверчиво смотрели на герцогиню. Наконец под пристальным взглядом герцогини Огилви едва заметно кивнул».

А вот пример применения этой стратагемы в качестве долгой крупномасштабной стратегии.

Southwest Airlines является крупнейшей лоу-кост компанией в мире по количеству перевезенных пассажиров. Когда-то они стартовали с тремя самолетами, но выбрали такую стратегию развития, которая позволила им стать лидерами рынка. Вместо того чтобы сразу начать конкурировать с крупными перевозчиками на топовых направлениях (и проиграть), они выбрали стратегию постепенного завоевания рынка. Начали с тех направлений, которые никого не интересуют – проложили маршруты между небольшими городами. Выбирали маленькие аэропорты с низкой конкуренцией. Так, постепенно компания упрочила свое влияние там, где практически не было конкурентов, а затем перешла к популярным направлениям – и тут уже пришлось потесниться «хозяевам рынка».

Southwest Airlines имела хороший крепкий тыл в виде своих «провинциальных перевозок» и конкурентам подступиться к ней было практически невозможно^[169].

Раздел шестой:

Стратегемы проигрышных сражений

敗戰

敗 – терпеть поражение, ломаться, разоряться;

戰 – война, бой, сражение, битва, соревнование.

Стратегема тридцать первая:

Стратегема красавицы



美人計

Если войско могучее, нападай на его командира.
 Если командир мудр, воздействуй на его чувства.
 Когда его воинский дух ослабнет, сила войска растает сама.

美	人	計
měi	rén	jì
красивый , прекрасный, изящный, красота, прелесть	человек	стратагема

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *стратагема красивых людей (красавицы/красавца).*

«Стратагема красавицы».

«Красавица».

«Стратагема сирен».

ИСТОРИЯ

Тактика победы при помощи соблазна, когда государям и полководцам присылали прекрасных девушек и юношей, известна в Китае с древнейших времен. Можно найти немало исторических примеров.

К примеру, в одном из самых древних военных трактатов «Шесть секретных учений»^[170] Цзян Цзыя, во втором разделе 14 главы есть совет о том, что можно подослать красивых людей («美人»). В русском переводе можно найти это место в главе «Гражданское наступление»: *«Преподноси красивых женщин и услаждай музыкой, чтобы одурманить его»*^[171].

ТОЛКОВАНИЕ

Стратагема учит тому, что и целую армию можно победить, воздействуя на противника через чувства, воспользовавшись человеческой слабостью к желанному. Красавица, «роковая женщина», ослабит дух правителя, рассорит его войско и сплетет интриги.

Если противник силен, и его сложно победить в обычном противостоянии, нужно ослабить его ум, притупить бдительность. Нужно, чтобы все его мысли были заняты не войной, а восхитительной красавицей. Красавица губит полководца, отвлекает его внимание от военных битв к битвам любовным. Красота порождает зависть, а безразличие полководца к делам порождает ропот воинов.

Простая грубоватая русская поговорка доходчиво описывает такую ситуацию: «Видит волк козу – забыл и грозу». Если в пределах досягаемости человека оказывается то, о чем он давно мечтал – это может полностью перевернуть его жизнь. Большинство людей не откажутся от подарка судьбы, и ради того, чтобы желанное попало к ним в руки, забудут о своих делах.

Схема действий такая:

1. *Выберите главного противника.* Ключевую персону, без участия которой все просто развалится. Если это армия, то главный – полководец. В компании главным может быть директор, или если он лишь марионетка, надо понять, кто за ним стоит.

2. *Выясните, чем он интересуется сильнее всего.* Это могут быть хобби или давнишние неудовлетворенные желания. Тут важно выбрать именно такой подарок, который увлечет его настолько сильно, чтобы он смог забыть о текущих делах.

3. *Сделайте подарок от себя, или же подстройте это как случайность.* Можно использовать прием буквально – представить противнику женщину, которая внешне отвечает его вкусам и достаточно умна, чтобы заинтересовать. Если он давно мечтал о путешествии – подарите ему билеты, или лодку – что-то, что сподвигнет его действовать.

Второй и более умный способ реализации стратагемы – не преподносить ничего на тарелочке, а *предоставить возможность*. Недосягаемая женщина интереснее той, что лежит в твоей постели. Предоставьте возможность завладеть чем-то, что является давней страстью вашего противника. Если он собирает статуэтки, пусть станет известно, что недостающая в его коллекции через три дня уйдет с аукциона в Германии. Пусть противник отвлечется от дел в погоне за своим желанием.

Эта тактика используется с древнейших времен. Вспомните Самсона и Далилу, Ирода и Саломею, Олоферна и Юдифь – это лишь немногие из очень длинного списка.

Как в Китае, на Западе, так и в России, коварная красавица – частый персонаж сказок. Красавицы-царевны выманивают секрет силы у главных злодеев или главных героев. Можно вспомнить Марию Моревну из одноименной сказки, вызнавшей у Кощея его секреты. Или королевну из сказки «Волшебное кольцо», отобравшей у своего мужа кольцо, в котором заключалась его сила. Самая знаменитая сказка, где красавица победила правителя – «Сказка о золотом петушке» А. С. Пушкина.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Суть приема в том, что мы даем нечто, что принесет слушателю эстетическое удовольствие, увлечет, зачарует. На уровне речевого приема вы можете подарить слушателю «завлекалочку»:

1. Интересную историю, анекдот, то, что можно рассказать приятно и вместе удивиться или посмеяться.
2. «Вкусную» метафору, которая поразит необычностью или языковой прием. То, что захочется записать или запомнить, чтобы самому использовать.

Это должно быть что-то, что завладеет его вниманием – яркое, необычное и запоминающееся. Совет: если это история, используйте в ней все средства правдоподобия, чтобы добавить увлекательности.

Опять же, эту стратегию можно применять для создания образа оратора. Если, к примеру, ваш оппонент противоположного пола, вы можете сыграть на этом. Это касается и женщин, и мужчин. Никто не отменял естественного человеческого желания нравиться. Совет: 1) не переборщите, 2) заготовьте ответ на случай, если противник попытается обернуть ваш вид против вас: «Похоже у вас совсем нет идей, если вы решили поразить нас глубиной декольте».

КАК СОЗДАТЬ ПРАВДОПОДОБНУЮ ИСТОРИЮ



1. Задействуйте органы чувств. Вспомните как там пахло, какими на ощупь были перила, вкус яблок был пронзительно-кислым, а дождь барабанил по козырьку словно кто-то сыпал горох из пакета. Чтобы слушатели в воображении могли представить запахи, ощущения, вкус и даже услышать звуки.

2. Используйте мелкие незначительные детали. Вспомните, как пахло розами, или что у одного из героев был пиджак в оранжевую клеточку, или что руки человека напротив были ярко красными оттого, что он нервничал. Как бы невзначай добавьте такие детальки в вашу историю.

3. Используйте диалоги. В лицах разыграйте, что персонажи говорили друг другу. Только будьте благоразумны, не ударяйтесь в театр, это все же не драмкружок.

Доказано, что на собеседовании ваша внешность и манера держаться окажут большее влияние, чем навыки и достижения. Также доказано, что у подсудимых с привлекательной внешностью в два раза больше шансов избежать тюремного заключения^[172]. Все это показывает, что хоть, как гласит старая пословица, «проводяют по уму», встречают все равно по одежке.

Значение имеет не только внешность и манера держаться, но и приветливость. Прекрасная девушка с перекошенным от снобизма и брезгливости лицом привлечет разве что любителя острых ощущений. Поэтому под «красавицей» мы подразумеваем не только красивое лицо и тело, но и умение быть приятным, дружелюбным собеседником.

Основная область, которая пестрит стратагемой «красавица», – реклама. Картины улыбающихся моделей, попивающих газированные напитки, – это уже что-то привычное и даже родное.

Среди рекламы мы можем встретить и более сложные примеры. Производитель может связать свой продукт с тем, что вызывает у вас положительные ассоциации. Например, когда на рюкзаках печатают

символику чемпионата по футболу, популярный блогер рекламирует чипсы, на дисконтной карте нарисован котенок, а на флаере персонаж мультфильма. В связи между товаром и «красавицей» не обязательно должна быть логика. Достаточно того, что эта связь есть, и вы проецируете свои эмоции от любимого объекта на товар.

Пэт Флинн^[173] рассказывает историю Джоуи Коренмэна, основателя компании School of Motion (школа анимации): как он создал и продал свой первый обучающий курс. Чтобы понять, стоит ли вообще начинать, он разослал подписчикам письмо, в котором предложил купить его будущий курс за довольно высокую цену. К его удивлению, он распродал все места и открыл дополнительный набор, который вскоре тоже распродал. Как он этого добился?

Все дело в письме, которое он отправил подписчикам и описал в нем свой путь: как он, человек без образования в сфере анимации, раз за разом пытался создать хороший продукт, но у него ничего не получалось, а если и получалось, то он не понимал, почему это нравится людям. Он рассказал о своем «синдроме самозванца» и о том, как действовал «вслепую», толком не понимая, как все работает. А потом получил от «знающих людей», правила и подходы, которые помогли ему понять, что анимация – это просто. Далее он написал о том, что теперь он крутой аниматор, креативный директор и основатель магазина анимационной графики. И вот сейчас запускает такой курс, какой хотел бы сам получить в то время – курс, в котором расскажет все об анимации.

Итак, что сделал Джоуи. Он описал чувства большинства своих подписчиков: смотрите, ребята, я был такой же, как вы, а потом, получив «чудесное знание», смог возвыситься, и у меня такие-то достижения. Складывается впечатление, что вас от титула «мастера анимации» и должности креативного директора отделяет только это самое знание, которое он готов вам предоставить за определенную сумму.

Чем прекрасен такой подход? Он создает перед читателем «красавицу» – некий волшебный образ, завораживающий мираж, который манит и обещает, и тот, замороженный картинкой перед глазами, уже готов отдать деньги.

Стратегема тридцать вторая:

Стратегема праздного города



空城計

Если пусто у самого – сотвори еще большую пустоту.

Пусть из собственной трудности у противника появится еще большая трудность.

空	城	計
kōng	chéng	jì
пустой, полый, пустующий, вакантный, праздний, в безделье , бессодержательный	крепостная (городская) стена, город	стратагема

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *стратагема праздного города.*

«Стратагема «Пустой город»».

«Открытые городские ворота».

«Стратагема разыгрываемой засады».

ИСТОРИЯ

В романе «Троецарствие», в главе 95, встречается описание эпизода, который, вероятно, и дал название стратагеме. Это история о небольшом (в контексте романа, конечно) столкновении между двумя хитроумными полководцами: Чжугэ Ляном (царство Шу) и Сыма И (царство Вэй).

Чжугэ Лян с пятью тысячами усталых и израненных воинов стоит в городке Сичэн. По двум дорогам к городку приближается стопятидесятитысячная армия Сыма И. Чжугэ Лян понимает, что ему явно не выстоять в открытом столкновении, и он решает применить хитрость. Он велит солдатам спрятаться, убрать флаги и знамена и широко открыть все ворота. Он переодевает воинов в горожан и велит им подметать улицы перед воротами. Сам Чжугэ Лян, нарядно одетый, поднимается на сторожевую башню с парой слуг, где садится у перил и начинает играть на музыкальном инструменте.

Дозорные докладывают Сыме И о том, что видели. Тот, не поверив, подъезжает к городу и, убедившись в правдивости донесения дозорных, разворачивает войска. Зная Чжугэ Ляна как человека крайне

осторожного, не склонного к риску, Сыма И решил, что это ловушка, и тем самым сыграл на руку своему противнику.

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема показывает, как напугать противника своей слабостью. Если у вас ничего нет, покажите, что у вас еще меньше, чтобы *все казалось настолько плачевным, что выглядело бы как ловушка*. Противник обманывает сам себя. Наша цель заставить противника увидеть ловушку там, где ее в действительности нет.

Выражение «взять на понт», пожалуй, больше всего приближается к значению стратагемы «Пустой город». Когда уязвимость противника кажется очевидной, а он, при том, не проявляет ни капли колебания. Это и заставляет поверить в ловушку.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Если вам нечем защититься, перестаньте защищаться: примите уверенный вид, посмеивайтесь над всем происходящим, как будто у вас есть что-то в запасе, или вы знаете то, чего не знают остальные.

