

Вик Орлов



АНТИБЛЭК

СЕРИЯ «АНТИ»

Вик Орлов
и Александр Гусев
о культуре, политике и
социальном движении в
США

Вик Орлов

АНТИБЛЭК

Как тарантиновски
и теорию
справиться с
чуждой пропагандой,
сплетнями и слухами.

КОММУНИКАЦИОННАЯ АКАДЕМИЯ



КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫЙ ТЕХНОДАЙДЖЕСТ!

Мастер Консильери

АНТИБЛЭК:

ПОЛНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ Того
как...

СПРАВЛЯТЬСЯ С ЧЁРНОЙ
ПРОПАГАНДОЙ, СЛУХАМИ И
СПЛЕТНЯМИ...

*«Я ненавижу тебя, негр!»
(авторская песня одного из уфимских
бардов)*

Вступление:

Поднимите руку те, кого хоть раз в жизни не обзывали «козлом» или «сукой»?

Что-то не до хрена поднятых рук наблюдается...

Даже если по натуре вы - тихая устрица -обязательно найдется некто, кому приспичит, пардон, цинично насрать на вашу плоскую неподвижную и очень мирную поверхность...

И станет вам от этого очень грустно и как-то безнадежно, ибо

подумается, что господь бог явно вас обделил Счастьем и Добрými Соседями ...

Однако Всевышний тут абсолютно ни при чем, ибо хотя и наделил он каждое живое существо задницей, однако предоставил полную свободу воли по сабжу того, как ею распоряжаться...

Вот некоторые и распоряжаются не по-детски...

Вместо того, чтобы RTFM...

То бишь мануал прочесть...

Тема этой книги архиактуальна и востребована уже в силу верности нескольких предыдущих абзацев.

А вот с предложениями подобной информации на рынке книг по пиару и подобным шнягам - дела крайне неблагоприятны.

Технологических, гарантирующих результат материалов - просто нет.

Ибо нет и самой технологии - за исключением разве что некоторых материалов по ТРИЗ...

Ваш покорный слуга оседлал сабж далеко не случайно, ибо первую свою пиар-кампанию провел аж в далеком 1989 году (в интересах одного из нижнетагильских металлургических концернов, на коего набычились, было, конкуренты), когда еще не было ни самого понятия «пиар», ни тем паче всяких околопиарных контор типа РАСО, которые потом стали возникать как грибы после атомной бомбардировки...

С тех пор много чего еще приходилось проводить по данной теме, прежде чем захотелось отдохнуть от пиарного креатива, уйдя на факультет PR одного из профильных уфимских Вузов с нехилым 4-х семестровым курсом по спецтехнологиям влияния.

За все время общения с пиаром, ничто так не мотивировало к дополнительным исследованиям в сфере давления одной макушки на другую как область антипропаганды и контрпропаганды - сиречь черного пиара и защиты от него.

За почти тридцать лет увлечения темой было создано много чего любопытного в технологиях относительно сабжа - отчасти и ваш покорный слуга к этому ручонки свои приложил.

И кое-что (ясен пень - далеко не все) из изведенного (широкой публике абсолютно неизвестного) вам и предстоит изучить, читая эту книгу.

После некогда опубликованного мною артикля под ником «Если ты

не крокодил», посвященного сабжу отмывки реноме, ежели вас пилят на форумах, я получил массу запросов на расширение и углубление данной темы, но долгое (несколько лет) время задумчиво чесал репу, размышляя:

«А стоит ли рассекречивать пусть малую часть, но все ж таки чертовски мощной технологии?»

В итоге недели три тому назад я решил подвинуть в сторону все остальные топики и выдать столь желаемое и как показывает опыт - необходимое - на суд продвинутых и дальновидных читателей.

Юзать полученную инфу можете разнообразно - на благо себе любимому или иным благородным устрицам, коих плющат на форумах, в прессе, в Сети и просто в родном подъезде.

Благо свято место чисто не бывает :)

В основе этой книги лежат несколько технологических секретов, о которых знают лишь те, кто изучал сабж не по попсовым популярным книгам, а исключительно из первых рук - от лучших профпсихотехнологов, на закрытых спецсеминарах и у адептов засекреченных культовых технологий ...

Все изложенное ниже абсолютно работоспособно - тут сомневаться не приходится - проверено и засвидетельствовано.

Впрочем, растекаться «мысью по древу» не буду - дерзайте и проверяйте, раз уж приобрели эту техноэкссклюзивность.

Черная Пропаганда

(на Вириа-сленге: БЛЭК)

Дабы не гневить педагогику, начнем с определения обоих слов - пусть все будет по максимуму научно.

«Чёрная» - одно из переносных (коннотативных) значений: «плохая» или «оскорбительная»;

«Пропаганда» - усиленное распространение заявлений или идей...

В итоге получаем такой «дефинишн»:

«Черная Пропаганда» - термин, используемый для обозначения методов, цель которых - опорочить репутацию людей, компаний или государств и подорвать доверие общества к ним.

Ничего редкого в этой штуке нет - практика разрушения чьего-то реноме присуща огромному числу институтов и организаций, ставящих своей целью победить реальных или иллюзорных противников и откровенных врагов...

Для чего?

Первая причина - получить власть в какой-то сфере -например сексе или политике.

Вторая - тотальная «ибанезовость», о коей будет чуть ниже...

Цель «блэка» подорвать репутацию и доверие к объекту со стороны Значимых Других, от которых, так или иначе, зависит благополучие данного объекта, его выживание...

Надежда при этом на то, что объект будет так обосран, что ему просто тотально откажут в каких бы то ни было правах...

Нарушив доверие, например, к фирме со стороны:

- Общественности
- Клиентов
- Кредиторов
- Партнеров
- Силowych структур
- Администрации
- Криминалитета

Можно не только элементарно при желании провести рейдерскую операцию, но и тупо уничтожить объект с помощью микроскопической дополнительной атаки.

Хотя порой эта цель достигается уже в ходе самого блэка.

Цитирую одного из забугорных «супергуру»:

«Одной из ранних форм этой тактики было распространение злобных и лживых сплетен старухами.

Сплетни наносили такой вред, что в некоторых местах этих старух заковывали в колодки, выставляя на всеобщее обозрение, или изгоняли из города.

В наше время подобных мер пресечения чёрной пропаганды не существует.

Сложность и высокая стоимость судебных дел, связанных с оговорами и клеветой, злоупотребление привилегиями прессы и т.д. делают любого человека уязвимым для такого рода кампании.

Всё, что нужно, - это иметь врага».

Не знаю как вы, а для меня человек без врагов - это полный абсурд.

Как ни хреново я знаком с Всемирной Историей, но точно знаю, что замочить могут всех и каждого.

Причем у самых гуманных и положительных исторических персонажей врагов в итоге оказывалось даже больше, чем у самых кровожадных тиранов, кои просто держали свое окружение в страхе, который не позволял даже думать о мести...

Поскольку крыльев у людей пока еще нет, надо думать, что они - далеко не ангелы.

Более того, среди них полным полно глобальных имбецилов, которые живут тем, что передают (подленько хихикая при этом) направо и налево ЛЮБЫЕ бредоносные сплетни низкого пошиба.

