РОМАН МАСЛЕННИКОВ



99 коротких рецензий на книги о пиаре

Роман Михайлович Масленников

Аннотация
Роман Масленников. 99 коротких рецензий на книги о пиаре
Предисловие к большому обзору
Где и как читать?
Лайфхак по чтению книг
Как правильно воспринимать сборник рецензий
Благодарности
Книги одним списком
99 коротких рецензий
Бонусные книги для самых умных
Один совет напоследок

Аннотация

Вам нужно срочно найти важного человека с умными мыслями? – Это к пиарщику.

Нужно устроить информационный взрыв в СМИ или в своей голове? – Тоже к пиарщику!

Хотите знать, что стоящего почитать на праздниках или в свободное от работы время? – И тут пиарщик пригодится.

В мире всего 5 % людей владеет техникой вдумчивого скорочтения. Это когда ты не только прочитал, но и понял, о чем было написано в книге. И 87 % «быстрых читателей» составляют именно пиарщики PR-специалисты. Ну, примерно.

На пиаре сошелся клином свет любого бизнеса. Известно, что только прибыльные и успешные бизнесы обращаются к услугам пиарщиков. Более, чем за 10 лет практики я всегда задаю разным клиентам один и тот же вопрос: «Что вы рекомендуете прочитать?», подразумевая продолжение фразы, «…чтобы стать таким как Вы?» И вот, лучшие книги – перед вами.

Роман Масленников
99 коротких рецензий на книги о пиаре

Предисловие к большому обзору

Этот обзор стоит воспринимать как список книг, которые меня впечатлили за более, чем 10 лет «варки» в PR-сфере. Никаких «саммари», «выжимок» и «главных мыслей» здесь не будет, благо сейчас много подобных сервисов[1]. Лучше прочитать книгу целиком и самостоятельно, мое мнение.

В этом обзоре я точно скажу, какие книги стоит читать, (таких большинство), а на какие не стоит тратить время. Мне повезло, что хороших книг по пиару мне попадалось больше. Возможно, причина в том, что настоящая PR-литература замаскирована под художественное произведение. А на такие у меня “нюх”.

Кому в первую очередь интересен данный список:

– **Людям бизнеса, предпринимателям, бизнесменам** и стартаперам. Встречаясь с вами, я понимаю, что вы в большинстве своём «сече-

[1] Примечания: 1

Книга в день http://www.knigavden.ru/, Главная мысль http://www.knigikratko.ru/, http://www.smartreading.ru/, http://briefly.ru/ и др.

те фишку». Базовые представления о пиаре у российских бизнесменов имеются — факт. Это понятно также мне как предпринимателю — без какой-то изюминки стартануть сложно. Хорошие бизнесы тем и хорошие, что отличаются от других — по крайней мере, на этапе старта. А иначе как выжить на старте на высококонкурентном рынке? То есть, все предприниматели являются по чутью пиарщиками высокого полета. Данный список даст понимание того, что пиаром можно заниматься профессионально и системно.

Предостерегу лишь от одной пагубной вещи, которая может случиться с предпринимателем после чтения PR-литературы. **Пиар может настолько увлечь, что бизнесмен может начать заниматься только им.** И не бизнесом вообще.

Конечно, работа хорошего пиарщика в штате, в частности, в этом и состоит, чтобы “подсадить” директора на “иглу славы”. И такие случаи в моей практике были. Да, это идёт на пользу, когда директор сам пишет в свой блог, сам дает комментарии деловым изданиям, много правок не вносит (понимая бесполезность этого, лучше следующей пиар-акцией все исправить), сам выступает по собственным речам на пресс-конференциях и мн. др. И увлекается чересчур! Но мозг

надо включать! Имеется в виду, что на бизнес тоже должно оставаться время. Есть такие «бизнесмены», которые «в каждой бочке затычка», «фигаро тут — фигаро там», непонятно, когда они вообще предпринимательством занимаются? Один простой совет, **если чувствуете, что вы увлеклись пиаром**: «**Давайте интервью и работайте только с теми СМИ, которые читает, слушает, смотрит исключительно ваша ЦА (целевая аудитория)».** Это если бизнес у вас небольшой. Но может быстро вырасти по итогам пиара. Для этого второй совет.