Все выглядит хуже некуда, а вы при этом так уверены в себе, что это кажется ловушкой, – вот ключевая мысль стратагемы. Противник думает, что у вас спрятан туз в рукаве, а вы просто блефуете. Главное в применении этой стратагемы – внешняя уверенность в своих силах. Город «праздный» – его жители не затаились в ожидании беды, они отдыхают, гуляют, играют на музыкальных инструментах. Вы ведете себя так, что это кажется сумасшествием – слишком вы спокойны и радостны, наверняка есть какой-то подвох. Здесь вновь ставка может делаться на образ оратора. Беспричинная уверенность в себе, многозначительные ничего не значащие фразы... Главное правильно оценить противника – если он, испугавшись, не отступит, а бросит в бой все свои силы, вам придется тяжело.

Еще вариант применения. Вы можете поступить так с аудиторией, на которую, как известно, чувство, с которым вы говорите, имеет куда

большее значение, чем высказываемая мысль. Если вы, не имея никаких аргументов, будете держаться с высокомерием, непрошибаемой уверенностью в себе – это значительно уменьшит уверенность оппонента, и, главное, уверенность в нем аудитории. Такой прием часто встречается в политических дебатах. Нередко можно наблюдать, как менее уверенный выступающий пасует перед более уверенным, даже имея на руках хорошие аргументы, просто в силу характера. Или же не пасует, а злится и раздражается на беспричинную и непонятную для него смелость оппонента, в итоге начиная вести себя комично, непроизвольно противопоставляя свою бессильную злость его царской уверенности.

Вот вам прием от Ларри Кинга, известного телеведущего:

«Недавно меня спросили: «Предположим, вы идете по коридору студии новостей NBC. Кто-то хватает вас за рукав, тащит, сажает в студии в кресло, сует вам в руки какие-то бумаги и говорит: “Брокау болен. Вы в эфире” – и в студии зажигается свет. Как вы поступите?».

Я ответил, что буду абсолютно честен. Посмотрю в объектив телекамеры и скажу: «Я шел по коридору NBC, когда кто-то схватил меня за рукав, втащил сюда, дал мне эти бумаги и сказал: *Брокау болен. Вы в эфире*»»^[174].

Почему гурӯ телепередач предложил такой ответ? Потому что это заставляет улыбнуться и похоже на шутку. Это пример, как честность может выручить. Если вы попали в трудную или неловкую ситуацию, скажите правду.

Но! Теперь представьте, если бы Кинг сказал, в совершенно другой манере, смущенно краснея и запинаясь: «Здравствуйте, понимаете, я никогда не вел новости, не знаю, что делать, текст мне незнаком, я попал сюда случайно...» Как бы это выглядело? Это совсем не похоже на шутку, а скорее на жалобу. Ужасно, жалко и нелепо.

Действительно, в такой ситуации лучше говорить правду, но это должна быть правда, сказанная так, словно вас это забавляет: «Боже мой, поскользнулся уже десятый раз, кажется за мной ходит обезьяна

и раскидывает банановую кожуру». А не: «Я опять упал, как больно, кажется я ушиб копчик, ужасный день». Вспомните нашу стратегию: город «праздничный», а не «объятый унынием и страхом». Правда правде рознь. Пусть ваша правда звучит как хвастовство, а не как жалоба.

Стратегема тридцать третья:

Стратегема переманенного шпиона



反間計

От одной ловушки проистекает другая ловушка.

反	間	計
fǎn	jiàn	jì
Опрокидывать/ся, перевертывать/ся, изменять, отдавать обратно , наизнанку, напротив, наоборот	Лазутчик, шпион, ИНКОГНИТО	стратагема
«обратный шпион»		

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *стратагема переманенного шпиона*.

«Стратагема «Возвращенный шпион»».

«Стратагема секретного агента»/«Сеяние раздора»^[175].

«Стратагема шпиона».

ИСТОРИЯ

Термин – «обратный шпион» употребляет Сунь-цзы в «Искусстве войны». В главе тринадцатой «Использование шпионов», он говорит о том, что шпионы бывают пяти видов^[176], самый важный из которых – это обратные шпионы («反間»).

«...обратных шпионов вербуют из шпионов противника и пользуются ими. <...> Если ты узнал, что у тебя появился шпион противника и следит за тобой, обязательно воздействуй на него выгодой; введи его к себе и помести его у себя. Ибо ты сможешь приобрести обратного шпиона и пользоваться им. Через него ты будешь знать все. И поэтому сможешь приобрести и местных шпионов, и внутренних и пользоваться ими. Через него ты будешь знать все. И поэтому сможешь, придумав какой-нибудь обман, поручить своему шпиону смерти ввести противника в заблуждение. Через него ты будешь знать все. И поэтому

сможешь заставить своего шпиона жизни действовать согласно твоим предположениям <...> Всеми пятью категориями шпионов обязательно ведает сам государь. Но узнают о противнике обязательно через обратного шпиона. Поэтому с обратным шпионом надлежит обращаться особенно внимательно».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема рассказывает о том, что внутри одной ловушки всегда можно выстроить вторую.

Если вы узнали о ловушке, то можете ей воспользоваться. Эту тактику описывает Сунь-цзы, говоря об «обратных шпионах». Это подозрение в подозрении, ловушка внутри ловушки. Нужно с помощью шпиона противника внести смуту в его собственный лагерь. Необходимо выдать ложь за правду, чтобы враг, основываясь на ложной информации, принял ошибочное суждение.

Позвольте противнику узнать о готовящейся ловушке и воспользуйтесь этим. У вас может быть три варианта:

1. Враг готовит ловушку на вас. Вы узнаете и используете это.
2. Вы готовите ловушку врагу, и он узнает об этом. Вы пользуетесь тем, что он знает.
3. Вы пускаете слух, что готовите ловушку, и пользуетесь тем, что враг знает.

Как подстроить ловушку в ловушке? Например, в фильмах часто встречается эпизод, где главный герой добровольно идет в ловушку. А потом как из ниоткуда появляются его друзья и они вместе побеждают неподготовленного врага. Или, когда герой узнает, что его прослушивают и начинает сливать дезинформацию.

В примере к стратагеме из трактата описана такая ситуация: один военачальник велит распустить слухи, что военачальник другого царства хочет перейти на их сторону. Правитель того царства узнает об этом и лишает военачальника должности. Тот был очень талантлив, а на его место назначают слабого военачальника. И от этого выигрывает противник. Суть данного примера: враг узнает про ловушку, и в том, что он про нее узнал и заключена ловушка. Вот и получается ловушка в ловушке.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Суть стратагемы в сеянии в неприятельском лагере такого раздора, когда ваши противники начинают взаимно подозревать друг друга. И это недоверие проистекает из ваших действий. В риторике это могут быть намеки на то, что вы якобы что-то знаете про других игроков. Можно изводить таким образом соперника, подбрасывая ему неоднозначные фразы. Или же оказывать одному из оппонентов явное предпочтение, намеренно любезно с ним обращаться, чтобы его союзники решили, что он с вами заодно.

У тридцать третьей стратагемы много вариантов толкования. Оригинальный текст довольно иносказательно описывает ее действие, чтобы можно было четко сказать, что имеется в виду. Вот два самых очевидных варианта:

1. Подкупить шпиона противника, чтобы он доносил неправду;
2. Предоставлять шпиону противника ложную информацию (ловушка в ловушке).

Необходимо выдать ложь за правду, чтобы враг, основываясь на ложной информации, принял ошибочное суждение.

Моя знакомая работала в одной крупной корпорации. Там был строгий дресс-код, много разных правил, а особенно жесткие насчет курения. У нее был довольно мерзкий коллега, который считал своим хобби доносить начальству на неприглянувшихся сотрудников. Несколько раз ей и ее другу доставался выговор, но последней каплей стало то, что ее лишили премии за курение в неподобающем месте.

И вот, когда подвернулся момент, они с другом решили проверить маленький трюк. Моя знакомая разузнала, что по понедельникам после обеда их «самый главный босс» любит покурить на одном из балкончиков, в неподобающем месте. Утром в понедельник они дождались, пока в радиусе слышимости появится их доносчик, и громким шепотом договорились сходить туда покурить.

Справедливости ради, надо сказать, что этот трюк им пришлось проверить несколько раз, пока доносчик не «попался» – донес об этом руководителю отдела и начальнику по пожарной безопасности.

Сложно сказать, что на самом деле случилось на том балконе, однако, когда моя знакомая с товарищем вернулись на рабочие места, то узнали, что их начальник разбушевался и чуть не уволил этого несчастного доносчика.

Не скажу, что их отношения улучшились, но, во всяком случае, доносы прекратились.

Стратегема тридцать четвертая:

Стратегема причинения страданий телу



苦肉計

Никогда и никто не хочет нанести себе рану.

Если кто-то поранился – значит здесь нет подвоха.

Если ложь кажется настолько правдивой, что правда кажется ложью – хитрость удалась.

苦	肉	計
kǔ	ròu	jì
Горе, муки, невзгоды, несчастье, мучиться, страдать, мучить, причинять страдания	Мясо, плоть , тело	стратагема

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *стратагема причинения страданий телу*.

«Стратагема «Нанесение себе увечья»».

«Нанесение себе увечья».

«Стратагема мнимого перебежчика».

ИСТОРИЯ

В первом акте пьесы Гуань Ханьцина (1210–1300?) «Великий государь Гуан в одиночку, лишь с мечом, направляется на прием»^[177] есть такой фрагмент: 「虧殺那苦肉計黃蓋添糧草」. Здесь говорится о стратагеме причинения страданий телу, примененной Хуан Гаем. Вероятно, имеется в виду именно рассматриваемая стратагема, но кто же такой Хуан Гай и каким образом он ее применил?

В романе «Троецарствие» есть эпизод с участием Хуан Гая, где он применяет стратагему причинения страданий телу, 「苦肉計」. В тексте главы неоднократно встречается это выражение именно как стратагема, 「計」.

Итак, картина событий такова. Это произошло во время Битвы у Красной скалы. Полководец Чжоу Юй воюет с полководцем Цао Цао и хочет подослать к нему лазутчика. Быть им вызывается его верный товарищ Хуан Гай. Чжоу Юй разыгрывает гнев на него за непочтительные речи и велит избить палками. Хуан Гай пишет Цао Цао послание, в котором отрекается от Чжао Юя и просит принять его в войско. Цао Цао получает весть от своих шпионов, что Хуан Гай действительно был жестоко избит, и, после недолгих колебаний, принимает на веру его послание. Если бы Цао Цао ему не поверил, то не позволил бы подойти настолько близко, чтобы спалить его войско. Но об этом нам расскажет следующая стратагема – «Стратагема цепей».

ТОЛКОВАНИЕ

Враг думает: «Никто не хочет нанести себе рану, если кто-то поранился – значит, здесь нет подвоха»^[178]. Послать к противнику верного человека с раной, которую ты нанес, значит получить шпиона. Обычно люди не подозревают пострадавшую сторону в коварных планах. Именно этим нам и предлагает воспользоваться стратагема.

«Битый небитого везет!» – приговаривает лиса из сказки «Лисичка-сестричка и серый волк». Она притворяется, что ей нанесли увечье, чтобы волк не поколотил ее за обман, после того, как был избит, ловя рыбу на хвост по ее совету (см. «Стратагема третья»). Лиса притворяется хворой так талантливо, что волк, который собирался отомстить, жалеет ее, сажает себе на закорки и везет.

Или другой пример: как только появились страховки, тут же нашлись люди, которые, чтобы получить деньги, специально поджигали свое имущество, подстраивали несчастные случаи, и так далее.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Вы как бы случайно проговариваетесь о том, о чем стоило молчать или соглашаетесь на то, на что не следовало, поддаетесь на уговоры – не имеет значения как именно, главное – терпите урон. Однако вы делаете это намеренно, и можете извлечь выгоду из заблуждения оппонента.

К примеру, якобы случайная оговорка, открывающая ваши «настоящие» планы, может стать причиной для изменения русла беседы в нужную вам сторону.

Хороший прием, чтобы расположить собеседника, – рассказать смешную историю о себе. Но он требует много смелости, чтобы не побояться выглядеть дураком в чужих глазах. Однако такие шутки хорошо снижают градус напряженности.

«Когда Ганс Дитрих Геншер вступил в должность министра иностранных дел, ему не давался беглый английский. Его наградили сочувствием и улыбками, когда за рубежом, речь на английском языке он начал словами: «Леди и джентльмены! С английским языком у меня как с женой: я ее люблю, но не владею»»^[179].

Вот пример, как намеренные ошибки могут принести огромную пользу.

У крупных компаний, которые занимаются разработкой игр или программного обеспечения, существует опасность, что конкуренты могут украсть часть исходного кода программы. Поэтому разработчики зачастую намеренно допускают мелкие ошибки в коде, которые не влияют на его работу. Это не выглядит подозрительно, а они по этим ошибкам смогут доказать на суде, что код принадлежит им.