Мещанский ментал.

Раздолье для клеветы и блэка...

Имбецил не разбирается в сути - он имбецил.

А это значит, что все непонятное он заменяет своим собственным ментальным креативом.

То бишь собственными домыслами.

В итоге, натываясь на такой «хост», клевета не только седлает его для своей дальнейшей передачи, но и сама искажается им в еще большей степени.

Таким образом, слухи, которые не имеют под собой никакой реальной почвы, буквально разлетаются за пару дней.

Существует несложный критерий, по которому можно определить - имеем ли мы дело с запланированной черной пропагандой или налицо всего лишь чье-то отдельно взятое мнение.

Критерий, повторяю, несложен: это ВДРУГ возникающее БОЛЬШОЕ количество куч дерьма, которые очень похожи между собой и ОЧЕНЬ НАСТОЙЧИВО повторяются.

Причем, хрен его поймет - откуда все это берется.

Источник остается заколдованным от нахождения.

Сами же слухи передаются «блэк-мемоидами» -людьми-роботами, и в целом вся шняга очень напоминает знаменитую хакерскую тактику сваливания серваков под названием «DDOS-атака», при которой на сервер-жертву наваливаются одновременные согласованные запросы от десятков тысяч зараженных троянами компов по всему миру.

Что приводит к дауну всего сервака...

Блэк в своей основной части (ежели объект атаки значим и известен) распространяется громко, развязно и нагло теми СМИ, которые не беспокоятся о последствиях или же кем-то тайно контролируются.

Анатомия проста - благо в обществе полно и имбецилов и ибанезов, которые, получив доступ к клевете, транслируют ее дальше - на что и рассчитывают «блэк-операторы».

(Советую (пока не забыл) поглазеть любопытный фильмец под ником «Махать собакой», в котором непревзойденный Де Ниро наглядно иллюстрирует весь сабж.

Этот фильм - хрестоматия для всех, кто считает себя пиарщиком или, как минимум, Гомо Сапиенсом).

Риску блэка подвергается любой человек, любая фирма или организация.

Дело еще и в том, каждый из них хоть в чем-то да виновен - святых не существует.

Можно припомнить пару украденных в детстве булочек, приставание к девочкам, затыривание чужой книги - мало ли что.

Благо детям и подросткам любые законы по херу...

Допустим, вы женились не по любви и в один прекрасный денек трахнули случайно подружку вашей жены.

А, может, натворили еще что-то такое же махонькое, но

общественной моралью явно не любимое.

Моника Левински и известный всем нам чувак - не так уж шибко и согрешили, ежели разобраться.

Имхо - будь я жителем Соединенных, то мне больше вкатывало бы иметь своим презиком реального мужика, которому отсасывают, нежели того, кто попался на куннилингусе :)

Однако ж.

Что угодно из вышеперечисленного может сделать человека уязвимым для атак на его прошлое и его репутацию.

Человек начинает бояться, что о нём будут говорить плохо.

В итоге он обычно «схлопывается» - замыкается в себе, снижает активность и как бы уменьшается по своему влиянию - делается меньше, стремясь защититься и стать незаметным.

И ясное дело - сие относится не только к отдельным людям, но и к целым государствам.

А в итоге?

Если вы не втыкаете в то, как поступить и как урегулировать всю эту блэковую хню, то рано или поздно (это хлебнул на себе бедняга Майкл Джексон) станете совершенно несчастным и крайне больным.

Теперь переходим к зачинщикам.

АГРЕССОР

В обществе, увы, немеряно сумасшедших - я называю их вирианским словечком «ибанезы» - созвучие известному нецензурному словечку проглядывается вполне, и в то же время сохраняются семантическая респектабельность и даже некий гламур.

(Само название не имеет ничего общего с названием известного музыкального бренда «Ibanez», гитары коего очень почитаются всеми, включая меня самого

- обладателя одной из них).

Основным признаком крайнего (бетонного) ибанеза является стремление постоянно нападать, - на что угодно, на людей или вещи, которые абсолютно безвредны сами по себе.

Причина (подробно о ней будет ниже) весьма любопытна и лежит в сфере глубочайших знаний о том, как устроен людской ментал...

Здесь же скажу лишь, что у атакующего все и всех ибанеза ВСЕГДА есть охрененный «скелет в шкафу», который им тщательно скрывается.

Запомните - это не притыренная оным ибанезом в детстве мелочь, а нечто РЕАЛЬНО серьезное - вплоть до самых страшных преступлений.

Это превращает его в Азazelло - ангела Смерти, который не почувствует себя в безопасности до тех пор пока все, кто может узнать о его тайне, не дадут реального дуба.

Это - РАЗРУШИТЕЛЬ по своей сути и по своим действиям.

Действия же оные могут быть как явными, так и крайне скрытными.

Действуя ЯВНО, ибанез сам нарываяется на большое число встречных 3.14-дюлей, что приводит к взаимным войнам и взаимной жестокости.

Однако, блэк больше присущ такому состоянию дел, когда ибанез не имеет реальных сил или возможностей дабы свалить вам на башку дубовый гарнитур.

В этом случае (ибанез находится в состоянии скрытой вражды, а не гнева) он будет стараться проводить против вас скрытые атаки, дабы рано или поздно вас-таки урыть.

Как - вы уже сами догадались - с помощью «блэка» -слухов, СМИ, любого источника, по которому можно направить в ваш адрес свою

ненависть.

Налицо чисто стратагемное (смотри материалы сайта и лоты в Эвергрине) мышление ибанеза: он ТОТАЛЬНО скрывает, что сам является генератором блэковой шняги.

Наоборот, все его поступки сигналият, что он - белый, пушистый и очень объективный зайчик.

Проанализируйте любую политическую игру с помощью этой книги, и вы поймете, что все, что вам нужно знать о политике - вы уже знаете.

Ибанез создает волну блэковой пурги, которая потом тиражируется самой шняжной частью социума.

В итоге мы получаем полноценный блэк, который преследует только одну цель - сделать вас импотентом, отняв деньги, друзей, здоровье - любые ресурсы, от которых вы зависите.

В политике и бизнесе - это основная стратегия выживания.

Основной «модус вивенди» - образ жизни.

Если вы возьмете, например, медицину, то вам и невдомек - насколько грязна и заражена блэком эта внешне благородная сфера.

Я мог бы привести кучу примеров того, как сводятся в даун гениальные изобретатели ценнейших и потенциально недорогих лекарств, как третируются честные врачи, как сочиняются бредогонны типа «птичьего гриппа» или «атипичной пневмонии».

Как внедряется в нашу фармацевтику всякая дорогостоящая и абсолютно ненужная хня, камуфлируемая все тем же блэком для прикрытия своих замыслов.

Даже если вы будете семи пядей во лбу и изобретете стопудовую панацею от, скажем, СПИДа - вам не справиться с тем потоком говна, который тут же направят на вас владельцы многомиллиардных прибылей, которым вы собрались прищемить яички.

Они просто используют старую НКВД-шную стратагему «непрерывного штурма» - будут душить вас непрерывно до тех пор, пока вы (и ваши замечательные пилюли) не подохнете.