Успейте передать все оперативное управление исполнительному директору, кто будет следить за вашими бизнес-процессами. И со спокойной душой отдавайтесь пиару всеми фибрами, что называется. Тогда будет очень эффективно.

Бизнес есть пиар.

– **Первым лицам бизнеса, топ-менеджерам, акционерам и инвесторам**, которые отвечают за миссию компании, стратегию бизнеса. Пиар — это как-никак, согласно по западным стандартам, стратегическая функция бизнеса. То есть советник или вице-президент по связям с общественностью, по идее, — главный из всех советников. Сложно поверить, но это так. Вот тому

простое объяснение. Один совет в нужное время в нужном месте, одно правильное знакомство, одна веская публикация, в общем, одно микро-действие может оказать кратно позитивное влияние на бизнес в целом. Так и негативное, это тоже касается.

В моей практике были моменты, когда идея, упомянутая впроброс, спасала бизнес, открывала ему новые горизонты. Например, “интернет на кладбище” был всего лишь одной из идей информационных поводов. Но затем это принесло и деньги, новое направление. И конечно, десятки бесплатных публикаций в прессе.

Пиар для крупного бизнеса и его первых лиц ценен, во-первых, идеями. Во-вторых, стратагемами и практикой их применения. Коммуникационные уловки, приемы публичных переговоров, навыки убеждения — все это есть в книгах о пиаре.

Кто еще может быть заинтересован в списке книг по пиару?

– **Журналисты**. В пиаре платят больше. Поэтому присмотреться к этой деятельности стоит если пока не на практике, то в книгах.

— Конечно, **начинающие пиарщики**. Не уверен, что подобными книгами вас баловали на

факультете. А в книгах — больше реальности, смею вас заверить, чем на лекциях. Как ни странно, в художественных книгах — например, у Кристофера Бакли — реальности больше, чем в учебниках по СО.

– **Опытные пиарщики, не видящие берегов**. Да, зубры профессии грешны тем, что считают, что «все знают». Закопаются в какой-нибудь узкой сфере — банки или фарма — и почитают по профессии в лучшем случае «99 франков» или нового Пелевина. Хорошо, меня или других соратников вы слушать не будете. Не чета, понимаю. Но хотя бы умных людей, написавших книжки, почитайте. Узнаете много нового:)

– **Политические консультанты**. Да, политический консалтинг круче бизнес-пиара. Это факт. Но технологии сейчас убежали далеко вперед. Иногда и не уследишь, хотя они уже давно отражены в книгах. Перед выборами 2016 года и др. советую найти время и почитать что-то из списка. Возможно, авторы некоторых книг станут вашими коллегами в будущем. А если нет времени читать — посмотрите что-то кроме “Хвост виляет собакой”.

Снято довольного много приличных фильмов о пиаре. Но об этом — отдельная книга, “99 ко-

ротких рецензий на фильмы…” То есть, совсем другая история, совсем другой продукт.

Где и как читать?

Где я читаю книги? Обычно на бумаге. Если не достал изданный экземпляр, я его распечатываю. Так у меня до сих пор хранится труд по интернет-журналистике Александра Амзина и «Библия кремлевских политтехнологов».

Раньше брал книги в отпуск, но последнее время каникулы стали настолько насыщенными, что из 7-10 книг удается прочитать, дай Бог, одну, (и то — страниц 10). Всем таких отпусков!

Удобными стали электронные читалки — Bookmate на смартфоне и Stanza на Айпаде.

Читайте, в общем, где только сможете.

Лайфхак по чтению книг

Этот способ я почерпнул в соответствующей книге, которая так и называется — “Лайфхак...” (авторы Игорь Манн и Фарид Каримов).

Если первые 20 страниц книги вам интересны — читайте дальше. Нет — не мучайте себя, отложите и найдите время на что-то стоящее.

Как правильно воспринимать сборник рецензий

Смотрите, на самом деле, если вам неинтересно мое мнение по поводу той или иной книги, вы можете просто прочитать оглавление.