Стратегема тридцать пятая:

Стратегема цепей



連環計

Если войско противника слишком многочисленно и противостоять ему открыто нет возможности, нужно заставить его связать самого себя и так погубить свои силы.

連	環	計
lián	huán	jì
Соединяться, смыкаться, примыкать, соединять	Кольцо, звено (цепи)	Стратегема
Цепь		

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *стратегема цепей*.

«Стратегема «Цепи»».

«Цепи уловок».

«Стратегема связи».

ИСТОРИЯ

Это отсылка к описанной в 46–49 главах «Троецарствия» Битве у Красной скалы, одного из самых легендарных противостояний в истории Китая. Описанные события датируются 207–209 гг., сама битва произошла на реке Янцзы зимой 208 г. Действующие лица: Чжоу Юй и его противник Цао Цао.

У Чжоу Юя есть два подчиненных: Хуан Гай (один из полководцев) и Пан Тун (мудрец, советник). А также Чжугэ Лян – его соратник.

Чжоу Юю приходит в голову мысль, как сокрушить мощный флот Цао Цао. Лучшим вариантом он считает «огневое нападение». То есть надо их сжечь. Однако, как это устроить, пока неясно – вокруг вода, корабли могут просто разойтись в разные стороны, тогда огонь не перекинется, и сгорит всего лишь несколько судов.

Тогда Чжоу Юй решает использовать стратегию. Он притворяется, что рассержен на Хуан Гая и велит избить его палкой. Хуан Гай, в свою очередь, притворяется, что зол на своего покровителя и сообщает Цао

Цао, что хочет перейти на его сторону. Тот принимает его. Так, Чжоу Юй получает шпиона во вражеском стане.

Затем он посылает за Пан Туном, чтобы попросить совета, как победить Цао Цао. Тот также предлагает огневое нападение и советует применить стратегию «Цепи», то есть сковать корабли Цао Цао цепями между собой.

В оригинальном тексте «Троецарствия» мы видим, что Пан Тун так и говорит, «стратегия цепи»: 「除非獻『連環計』」, что примерно можно перевести так: «[нет иного выхода] разве что использовать «стратегию цепи».

Однако как заставить Цао Цао сковать свои корабли? Пан Тун отправляется к нему, якобы чтобы служить. Цао Цао, наслышанный о мудрости Пан Туна, радушно принимает его и показывает ему свои войска. Пан Тун небрежно осведомляется о здоровье воинов, на что Цао Цао рассказывает ему о своей печали – часть войска прибыла из северных земель, а северяне совершенно не умеют воевать на воде, им мешает морская болезнь.

Пан Тун предлагает сковать корабли цепями и проложить от одного к другому мостки. Что Цао Цао и делает, хотя понимает, что его войско станет уязвимым для огневого нападения. Однако вероятность того, что ветер переменится и подует в сторону войска Цао Цао приближалась к нулю. Ветер дул в сторону Чжоу Юя, поэтому предприняв огневое нападение, тот рисковал пожечь собственный флот.

Тут в историю вплетаются мистические мотивы (ну или просто прогнозы синоптиков опять не оправдались). Соратник Чжоу Юя, Чжугэ Лян, известный мудрец и полководец, принес жертвы ветру, и он подул в противоположную сторону. Хуан Гай, который якобы перешел на сторону Цао Цао, шлет известие, что вскоре прибудет и нагрузив корабль горючим, плывет к войску Цао Цао. Тот, уверенный, что Хуан Гай собирается присоединиться к нему, подпускает его слишком близко, так, что Хуан Гаю удается поджечь корабли. Ветер разносит пламя и флот сгорает полностью. Так Цао Цао терпит поражение.

Эта стратагема показывает нам хороший способ одолеть врага – поставить его в такие условия, чтобы он «связал» сам себя. Ваша задача – создать для противника такие обстоятельства, в которых он будет вынужден для своей выгоды связать себя, ограничить в действиях.

Схема применения:

1. Найдите, каким образом враг может связать себя.
2. Подумайте, в каких обстоятельствах ему будет выгодно сделать это.
3. Создайте эти обстоятельства.

В сказке «Ивашко и ведьма», герой спасается такой же стратагемой. Дочь ведьмы Аленка по поручению матери хочет зажарить Ивашко в печке. Тогда тот просит ее показать, как правильно садиться на лопату. Аленка садится и Ивашко отправляет ее в печь. Здесь Аленка, чтобы выполнить поручение, «сковывает» саму себя, и Ивашка тут же пользуется этим.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Карстен Бредемайер в «Черной риторике» описывает прием «Сократовские вопросы». Его суть в том, чтобы задать собеседнику ряд вопросов, где один вытекает из другого, а последний подводит к неожиданному выводу, когда собеседник не хочет согласиться, но и не может сказать нет.

Пример:

- *«Вы знаете, что господин Мюллер совсем сдал в интеллектуальном плане?»*
- *Да.*
- *Вы знаете, что он иногда ведет себя совсем как ребенок?»*
- *Да.*

– Вы заметили, что это происходило постепенно?

– Да!

– Это началось у него примерно между сорока и пятьюдесятью годами, однако он сам этого не почувствовал. Вы это тоже замечали?

– Да.

– Тогда вы, наверняка, знаете, что люди, которым за сорок, постепенно умственно деградируют, сами того не замечая. Сейчас вам 43, но с вами-то все в порядке, не так ли?»

Стратегема цепей предполагает, что вы выстроите свои действия так, что соперник будет вынужден сам себя сковать, сам себе поставить рамки. И вышеуказанный прием, всего лишь один из возможных способов достижения этого.

Социальный психолог Роберт Чалдини в своей книге «Психология влияния» рассказывает об одном приеме, который основан на том, что людям настолько важно мнение о них окружающих, что они готовы поступать в соответствии с их ожиданиями. Грубо говоря, если вы скажете человеку, что он добрый, он начнет совершать добрые поступки, в стремлении подтвердить столь лестный для него образ в ваших глазах.

«Ловко пользовался этим приемом бывший президент Египта Анвар Садат. Перед началом международных переговоров он всячески уверял представителей другой стороны, что дружелюбие и честность их соотечественников широко известна во всем мире. Благодаря этой лести он не только завоевывал симпатии оппонентов, но и заставлял их вести себя соответственно данной им характеристике. Прославленный дипломат Генри Киссинджер утверждал, что причиной успеха Садата было умение заставить других поступать в его интересах, чтобы поддержать им же приписанную хорошую репутацию»^[181].

Вот пример использования этой стратагемы в бизнесе.

Американская компания Federal-Mogul занималась производством автомобильных запчастей. У нее было два вида заказчиков: те, что покупали крупными партиями, и те, что мелкими.

У Federal-Mogul была проблема – продажи росли, а вот прибыль не очень. Поломав голову, они поняли, что причина в несовершенстве системы расчета затрат, которой в тот момент пользовалась вся их сфера. Выяснилось, что из-за неточных расчетов, они периодически продавали детали по цене ниже себестоимости. Получалось, что, если они увеличивали производство мелкопартийных заказов, то несли убытки, а если увеличивали крупнопартийные, то получали выгоду.

Итак, обладая этими знаниями, в Federal-Mogul задумались. Весь их рынок использует эту систему расчета, но об этой ошибке никто не знает. А что, если применить это против конкурентов? Они решили таким образом убрать самого надоедливого из конкурентов – JP Industries.

Federal-Mogul стали играть с ценами: поставили их на уровень, едва превышающий себестоимость. JP Industries тут же предложила цены ниже. Система показывала им, что они получают прибыль, хотя на самом деле, запчасти продавались ниже себестоимости. Так продолжалось какое-то время. JP Industries торжествовала, получала кучу заказов, бизнес рос, но почему-то не приносил прибыли.

В это же время Federal-Mogul наращивала крупнопартийное производство, которое на самом деле приносило прибыль. Чтобы в JP Industries ничего не заподозрили, они иногда «выигрывали» и брали несколько мелкопартийных заказов, или порой уступали JP Industries крупнопартийный заказ.

Так им удалось занять более выгодную нишу, пока противник был увлечен борьбой за менее выгодную^[182].

Стратегема тридцать шестая:

Бегство – лучшая стратегема



走為上計

Сохранять свои силы, избегая открытого противостояния.

走	為	上	計
zǒu	wéi	shàng	jì
Идти, двигаться, уходить, уезжать, убираться, бе- жать, обращать- ся в бегство	быть, являться, становиться, делаться, превращаться	превосход- ный, наилучший, самый лучший	стратагема

ВАРИАНТЫ ПЕРЕВОДА

Дословно: *бегство – лучшая стратагема.*

«Бегство – лучший прием».

«Бегство – лучшая стратагема».

«Стратагема отступления».

ИСТОРИЯ

В главе 26-й хроники «Книга Южной Ци» Сяо Цзысяня (489–537 гг.), посвященной истории одноименной китайской династии, полководец Ван Цзинцзэ (435–498 гг.), насмехаясь над побегом императорского сына, говорит такую фразу:

「檀公三十六策，走是上計」.

Дословно ее можно перевести так: «Среди 36 стратегий достопочтенного господина Таня, бегство – лучшая стратагема».

ТОЛКОВАНИЕ

Эта стратагема говорит: *пока ты не побежден, у тебя есть шанс.*

Под бегством здесь подразумевается уклонение от боя. Если вы понимаете, что значительно слабее противника, не вступайте с ним в бой. Если вы вступите в бой и проиграете, то это будет окончательное поражение. А если уйдете от сражения, то и поражения не будет.

«Правило ведения войны гласит: если у тебя сил в десять раз больше, чем у противника, окружи его со всех сторон; если у тебя сил в пять раз больше, нападай на него; если у тебя сил вдвое больше, раздели его на части; если же силы равны, сумей с ним сразиться; если сил меньше, сумей оборониться от него; *если у тебя вообще что-либо хуже, сумей уклониться от него*»^[183].

В русской культуре есть множество поговорок, воспевающих этот маневр: *«Заяц не трус, он себя бережет»*, *«По пúсту месту хоть обухом бей»*, *«Бег не честен, да здоров»*. В фольклоре бегство не считается зазорным, во многих сказках главные положительные герои спасаются от злодеев именно бегством («Морской царь и Василиса Премудрая», «Колобок» и др.).

Это простой и логичный выход. Если вы чувствуете, что проигрываете – бегите. Наберетесь сил, и вернетесь снова.

СТРАТАГЕМА НА ПРАКТИКЕ

Бегство – это отличный прием на переговорах. Если не знаете, что предпринять – бегите. Назначьте другой день для совещания, объявите перерыв: *«Я не собираюсь сейчас это обсуждать»*, *«Мы можем поговорить позднее»*.

Если боитесь потерять лицо, сошлитесь на срочные дела и уйдите с гордым видом, как будто в вашей голове остались невысказанными сотни блестящих идей, и если бы не срочный звонок, то вы бы... ух!..

Многие, оказавшись в трудной ситуации, когда их обвиняют во лжи, недостоверности фактов, в нелепости и глупости сказанного, начинают пространно объясняться, пытаются спорить и оправдываться, чем ставят себя в довольно жалкое положение. Если не знаете, что ответить – молчите. Молчание, вопреки распространенной поговорке, вовсе не знак согласия. Оно означает пустоту, уход от ответа.

Есть несколько приемов, которые могут помочь вам спастись «бегством».

Как дать себе время

Если вам задали трудный вопрос и нужно время, чтобы ответить, дайте его себе таким образом: перефразируйте вопрос собеседника и повторите его. Например, «Вы спрашиваете о том...» или «Ваш вопрос состоит в том...». Лучше не использовать формулировки с дополнительными смыслами типа: «О, это хороший вопрос!» (а другие – плохие?) или «Знаете, проблема в том...» (у вас какие-то проблемы?).

Как уйти от вопроса

Ларри Кинг предлагает нам несколько конкретных формулировок, как уйти от вопросов:

- «Отвечать на этот вопрос в данный момент преждевременно».
- «Я не в состоянии ответить на этот вопрос, поскольку еще не видел отчета».
- «Данный инцидент стал предметом судебного разбирательства, и поэтому я не могу его прокомментировать».
- «Мы уже начали расследование и в ближайшем будущем опубликуем исчерпывающий доклад».
- «Этот вопрос содержит предположение, а строить предположения – не в моих правилах»^[184].

Худшим он называет ответ «Без комментариев», потому что люди будут считать, что, если вы избегаете ответа, значит, виновны.