Ресурсов и ибанезов до Кукуева и больше - пресс-релизы, фальшивые testimoniaлз, лидеры мнений, лоббирование - вас урюют в один присест - можете не сомневаться.

С недавних пор в прессе упорно муссируется тема противостояния между церковью и наукой.

Последняя упорно выступает против попыток церкви ввести себя

активно в официальные школьные программы обучения.

Ученых можно понять - не для того, скажем, тот же Дарвин сочинял свою Теорию Эволюции, чтобы какая-нибудь маленькая пиписька-второклассница подавала (реальный, блин, случай!) в суд на свою учительницу биологии за то, что та поведала ей о том, что ее предками был никакой, твою маму, не Адам, а самые что ни на есть голожопые павианы.

С другой стороны можно понять и Церковь - прорвись она в официальные учебные заведения и - хана всему духовному инакомыслию - число блэков на религиозной почве возрастет на два порядка.

Однако у блэк-операторов есть и свои уязвимые места.

Ежели в процессе блэка генерится СЛИШКОМ МНОГО злобы и нападок, то это бьет и по самим операторам, вызывает ответные действия.

Блэк - это, по сути, просто Фабрика Лжи.

Используя ПРАВИЛЬНЫЕ приемы, рано или поздно вы донесете инфу о том, что так оно и есть.

А как вы сами относитесь к тому, кто солгал вам?

При условии, что вы раскрыли его ложь?

Разумеется, вы перестаете ему доверять.

На фиг вам слушать такое же брехло в дальнейшем?

Следовательно, рано или поздно блэк-оператор сам садится на задницу.

Но для этого вам сейчас нужно получить доступ к некоторым технологическим секретам..

ПРИНЦИП «ЛЮБОЙ НОВОСТИ»

Не знаю, Господь ли, или все ж таки Дарвин распорядились так, что ментально человек устроен, увы, благотворно для блэка.

Ибо, управляет им, грешным, «Закон Информационного Вакуума», который недвусмысленно гласит:

«Каждый раз, когда челу не хватает информации, он ее просто сочиняет»

Это полезно знать в маркетинге, когда стремишься что-то позиционировать.

Точнее, если позиционировать не стремишься :)

Смысл в том, что люди избегают иметь дело с непонятным - им это не в кайф.

Сие отметил еще сам старик Шопенгауэр, который слезно клялся, что одна из функций интеллекта - всему подыскивать причину.

«Даже моя собака» - писал этот классик, урывший самого Канта - «сразу начинает мотать башкой в поисках причины, как только я отдергиваю штору».

Другими словами - если что-то наблюдается, но ни хрена не понятно, то дабы не спалить себе мозги, человек придумывает причину наблюдаемого.

Ему так спокойнее.

Сие хорошо знают профессиональные продавцы, которые никогда не станут делать «просто скидку», ибо скидка, сделанная «от балды», скорее отпугнет многих покупателей.

Посему дисконт всегда должен быть уважительно позиционирован - типа: «Сегодня сын нашего начальника впервые стал мужчиной - вот мы и решили дать всем посетителям по 5% скидки».

Ну и как это соотносится с сабжем?

Вот вас взяли да и обгадили.

Ваше естественное желание - смыться подальше, дабы пересидеть помойный дождик.

Вы сжимаетесь, создаете своеобразный вакуум, который автоматически поперет к вам кого угодно, ибо туда, где вакуум, будет подсасываться всякая шняга.

О себе вы начинаете говорить меньше, а загадка - это святое - если вы весь из себя становитесь таким загадочным Буратино, который катастрофически потерял прозрачность, то будьте уверены - число слухов относительно вас, начнет плодиться со страшной силой.

И вот тут вам должна помочь РЕАЛЬНАЯ PR-технология, а не тот бред, который за нее принято выдавать.

Есть несколько уровней пиара.

Эффективный PR - это когда вы создаете широкую известность хорошим делам.

Вражеский PR - это когда рекламируются дела плохие.

Кроме этого есть еще и НЕДОСТАТОЧНЫЙ PR - это когда вы сделали доброе дело и подумали:

«Ну и хрен с ним. Главное - доброе дело. Оно само за себя скажет.»

Это попадос.

Залет.

Большая такая ошибка.

Хорошие дела сами за себя НЕ говорят.

За них должен говорить ваш PR.

Таким образом, весь PR - это насос, который постоянно заполняет кристальной водичкой какой-то информационный вакуум относительно вас, дабы его с непоняток другие не заполнили фекалиями.

Представьте, что на какую-то фирму или конкретное физическое рыло повелась активная кампания блэка.

Чем это чревато?

Тем, что в самый разгар такой шняги для жертвы получить доступ к обычным средствам информации будет крайне проблематично.

(В этом смысле Инет является последним прибежищем - если бомжа несправедливо облажали, то он всегда может отворить себе сайт и намылить шею обидчикам).

Почему так происходит?

Тут мы опять имеем дело с особенностями коммуникационных сетей в современном обществе.

Закон современной социальной коммуникации гласит:

«Поскольку негативная или скандальная информация имеют намного БОЛЬШУЮ коммерческую ценность, то в разгар ЛЮБЫХ блэков, позитивная информация (направленная на погашение блэка) будет по возможности тормозиться»..

В этом может сомневаться только или самый наивный, или самый ненормальный, которым невдомек, что коммуникационные каналы принадлежат, как правило, именно тем, кто ведет блэк.

Так что мало называться «пиарщиком» - нужно еще иметь при этом весьма существенных размеров профессиональный фаллос..

ТЕХНОЛОГИЯ

Работа пиарщика в ситуации, когда никто его блэком не трахает, похожа на сладкую булочку: генерь великие идеи, пописывай позитивные статейки и продвигай их в прессу.

В условиях же блэка, поддерживать который с экономической точки зрения коммуникационным сетям выгодно, смысл подобных статейек будет искажен, их могут просто отбросить, и - хана...

Тут вам придется уже пахать по полной - именно как пиарщику, а не как простому строчиле релизов.

Тут важно запомнить пару важных шняжек, а именно специальный алгоритм антиблэка, разработанный одним очень нехилым дядькой, которого интенсивным блэком полоскали не один год.

Дабы не цитировать сей алгоритм с его суховатой терминологией буквально, дам вначале свою краткую интерпретацию оного - так вам будет понятнее.

1 Ежели у народа нет информации - заполните вакуум фактами. (Главный пиарщик Рокфеллера - Айви Ли - лет на 20 раньше сказал так: «Народ настроен благоприятно, когда знает факты»).

2 Докажите, что ложь - это ложь.

3 Облажайте все слухи, которые до вас дошли.

4 Контролируйте в каждом высказывании интерес чела. (Это крайне точная и очень тонкая вещь, которую сложно описать в двух словах, но я попробую сделать это хотя бы

частично чуть ниже, когда мы будем разбирать пункты алгоритма подробно)

5 Проведите расследование, пока точно не обнаружите источник блэка.

6 Используйте своё знание этого источника, чтобы помешать ему или же вообще урыть его ко всем чертям, но только не криминальными методами!