Это не рейтинг, все строго по алфавиту.

Для удобства я также поставил дату написания книги. Понятно, что через десятки лет все будет одним сплошным пятном, а Путин будет политическим деятелем времен Аллы Пугачевой, но все же.

Приятного вам чтения!

P.S. И помните, как в том анекдоте, что «книга — лучше»!

Роман Масленников,
кандидат философских наук,
директор PR-агентства “Простор Пиар и Консалтинг”, www.prostor-vip.ru

Благодарности

Спасибо большим новогодним праздникам в 2016 году, за то, что дали время написать эту книгу.

Спасибо компании Apple за Макбук, который даже сломавшись, позволил доделать работу до конца.

Спасибо редактору книги Анастасии за то, что упорядочила книги по алфавиту. Но я все равно немного перемешал.

Спасибо дизайнеру обложек книг-сборников рецензий на книги и фильмы. Стильно, правда? Вот телефон этого замечательного дизайнера со вкусом +7 915 351 82 27. Зовут — Шангаряева

Диана[2].



[2] Примечания: 2
Фейсбук дизайнера

Книги одним списком[3]

1. Бакли К. Здесь курят. 1994
2. Бакли К. Зеленые человечки. 1999
3. Бакли К. День бумеранга. 2007
4. Бейнхарт Л. Американский герой. 1993
5. Белоусов А.Б. 101. Книга выбормэна. 2011
6. Бершидский Л.Д. Ремесло. 2013
7. Бубнов А.В. Спартак: 7 лет строго режима. 2014
8. Викентьев И.Л. Приёмы рекламы и PR. 2002
9. Воля О. Американское сало. 2009
10. Вуйма А.Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. 2005
11. Ганин В., Багратуни А. PR: 100 вопросов — 100 ответов. 2013
12. Гильбо Е.В. Постиндустриальный переход и мировая война. 2013
13. Горгадзе Ш.О. АдвокатЪ от А до Ъ. 2013
14. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR. 2003
15. Гуляева Т.А., Алексеева И.В. PR высокого по-

[3] Примечания: 3
Соблюден алфавитный порядок.

лёта. Как сделать из топ-менеджера звезду. 2008

16. Гуров Ф.Н. PR IT-компаний. Российская практика. 2011

17. Демчог В.В. Играющий в пустоте. Карнавал безумной мудрости. 2012; Играющий в пустоте. Мифология многоликости. 2012; Играющий в пустоте. Великая печать. 2012

18. Доренко С.Л. Россия, подъем! Бунт Расстриги. 2015

19. Дороти Доти И. Паблисити и паблик рилейшнз. 1996

20. Дымарский Н.А. У микрофона. Репортаж о жизни. 2013

21. Егорова-Гантман Е.В. В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии. 2010

22. Ильф И.А., Петров Е.П. Колумб причаливает к берегу. 1936

23. Кинг С. Как писать книги. 2000

24. Ковалев М. Библия кремлевских политтехнологов. 2011

25. Колесников А.И. Я Путина видел! 2004

26. Кононов Н.В. Код Дурова. Реальная история «ВКонтакте» и её создателя. 2012

27. Кошелюк М.Е. Эффективное PR-мышление. Мастер-класс для начинающих и профессиона-

лов. 2008

28. Кравцов А.П. Бизнес как экспедиция. 2011

29. Лебон Г. Психология народов и масс. 1895

30. Лесли А. Игра Мастера и Охотницы. Кодекс Мастера и Охотницы. 2015

31. Лобель Т. Теплая чашка в холодный день. Как физические ощущения влияют на наши решения. 2014

32. Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. 1997

33. Максимюк К.С. Новый Интернет для бизнеса. 2010

34. Масленников Р.М. PR-элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR. 2011; Новая PR-элита. 2015

35. Масленников Р.М. Анатомия «ВзрывПакета». Секреты информационного взрыва. 2013

36. Масленников Р.М. Раскрутка суперфирмы. 101 проверенный метод от Довганя до Дурова. 2014