Система Штенгеля

Это прием того же Кинга, он называет его «система Штенгеля» (далее будет понятно почему). Суть вот в чем. Вам задают каверзный вопрос. Если вы на него ответите, то в любом случае проиграете. Если скажете «да», вас заключает одна сторона, если «нет» – другая. Что же делать в такой ситуации?

Дать ответ, *лишенный какого бы то ни было реального содержания*. Вроде вы ответили, но, по сути, ничего не сказали, обвинить вас не в чем.

Кинг приводит в пример речь Кейси Штенгеля, менеджера бейсбольной команды New York Yankees, на заседании подкомитета Сената.

Проводились слушания по законопроекту: бейсбольная лига потребовала принять закон, чтобы подтвердить, что они свободны от действия антитрестовского законодательства. Председательствовал Эстес Кифовер, сенатор от штата Теннесси. На слушание пригласили нескольких представителей бейсбольных команд высшей лиги, в том числе Кейси Штенгеля и Микки Мантла, ведущего баскетболиста его команды.

Итак, во время слушания, Кифовер спросил Штенгеля, поддерживает ли он законопроект. И Штенгель ответил:

««Ну, мне бы сейчас хотелось только сказать, что бейсболу в этой связи удалось немало сделать, чтобы помочь игрокам... Правда, сам я не занимаюсь пенсионной программой. Здесь присутствуют молодые люди, которые... которые представляют бейсбольные клубы, они представляют игроков. А поскольку я не занимаюсь этой программой и не получаю пенсии из фонда, который, по-вашему... Господи... его там тоже нужно вставить, но я бы сказал, что для игроков это будет большое дело. Вот что я хочу сказать о бейсболистах, у них есть дополнительный пенсионный фонд. Думаю, это случилось благодаря

радио и телевидению, а то у вас не нашлось бы денег, чтобы оплатить что-нибудь подобное».

Совершенно сбитый с толку Кифовер сказал:

– Господин Штенгель, я, видимо, не совсем точно сформулировал свой вопрос.

Штенгель, у которого было прозвище Старина Прохвессор, ответил:

– Да, сэр. Ну да это ничего. Я тоже не знаю, сумею ли я на него как следует ответить.

Кифовер не успокаивался:

– Я вас спрашиваю, сэр, почему бейсболисты хотят принятия этого закона?

Штенгель продолжал гнуть свою линию:

«Я бы сказал, что не знаю, но я бы сказал, что причина того, что они хотят его принятия, – это чтобы бейсбол оставался наиболее высокооплачиваемым игровым видом спорта, каким он является, а с точки зрения бейсбола – я не буду говорить о других видах спорта. Я здесь не для того, чтобы спорить о всяких других видах спорта. Я занимаюсь бейсболом. Этот бизнес чище любого другого, который появлялся за последнюю сотню лет. Я не говорю о телевидении и о доходах, которые получают стадионы. Это нужно сбросить со счетов. Я об этом не так уж много знаю. Но я готов сказать, что бейсболисты теперь находятся в лучшем положении».

Сенатор Кифовер, чье раздражение возрастало с каждым словом Штенгеля, продолжал искать в потоке слов ответ на свой вопрос и, наконец, обратился к Мантлу, сидевшему рядом со Штенгелем за столом для свидетелей:

– Мистер Мантл, можете ли вы что-либо сказать по поводу применимости антитрестовского законодательства к бейсболу?

Микки наклонился к микрофону и сказал:

– Я в общем и целом согласен с Кейси»^[185].

Глава 5

Как использовать стратагемы

«Тридцать шесть стратагем» – один из самых выдающихся древних военных трактатов, во всей его изощренности и многообразии. Хитрость стратегов древности поражает – сколько приемов манипуляции, основанных на психологии и понимании логики боя! Очевидно, что подобный материал обладает огромным потенциалом – его вполне можно взять на вооружение и использовать в повседневной жизни. Я хочу дать несколько рекомендаций, как их лучше всего использовать на практике.

1. СТРАТАГЕМА – ЭТО ШАБЛОН

Важно понимать, что стратагема – это шаблон, базовая модель. Словно ветка без листьев. Листья – это наши условия: обстоятельства, в которых мы действуем, цели, которых хотим достичь.

Если сказать слово «Стул», каждый из вас представит себе свой стул: у одного он будет золоченый с бархатной спинкой, у другого – пластиковая табуретка, а у третьего кресло из мореного дуба. Также и стратагема: она дает упрощенную схему действий, которую можно видоизменить под свои обстоятельства. Если в ней говорится бежать, то только вам решать, насколько быстро. А еще «бежать» может значить просто пригнуться, *уклонившись* от удара.

2. СТРАТАГЕМЫ – ЭТО АЛФАВИТ ТАКТИКА

Самое главное, это оставить иллюзии, что стратагемы дают исчерпывающую характеристику всем хитростям на свете, или что они на все случаи жизни. Однако не стоит впадать и в другую крайность, принимая невеликое число стратагем за недостаточность. Даже если

оставить в стороне их многозначность, стратагемы (а порой и их части) можно сочетать.

Стратагемы – это алфавит тактика. Комбинируя буквы, мы создаем слова. Комбинируя стратагемы – создаем стратегию.

3. СТАРАЙТЕСЬ УЧИТЫВАТЬ ВСЕ, ЧТО МОЖЕТ ПОВЛИЯТЬ НА СИТУАЦИЮ

На ход действий может повлиять что угодно, вплоть до погодных условий. Невозможно просчитать все, но в идеале хорошо учитывать разные варианты развития ситуации.

Важно также принимать во внимание психологические особенности отдельных личностей. Люди склонны считать, что все мыслят также как они сами, а это совершенно не так. Не думайте, как вы поступили бы на месте этого человека, думайте, как поступил бы он, учитывая особенности его характера, воспитания, психического и физического состояния.

4. НЕ УМЕЕТЕ ОБМАНЫВАТЬ – ГОВОРИТЕ ПРАВДУ

Важно уметь достоверно сыграть, в случае если это нужно для воплощения стратагемы. Если хитрость будет открыта, это дискредитирует вас перед соперником и союзниками, и вам не удастся больше применить ни одной хитрости.

Если же вы не полагаетесь на свои актерские способности, подбирайте такие манипуляции, которые не предполагают прямого обмана, тем более что их довольно много.

Если вы приходите на собеседование и рекрутер задает вам вопрос «Вы пунктуальный человек?», то зная, что, часто опаздывая на работу, вы все проекты завершаете вовремя, можете ответить так: «Конечно, я всегда строго соблюдаю сроки, это очень важно для меня». Так вы не обманете, но и не скажете всей правды. Из множества правд вы выберете ту, которая устроит вашего собеседника.

5. НЕ ОГРАНИЧИВАЙТЕСЬ 36-Ю СТРАТАГЕМАМИ

Помните, что стратагемы можно встретить где угодно. Это не только уловки и хитрости. Многие из них так и остаются в неоформленном виде. Это также могут быть, к примеру, некие психологические наработки, исторические случаи или бизнес-кейсы.

К примеру, скандально известный ученый Филип Джорж Зимбардо^[186] рассказывает о такой стратагеме:

«Эту тактику («разделяй и властвуй») в полной мере использовали китайские коммунисты в отношении американских пленных в Северной Корее, когда пытались воздействовать на их психику. Даже в нашей бутафорской тюрьме в Стэнфорде сопротивление заключенных подавлялось внесением в их ряды раскола: одним были предоставлены некоторые привилегии, тогда как другие были лишены элементарных прав. Те, кто обладал привилегиями, готовы были отчаянно отстаивать любую власть, гарантирующую им преимущества»^[187].

Если вы хотите развивать в себе стратагемное мышление, ищите такие эпизоды и анализируйте их.

КАК ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ СТРАТАГЕМУ ТАК, ЧТОБЫ ДОБАВИТЬ ЕЕ В СВОЙ ЧЕМОДАНЧИК ИНСТРУМЕНТОВ?

Задайте вопросы:

1. Какова была цель?
2. Как ее достигли?
3. Какую психологическую особенность человеческого восприятия использовали?

Это поможет вам понять, как вы могли бы использовать такую стратагему в вашей жизни.

Для примера разберем вышеприведенную стратегию Зимбардо. Постарайтесь сами ответить на эти вопросы, а потом читайте дальше.

Ответы:

Какова была цель?

Разобщить тюремщиков и заключенных.

Как ее достигли?

Тюремщикам дали привилегии, а заключенных лишили даже некоторых базовых прав (ограничили в передвижении, в выборе пищи и т. д.).

Какую психологическую особенность человеческого восприятия использовали?

Во-первых, деление чужой/свой. Это изначально создает соревновательный элемент. Деление на команды сплачивает игроков внутри команд и настраивает их против другой команды. Мы перестаем воспринимать другую группу как отдельных людей, возможно наших друзей. На подсознательном уровне они становятся единым целым, которое противостоит нашему единому целому – нашей группе.

Во-вторых, «свои» обладали привилегиями, их статус был выше, их возможности были больше. Никто не хотел стать «чужим», потому что это бы означало потерю слишком многого. Огромная разница между положением этих двух категорий рождала страх. Страх стать бесправным, слабым.

В итоге, страх и отношение к другим как к соперникам породили огромную пропасть между двумя группами людей, которые раньше были друзьями.

Такой анализ поможет вам понять принцип действия стратегии и добавить ее в свой арсенал.

Лучше всех суть стратагемного подхода выразил Сунь-цзы:

«Война – это путь обмана. Поэтому, если ты и можешь что-нибудь, показывай противнику, будто не можешь; если ты и пользуешься чем-нибудь, показывай ему, будто ты этим не пользуешься; хотя бы ты и был близко, показывай, будто ты далеко; хотя бы ты и был далеко, показывай, будто ты близко; заманивай его выгодой; приведи его в расстройство и бери его; если у него все полно, будь наготове; если он силен, уклоняйся от него; вызвав в нем гнев, приведи его в состояние расстройства; приняв смиренный вид, вызови в нем самомнение; если его силы свежи, утоми его; если у него дружны, разъедини; нападай на него, когда он не готов; выступай, когда он не ожидает»^[188].

Стратагемы – это интересные и действенные приемы. Они позволяют выбраться из многих проблем. Если у вас возникло затруднение, случилась какая-то тяжелая ситуация, сядьте и подумайте. Чего вы хотите добиться? На самом ли деле вам это необходимо? А потом откройте список стратагем и попробуйте каждую из них «повертеть» в голове – представить, как ее можно реализовать в вашей ситуации.

К примеру, возьмите стратагему «В улыбке прятать нож» и подумайте, может ли в этой ситуации помочь демонстрируемое позитивное отношение к другой стороне. Потом возьмите стратагему «Слива гибнет вместо персика» и проанализируйте – возможно вы можете пожертвовать чем-то не критично важным, чтобы получить то, что вы хотите. Проработайте так несколько стратагем, пока не найдете решение, или вам в голову не придет более интересная идея.

Из любой ситуации есть выход, даже из самой сложной. Стратагемы тем и хороши, что помимо помощи в разрешении ситуации, они активизируют мышление. Ваш мозг, парализованный страхом, неуверенностью, отчаянием, начинает работать. Проблема перестает быть катастрофой, она превращается в задачу, которую надо решить. В этом и есть суть стратагемного мышления. Вы смотрите на сложившуюся ситуацию и думаете: что можно предпринять для того, чтобы обернуть все в свою пользу?

На своем опыте могу сказать, что стратагемы развивают мышление, заставляют нас думать немного по-другому. Вы начинаете видеть

каждую ситуацию, как развилку возможностей. А что, если я сделаю так? А так? А как еще можно получить желаемый результат?..

Очевидно, что **стратагемы можно использовать как во благо, так и с дурными целями**. С помощью стратагем можно разрушить чью-то жизнь, а можно спасти отношения. Вопрос, когда и для чего их употреблять, каждый решает для себя сам.

Однажды младший брат рассказал мне о своих проблемах в университете: одноклассник хотел сместить его с должности старосты и для этого развел целую наступательную стратегию, совершая откровенные подлости. Раньше я бы выслушала брата и сказала, что он молодец, а его одноклассник негодяй. На этом бы все и закончилось. Но так вышло, что именно в тот момент я изучала стратагемы, и мне пришла в голову интересная мысль:

– Вот смотри, я сейчас разбираю китайские приемы ведения войны. Давай попробуем их покрутить и посмотреть, что можно применить на практике в твоей ситуации.

Мы взяли список стратагем и стали думать. Обнаружили минимум шесть, которые позволяли решить ситуацию. Две понравившиеся он вполне успешно применил.