7 Продолжайте пихать в вакуум полезную инфу, пользуясь ЛЮБЫМИ имеющимися в вашем распоряжении каналами общения.

Сейчас я дам необходимые разъяснения и примеры по каждому пункту, дабы вам все стало кристально ясно.

КАК ЮЗАТЬ ЭТОТ АЛГОРИТМ?

1. Заполните вакуум.

Расхожий афоризм: «Молчание - золото» - хорош где угодно, но только не в пиаре :)

Поэтому в антиблэковой стратегии - забудьте напрочь о том, чтобы сидеть тише воды ниже травы.

Поверьте на слово (хотя на самом деле это было точно доказано), что для убийства любого блэка нужно, наоборот, генерить как можно больше исходящего потока информации от вас...

Молчание в пиаре - это синоним слова «похороны».

Никогда не слушайте никаких «профессионалов», которые будут советовать вам переждать блэк в тишине и молчании - так вы заработаете себе лишний гимор.

Опять-таки, не менее тупо - взять и начать отрицать все напропалую - как это обычно делают в политике - мол, ни фига подобного не было.

Мол, не привлекался, не крал, не спал.

Такое отрицание обычно воспринимается как еще одно доказательство того, что блэк - истинен.

Еще один наивный Барбадос - тиражировать инфу о конфликте и о самом блэке.

Это враги и без вас сделают.

Поэтому никаких там эмоциональных выплескиваний типа:

«Гнусные враги развязали публичный конфликт против нас, скромных тружеников Кацапетовской Швейной Фабрики.»

Никогда так не поступайте.

Используйте любой коммуникационный канал для того, чтобы высказаться.

Инет для этого - самое то.

При этом не нарывайтесь на такие информационные каналы, которые обязательно переврут сказанное вами.

Если вас мордуют по вполне конкретному предмету, то не подыгрывайте блэку - не продолжайте обсуждать этот сабж...

Вот один хрестоматийных примеров (транслитерированный мною в нашу реальность) того, как можно изъясняться, не опасаясь того, что вы

опуститесь до прямого глупого отрицалова.

БЛЭК-ЗАЯВА:

«В газетах пишут, что ваша фирма неделю как разорилась».

АНТИБЛЭК:

Епрст! Не сыпьте мне соль на перец!

Если бы наш чурка-директор подписал этот злополучный контракт с Ишимбайским зоопарком, то нам бы действительно настала полная хана!

Такой, между нами девочками говоря, был скандал на совете директоров, но наш маркетолог - Вася Пупкин - всех положил на лопатки. Упрямый как баран.

Уперся рогом: «Хрен, мол, вам, а не контракт!».

Его чуть не уволили прямо там же, блин.

Главбух (Тс-с-с! Я с ней сплю) мне сказала по секрету, что шеф где-то притырил еще лимонов 200 на маркетинговые крайности, так что Пупкин стоял за них насмерть.»

Какой вывод делает тот, кто прослушал этот прогрузочный фрейм антиблэка?

Думает ли он, что вы разорились?

Нет.

Получил ли он кучу дополнительной информации?

Еще как...

Он получил информацию и по теме скандала и по теме 200 загадочных лимонов где-то в трусах у шефа.

Ну и пару мемов по вашей половой жизни с главбухом - как бонус :)

Блэк перекрыт.

Для дополнительной инфы - посмотрите еще разок один из финальных эпизодов из фильма «Место встречи изменить нельзя», где Шарапов лечит банду Черной Кошки (на ее хазе) насчет своей профессии.

Подумайте - помогло бы ему прямое отрицалово в этом случае?

2. Опровергните ложную информацию.

Поскольку самыми продвинутыми в деле пропагандисткой долбежки были древние китайцы, именно им принадлежит отличная стратагема, с

помощью которой один древний китаец доказывал другим древним китайцам, что инфа, которую они получили - это полная хня, которой верить нельзя.

Позже этой же техникой стали пользоваться в разведке и шпионаже (одна, впрочем, хрень).

Назвали сию стратегию не иначе как «Дохлый Шпион» или семантически - как вам будет угодно.

Например «Мертвый Агент».

Китайцы при всей их мудрости были народом прямым - особенно тогдашние императоры.

Поэтому, ежели приносили им разведчики ложную инфу, то им не просто переставали доверять, а и вовсе секирили башку на хрен.

Таким образом, техника «Убивания Шпиона» заключается в том, что блэк опровергается путем предоставления наглядных доказательств, документов или показа демо.

Посему каждый вменяемый пиарец должен иметь в заглавнике так называемый «Комплект Мертвого Агента», в котором есть все для того, чтобы эта падла не выжила.

Дам пару хрестоматийных примеров (свои изобретать лень - вы это легко сами сделаете) из закрытых профессиональных пситехнологических источников.

Далее цитирую с легкой модификацией и дополнениями:

«ЗАЯВЛЕНИЕ:

Мне сказали, что у вас проблемы с налоговым ведомством.

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

Вот документы, подтверждающие полную выплату налогов и благодарственное письмо из налогового управления.

Предъявляете их.

В итоге:

От кого бы ни были получены эти сведения, он теперь дискредитирован и перестал быть достоверным источником.

Вот наилучший способ «умертвить агента»: когда человек делает заявление, которое можно опровергнуть, определите «КТО?» (кто является источником), чтобы направить на источник внимание сделавшего данное заявление, и после этого приведите опровержение.

Вот пример на бытовую тему:

ЗАЯВЛЕНИЕ:

Я слышала, что вы не состоите в браке с тем мужчиной, с которым живёте.

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

КТО вам это сказал?

ТА, ЧТО СДЕЛАЛА ЗАЯВЛЕНИЕ:

Я забыла.

ОПРОВЕРГАЮЩАЯ:

Что ж, вспомните, и я вам покажу некоторые доказательства.

ТА, ЧТО СДЕЛАЛА ЗАЯВЛЕНИЕ:

Ну, это был один человек...

ОПРОВЕРГАЮЩАЯ:

КТО?

ТА, ЧТО СДЕЛАЛА ЗАЯВЛЕНИЕ:

Галя Сукина.

ОПРОВЕРГАЮЩАЯ:

Хорошо. Вот моё свидетельство о браке.

А кто такая эта Галя Сукина?

Почему она врёт? Зачем ей это нужно?

Если документа нет, но вы можете его достать, скажите:

«Кто бы это ни сказал, назовите мне его имя, и при следующей встрече я покажу вам кое-что очень интересное, что имеет к этому отношение».

Обязательно достаньте этот документ и снова встретьтесь с этим человеком.

Существует миллиард вариантов применения метода «мёртвый агент».

«Это не полетит».

Поднимите это в воздух или дайте пинка, чтоб летело...

«Там пусто».

Продемонстрируйте, что там до хрена всего.

«Это не взорвется».

Взорвите это на хрен.

«Вы импотент»

Покажите эрекцию - даже если вам придется сожрать для этого ведро Виагры.

Главное - наличие ДОКАЗАТЕЛЬСТВ в любом виде.

Важно:

Вы оспариваете только те утверждения, ложность которых вы можете доказать, а на всё остальное просто не обращаете внимания.