37. Масленников Р.М. Наконец-то знаменит! Как стать известным в своём деле. 2015

38. Масленников Р.М. Пиарщик на прокачку: как эффективно делать страстный и звёздный пиар. 2015

39. Матвейчев О.А., Гусев Д.Г., Хазеев Р.Р., Чернаков С.Ю. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. 2002;

Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. 2008

40. Матвейчев О.А., Беляков А.В. Крымская весна. 30 дней, которые потрясли мир. 2014; Троянский конь западной истории. 2014

41. Мединский В.Р. Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. 2010

42. Миронов А.С. Раздувай и властвуй: технологии современной мягкой пропаганды. 2001

43. Мирошниченко А.А. Как написать пресс-релиз. 2010

44. Мирошниченко А.А. Когда умрут газеты. 2011

45. Моруа А. Рождение знаменитости. 1919

46. Мурджиа М. Адский пылесос. Теория и практика впендюринга. 2006

47. Назаров О.В. Как «раскрутить» ресторан. 2009

48. Никифоров К.В., Ильин А.Л., Кадацкий В.Ф., Пихоя Л.Г. Отзвук слова. Из опыта работы спичрайтеров первого президента России. 1999

49. Носов Н.Н. Незнайка на Луне. 1964-1965

50. О. Генри. Трест, который лопнул. 1908
51. Огилви Д. О рекламе. 1983
52. Олейник И.В., Лапшов А.Б. «Плюс/Минус» репутация. Российский опыт репутационного менеджмента. 2003
53. Ошо. О женщинах. 2004; О мужчинах. 2005; Слава, богатство и тщеславие. В чем реальное значение успеха? 2008
54. Парабеллум А.А. Премиум. Работа с верхними сегментами рынка. 2009
55. Пелевин В.О. Generation «P». 1999
56. Пелевин В.О. Ананасная вода для прекрасной дамы [«Основы криптодискурса»]. 2010
57. Пелевин В.О. Любовь к трём Цукербринам. 2014
58. Прайор К. Не рычите на собаку! Книга о дрессировке людей, животных и самого себя. 1984
59. Пылаев И. Пиарщик бога. Пиарщик от бога. Идеальный публичный образ для миллионов.
60. Райс Э. и Л. Расцвет пиара и упадок рекламы. 2004
61. Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. 1994
62. Рисс К. Кровавый романтик нацизма. Доктор Геббельс. 1939–1945. 1948 (русское издание-2006)
63. Роднянский А.Е. Выходит продюсер. 2013

64. Рубанов А. В. Боги богов. 2011
65. Санаев А.В. PRавда. Роман о русском пиаре. 2010
66. Свинаренко И.Н. Сильно умные. Разговоры про успех. 2004
67. Сегела Ж., Лебедева Т.Ю., Ситников А.В. и др. Энциклопедия паблик рилейшнз. 2009
68. Сивков Е.В. Аудитор. 2010; Консультант. 2010
69. Смит К. Открой мир заново! Уникальное руководство для творческих людей. 2015
70. Соловьев В.Р. Манипуляции. Атакуй и защищайся! 2010
71. Соловьев В.Р. Зачистка. Роман-возмездие. 2015
72. Сталин И.В. История ВКП(б). Краткий курс. 1938
73. Степаненко А.Г. Истории больше нет: Величайшие исторические подлоги. 2011
74. Суходрев В.М. Язык мой — друг мой. 2008
75. Сушинский С. А. Лоббирование от А до Я. 2015
76. Тарасов А.М. Миллионер. 2004
77. Тарасов В.К. Технология жизни. Книга для героев. 2007
78. Тарле Е.В. Наполеон. 1936