Сразу скажу, что он не делал подлостей и не обманывал. Просто нашел еще несколько выходов из этой ситуации. Заставил свой мозг поработать и выбрать приемлемое для него решение. Среди найденных были и те, которые позволяли решить все быстрее и проще, но его не устраивала их моральная составляющая.

Самое забавное, что, поразмыслив, брат добровольно отказался от поста старосты, потому что это приносило больше проблем, чем возможностей. А в итоге обрел доверие преподавателей – большинство из них продолжили общение с группой через него. Соперник же получил желаемую должность, но сильно подмочил репутацию, к нему с неприязнью стали относиться и одноклассники, и преподаватели.

Это был невероятно ценный опыт. Да, мне нравилась древнекитайская мудрость, я видела потенциал стратагем, но раньше все это оставалось в сфере теоретических

размышлений. А тут я впервые убедилась, что стратагемы действительно способны помочь даже в простых жизненных ситуациях.

Повторюсь – стратагемы не призывают вас хитрить и обманывать, а только заставляют работать мозг, искать решения, подходящие к вашей ситуации. Я и сама не люблю обман, стратагемы для меня – способ взглянуть на ситуацию по-иному, найти другой выход, возможно, не один. Это великолепный инструмент, который вы получили в руки, прочитав эту книгу. Он действительно поможет вам в жизни.

Заключение

Трактат «Тридцать шесть стратагем» – это древний, глубокий и познавательный труд. Однако существует множество других, не менее интересных стратагем, которые можно встретить в фольклоре, художественной литературе, кино, или даже в рассказе знакомого. В случившемся с вами, в конце концов.

Люди очень любят хитрецов, остроумная уловка вызывает восхищение. Вспомните «Одиссею» Гомера. Это литературное произведение читают и взрослые, и дети (в современном пересказе, конечно). И те и другие находят удовольствие в проделках и уловках Одиссея. Или можно вспомнить «Сказки дядюшки Римуса», «Кортик»... Да мало ли книг, в которых герои применяют смекалку, чтобы выпутаться из проблем? А детектив – целый жанр, построенный на разгадывании чужих уловок!

Стратагемы – отличный помощник в любых жизненных трудностях. Все мы, к сожалению, сталкивались с обманом, а некоторые побывали и в роли жертвы интриг. Всё это можно было бы предотвратить, если уметь видеть, что происходит, если найти способы остановить, и, если знать, чем ответить на уже произошедшее. Стратагемы фактически выводят нас на качественно новый уровень межличностной игры. Все эти «если» сбываются.

Изучив стратагемы, вы начинаете распознавать манипуляции, видеть, когда люди применяют уловки. Зная их, вы всегда вспомните несколько хитростей, подходящих под ситуацию (а если у вас такая же память, как у меня, можете добавить список стратагем в заметки смартфона).

Стратагемы – это такой своеобразный «рубильник» для мозга. С его помощью вы всегда сможете выйти из состояния растерянности и начать придумывать разные варианты выхода из ситуации, пока не выберете самый подходящий.

Фактически, *стратагема – это чей-то удачный шаблон действий*. Вы берете его, *адаптируете под свою ситуацию*, свой характер – в общем, под свой контекст, и применяете. Когда есть готовый набор «выходов», вы гораздо проще начинаете относиться к жизненным

трудностям. В конце концов, у вас всегда есть «самая лучшая стратагема»^[189]!

Можно, конечно, посчитать все это слишком трудным, замысловатым и продолжать по старинке биться головой об стену, пытаясь привычным способом разобраться с проблемой, для которой этот способ не годится. А можно сделать свое мышление гибким, научиться адаптироваться. И тратить на решение проблем минимум усилий, и физических, и душевных.

Надеюсь, что к настоящему моменту стратагеми стали для вас чем-то понятным и очевидным. Именно для этого в книге подробно освещены их история, специфика и применение. Теперь, когда очевидно, как они работают и как взаимодействуют друг с другом, становится понятно, как их использовать. Как химик из символов составляет формулу, так и вы из стратагем составляете план действий.

Наверняка вы замечали на первый взгляд совершенно нелепые действия известных политиков, которые в дальнейшем находили себе объяснение. Часто в голове у обычного человека создается каша из новостей о бессмысленных и странных действиях представителей власти. А вы попробуйте проанализировать развитие событий! Проследите, зачем и для чего это делалось, какую реакцию вызвало и наверняка заметите удивительно изощренные стратагеми.

Зачастую мы цепляемся за наши ложные ценности «Отступить – значит струсить», «Атакуют – нападай», тогда как гораздо удачнее было бы действовать мягче и гибче. Стратагеми – это гибкость травы, стелющейся по земле под ураганом. Они учат нас многостороннему взгляду на ситуацию, учат не идти на таран, не рубить с плеча, а действовать осмысленно и нестандартно.

Практическая польза стратагем несомненна. Задумайтесь: в силу специфики не так много текстов по военной стратегии проходят проверку временем. Мир меняется. Меняется оружие, возможности связи, видения, способы внедрений... Выходит, что писать пособия с учетом современных средств техники, значит смириться с тем, что все выходящее из-под вашего пера, в одночасье устаревает. Получается, единственное, что имеет смысл изучать – это общие приемы, хитрости, стратегии и стратагеми. Актуальные, независимо от времени или типа оружия. То, что можно, подглядев у древних греков или китайцев, с успехом использовать сейчас.

Не стоит забывать, что война — это война, неважно какими средствами она ведется — мечом или словом. И те приемы, которые мы привыкли рассматривать как военные, могут быть использованы и в словесных баталиях.

Но самое главное, не это. Самое главное:

стратагемы — это красиво.

Вспомните истории из китайского трактата — где-то явно выдуманные, где-то, вероятно, правдивые, которые рассказывали нам историю другого мира, не похожего на современный — изысканного и изощенного. Это были времена полководцев, не затерявшихся в завалах бюрократии — времена свободных, смелых и отчаянных героев. Такие герои нравятся людям, стоит лишь вспомнить успех Дж. Толкина или Дж. Мартина. Они вызывают к жизни глубоко спрятанную веру в сказку, живущую в каждом из нас. В сказку, где ты смел и отважен, ничего не боишься и можешь решить любую проблему смекалкой. Сказку, где верные друзья всегда с тобой, победителя ждет награда и восторг публики, а зло всегда очевидно, и всегда проигрывает в конце. Стратагемщики, они, знаете ли, всегда этакие герои — делают какую-нибудь удивительную хитрость, да такую, что хочется заплодировать и рассказать всем: «А представляете...»

Надеюсь, что все, написанное в книге, будет полезным и придется по душе риторам, политикам, дипломатам, юристам, ведущим... — всем, кто желает отточить свое ораторское мастерство. Но больше всего я надеюсь, что книга придется по душе людям, которые любят интересные истории, и хотят научиться находить выход из непростых жизненных ситуаций. И в этом им помогут стратагемы.



Благодарности

Я благодарна людям, которые помогли мне в создании этой книги.

Спасибо Чижовой Ларисе Алексеевне, моему замечательному сенсею.

Спасибо Смолененковой Валерии Владимировне – все, что я знаю о риторике, я знаю от нее.

Спасибо моему научному руководителю Качалкину Анатолию Николаевичу за то, что поддержал меня в моем интересе к стратагемам.

Спасибо моим редакторам: Юлии Бушуновой, Марине Бердник и Наталье Сусловой – без них эта книга была бы довольно скучной (правда).

Спасибо Чанг Джуй Ченгу за первоклассную научную редактуру.

Спасибо Дарье Сахневич за консультации по художественной анатомии.

Спасибо Анне Уляшкиной за помощь с греческими и латинскими текстами.

И, конечно, спасибо маме, папе, Ваньке и ба, которые поддерживают меня во всех моих начинаниях, какими безумными бы они ни были.

Об авторе



Анна Сергеевна Марчук родилась и выросла в Москве.

В 2019 году в МГУ им. Ломоносова защитила магистерскую диссертацию, посвященную трактату «Тридцать шесть стратагем» (специализация: «Теория языка и риторика»). Параллельно в МГУ получила педагогическое образование.

В 2017 году окончила Школу Акварели Сергея Андрияки.

В том же году вместе со своим братом Иваном запустила на Google Play приложение Teacher's Assistant – электронный журнал с

виртуальной рассадкой учеников.

Изучает азиатские культуры, увлекается живописью суми-е и чайной церемонией.

Что почитать по теме

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин – М.: Белые альвы, 1997.

Перевод трактата «Тридцать шесть стратагем» на русский язык.

Зенгер Х. фон. Стратагемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать: истинное воплощение тысячелетней мудрости. – М.: Эксмо, 2014.

Самая большая книга о 36-ти стратагемах из всех переведенных: история трактата и множество интересных примеров к каждой стратагеме.

Лиддел-Гарт Б. Г. Стратегия не прямых действий. Сунь-цзы XX века. Знаменитые афоризмы. – М.: Бизнеском, 2008.

Большая книга стратагематики.

Основная часть – истории применения стратагем разными полководцами: от античности до времен второй мировой. Дополнительная часть – теоретическая, где объясняется как, где и зачем использовать такие приемы.

Ло Гуаньчжун. Троецарствие: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка; под ред. В. С. Колоколова. – М.: Гослитиздат, 1954.

Классический китайский роман, в котором автор рассказывает, как полководцы и политики эпохи Троецарствия побеждали друг друга. Интриги, сражения, любовь, месть, и, конечно же, стратагемы.

Фронтин Секст Юлий. Военные хитрости (Стратегемы). – СПб.: Алетейя, 1996.

Полиэн. Стратегемы. Пер. с греч. под общ. ред. А. К. Нефёдкина. – СПб.: Евразия, 2002.

Два сборника хитростей полководцев и политиков античности.

Примеры короткие, их очень много, и среди них встречаются поистине восхитительные стратагемы.

Сунь-цзы. Искусство войны / пер. Н. Конрад. – М.: Центрполиграф, 2016 г.

Маленькая книга, о том как побеждать. И речь не столько о войне – все описанное можно применить к любому противостоянию (даже любовному). Такая вкусная, что хочется разобрать на цитаты.

Список литературы

1. Бредемайер К. Черная риторика. Власть и магия слова. – М.: Альпина Паблишер, 2014.
2. Булгарин Ф. В. Воспоминания. – М.: Изд-во «Захаров», 2003.
3. Ван Эрдон. Специфика языкового сознания русских и китайцев: Гендерный анализ: дисс. канд. филол. наук: 10.02.19 – М., 2000. – 236 с.
4. Воеводин А. И. Стратегемы. Стратегии войны, бизнеса, манипуляции, обмана. – Красноярск, 2011.
5. Гистория Свейской войны (Поденная записка Петра Великого) / Сост. Т. С. Майкова, под ред. А. А. Преображенского. – М., 2004. – Вып. 1–2.
6. Грин Р. 48 законов власти. – М.: Рипол Классик, 2013.
7. Давыдов М. А. Китайское искусство стратегии: теория 36 стратагем по И Цзин, особые стратагемы терапии, антистратагемы. – Пенза: Золотое сечение, 2011.
8. Даль В. И. Пословицы, поговорки и присловья русского народа. – М., Эксмо, 2008.
9. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. – СПб. – М.: Тип. Товарищества М. О. Вольф, 1909. – Т. 4. С – V.
10. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП / пер. А. Анистратенко. – СПб.: Питер, 2019.
11. Долгоруков А. М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратагем, воплощение замысла в жизнь. – М.: 1С-Паблишинг, 2004.
12. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. – М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.
13. Завьялова Т. Г. Историко-философский контекст развития стратагемного мышления в период правления династии Мин // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия. – 2013. – Т. 11, № 1. – С. 150–159.
14. Зенгер Х. фон. 36 стратагем для менеджеров. – М.: Олимп-Бизнес, 2010.