Резюме:

КАЖДЫЙ ВАШ ДРУГ, КАЖДЫЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬ
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ И КАЖДЫЙ
СОТРУДНИК ДОЛЖЕН БЫТЬ СНАБЖЁН СПЕЦИАЛЬНЫМ
НАБОРОМ «МЁРТВЫЙ АГЕНТ», СОДЕРЖАЩИМ
ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ПРОТИВ
ШИРОКО РАСПРОСТРАНЁННЫХ СЛУХОВ (А ТАКЖЕ
БРОШЮРАМИ И ИНСТРУКЦИЯМИ ДЛЯ ЗАПОЛНЕНИЯ
ВАКУУМА)».

(Конец цитаты)

Резюме

(дабы все уложилось в голове):

ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ БЛЭКА ЮЗАЮТСЯ ПОДЛИННЫЕ
ДОКУМЕНТЫ И НАГЛЯДНЫЕ ДЕМОСТРАЦИИ

Наш китайский друг, товарищ Сунь-Цзы пару тысяч лет тому назад накатал замечательную книженцию «Искусство Войны» в которой описал несколько разновидностей шпионов, которые можно по разному использовать в своих целях.

«Мертвыми шпионами» старый китаец назвал тех, кто гонит противнику дезу.

После чего их мочат в сортире аккуратно после того, как разоблачают.

Таким образом, вместо пошлого «Без комментариев» или вместо тотальной игры в молчанку, применяется только один способ, дабы укатать блэк в бетон - это демонстрация того, что блэк - это сплошное гонимо.

Для этого:

Вы собираете документы, которые неоспоримо доказывают, что некая блэковая заявка - это ложь.

Когда пиарщик сталкивается с каким-нибудь странным язвительным заявлением или ему задают необычный вопрос, то он не должен что-то объяснять, врать, отмалчиваться, пускать тему в игнор или оправдываться - это будет нарушением алгоритма Антиблэка.

Все что он должен сделать это:

1. Узнать, откуда дровишки.
2. Предоставить документ, который опровергает блэк...

При этом лучше особо не тормозить.

Порой нужно вообще действовать стремительно и находчиво.

Вы говорите:

«Подождите минутку», идёте и достаёте из своих широких штанин документ, убивающий «шпиона».

Только так и никак иначе.

Сталкиваясь с блэком, вы сразу же спрашиваете себя:

«Как я могу тут прикончить шпиона?»

Какой документ необходим, чтобы урыть блэк?

Ложь может быть абсолютно дикой - это показывает и мой личный опыт, и опыт многих моих друзей, коллег, учителей.

В этой технике важно не стрелять по максимуму.

Шпиона убивают не кучей информации, а одним-двумя документами, даже если у вас этих документов сотня.

(То же самое, кстати, относится и ко всяким отзывам, которые любители-манимейкеры помещают на своих минисайтах в немереных количествах)

Кроме того, вам нужно проследить поток дерьма вплоть до его источника и дезавуировать этот источник и его информацию.

Мозги тут требуются параллельно с терпением, но к счастью это почти всегда можно сделать за очень короткое время - просто спрашивая того, кто принес вам блэк:

«А кто тебе это сказал?»

Рано или поздно вы найдете мальчика, который какает вам на голову.

2. Давите все слухи и сплетни.

Обычная проблема с блэком возникает тогда, когда вам предъявляют инфу, которую простым отрицанием опровергнуть ну никак не невозможно. Ибо отрицание ничего не доказывает, а эффективные аргументы подобрать порой, ой, как непросто.

Снова хрестоматийная цитата из классиков:

«Откуда я знаю, что вы не агент ЦРУ?»

Ну и как вы докажете, что вы не агент ЦРУ?

Вы не можете вытащить удостоверение КГБ, так как это было бы не лучше.

Никто и никогда не составлял документ типа «Вася Пупкин не является сотрудником ЦРУ».

Бесполезно.

Это возражение.

Кто ему поверит?

Иногда действует следующий ответ:

«А ниоткуда».

Но правильным ответом в том случае, если вы отрицаете что-то (и доказательств нет), является «заполнение вакуума».

ЗАЯВЛЕНИЕ:

Откуда я знаю, что вы не агент ЦРУ?

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

О боже. Пожалуйста, не обижайте меня.

ЦРУ однажды пыталось нанять меня.

Сказали, что застрелят меня, если я не буду на них работать. Это было на Кубе. Я продавал сахар.

И Фидель пытался. и т.д. и т.д.

Видите вот этот шрам у меня на ноге? (Задирает штанину.) И кубинский полицейский стрелял в меня, потому что думал, что я из ЦРУ.

Так что не будем обсуждать болезненные темы.

(Потирает шрам.) (Смеётся.)

Иногда вы сможете подкрепить отрицание прямыми доказательствами.

Человек, которому предъявили обвинение в контрабанде наркотиков, может предъявить доказательства, что он является членом общества по борьбе с наркотиками.

То, что выдвигается в качестве доказательства отрицания, должно заслуживать доверия.

Убить агента можно массой способов.

И главный фрейм антиблэка тут таков: вы должны уметь быстро доказать, что инфа в блэке - хня, и что вы вовсе не таков, каким вас пытаются показать.

4. Контроль интереса.

Это очень любопытная и важная вещь, которая применяется спецнами по психотехнологической коммуникации, включая коммуникацию маркетинговую и пиарную, дабы сделать общение безукоризненным.

Боюсь в этой книге я не смогу дать ее полное разъяснение - для этого нужен отдельный источник инфы (или хотя бы пара дней семинарских занятий), но попробую хотя бы концептуально описать сабж.

Дело в том, что эмоции, которые мы испытываем, не одинаковы по своему характеру.

Одни - типа радости или рациональности - более ресурсны, другие - типа горя или страха - менее.

Ясен пень, что более ресурсные эмоции склонны быть начальниками по отношению к менее ресурсным.

В результате, из двух общающихся между собой людей, более ресурсный по эмоциям человек склонен управлять, а менее ресурсный - подчиняться.

Однако, прежде чем управлять, необходимо добиться на это некоторого согласия, не так ли?

Другими словами, пользуясь терминами НЛП, мы должны провести тактику: «Подстройка - Ведение».

С точки зрения Антиблэка это означает, что первым шагом вы должны дать человеку некий ответ в той же эмоции, в которой он сделал вам свое блэковое заявление, а потом повести его чуть выше - к более ресурсной эмоции - это и есть «управление интересом», применять которое можно волшебным образом везде - от публичных выступлений и минисайтов до интима.

Описать трудно - проще показать, но вот пара примеров по сабжу. Примеры хрестоматийные, учебные, но коммент я к ним даю свой.

ЗАЯВЛЕНИЕ:

Сейчас абсолютно никому нельзя доверять.

Я думал, что вы нормальные люди, а оказывается, вы все маниейкеры.

(Крайне малоресурсная эмоция полного апатняка, которая использует контекст безнадеги и обобщения типа «Все» или «Никто». Чувака ничто не интересует и он не ведется ни на какие радостные вопли и гневные отрицалова)

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

Ой-ой-ой, кто же мог сказать вам такую чудовищную ложь? (Рыдание.)