79. Татунашвили Р.Г. #Все в твоих руках. 2016
80. Тиньков О.Ю. Я такой как все. 2010
81. Троицкий А.К. Я введу вас в мир поп. 2006
82. Умаров М.Ю. PRописные истины: почему не все могут сделать очевидное. 2008
83. Уоррен Р. Вся королевская рать. 1946
84. Фрейзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. 2002 (8-е издание)
85. Хейли А. Отель. 1965
86. Хейли А. Колеса. 1971
87. Ходорыч А., Сергеев М., Полуэктов Н., Преженцев П. Самогонные хроники. От национальной идеи к успешному премиум-бренду. 2007
88. Хопкинс К. Научная реклама. 1923
89. Чалдини Р. Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха. 1984
90. Червинский А. М. Как хорошо продать хороший сценарий. 1993
91. Чернышев Д. Как люди думают. 2013
92. Чехов А.П. Два газетчика. 1885
93. Шарп Дж. От диктатуры к демократии, концептуальные основы освобождения. 1993
94. Шумович А., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. 2011
95. Ярцев А. Юмор. Все инструменты комедии.

2015
96. V.-Саро. Менеджер Мафии. PR без вранья, или Искусство публичного совращения. Том 1. 2005
97. Библия
98. История русских медиа 1989–2011. Версия «Афиши».
99. Проект «Россия». Воины Креатива. Главная книга 2008–2012. 2008; Проект «Россия». Воины креатива. Праведный меч. 2008

99 коротких рецензий

1. Бакли К. Здесь курят. 1994

http://www.ozon.ru/context/detail/id/84103/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

Когда Бакли рассказывал здесь о «таких организациях, как представляющее производителей телятины Общество за гуманное обращение с молодняком, союз «Друзья дельфинов», называвшийся прежде Тихоокеанской ассоциацией ловцов тунца, Американская ассоциация за безопасность на дорогах, объединяющая владельцев и производителей трехприцепных грузовиков, Фонд обогащения почв, изначально именовавшийся Коалицией за ответственное избавление от радиоактивных отходов, и многие иные», я думал, что он пиздит! Ну не бывает так. Слишком уж как-то! Циничненько… Ничего подобного! К нам в пиар-агентство однажды обратились люди из Ассоциации защитников бездомных собак. Догадайтесь, чем они занимались? Я охуел: отстрелом собак. «Почему?» — спрашиваю. «На том свете им безопаснее. Мы их убиваем для их же пользы». Моя тогдашняя коллега Оксана, сейчас

владеющая приютом для собак, прямо тогда чуть не свалилась в обморок.

2. Бакли К. Зеленые человечки. 1999

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2186632/

Отличная книга для тех, кто хочет знать, почему на ТВ так много жести. Да потому что НЛО раскручивают так, как рассказывает Бакли. Сначала просто круги на полях, потом конструирование тарелок, затем похищение «инопланетянами» людей для «контактов» и, наконец, изнасилование контактёров анальным зондом. Вот так и делаются «сенсации» и раскручиваются с нуля легендарные исторические события. Крутая книга.

3. Бакли К. День бумеранга. 2007

http://www.ozon.ru/context/detail/id/3978047/

Это книга о том, как раскрутить блог в сложной информационной среде. Взять и наехать на самое святое, на жизнь. На пенсионеров, если быть точным. Зачем платить пенсии? Хороший заход. А давайте убивать стариков — это уже гипербола. Без фашизма, но тоже логично обосновывается. А стоит за этим всем девочка-блогер. Вот так и становятся девочки и мальчики, «живущие в се-

ти», медийными лицами. Кто хочет узнать менее экстремальные способы раскрутки своего блога, тому советую фильм «Джулия и Джулия». Чуть подробнее о фильме — в моей книге «99 рецензий на фильмы о PR».

4. Бейнхарт Л. Американский герой. 1993

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1932692/

Вот насколько же крут фильм «Хвост виляет собакой»! А книга-то еще круче. Очень глубокое исследование в художественной форме на тему «В любой сложной политической ситуации — начинай войну!». За Фолкленды, в Южной Осетии, на Украине, в Сирии, в Ираке… Механика информационного сопровождения войны — от идеи до реализации — представлена в книге. Ваш мозг будет вскрыт.

Ларри Бейнхарт для меня — это Кристофер Бакли номер 2. Но «номеров вторых» не существует, издатели Бакли в России были порасторопнее. Поэтому у Бейнхарта в России всего две книги. Вторую — «Библиотекарь» — еще не читал, но планирую. А остальные заказал в оригинале. Расскажу!