15. Зенгер Х. фон. Стратегемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать: истинное воплощение тысячелетней мудрости. – М.: Эксмо, 2014.
16. Зимбардо Ф. Застенчивость. – М.: Педагогика, 1991.
17. И Ццзин (Книга перемен) / пер. с кит. А. Лукьянова, Ю. Шуцкого. – СПб.: ИГ «Азбука-классика», 2010.
18. Калашников А. И. 20 стратегем успеха в тренинге: Тигр в тени медведя: китайские и русские стратегемы в тренинге. – СПб.: Речь, 2007.
19. Клаузевиц К. фон. О войне: в 2 т. – М.: АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2002.
20. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. – 4-е изд. испр. – М., 2013.
21. Криппендорф К. 36 стратегий для победы в эпоху конкуренции / перев. с англ. С. Жильцова. – СПб.: Питер, 2005.
22. Лиддел-Гарт Б. Г. Стратегия не прямых действий. Сунь-цзы XX века. Знаменитые афоризмы. – М.: Бизнеском, 2008.
23. Ло Гуаньжун. Троецарствие: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка; под ред. В. С. Колоколова. – М.: Гослитиздат, 1954.
24. Льюис Р. Д. Столкновение культур: путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей / пер. с англ. А. Андреева, М. Павловой. – М.: МИФ, 2013.
25. Макиавелли Н. Государь. М.: Эксмо; СПб: Мидгард, 2006.
26. Мрдуляш П. Б. Китайские стратегемы: упражнения в схематизации: практ. пособие по курсу «Схематизация». – М.: АНО Институт образовательных исследований и разработок, 2007.
27. Мясников В. С. Стратегематика – наука точная // Зенгер Х. фон. Стратегемы 1–36. О китайском искусстве жить и выживать. – М.: Эксмо, 2014.
28. Мясников В. С. Традиционная дипломатия и реализация Цинской империей стратегических планов в отношении Русского государства в XVII веке. – М., 1977.
29. Мясников В.С., Т. Г. Завьялова Т. Г. – Зарождение основ стратегемного мышления в Китае, 2012.
30. Народные русские сказки А. Н. Афанасьева: в 3 т. – М.: Наука, 1984–1985. – (Лит. памятники).

31. Нишанбаев Ю. Восточные стратагемы: библия стратега. – М.: Амрита-Русь, 2009.
32. Овчинников В. В. Ветка сакуры: Рассказ о том, что за люди японцы. – М.: Молодая гвардия, 1971.
33. Полиэн. Стратегемы / пер. с греч. под общ. ред. А. К. Нефёдкина. – СПб.: Евразия, 2002.
34. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 1998.
35. Салтыков-Щедрин М. Е. В среде умеренности и аккуратности // Салтыков-Щедрин М. Е. Собрание сочинений: в 20 т. – М.: Художественная литература, 1971. – Т. 12. – С. 7–27.
36. Салтыков-Щедрин М. Е. История одного города. – М.: Вече, 2017.
37. Серов В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. – М.: Локид-Пресс, 2003.
38. Стратегемы Полиэна / пер. Д. Паппадопуло. – СПб., 1842.
39. Суворов А. В. Наука побеждать. – СПб., 1913.
40. Сунь-цзы. Искусство войны / пер. Н. И. Конрад. – М.: Центрполиграф, 2016.
41. Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.
42. Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР.
43. Сунь-цзы. У-цзы: Трактаты о военном искусстве / пер. с кит. Н. И. Конрада. – М.; СПб.: Изд-во АСТ, 2001.
44. Тарасов В. Искусство управленческой борьбы. – СПб: Политехника, 1988.
45. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. – М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940.
46. Толстой Л. Н. Собрание сочинений: в 22 т. – М.: Изд-во «Художественная литература», 1978–1985.
47. Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин – М.: Белые альвы, 1997.
48. У Чэн-энь. Путешествие на Запад: в 4 т. / пер. А. Рогачева. – М.: Гослитиздат, 1959.

49. У-цзин. Семь военных канонов Древнего Китая / пер. с кит. и комм. Р. Д. Сойера, 1993; пер. с англ. Р. В. Котенко, 1997. – СПб.: ИГ «Евразия», 2001.
50. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции. – СПб.: Питер, 2008.
51. Фронтин С. Ю. Военные хитрости (Стратегемы). – СПб.: Алетейя, 1996.
52. Фронтин С. Ю. Стратегемы / пер. А. Рановича // Вестник древней истории. – 1946. – № 1.
53. Цао Сюэцинь. Сон в красном тереме: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка. – М.: Изд-во «Художественная литература», 1958. – Т. 1.
54. Шахнович М. И. Военные пословицы русского народа: Сборник пословиц и крылатых слов. – Ленинград: Лениздат, 1945.
55. Эрдон Ван. Специфика языкового сознания русских и китайцев: Гендерный анализ: диссертация канд. филол. наук: 10.02.19. – Москва, 2000.
56. Юй Ли. Семь уловок хитроумной жены // Юй Ли. Полуночник Вэйян. Двенадцать башен. – М.: Эксмо, 2008.
57. Senger H. von. 36 Strategeme für Manager. – München: Auflage, 2010.
58. Senger H. von. Stratageme, band 1, band 2, 1999 by Scherz Verlag, Bern, Munich, Wien.

Электронные ресурсы

1. Богатырева И. И. Языковая картина мира // Портал «Слово». – URL: <https://www.portal-slovo.ru/philology/43646.php>
2. Большой китайско-русский словарь. – URL: <https://bkrs.info>
3. Древнегреческо-русский словарь И. Х. Дворецкого // Портал Classes.ru. – URL: <https://classes.ru/all-greek/dictionary-greek-russian-old.htm>
4. Ду Фу. В поход за Великую стену // Интернет-энциклопедия Baidu Baike [оригинал]. – URL: <http://baike.baidu.com/item/假道伐虢>; Библиотека Максима Мошкова [перевод А. И. Гитовича]. – URL: http://lib.ru/POECHIN/DUFU/dufu_gitovich.txt
5. Искусство войны [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Искусство_войны
6. Китайские пословицы и поговорки // Портал StudyChinese.ru. – URL: <http://www.studychinese.ru/proverbs/>
7. Книга Перемен [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Книга_Перемен
8. Лиддел-Гарт Б. Г. Стратегия не прямых действий // Библиотека E-reading.club. – URL: http://e-reading.club/bookreader.php/34118/Liddel_-_Strategiya_nepriamyh_deystviy.html
9. Национальный корпус русского языка: портал. – URL: <http://ruscorpora.ru>
10. Овчинников В. В. Ветка сакуры // Библиотека E-reading.club. – URL: <http://e-reading.club/book.php?book=42477>
11. Полиэн. Стратегемы // XLegio: военно-исторический портал. – URL: <http://www.xlegio.ru/sources/polyaenus/book-1.html>
12. Полиэн [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Полиэн>
13. Путешествие на Запад [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Путешествие_на_Запад
14. Речные заводы [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Речные_заводы
15. Саулкин В. Русский Архистратиг. Слово об Александре Васильевиче Суворове // Информационно-аналитическая служба

«Русская народная линия». – URL: http://ruskline.ru/analitika/2012/09/20/russkij_arhistratig/

16. Суворов Александр Васильевич [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Суворов,_Александр_Васильевич

17. Сунь-цзы. Искусство войны // Библиотека Максима Мошкова. – URL: <http://lib.ru/POECHIN/suntzur.txt>

18. Цветы сливы в золотой вазе [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Цветы_сливы_в_золотой_вазе

19. Colonel Cassad. Стратегия не прямых действий // Сетевое сообщество Live Journal. – URL: <https://colonelcassad.livejournal.com/2932375.html>

20. Polyaeus (Полиэн) [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Polyaeus>

21. Schettino M. Introduzione a Polieno (1998 Pisa) // Культурный портал Livius. – URL: <https://www.livius.org/sources/content/polyaeus/>

22. Tan Daoji (Тань Даоцзы) [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Tan_Daoji

23. 三十六计, Тридцать шесть стратагем // Портал 劝学网. – URL: http://www.quanxue.cn/ct_bingfa/jiIndex.html

24. 三國演義 – 羅貫中, Ло Гуаньчжун. Троецарствие // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/三國演義>

25. 關門捉賊, Стратегема «Запереть ворота, чтобы поймать вора» // Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL: <http://baike.baidu.com/item/关门捉贼>

26. 南齊書 – 蕭子顯, Сяо Цзысянь. История Южной Ци // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/南齊書>

27. 呂洞賓度鐵拐李岳 – 岳伯川, Юэ Бочуань. Люй Дунбинь уводит от мира Ли Юэ с железным посохом: пьеса // Интернет-сообщество 藝文. – URL: <http://www.xysa.com/xysafz/book/quanyuanqu/t-074.htm>

28. 吳子兵法, Законы войны почтенного У [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/吳子>

29. 周易, Книга перемен // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/周易>
30. 六韜 – 姜子牙, Цзян Цзыя. Шесть секретных учений // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/六韜>
31. 山东惊现隋玉简《36计》 成书时间上推千年 // Новостной портал CCTV. – URL: <http://news.cctv.com/history/20090907/103480.shtml>
32. 打草驚蛇, Стратегема «Бить по траве, чтобы вспугнуть змею» // Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL: <http://baike.baidu.com/item/打草惊蛇>
33. 隋玉简揭秘:《三十六计》作者为山东人檀道济 // Новостной портал Chinanews. – URL: <http://www.chinanews.com/cul/news/2009/07-31/1799137.shtml>
34. 春秋左氏傳, Цзо-чжуань [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/春秋左氏傳>
35. 杜甫, Ду Фу, поэт [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/杜甫>
36. 檀道濟, Тань Даоцзы [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/檀道济>
37. 水滸傳 – 施耐庵, Ши Найянь. Речные заводи // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/水滸傳>
38. 第一计 瞒天过海, Первая стратегема. Обмануть императора, чтобы он переплыл море // Портал guji.artx. – URL: <http://guji.artx.cn/article/32029.html>
39. 紅樓夢, Сон в Красном тереме [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/红楼梦>
40. 美人計, Стратегема «Красавица» // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikipedia.org/zh-hant/美人計>
41. 蕭子顯, Сяо Цзысянь [статья] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/萧子显>

42. 西遊記 – 吳承恩, У Чэнэнь. Путешествие на Запад // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/西遊記>

43. 謝天香 – 關漢卿, Гуань Ханьцин. Се Тяньсян: пьеса // Портал xysa.com. – URL: <http://www.xysa.com/xysafz/book/quanyuanqu/t-003.htm>

44. 遠交近攻, Стратегия царства Цинь в период Сражающихся царств // Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL: <http://baike.baidu.com/item/远交近攻/16528121>

45. 通典, Тундянь [отрывок] // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/通典/卷>

46. 道德經 – 老子, Лао-цзы. Дао дэ цзин // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/道德經>

47. 金瓶梅 – 蘭陵笑笑生, Ланьлинский насмешник. Цветы сливы в золотой вазе // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/wiki/金瓶梅>

48. 金蟬脫殼, Золотая цикада сбрасывает кокон // Интернет-энциклопедия tw.18dao. – URL: <https://tw.18dao.net/成語詞典/金蟬脫殼>

49. 關大王獨赴單刀會 – 關漢卿, Гуань Ханьцин. Великий государь Гуан в одиночку только с мечом направляется на прием: пьеса // Интернет-энциклопедия Wikipedia. – URL: <https://zh.wikisource.org/zh-hant/關大王獨赴單刀會>

50. 雞鳴, Крик петуха: китайская народная песня / Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL: <http://baike.baidu.com/item/鸡鸣>

* * *

ЛУЧШИЕ КНИГИ О БИЗНЕСЕ С ЛОГОТИПОМ ВАШЕЙ КОМПАНИИ? ЛЕГКО!

Удивить своих клиентов, бизнес-партнеров, сделать памятный подарок сотрудникам и рассказать о своей компании читателям бизнес-литературы? Приглашаем стать партнерами выпуска актуальных и популярных книг. О вашей компании узнает наиболее активная аудитория.

ПАРТНЕРСКИЕ ОПЦИИ:

- Специальный тираж уже существующих книг с логотипом вашей компании.
- Размещение логотипа на супер-обложке для малых тиражей (от 30 штук).
- Поддержка выхода новинки, которая ранее не была доступна читателям (50 книг в подарок).

ПАРТНЕРСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ:

- Рекламная полоса о вашей компании внутри книги.
- Вступительное слово в книге от первых лиц компании-партнера.
- Обращение первых лиц на суперобложке.
- Отзыв на обороте обложки вложение информационных материалов о вашей компании (закладки, листовки, мини-буклеты).



У вас есть возможность обсудить свои пожелания с менеджерами корпоративных продаж. Как?

Звоните:

+7 495 411 68 59, доб. 2261

Заходите на сайт:

eksmo.ru/b2b





АННА МАРЧУК

ХИТРЫЙ, КАК ЛИС, ЛОВКИЙ, КАК ТИГР

36 китайских стратагем,
которые научат выходить
победителем из любой
ситуации



БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Примечания

1

В сокращении дана статья из Большого Китайско-Русского словаря. – URL: <https://bkrs.info>

[Вернуться](#)

2

Нельзя сказать, что в Китае все принимают стратагемы как благо: одни считают, что хитроумный чиновник гораздо ценнее честного, а другие – что эти уловки «грязные» и недостойны благородного человека.