(Почему так? Потому что рыдание - это эмоция Горя, а она расположена аккурат над эмоцией Апатняка и мягко этот Апатняк контролирует сверху. Кроме того, мы вытягиваем чувака хоть на какое-то общение, так как задаем ему вопрос, что имеет побудительный характер)

ТОТ, КТО СДЕЛАЛ ЗАЯВЛЕНИЕ:

Нет смысла об этом говорить.

(Апатняк продолжается)

ОПРОВЕРГАЮЩИЙ: (со слезами)

Но ты должен мне сказать. Господи, как же хреново я себя чувствую.

(Продолжаем контролировать с помощью Горя -настойчиво и плаксиво. Обратите внимание - никаких других эмоций - никакого крика или обвинений, ибо апатняку это пофиг)

ТОТ, КТО СДЕЛАЛ ЗАЯВЛЕНИЕ:

Ладно, ему все равно наплевать, скажу я об этом или нет.

Это наш местный коп - Николай Мудин.

(Начинается коммуникативный движ, ибо настойчивое горе пополам с соплями пробили тормозной барьер апатняка)

ОПРОВЕРГАЮЩИЙ:

(со слезами) (в носовой платок)

До чего же это ужасно с его стороны.

И всё из-за того, что я подобрал его пьяного в жопу и отвез домой отсыпаться, а он сказал, что, если я проболтаюсь, он всем расскажет, что я - манимейкер.

(В тоне горя опять-таки пропиарена тема «Дохлого Шпиона, которую апатняковый чел в ТАКОМ виде примет более охотно)

ТОТ, КТО СДЕЛАЛ ЗАЯВЛЕНИЕ:

Как же это всё печально. Как жесток мир.

Какая свинская неблагодарность!

(Это уже тоже почти горе - с элементами мягкого негодования - наш Апатняк поплелся за нами вверх по ресурсности эмоций и стал что-то там вякать более полезное).

Уместность или неуместность ваших баек -абсолютно неважны.

Главное - хоть какая-то история, позиционирующая блэк как гонимо.

Ну, типа: (со слезами)

«А всё потому, что меня выгнали с работы, ведь я когда-то был неплохим сантехником, но потерял вантуз, и начальник не дал мне зарплату, и мне пришлось просить милостыню в Рунете. (Рыдания.)

Очень полезно тут перечитать «Мастера и Маргариту»
- то место где Фагот рассказывает о смерти Берлиоза в тер минах
«Хрусть - пополам.»

Поможет войти в роль при необходимости.

Еще пример:

ЗАЯВЛЕНИЕ:

Я слышал о вас кое-что херовое, ребята.

(Самая отвратительная и типичная для блэка и блэк-операторов эмоция - Затаенная Враждебность)

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

(делается в гневе, ибо гнев лежит аккурат повыше эмоции затаенной вражды)

Кто только ПОСМЕЛ такое сказать?

(Это должен быть ЧИСТЫЙ гнев - очень яркий - без примесей других эмоций - само по себе это офигенное оружие - очень убедительное - советую потренировать, но слишком часто им не размахивать.

Классика - Жириновский, который очень часто контролирует своих оппонентов и всякую блэковую шнягу именно в тоне гнева.

Посему сей чел может быть крайне убедительным).

Дам еще один пример беседы в «равноресурсных» эмоциях, дабы у вас был полный запас прочности по сабжу.

ЗАЯВЛЕНИЕ:

Говорят, что ваши приятели сперли пару компов в Интернет-кафе.

ОПРОВЕРЖЕНИЕ:

Кто это сказал?

ТОТ, КТО СДЕЛАЛ ЗАЯВЛЕНИЕ:

Любовница сисадмина кафе.

ОПРОВЕРГАЮЩИЙ:

Ах, вон оно что! Она перепутала. Компы украли у них самих. Аккурат с блоками питания.

Чуваки зашли в кафешку, взяли пивка. Слушай, а тебе не кажется, что эта телка их и сперла?

Ты никогда не слышал о том, чтобы она что-нибудь перла? Ну, там мелочь у своего чувака или кокс у пушера.

Вроде кто-то мне рассказывал что она была второсортной путаной раньше. Выгнали за профнепригодность и мелкие кражи - воровала молнию с ширинок ока клиент спал».

Думаю, схема понятна - вы перекрыли сабж новой инфой про сам источник информации, заполнив вакуум и дав массу деталей.

А поскольку тема мемовая, то дальше по свету пойдет гулять уже совсем другая хня.

Концепт весьма прост (хотя на сам поиск может уйти довольно много времени и денег) - вы просто идете от одного источника к другому - возвращаясь по цепочке назад к Источнику.

Типа того, как если вы чувствуете в речной воде привкус мочи, то ползете вверх по течению аккуратно до той коровы, которая вас этой

мочой обеспечивает.

Анализируйте байки, и вы очень быстро получите своего «скрытого друга».

Один из специалистов в этой сфере сказал мне, что на поиск источника анонимного блэка в миллионном городе ему требуется по данной технологии всего пара дней опросов.

Попутно может появиться не один источник, а несколько - помните, что нужно анализировать дальше - ибо падла всегда ТОЛЬКО ОДНА и рано или поздно, спрашивая людей: «Кто вам это сказал?», вы ее найдете.

Ибо она либо не сможет ответить на этот вопрос, либо тотально не захочет - потому как сама же блэк и сочинила.

Другими словами вы просто заносите любые новые данные и фамилии в отдельные файлы.

Тот файл, что будет иметь самый большой размер - даст вам инфу о блэк-операторе.

6. Урыть или нейтрализовать

Никакой блэк никогда не бывает вечным.

Он идет волнами - как в случае с информацией о «птичьей гриппе» или минете, мастерски проделанном Левински.

Атаки вы глушите Дохлыми Шпионами.

Попутно выясняете - какая же сволочь все это затеяла?

Только наблюдение, сбор данных и голая логика.

Ежели все делать правильно, то весьма часто блэк оператор идет сушить весла сам по себе и очень быстро.

Иначе опытные консьеры (у которых, кстати, была и такая

функция) - быстро найдут виновника торжества и наваляют ему по скорлупкам, мама не горюй.

У ибанезов есть хорошая чуйка на предполагаемые дюли.

Ну а поскольку самая лучшая стратегия - это контратака, то вам нужна встречная антиблэк-кампания, которая будет основана на фактах и только на фактах.

Истина аксиоматична - те, кто занимается блэком, всегда замешаны в очень серьезных преступлениях и им есть что скрывать.

По жизни это могут быть улыбчивые фарисеи -прогнившие и лицемерные.

Зайдите в какой-нибудь из мелких киевских автосалонов, продающих модели европейского производителя (типа Ауди или Фольксвагена) и представьтесь, скажем, представителем Мазды или Хонды.

Думаю, вы воочию увидите - как может быть высокомерен тот, кого терзает синдром вахтера: «Маленький член но большая должность»

Блэк операторы выглядят настолько уверенными в своей ПРАВОТЕ, что это порой воспринимается как доказательство того, что они полностью правы...

Поэтому часто они абсолютно невидимы в обществе.

Ну, как можно подозревать в блэке вот этого чинного отца семейства или вот эту офигенную благотворительную контору?

