

*Specjalista w dziedzinie nowoczesnych mediów przerywa milczenie i pokazuje, jak naprawdę funkcjonują. Jak garstka szemranych blogerów kontroluje cały system tak zwanych mediów informacyjnych, przekuwając nasze zainteresowanie i naszą uwagę w zyski dla siebie.*

**Andrew Keen,**  
**autor książki *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę***

### **Łatwa sztuka manipulowania mediami**

Media są w stanie wynieść ludzi na piedestał w jednej chwili, po czym bez wahania ich z niego strącają. Złośliwa plotka może kosztować firmę miliony, polityczny skandal zmusza kandydata na urząd państwowy do wycofania się z wyborów, zaś nikomu nieznana osoba z dnia na dzień zostaje celebrytą. Mało które media są dziś niezależne, dlatego takie rzeczy nie dzieją się przypadkiem. To doskonale zorganizowane akcje, za którymi stoją specjaliści kontrolujący media. Chcesz się dowiedzieć, jak to się robi? Zaczerpnij informacji z samego źródła.

Manipulowanie mediami to mój zawód. W świecie, gdzie blogi kształtują i wypaczają treść newsów, moje zadanie polega na kontrolowaniu tych blogów — to samo robić może w zasadzie każdy. Dlaczego ujawniam te wszystkie sekrety? Ponieważ jestem zmęczony światem, gdzie blogerzy przyjmują łapówki, marketerzy pomagają pisać newsy, lekkomyślni dziennikarze rozpowszechniają kłamstwa — i wszystkim to uchodzi na sucho. Zabieram Was za kulisy, ponieważ nie chcę, aby ktoś jeszcze dał się niemile zaskoczyć. Przeczytaj tę szokującą książkę i podziel przez dwa wszystko, o czym czytasz.

---

*„Podręcznik mrocznej sztuki eksploatowania mediów”.*

**Robert Greene,**  
**autor książki *48 godzin władzy***

*„Ważne ostrzeżenie zarówno dla specjalistów od PR-u, jak i dla klientów”.*

**Richard Edelman**

*„Książka, która przyprawia o dreszcze zachwyty i zgrozy”.*

**„Financial Times”**

*„Książka ta bardzo mocno zaniepokoi gigantów wirtualnych mediów”.*

**Drew Curtis,**

**twórca Fark.com**

*„Ryan ma w sobie coś z Machiavellego, coś z Ogilvy’ego... Ten młody spec (...) jest sekretną bronią, o której nigdy nie słyszeliście”.*

**Tim Ferriss,**  
**autor książki 4-godzinny tydzień pracy, zdobywczyni pierwszego**  
**miejsca listy bestsellerów „New York Timesa”**

Wprowadzenie (7)

**Część I. Pora karmienia potwora. Czym jest blog?**

1. Blogerzy jako twórcy newsów (19)
2. Jak stworzyć coś z niczego w trzech prostych krokach (27)
3. Wielki blogowy przekręt, czyli jak zarabiają wydawcy blogów (45)
4. Taktyka I: blogerzy są biedni - więc pomóż im płacić rachunki (57)
5. Taktyka II: mów to, co chcą usłyszeć (67)
6. Taktyka III: dawaj nie to, co dobre, ale to, co chodliwe (79)
7. Taktyka IV: pomagaj im oszukiwać ich czytelników (93)
8. Taktyka V: sprzedawaj im to, co mogą odsprzedać (wykorzystywanie problemu jednorazowości) (101)
9. Taktyka VI: sprowadzaj wszystko do właściwego nagłówka (115)
10. Taktyka VII: zabij ich obfitością odsłon (123)
11. Taktyka VIII: używaj technologii przeciwko niej samej (135)
12. Taktyka IX: po prostu zmyślaj (inni też to robią) (145)

**Część II. Potwór atakuje. Jakie funkcje pełni blog?**

13. Irin Carmon, *The Daily Show* i ja, czyli o tym, ile złego może narobić bloger (157)
14. Jest nas więcej. Panteon manipulatorów (169)
15. Słodkie, lecz złe. Taktyki stosowane w rozrywce online, które odurzają i Ciebie, i mnie (177)
16. Gospodarka podlinkowana. Złudzenia co do źródeł (185)
17. Internetowe naciągactwo. W obliczu wyłudzeń w sieci (199)
18. Iteratywny szwindel. Fałszywa filozofia dziennikarstwa internetowego (209)
19. Mitologia sprostowań (223)
20. O trwaniu w złudzeniach (235)
21. Mroczna strona sarkazmu. Gdy atakuje poczucie humoru (245)
22. Ceremonia upokorzenia w XXI wieku. Blogi jako nośniki nienawiści i narzędzia kary (257)
23. Witamy w nierzeczywistości (265)
24. Jak czytać blogi. Aktualizacja wszystkich zrelacjonowanych kłamstw (273)

WNIOSKI. A więc... co dalej? (279)

Podziękowania (289)

Literatura cytowana (291)

Literatura dodatkowa (294)