[Вернуться](#)

3

Стратагемы широко использовались и в быту; это хорошо заметно в древнекитайских новеллах, например у Юй Ли в «Семи уловках хитроумной жены».

[Вернуться](#)

4

Мясников В. С. Традиционная дипломатия и реализация Цинской империей стратегических планов в отношении Русского государства в XVII веке. – М., 1977.

[Вернуться](#)

5

Древнегреческо-русский словарь И. Х. Дворецкого. – URL: <https://classes.ru/all-greek/dictionary-greek-russian-old.htm>

[Вернуться](#)

6

Фронтин С. Ю. Военные хитрости (стратагемы) / пер. А. Ранович // Вестник древней истории. – 1946. – № 1.

[Вернуться](#)

7

Полиэн. Стратегемы / пер. с греч. под общ. ред. А. К. Нефёдкина. – СПб.: Евразия, 2002.

[Вернуться](#)

8

Женщины, живущие в Лакедемоне, регионе, который более известен нам как Спарта. – *прим. Ред.*

[Вернуться](#)

9

Выводы основаны на анализе первого тома сборника «Народные русские сказки А. Н. Афанасьева» (в 3 т. – М.: Наука, 1984–1985). Сказок, где главный герой побеждает силой намного меньше, чем тех, где он побеждает хитростью.

[Вернуться](#)

10

Похоже на популярный в психологии прием «Как съесть слона по частям».

[Вернуться](#)

11

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. – СПб., М., 1909.

[Вернуться](#)

12

Толковый словарь русского языка: в 4 т. / под ред. Д. Н. Ушакова. – М., 1935–1940.

[Вернуться](#)

13

Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. – М., 2006.

[Вернуться](#)

14

Эта информация получена в результате самостоятельных поисков, а также благодаря базе данных Национального корпуса русского языка.

URL: <http://ruscorpora.ru>

[Вернуться](#)

15

Мясников В. С. Традиционная дипломатия и реализация Цинской империей стратегических планов в отношении Русского государства в XVII веке. – М., 1977; Мясников В. С. Квадратура Китайского круга (Избранные статьи) в 2 томах. – М.: «Восточная литетатура» РАН, 2006.

[Вернуться](#)

16

Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Знаменитые 36 стратегем за три тысячелетия / отв. ред. В. С. Мясников; пер. с нем. А. В. Дыбо. – М.: Прогресс; Культура, 1995.

[Вернуться](#)

17

Тридцать шесть стратегем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

18

Тут необходимо отметить, что далеко не каждая стратегема подразумевает обман. Многие предполагают умалчивание некоторых фактов или использование слабостей противника, но прямой обман – явление не слишком частое.

[Вернуться](#)

19

Полиэн. Стратегемы / пер. с греч. под общ. ред. А. К. Нефёдкина. – СПб.: Евразия, 2002.

[Вернуться](#)

20

Независимая итальянская республика, существовала в 1115–1185 и 1197–1532 гг.

[Вернуться](#)

21

Все цитаты приводятся по изданию: Макиавелли Н. Государь. – М.: Эксмо; СПб.: Мидгард, 2006.

[Вернуться](#)

22

Все цитаты приводятся по изданию: Клаузевиц К. фон. О войне: в 2 т. – М.: АСТ; 2002.

[Вернуться](#)

23

Бэзил Генри Лиддел Гарт – (1895–1970) английский военный, историк и теоретик, оказавший большое влияние на развитие механизированной войны в XX веке, а также на теорию стратегии в целом.

[Вернуться](#)

24

Все цитаты приводятся по изданию: Лиддел-Гарт Б. Г. Стратегия не прямых действий. – М.: Эксмо, 2008.

[Вернуться](#)

25

Один раз Велизарий победил 40 тыс. персов против его 20 тыс., второй раз 5 тыс. его воинов против 100 тыс. вандалов, наконец в третий раз 10 тыс. у Велизария и 150 тыс. у остготов.

[Вернуться](#)

26

«Книга перемен» – «易經», «И-цзин», «Канон перемен», древний китайский философский текст, используемый для гадания, ок. 700 г. до н. э. Включает 64 гексаграммы – графические объекты, призванные в понятиях инь-ян объяснить ситуацию, которая происходит с гадающим.

[Вернуться](#)

27

«Книга Южной Ци» (南齊書) посвящена истории династии Южная Ци, принадлежит перу Сяо Цзысяня (蕭子顯, 489–537 гг.). Упомянутая фраза встречается в главе 26.

[Вернуться](#)

28

На китайском она называется так: 「三十六計，走為上計」

[Вернуться](#)

29

Типография «Синьхуа» города Чэньду провинции Сычуань.

[Вернуться](#)

30

光明日报 – Ежедневная газета «Светлая ясность», одна из самых популярных газет в Китае, издается с 1949 года.

[Вернуться](#)

31

Чжугэ Лян – (181–234 гг.) полководец, военный советник, политический деятель, жил в эпоху Троецарствия.

[Вернуться](#)

32

Сунь-цзы – (545–470 гг.) мыслитель, автор трактата «Искусство войны».

[Вернуться](#)

33

Связанные подряд пластины из нефрита. Каждая пластина в полсантиметра толщиной, 24 см длиной и 2 см шириной. Весь трактат весит почти пять килограмм!

[Вернуться](#)

34

По материалам портала CCTV.com. – URL:
<http://news.cctv.com/history/20090907/103480.shtml>

[Вернуться](#)

35

Копия портрета Таня Даоцзы. Ссылка на источник:
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File: Tan_Dao_Ji.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tan_Dao_Ji.jpg)

[Вернуться](#)

36

Тань Даоцзы – (? – 9 апреля 436 г.) кит. 檀道濟, Тань – фамилия, Даоцзы – имя.

[Вернуться](#)

37

Бывшая Империя Цзинь была завоевана полководцем Лю Юем, который и основал новую династию Сун. Империя Цзинь стала Империей Сун.

[Вернуться](#)

38

Говорят, что, когда император сообщил Таню о казни, генерал воспринял это спокойно, только сказал: «Ты сам разрушил Великую стену». Его слова оказались пророческими. После смерти Таня Империя Сун оказалась совершенно бессильна против наступления Северной Вэй.

[Вернуться](#)

39

Все существующие сейчас издания трактата основаны на источнике 1941 г.

[Вернуться](#)

40

Зенгер Х. фон. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Знаменитые 36 стратегем за три тысячелетия / отв. ред. В. С. Мясников; пер. с нем. А. В. Дыбо. – М., 1995.

[Вернуться](#)

41

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

42

В такой же последовательности источники перевода будут приведены к каждой стратагеме.

[Вернуться](#)

43

Единственный недочет, который необходимо учитывать – неправильно переведена стратагема 24.

[Вернуться](#)

44

Стоит учитывать, что в ней много неточностей: смешаны «Искусство войны» Сунь-цзы и трактат «Тридцать шесть стратагем», авторство стратагем приписано Сунь-цзы, а трактовка стратагем часто совершенно неверная.

[Вернуться](#)

45

Здесь я опираюсь по большей части на исследования Харро фон Зенгера и общедоступные китайские источники.

[Вернуться](#)

46

Копия фотографии. Ссылка на источник:
[https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File: Bamboo_book_-_binding_-](https://commons.m.wikimedia.org/wiki/File:Bamboo_book_-_binding_-)

_UCR.jpg
[Вернуться](#)

47

Автор указан как Сунь-цзы 孫子, где «цзы» («子») обозначает – почтенный, уважаемый, господин, учитель.

[Вернуться](#)

48

Любопытно, что это издание готовилось во время Великой Отечественной войны с целью «ввести древнекитайскую стратегию в современный обиход» (из предисловия к переводу).

[Вернуться](#)

49

Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950. Все цитаты в дальнейшем приводятся по этому изданию.

[Вернуться](#)

50

Там же, а также: Искусство войны // Википедия: интернет-энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Искусство_войны#cite_note-5

[Вернуться](#)

51

Ло Гуаньчжун. Троецарствие: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка. – М.: Гослитиздат, 1954.

[Вернуться](#)

52

Здесь и далее, если не указано иное,

– сказки цитируются по изданию: Народные русские сказки А. Н. Афанасьева: в 3 т. – М.: Наука, 1984–1985.

– пословицы по изданию: Даль В. И. Пословицы, поговорки и присловья русского народа. – М.: Эксмо, 2008.

[Вернуться](#)

53

Здесь и далее к каждой стратагеме приводится толкование из источника: Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

54

Здесь и далее если не указано иное, после дословного перевода приведены переводы из следующих источников в указанном порядке:

1) Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

2) Зенгер Х. фон. Стратагемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать. – М.: Эксмо, 2014.

3) Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

55

Император династии Мин (годы жизни: 1360–1424 гг.). Девизом его правления было «Юнлэ» – «Вечное счастье», поэтому его порой

называют «императором Юнлэ».

[Вернуться](#)

56

Тай Цзун – один из величайших китайских императоров династии Тан. Годы жизни: 599–649 гг.

[Вернуться](#)

57

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

58

Бредемайер К. Черная риторика. Власть и магия слова. – М.: Альпина Паблишер, 2014.

[Вернуться](#)

59

Льюри Д. Как Соса-Сола завоевала мир. 101 успешный кейс от брендов с мировым именем. – М.: Эксмо, 2020. – 384 с.

[Вернуться](#)

60

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

61

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

62

Ло Гуаньчжун. Троецарствие: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка. – М.: Гослитиздат, 1954.

[Вернуться](#)

63

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

64

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – 6-е изд. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

65

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

66

Зенгер Х. фон. 36 стратагем для менеджеров. – М.: Олимп-Бизнес, 2010.

[Вернуться](#)

67

У Чэнэнь. Путешествие на Запад: в 4 т. / пер. А. Рогачева. – М.: Гослитиздат, 1959.

[Вернуться](#)

68

Досл. «воспользоваться суматохой, чтобы ограбить».

[Вернуться](#)

69

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

70

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

71

Обычно в книге приводится цитата из перевода Н. Конрада, однако это место лучше переведено в источнике: Сунь-цзы. Искусство войны // Библиотека Максима Машкова. – URL: <http://lib.ru/POECHIN/suntzur.txt>

[Вернуться](#)

72

Китайский историк и политический деятель династии Тан. Жил в 735–812 гг.

[Вернуться](#)

73

Источник: <https://zh.wikisource.org/wiki/通典/卷>

[Вернуться](#)

74

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

75

Главный, базовый текст даосской философии. Датируется V–III в. до н. э.

[Вернуться](#)

76

Читать «Дао дэ цзин» в русском переводе сомнительное удовольствие, независимо от таланта переводчика. Текст, предельно лаконичный в оригинале, получается перегруженным уточнениями,

разрастается и запутывается за счет служебных или дополнительных слов (наличие которых обусловлено русской грамматикой). Иероглифы чрезвычайно многозначны и порой трактовки одного отрывка разными переводчиками отличаются как небо и земля.

[Вернуться](#)

77

Зенгер Х. фон. Стратегемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать: истинное воплощение тысячелетней мудрости. – М.: Эксмо, 2014.

[Вернуться](#)

78

Тридцать шесть стратегем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

79

Зенгер Х. фон. Стратегемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать: истинное воплощение тысячелетней мудрости. – М.: Эксмо, 2014.

[Вернуться](#)

80

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратегемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

81

Басня «Лгун». Толстой Л. Н. Собрание сочинений: в 22 т. – М.: Изд-во «Художественная литература», 1978–1985. – Т. 10. – С. 19.

[Вернуться](#)

82

Эзоп «Пастух-шутник», пер. М. Л. Гаспаров.

[Вернуться](#)

83

По материалам авторского курса В. В. Смолененковой [рукопись, с. 5–7] – *прим.*

[Вернуться](#)

84

Льюис Ричард Д. Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей. – М.: МИФ, 2013.

[Вернуться](#)

85

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

86

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

87

Написание этой стратагемы в разных источниках отличается. Вероятно, она называлась «Втайне выступить в Чэньцан», а фраза «для вида чинить деревянные мостки» была добавлена, чтобы лучше разъяснить смысл стратагемы.

[Вернуться](#)

88

Ло Гуаньчжун. Троецарствие: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка. — М.: Гослитиздат, 1954.

[Вернуться](#)

89

Чжугэ Лян — (181–234 гг.) полководец, военный советник, политический деятель, жил в эпоху Троецарствия..