Кстати, оба эти автора живы. Было бы рад познакомиться с ними лично! Оба американцы.

5. Белоусов А.Б. 101. Книга выбормэна. 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7346046/

Неоднократно на своих ресурсах советовал эту книгу екатеринбургского политтехнолога. Живой, веселый язык, интересные факты и наблюдения — всё имеется. Очень рекомендую в дополнение прочитать интервью с Александром Белоусовым — http://pr-maslennikov.livejournal.com/400093.html. Замечу, что оно было письменным, но читается, как живое — это большая удача и приятная редкость. Вот некоторые выдержки из него:

«…Бизнес-коммуникации — это урезанный вариант политических технологий. Достаточно познакомиться с историей появления на свет PR, чтобы у вас в этом не осталось никаких сомнений. Дело было в Америке. После Первой Мировой Войны, бывшие сотрудники Комитета по Общественной Информации, занимавшегося пропагандой, начали осваивать коммерческий рынок. Они пользовались тем, что бизнесмены были в шоке от влияния пропаганды на массы, и попросту адаптировали ее методы к мирной жизни, причем зачастую даже не меняя вывеску и продолжая называть свои услуги пропагандой…»

«…Главная составляющая успеха — какой вы человек, что вы из себя представляете. Есть хорошая китайская притча о том, как у флейтиста-виртуоза забрали флейту и он в одно мгновенье стал бесполезным беспомощным существом. Хотите расти — занимайтесь самосовершенствованием. Ходите в тренажерный зал, на каратэ, курсы пранаямы или NLP, напишите диссертацию, заведите себе духовного наставника. Благо свободного времени у тех, кто зарабатывает себе на хлеб выборами, обычно довольно много. Большинство успешных выбормэнов вокруг меня всерьез занимаются не расширением кругозора, а собой. Поменьше забивайте себе голову всякой ерундой, а лучше, наоборот, расчистите ее от ненужных знаний…»

6. Бершидский Л.Д. Ремесло. 2013

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28323123/

Ух, какой же Леонид Бершидский ненавистник пиарщиков. Именно он раздул недавний скандал с 15 тысячами долларов, которые якобы заносил в «Forbes» Денис Терехов от имени олигарха Аркадия Гайдамака.

Ну и многим другим известен господин Бершидский. А книга «Ремесло» исключительно хороша

не только содержанием, но и тренинговой составляющей. После каждой главы — задание.

Отдельно отмечаю блестящий язык и иронию автора.

Взаимной неприязни как представитель пиар-цеха не испытываю:) Потому как знаю, что большинство наших выдуманных историй прошли «кулер-тест» Леонида.

Да, кстати, «а что стало с собакой?» Прочитайте, может быть, догадаетесь. Книга, по-моему, есть только в электронном виде, но читается вкусно, тактильно и легко.

7. Бубнов А.В. Спартак: 7 лет строго режима. 2014

http://www.ozon.ru/context/detail/id/31269209/

Интерес представляет прежде всего личность автора. Экс-футболист «Спартака» и чемпион мира умеет публично выступать, скандалить и доносить свою точку зрения через радио, на мой взгляд, лучше, чем через ТВ. Хотя и там его выступления с ТТД будут популярными, ведь Бубнов может даже раздеться в прямом эфире (на Youtube есть запись этого радиоэфира «Спорт ФМ»). Книга о «Спартаке» читается легко, кое-где слышен даже заразительный смех Бубнова. Популярность его

как эксперта дошла даже до КВН, где его спародировала команда «Сборная банкетных ведущих». Бубнов говорит, что ему «до фонаря», а вообще — это успех и слава. Осознано или нет, но автор данной книги применяет очень крутые методы самопиара. Чего стоят только его «демарши» из радиостудии. В общем, рекомендую вам следить за Александром Викторовичем и его творчеством. Один из самых крутых «прорывов года» из представителей «старой гвардии», которая «не особо любит Интернет». Вытянул «на харизме». Зачет.