В итоге - масса трупов хороших людей, придушенных блэком - качественно и сложно определяемо.

Однако и у отца семейства и у корпоративного филантропа есть одно общее, что неизменно как смерть и налоги: у всех их есть за душой ПРЕСТУПЛЕНИЯ, которые ими тщательно скрываются от всех.

Может быть, это растление маленьких собачек, может быть шантаж - не суть важно.

Но это есть.

Вы найдете это не сразу - но найдете рано или поздно ВСЕГДА.

Вот почему в политике так просто оперировать компроматом.

Сама суть политических игр предполагает тотальный блэк - а значит, ВСЕ игроки имеют своих скелетов в шкафу.

Их просто находят и складывают на будущее.

Каждая необъяснимая блэковая атака против вас - точный признак того, что атакующий - преступник, которому есть что скрывать.

Фармацевтическая фирма может иметь свой штат киллеров.

Добропорядочный священник может трахать своих певчих.

Это реальные блэк-операторы, которые за свою жизнь угробили не один десяток порядочных и честных людей.

Все очень просто - плохие мочат хороших.

Если на вас наезжают (один хрен - в онлайн или в реальной жизни), то, скорее всего, просто потому, что никакой ибанез не вытерпит рядом с собой кого-то более достойного.

Поэтому надо сразу же мочить ибанеза - не дожидаясь пока он сам себя уроет своим блэком - это может быть слишком поздно.

Закон жизни гласит - не улаженная вами ситуация вернется и накопляет вам в еще более разрушительной форме.

А посему во всем, что касается блэка:

ЕДИНСТВЕННОЕ ЧТО ЭФФЕКТИВНО - ЭТО АКТИВНЫЙ

АНТИБЛЭК В ВИДЕ КОНТРАТАКИ.

Почему нужно начинать встречную кампанию в условиях антиблэка?

Допустим, что ваша фирма подверглась блэку и стала разруливать ситуацию.

Если ограничиваться только первыми шагами - Дохлым Шпионом и заполнением вакуума, то источник чумы может успеть изгадить вам все линии коммуникации - и вам просто не удастся хоть до кого-то достучаться - вас просто не станут слушать.

Нападки и скандалы намного легче сделать известными, чем оправдания.

Любая свара и разборки - тут же получают широкую известность.

Даже если это - всего лишь скандалы в Доме-2.

Это закон паблисити.

Сами же грешки блэк операторов - ими скрываются, и тут тоже возникает вакуум, который вы должны заполнить.

Чтобы было по-другому общество должно в подавляющем своем большинстве иметь ресурсные эмоции, которым чернуха просто неинтересна.

Однако это совсем не так.

К счастью официальные каналы информации - это не все, что вы можете себе позволить - есть вирусный маркетинг, молва, Инет, форумы, чаты, письма, лидеры мнений и так далее.

Используйте только дружественные к вам (или нейтральные) каналы коммуникации для посылы своих антиблэковых мессиджей.

Все остальные вас просто переврут.

Из строчки «она отмечала свой день рождения» в интересах блэка можно сделать следующую новостную мем-трансформацию:

«Вчера правонарушители из числа ее знакомых организовали очередную оргию и пытались объяснить милиции, что это была всего лишь вечеринка, посвящённая дню рождения. В тюрьму не попал никто».

Это мем-морфинг - придание невинной инфе вирусного характера.

Ну типа: «В этом фильме молоденькая невинная девушка оказывается рабыней животных страстей и извращенных вкусов.»

Это, между прочим, - мем-морфинг сказки о Красной Шапочке. :)

Итак антиблэк делается через контратаку.

Но только при наличии доказательств - иначе вас по судам затаскают.

Это требует времени.

Поиска данных, врагов ваших врагов и так далее.

Порой это требует также нейтрализации друзей ваших врагов и их помощников.

В итоге вы идете по ступеням все выше и выше - пока не доходите до главного козла.

Порой можно все уладить публичными обсуждениями и переговорами - всегда имейте это в виду.

Если же блэк - оператор слишком чванлив для этого - продолжайте расследование, и рано или поздно ему настанет гарантированная Кончита Мартинес.

Но помните, что атаковать необходимо сразу же, как только вы

знаете - КТО ИМЕННО.

Иначе Кончита Мартинес навестит ВАС.

7. Все больше заполняем информационную пустоту

У любого антиблэка всегда есть две компоненты -военная и мирная.

Любая критика - это еще и реклама, так что если вы только гоните волну на блэк оператора, то, так или иначе вы включаете его в свою рекламную кампанию :)

Каждый атакующий - сразу становится известным -иначе на хрена столько нападков одного политика на другого?

В политическом пиаре Ут-мем «Мы против Них» -самый популярный - иначе информационного повода просто не получить.

Поэтому для того, чтобы ваш антиблэк был эффективным, вам необходима и «мирная» компонента - как можно больше информации, позиционирующей вас - брошюры, проспекты, акции, контакты с СМИ и лидерам мнений - все это должно содержать ПОНЯТНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ того, КТО вы и чем занимаетесь.

Только ПРОЗРАЧНЫЙ бренд может быть уважаемым и любимым.

И одновременно - блэкоустойчивым.

Это сама суть пиара - хорошая инфа о хороших делах.

Которые тоже нужно совершать.

Нужно быть прозрачным и не посвящать всю свою жизнь только войне или только сидению в темноте и скрытности.

Успешный пиар - это постоянное генерирование позитива, который исходит от вас.

В итоге блэк против вас будет редким, случайным и вы всегда сможете его сразу прикончить.

ТАК ЧТО ЖЕ ТАКОЕ БЛЭК?

Ясно, что никто из нас не тупой - я понимаю, что концепция сплетен, слухов и прочей нехорошей для реноме лажи, вам уже понятна, и вы, скорее всего, с изрядным любопытством дочитали до этого места, соображая - как теперь станете действовать в необходимых ситуациях.

Однако я привык доводить дела до абсолютно понятного результата - ЦОПа и посему брошу еще один взгляд на столь одиозный сабж.

Итак, согласно классическому определению:

Блэк - это произведённая тайно атака на репутацию человека, компании или целого государства, в ходе которой используется ложь и клевета с целью ослабления или уничтожения того, кого атакуют.

При этом ваша личная или корпоративная Безупречность - это вовсе не защита от блэка.

Христос был безупречен.

А что с ним творили - помните?

Антиблэк может быть очень муторным, но ваша Репутация и ваше Будущее того стоят.

Сражайтесь - вам не занимать ни мужества, ни знаний, ни усердия.

Победа за вами!

Enemy-лайн

Никакая блэк-кампания не обходится без мало-мальски детально разработанного плана.

В этом плане четко расписано - кто, что, когда и кому должен делать и говорить.

Вначале генштабом генерится основной концепт -фрейм вранья, который потом разрабатывается в деталях.

Эти детали уже доносятся до мелких и средних исполнителей.

Тут обязателен «репитерный (смотри книгу «психовирусы») способ внедрения» блэк-убеждений в сознание общественности, а именно:

МЕССИДЖ ДОЛЖЕН ПОВТОРЯТЬСЯ СНОВА И СНОВА, ЧТОБЫ ОКАЗАТЬ ВОЗДЕЙСТВИЕ

Только так новые мемы обойдут природную систему защиты в наших мозгах.