[Вернуться](#)

90

Чжоу Юй — (175–210 гг.) военачальник эпохи Троецарствия в Китае.

[Вернуться](#)

91

Описываемые события происходят в самом начале III века н. э. Время довольно загадочное, когда научные открытия соседствовали с религиозными практиками, а острый ум с глубочайшим суеверием. Автор встраивает этот эпизод в канву повествования совершенно естественно, не придавая ему особого смысла.

[Вернуться](#)

92

Упоминание этого стихотворения в связи со стратагемой встречаем у Харро фон Зенгера.

[Вернуться](#)

93

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

94

206 до н. э. – 220 н. э.

[Вернуться](#)

95

Strunk W. Jr. The Elements of Style by William, 1918. Эта книга не переведена на русский, но если вы читаете на английском (или умеете пользоваться переводчиком) советую, текста в ней не много.

[Вернуться](#)

96

Галь Н. Слово живое и мертвое. – М.: Время, 2012.

[Вернуться](#)

97

Льюри Д. Как Coca-Cola завоевала мир. 101 успешный кейс от брендов с мировым именем. – М.: Эксмо, 2020.

[Вернуться](#)

98

Кайрос – (греч.) божество благоприятного момента.

[Вернуться](#)

99

Один из четырех великих китайских романов, датируется XIV веком, автор Ши Найань.

[Вернуться](#)

100

Полная цитата: 前面馬靈正在飛行，卻撞著一個胖大和尚，劈面搶來，把馬靈—禪杖打翻，順手牽羊，早把馬靈擒住。

[Вернуться](#)

101

Здесь и далее цитируется по изданию: Фрейд З. Введение в психоанализ: лекции. – СПб.: Питер, 2008.

[Вернуться](#)

102

Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL:
<http://baike.baidu.com/item/打草惊蛇>

[Вернуться](#)

103

《南唐近事》, также переводят как «Современная история династии Южной Тан». Повествует об истории царства Южная Тан.

[Вернуться](#)

104

Чжэн Вэньбао – (953–1013 гг.) литератор, чиновник.

[Вернуться](#)

105

Пример из книги: Тарасов В. Искусство управленческой борьбы. – СПб.: Политехника, 1998.

[Вернуться](#)

106

Зенгер Х. фон. Стратегемы 1–36: о китайском искусстве жить и выживать: истинное воплощение тысячелетней мудрости. – М.: Эксмо, 2014.

[Вернуться](#)

107

Источник: <http://www.xysa.com/xysafz/book/quanyuanqu/t-074.htm>

[Вернуться](#)

108

Совершенно обыкновенные люди приняли участие в эксперименте, который якобы исследовал влияние боли на память. Им сказали, что они должны задавать вопросы и бить током другого испытуемого за каждый неправильный ответ, чтобы проверить, влияет ли боль на его способность вспоминать. Постепенно разряд тока становился все

мощнее и, в конце концов, жертва начинала кричать от боли и молить остановиться. Жертва была актером, но испытуемые этого не знали и считали, что пытаются человека. Но все равно продолжали, подчиняясь авторитету ученого.

[Вернуться](#)

109

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

110

Поймай меня если сможешь («Catch Me If You Can», реж. С. Спилберг, 2002).

[Вернуться](#)

111

Общество Phi Beta Кappa – старейшее почётное студенческое общество в США, основанное в 1776 г. Членство в нем считается высшей наградой (отличием) у студентов.

[Вернуться](#)

112

Коэн Г. Искусство вести переговоры и заключать сделки. – М.: АСТ, Транзиткнига, 2005.

[Вернуться](#)

113

Синг Онг Ю. Азиатский стиль управления: Как руководят бизнесом в Китае, Японии и Южной Корее / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2018.

[Вернуться](#)

114

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

115

Второй крупнейший трактат наряду с «Искусством войны» (IV (?) в. до н. э.)

[Вернуться](#)

116

Овчинников В. Ветка сакуры. – М.: Молодая гвардия, 1988.

[Вернуться](#)

117

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: «Олимп-Бизнес», 2017.

[Вернуться](#)

118

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

119

Флинн П. Тестировщик бизнес-идей / пер. Э. Ибрагимов. – М.: Бомбора, 2020.

[Вернуться](#)

120

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

121

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

122

Там же.

[Вернуться](#)

123

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – 6-е изд. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

124

Ду Фу, второе имя Цзымэй – (712–770 гг.) один из крупнейших поэтов Китая. Здесь стихотворение из цикла «В поход за Великую стену» (в переводе А. И. Гитовича, VI часть).

[Вернуться](#)

125

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

126

Бредемайер К. Черная риторика. Власть и магия слова. – М.: Альпина Паблишер, 2014.

[Вернуться](#)

127

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

128

Первый иероглиф стратагемы (混) имеет два варианта написания и произношения. Мы можем использовать второй вариант: иероглиф 渾 (читается как hùn), и тогда стратагема будет выглядеть так: 渾水摸魚.

[Вернуться](#)

129

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

130

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

131

Серов В. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений*. – М.: Локид-Пресс, 2003.

[Вернуться](#)

132

Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950.

[Вернуться](#)

133

Льюри Д. Как Coca-Cola завоевала мир. 101 успешный кейс от брендов с мировым именем. – М.: Эксмо, 2020.

[Вернуться](#)

134

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

135

https://lurkmore.to/Доведение_до_абсурда

[Вернуться](#)

136

Фраза целиком: 「便使盡些伎倆，幹愁斷我肚腸，覓不的個脫殼金蟬這一個謊」。

[Вернуться](#)

137

Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка: в 3 т. – М., 2006.

[Вернуться](#)

138

Омае Кеничи. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски/ Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

[Вернуться](#)

139

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

140

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

141

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

142

Интернет-энциклопедия Baidu Baike. – URL:
<http://baike.baidu.com/item/远交近攻/16528121>

[Вернуться](#)

143

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

144

Перевод не корректен, поскольку в упомянутом историческом эпизоде царство Цзинь требует прохода через Юй, чтобы напасть на Го (см. «Происхождение и влияние»), а не наоборот, как можно подумать, опираясь на этот перевод.

[Вернуться](#)

145

«Комментарии Цзо к «Чунь цю»», IV–III в до н. э.

[Вернуться](#)

146

https://en.wikipedia.org/wiki/Foot-in-the-door_technique

[Вернуться](#)

147

Freedman J. L.; Fraser S. C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. Journal of Personality and Social Psychology. 4 (2): 195—202

[Вернуться](#)

148

Последняя часть романа, куда входит интересующая нас глава, была издана почти 30 лет спустя после смерти автора, и авторство этих глав принадлежит, скорее всего, издателю Гао Э. Источник: <https://zh.wikipedia.org/wiki/红楼梦>

[Вернуться](#)

149

Цао Сюэцинь. Сон в красном тереме: роман: в 2 т. / пер. В. А. Панасюка. – М.: Изд-во «Художественная литература», 1958. – Т. 1.

[Вернуться](#)

150

Пример взят из книги: Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП / пер. А. Анистратенко. – СПб: Питер, 2019.

[Вернуться](#)

151

Как это сделано? Все дело в главных и зависимых предложениях. Каждое сложное предложение состоит из двух простых. Главное предложение более значимое, чем зависимое. В этом случае с помощью предлогов меняется статус этих предложений. 1. Зависимое (по правилам русского языка главное, но по смыслу зависимое) + главное, 2. Главное + главное, 3. Главное + зависимое.

[Вернуться](#)

152

Непрыхин Н. Аргументируй это! Как убедить кого угодно в чем угодно. – М.: Альпина Паблишер, 2015.

[Вернуться](#)

153

Псевдоним, настоящее имя неизвестно.

[Вернуться](#)

154

Никогда не говорите людям, что вы пользуетесь стратагемами в их адрес, иначе вам придется несладко))

[Вернуться](#)

155

Якокка Л. Карьера менеджера / Л. Якокка, У. Новак. – 2 изд. – Минск: Попурри, 2002.

[Вернуться](#)

156

Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950.

[Вернуться](#)

157

Записки перегонного клуба //Коммерсантъ Деньги. – 2007. – № 38. – С. 52.

[Вернуться](#)

158

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

159

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

160

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

161

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

162

Сунь-цзы. Искусство стратегии: 12 ловушек и стратагемы: дайджест // Библиотека генерального директора: в 12 т. – М.: ИД «Генеральный директор», 2008. – Т. 1.

[Вернуться](#)

163

Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950.

[Вернуться](#)

164

Точная датировка не известна, но он однозначно был написан позднее трактата «Тридцать шесть стратагем».

[Вернуться](#)

165

Сунь-цзы. У-цзы: Трактаты о военном искусстве / пер. с кит. Н. И. Конрад. – М.; СПб.: АСТ, 2001. – С. 293.

[Вернуться](#)

166

Народные русские сказки А. Н. Афанасьева: в 3 т. – М.: Наука, 1984–1985. – Т. 1. – С. 90.

[Вернуться](#)

167

Особенности поведения лидера смотрите в практике применения стратагемы 21.

[Вернуться](#)

168

Цитаты приводятся по изданию: Хейли А. ОТЕЛЬ. Аэропорт: роман/ Пер. с англ. В. Коткин, К. Тарасов. – М.: Художественная литература, 1978.

[Вернуться](#)

169

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

170

XI в. до н. э.

[Вернуться](#)

171

У-цзин. Семь военных канонов Древнего Китая / пер. с кит. и комм. Р. Д. Сойера, 1993; пер с англ. Р. В. Котенко, 1997. – СПб.: ИГ «Евразия», 2001. (см. раздел «Военное секретное учение»).

[Вернуться](#)

172

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

173

Пэт Флинн. Тестировщик бизнес-идей. пер. Ибрагимов Э. Москва, Бомбора, 2020.

[Вернуться](#)

174

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

175

Не самый корректный перевод. Тактика сеяния раздора может быть частью стратагем «Мутить воду, чтобы нащупать рыбу», «Стратагема красавицы», «Бить по траве, чтобы испугнуть змею», но никак не являться самостоятельной стратагемой, поскольку само значение слишком всеобъемлюще. Не говоря уже о том, что 反間 нельзя перевести как «сеяние раздора» или «секретный агент». Этот термин имеет конкретное значение (см. далее).

[Вернуться](#)

176

Пять видов шпионов у Сунь-цзы: шпионы местные (завербованные из местных жителей), шпионы внутренние (из близкого окружения врага), шпионы обратные (переманенные у противника, которые якобы «работают» на него до сих пор, но на самом деле шпионят и доносят вам), шпионы смерти (те, которых используют, чтобы передать

ложную информацию о ваших планах), шпионы жизни (посланные шпионы, которые возвращаются к вам с отчетом).

[Вернуться](#)

177

《關大王獨赴單刀會》。

[Вернуться](#)

178

Тридцать шесть стратагем: Китайские секреты успеха / пер. В. В. Малявин. – М.: Белые альвы, 1997.

[Вернуться](#)

179

Леммерман Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / Перевод Пер. с немецкого нем. С. Т. Бугло. – М.: ИНтреэксперт, 1999.

[Вернуться](#)

180

Многие также трактуют эту стратегию как «цепь стратегий». Когда несколько стратегий идут одна за другой и последняя приводит к желанной цели.

[Вернуться](#)

181

Чалдини Р. Психология влияния / В пер. Е. Волкова, Е. Бугаевой, И. Волкова, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб: Питер, 2013.

[Вернуться](#)

182

Авраамов П. А. Стратегия Го. Древняя игра и современный бизнес, или как победить в конкурентной борьбе. – М.: Олимп-Бизнес, 2017.

[Вернуться](#)

183

Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / пер. с кит. и исслед. Н. И. Конрада. – М – Л.: Изд-во Академии Наук СССР, 1950.

[Вернуться](#)

184

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

185

Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно / Л. Кинг при участии Б. Джилберта. – М: Альпина Паблишерз, 2011.

[Вернуться](#)

186

Социальный психолог, автор знаменитого «Стэнфордского тюремного эксперимента», результаты которого шокировали мировую общественность. Он со своими студентами устроил модель тюрьмы в подвале здания психологического факультета. Часть играла роль заключенных, часть тюремщиков. Эксперимент по этическим соображениям пришлось прервать раньше времени.

[Вернуться](#)

187

Зимбардо Ф. Застенчивость. – М.: Педагогика, 1991.

[Вернуться](#)

188

Сунь-цзы. Искусство войны // пер. Н. И. Конрад. – М.: Центрполиграф, 2016.

[Вернуться](#)

189

Конечно же я говорю о тридцать шестой стратагеме.

[Вернуться](#)