Пиарщику будет полезно узнать, как строится работа спортивных журналистов. Небезынтересные интриги.

8. Викентьев И.Л. Приёмы рекламы и PR. 2002

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1307367/

По-моему, это единственная книга Гуру пиара и рекламы из Санкт-Петербурга. В ней — 400 способов пиара, которые я цитировал в своем блоге в виде сканов (книгу невозможно найти в электронном виде), и куча кейсов. Но информация то подаётся структурированно, то, наоборот, нелогично, что воспринимается достаточно сложно. Нет, для того времени, когда книга была выпущена, — это просто супер-информация. А сейчас

она кажется «зашифрованной», что к лучшему. Потому что книга — реально бомба. Сейчас бы переиздать ее, но с другим дизайном. Правильно Аркадий Морейнис говорит, что для бизнеса важны три вещи: хакер (предприниматель), хастлер (продавец) и дизайнер. С дизайном в этой книге плохо. Контент — выше всяких похвал, настолько тщательно сбором кейсов, насколько я помню, никто из российских пиарщиков не заморачивался. Да еще и ссылки на источники стоят! Уважение. Кстати, рекомендую не менее полезные вебинары господина Викентьева.

9. Воля О. Американское сало. 2009

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28307596/

Крутое исследование в художественной форме на тему «Почему украинцы такие, какие есть (или какими их хочет видеть зомбер-команда). И какие они и их история на самом деле». Опять же — у книги очень крутая история раскрутки, когда плакаты, рекламирующие сало, развесили в метро. Потом про это еще «Коммерсант» писал.

Редко кто может так увлекательно подавать историческую правду. Олегу Матвейчеву и Андрею Лебедеву это удалось. Книга была написана во время выборных состязаний Ющенко-Януковича,

но обрела второе дыхание перед пост-олимпиадной революцией и последующими событиями. Поэтому и название «Сала» было дополнено «Пан Обамой».

Не пожалейте времени, прочитайте всю правду о древних украх в увлекательной форме. Кстати, сценарий с «Американским салом» еще никто не сотворил. Проект ждет своего режиссера. Может быть, им будете вы? Не забудьте отблагодарить Олега Анатольевича — http://www.matveychev.ru/

10. Вуйма А.Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только. 2005

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2446298/

Это базовая книга по взрывному пиару. Есть в свободном доступе на сайте автора www.vuima.ru. Что примечательно, в книге много кейсов, которые расписаны от и до. Бери и повторяй. Жаль, что Антон не собирается писать вторую книгу, потому что в ней кейсы, о которых нельзя говорить еще 5 — 10 лет, а про какие-то и вообще. Но, смею заверить, после книги ваши глаза раскроются шире, и вы будете видеть акции Вуймы в популярных новостных лентах. Но правда, не всегда сразу догадываться, чьих это рук дело. А через годик поймете; у меня такое было — и это

невероятные ощущения. Знать то, что обсуждают другие как правду.

11. Ганин В., Багратуни А. PR: 100 вопросов – 100 ответов. 2013

http://www.litres.ru/kollektiv-avtorov/pr-100-voprosov-100-otvetov/

Редкая и познавательная электронная книга, подготовленная самим Владимиром Ганиным и кругом экспертов, ранее бывших звезд интернет-форума “Советник”. Очень дельные вопросы и ответы, советы зубров по очень и очень разнообразным вопросам: начиная от пресс-конференции и пресс-тура до антикризисных коммуникаций в конкретной области (энергетика, Рунет и др.). Рекомендую использовать как книгу, как нетворкинг-справочник, обратившись к любому интересующему автору с вопросом «А вот я читал и согласен/не согласен». И далее: «А давайте обговорим лучше вот такой вопрос». А люди там в экспертах были очень и очень солидные, сейчас не последние места в корпоративном пиаре занимают — Владимир Руга, например, или Владимир Громов.

