

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Что такое социальное программирование?	11
--	----

ЧАСТЬ 1, ПРИШЕЛ...

«МЫ ДЕЛАЕМ КЛИМАТ В РОССИИ»

Пиар-рынок	19
------------------	----

15 ЧЕЛОВЕК НА СУНДУК МЕРТВЕЦА, ИЛИ О ЧЕМ ВАМ НЕ СКАЖУТ КОНСУЛЬТАНТЫ

К потенциальному клиенту	22
Классификация политических консультантов и пиарщиков	24
«Очень знаменитый пиарщик»	24
«Специалист» (эксперт)	25
«Кавээнщик»	27
«Идеолог»	28
«Статский советник»	29
«Лидер» («topless manager»)	30
«Интриган» («тайный советник»)	32
«Лохотронщик»	33
«Торговец чудесами»	34
«Работоторговец»	35
«Дорогой курьер» («дельтапланерист»)	36
«Официант»	37
«Новичок-выпускничок» (яппи)	38
«Менеджер — тред-юнионист»	39
«Общечеловек-тусовщик»	40

МЕРТВЫЕ УШИ

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ КЛИЕНТОВ	41
--	----

ПОЗИТИВ	44
---------------	----

КАК ВЫБРАТЬ ХОРОШЕГО КОНСУЛЬТАНТА?	48
--	----

Рейтинги	48
Количество побед	49
«Число успешных кампаний»	51
«Соотношение побед и поражений»	52
«Известность фирмы»	53
Рекомендации знакомых	55
Дипломы, сертификаты, призы	56
Способность к созданию теории	57
Количество проектов, в которых участвовал консультант	58

ЧАСТЬ 2. ...УВИДЕЛ...

КЛАССИЧЕСКАЯ ПРОПАГАНДА

СЕКРЕТЫ ВОЖДЕЙ	63
----------------------	----

Великая эпоха	63
---------------------	----

Субъект (фюрер)	65
-----------------------	----

Пропаганда	66
------------------	----

Пирамида	68
Объект (масса)	69
СОВРЕМЕННАЯ РИОПАГАНДА	
ТРАНСФОРМАЦИЯ МАСС	
Реклама: обыкновенный фашизм	71
Собаке — собачья смерть	72
Э, да у нее совсем нет титек!.....	73
Что было, что будет	75
Воля-к-власти и воля-к-воле	77
Провоцирование субъектности	81
Смерть рекламе	85
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОПАГАНДЫ	
Интрига, состязание	90
Выбор	92
Самосбывающийся прогноз	93
Вызов.....	94
Формирующий опрос	94
Вовлечение	96
Интервью.....	96
Модели	97
Нарциссизм.....	98
Обращение к идентичности	100
Зона Уэйта	101
Повестка дня.....	103
«Ответственность»	106
Просвещения	108
Скандал, кризис	112
Тест	116
Тайна, секрет	117
Большие формы	119
Зависть и ревность	121
Дар и отчуждение.....	122
Мечь	123
Угроза и опасность	128
Юмор и сатира	129
Страх манипуляции.....	131
ТРАНСФОРМАЦИЯ ПИРАМИДЫ	
Вирулентность.....	133
ТРАНСФОРМАЦИЯ СУБЪЕКТА	
Соблазнительный объект	138
ЧАСТЬ 3. ...ПОБЕДИЛ!	
10 ПРИМЕРОВ РЕШЕНИЯ РНОБЛЕМ	145
Проект «Варяг» (выборы депутата областного Законодательного собрания)	147
Проект «Хранитель» (отмывание репутации)	150
Проект «Метеорит» (раскрутка места).....	156
Проект «Мина замедленного действия» (мечь бывшему партнеру) ...	160
Проект «Гайка в супе» (покупка объекта по заниженной цене)	163
Проект «Не обижай, жених...» (если кандидат — женщина)	167
Проект «Решение локальной проблемы» (лоббирование контракта) ...	171
Проект «Блеф» (как получить высокий пост).....	175
Проект «Александр Матросов» (победа над безальтернативным кандидатом).....	179
Проект «Имя как рычаг» (классический пиар).....	185

Книга «Уши машут ослом. Современное социальное программирование» в остроумной и шокирующей манере повествует о теории и практике политического консалтинга и связей с общественностью в современной России и в мире. Авторы отличаются нестандартностью и революционностью в понимании роли гуманитарных технологий. Книга написана популярно и рассчитана на самый широкий круг читателей: политиков, бизнесменов, журналистов, консультантов и специалистов по связям с общественностью, студентов гуманитарных специальностей, на всех, кто интересуется механизмами манипулирования сознанием.