В разведке применяется аналогичное: одна и та же инфа светится одновременно в нескольких независимых местах.

Это убеждает в её «подлинности».

На этапе блэк-планирования делаются несколько «протяжек» - конкретных материалов, отыгрывающих базовый фрейм - типа статей или выступлений в прессе.

Запланированность, как уже говорилось - вычислить легко, ибо она сразу вычисляется, если вы видите одновременно в разных местах мессиджи с **ОДНИМ И ТЕМ ЖЕ ФРЕЙМОМ**.

Далее привожу абсолютно обязательный хрестоматийный учебный пример, на котором антиблэеры всего мира обучают своих начинающих коллег.

(Каждый, кто внимательно прочтет всю эту книгу и разберет с карандашом все приведенные примеры - получит исчерпывающую информацию по сабжу -поэтому, плиз, - ТЩАТЕЛЬНЕЕ ЧИТАЙТЕ!)

Цитата:

«Пример:

Кондитерская фабрика «Рахатка» монополизирует рынок.

Специалисты по PR кондитерской фабрики «Лукумка» решают атаковать «Рахатку» и добиться господства на рынке.

Специалисты по PR компании «Лукумка» решают пустить слух:

«Двенадцать работников фабрики “Рахатка” госпитализированы с подозрением на бешенство».

Чтобы организовать публикации в прессе, рассказывающие об этой ситуации, специалисты по PR фабрики «Лукумка» устраивают так, что некая Дуня Шнобель получает работу на фабрике «Рахатка».

Затем ей набивают рот мылом и отправляют делать анализ на бешенство.

В то же время «мама» Дуни звонит директору фабрики «Рахатка» и признается, что её дочь поцарапала одного из работников.

Директор отправляет еще нескольких сотрудников сдать анализ на бешенство.

Специалисты по PR фабрики «Лукумка» сообщают об этом в прессу.

И в результате в местной газете появляется маленькая статейка:

«Несколько работников фабрики “Рахатка” были обследованы на

вирус бешенства после того, как один был госпитализирован».

Заметка из двух строчек.

Но теперь специалисты по PR фабрики «Лукумка» появляются в городе.

Комитет, состоящий из горожан, яростно осуждает «Рахатку» за антисанитарию.

Вызываются представители Министерства здравоохранения и городской санитарной инспекции, а коробки с продукцией кондитерской фабрики «Рахатка» накапливаются на складах.

Среди торговых агентов, работающих с фабрикой «Лукумка», и продавцов, торгующих продукцией этой фабрики, распространялись слухи о фабрике «Рахатка», им также раздавали газетные вырезки.

И люди слышали от каждого из них: «Какая жалость, на фабрике “Рахатка” выявлены случаи бешенства, и Министерство здравоохранения распорядилось их закрыть».

Специалисты по PR фабрики «Рахатка» теперь отрицают, что их фабрику закрыли, и утверждают, что был лишь единичный случай бешенства.

Потому что они - идиоты.

И фабрика «Рахатка» входит в полосу финансовых потерь, в общей сложности составляющих десять миллионов долларов.

В чем же их ошибка?

Они ПОМОГАЛИ УКРЕПЛЯТЬ ВРАЖЕСКУЮ КОММУНИКАЦИОННУЮ ЛИНИЮ.

Всякий раз, когда упоминалась эта тема, специалисты по PR фабрики «Рахатка» могли применять технику «мёртвого агента» и должны были её применять.

Но они так этого и не сделали.

А также они должны были:

- а) заставить Дуню признаться в том, что всё было подстроено фабрикой «Лукумка»,
- б) быстро развернуть кампанию против фабрики «Лукумка»
- в) проинструктировать представителей своей коммуникационной сети (новая линия, только что проложенная ими), чтобы они говорили следующее:

«Вы слышали о том, что вчера “Лукумка” пыталась выкупить «Рахатку»?»

Представьте, на что готовы эти парни, чтобы нас заполучить!»

Вывод из данного, мастерски написанного сэмпла:

НИКОГДА НЕ ПОМОГАЙТЕ ВРАГУ ПРОВОДИТЬ БЛЭК НА ВАШИХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ЛИНИЯХ ИЛИ НА КАКИХ-ЛИБО ДРУГИХ ЛИНИЯХ!

То бишь: не занимайтесь опровержением слухов, поскольку это именно то, что они от вас хотят.

ОРГАНИЗУЙТЕ СВОЮ КАМПАНИЮ, КОТОРАЯ БУДЕТ ЛУЧШЕ, ЧЕМ У НИХ, И СПОСОБСТВУЙТЕ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЮ!

Вот некоторые учебные примеры, на которых вы можете проверить прочитанное и изученное вами:

1. «К нетрадиционным медикам обращаются люди, которым НА САМОМ ДЕЛЕ требуется профессиональная помощь».

(На самом деле те, кто распространяет такие заявления, убивают людей своей «профессиональной помощью».)

Поэтому один из вариантов: разоблачение источника таких заявлений как имеющего отношение к убийствам.

2. «Чуркису не разрешают въехать в США».

Вариант кампании антиблэка: «Чуркис - популярный член целого ряда английских карточных клубов и профсоюзов».

Теперь блэк операторы открыты для вашей контратаки, ибо она ведется вами по вашим линиям коммуникации.

Резюме:

**НИКОГДА НЕ ПОМОГАЙТЕ ВРАГУ ВЕСТИ КАМПАНИЮ
БЛЭКА НА ВАШИХ ЛИНИЯХ ОБЩЕНИЯ!**

ВАШЕ СПАСЕНИЕ - ВАША СОБСТВЕННАЯ ПИАР КАМПАНИЯ

Завершение:

Сабж блэка завершен и вам остается только ошарашенно понять, что все это отлично работает где угодно - а уж в онлайн тем более...

Я бы не стал утверждать сие столь категорично, если бы не имел свой собственный онлайнный опыт в применении этой технологии - немного для себя самого и прилично - для кого-то еще, кому требовалась реальная помощь...

Будучи по Гороскопу существом с вдвойне обостренным чувством справедливости (Весы-Собака), я ненавижу, когда на чистый стол лезет всякое быдло и особенно, когда это быдло начинает прямо на этот стол блевать.

Ради этой книги мне пришлось перерыть много конфиденциальных источников, лекций, заметок -включая то, что я читал на лекциях и семинарах по Вириа-пиару и по Реальному Маркетингу - все сжато и подано в рабочем виде - без какой-либо воды и пустого теоретизирования - отчасти авторское, отчасти - дайджестовое.

Технология - на то и технология чтобы быть технологичной...

В онлайн у вас порой будет намного больше возможностей, дабы справиться с блэком, поэтому, заклинаю вас - кем бы вы ни были, какую бы сферу бизнеса не окучивали в оффлайне - начните уже сегодня готовить себе почву для стабильного ОНЛАЙНОВОГО бренда - стабильной линии общения в условиях ЛЮБОГО блэка

Хочешь мира - готовься к войне.