12. Гильбо Е.В. Постиндустриальный переход и мировая война. 2013

http://old.insiderclub.ru/book/

Другого такого крутого консультанта и Пророка, чем Евгений Витальевич Гильбо, я в России не знаю. Человек одной левой способен запустить информационный конструкт на тему «А не переехать ли столице России из Москвы в Питер» для того, чтобы дороже продать свою квартиру. А если он поднапряжется? Но, это не про Витальевича, он вообще не напрягается и делает все, как он сам говорит, «по приколу». Тексты его читать намного приятнее для слуха и сознания, нежели чем слушать его бесконечные «значит», «соответственно» и «вернемся к нашим мутонам». Но, черт подери, в его книгах нет ни одного его ураганного анекдота, которыми он пересыпает на своих семинарах гипнотически важные речи! В общем, рекомендую и читать, и слушать аудио Евгения Витальевича.

Касательно книги, она опережает время. На шагов пять или шесть. Это обыватели так думают. А правильные пацаны уже воплощают то, что написано в книге. И вполне успешно.

Кто прочтет эту книгу, тому будет везти по

жизни и в бизнесе гарантированно. Вернее, всем окружающим будет казаться, что вы — везунчик. А вы просто будете делать дела так, как это принято в реальном мире.

Книгу «Постиндустриальный переход», содержащую также принципы личной жизни, войны и политики, отлично дополняет его же труд «Бизнес XI века».

13. Горгадзе Ш.О. АдвокатЪ от А до Ъ. 2013

http://www.moscowbooks.ru/book.asp?id=667873

Одна из книг спикера, за открытие которого стоит сказать Владимиру Рудольфовичу Соловьеву. Не удивлюсь, если он и надоумил на книгу. А труд суперский.

«– Что нам делать, адвокат?

— Предлагаю поесть стейк. Какой ты любишь? Мы все сделали, теперь просто ждем»

Блестящий язык и классные истории из практики. Когда смотрю фильмы про адвокатов, (мои любимые — «Форс-мажоры», «Хорошая жена», «Юристы Бостона», «Звоните Солу»), не устаю удивляться схожести профессий пиарщиков и юристов. Только у адвокатов как-то все намного цивилизованнее, что ли. Ну и гонорары выше. Соответственно. Кому что — кому творчество, а

кому деньги. Но в данной книге мы видим эпизод пересечения адвокатов и пиарщиков. Шота Горгадзе сетует на то, что суды нынче используется всеми, кому не лень, как пиар-площадки. Мол, судьям пора уже деньги брать за то, что в суде пиарятся. Это правда, чуть что — суд: хоть на Google, хоть на Mastercard, хоть на Apple. Думаю, актуальность этой практики будет расти. Берите на заметку и присматривайте «жертву» уже сейчас. А книжку и рекомендованные фильмы обязательно прочитайте и посмотрите.

14. Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. PR на 100 %: Как стать хорошим менеджером по PR. 2003

http://www.ozon.ru/context/detail/id/5240675/

Очень и очень дельная книга для девочек и мальчиков, которые только-только постигают азы пиара. Как освоить калькулятор — надо книгу прочитать. Хотя сейчас ни один из авторов в пиаре не работает.

15. Гуляева Т.А., Алексеева И.В. PR высокого полёта. Как сделать из топ-менеджера звезду. 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/3852258/

Хорошая, внятная и доступная книга о пиаре первых лиц. Рекомендуется прочесть пиарщикам компаний, директора которых боятся или не знают, что можно, можно заниматься личным пиаром! Инструментов современных там нет, провокационных вещей тоже, но базовое понимание предлагается в достаточном объеме. Чтобы убедить вашего топа пиариться — этого достаточно. А технологии можно и подтянуть впоследствии.

16. Гуров Ф.Н. PR IT-компаний. Российская практика. 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28302378/

Не скажу, что книга прямо раскрывает всю специфику пиара в информационных технологиях. Ну что за совет — «вашей компании нужен сайт»? Зачет за то, что книга и ее автор грамотно позиционированы. Кто у нас по пиару в ИТ? Пиар-партнер, Хисамов и Гуров, больше никто

на ум не приходит. Одно точно, автор знает больше, чем пишет в книге. За плечами руководство маркетингом в крупной компании и пост пресс-секретаря в Министерстве культуры. Поэтому расценивайте эту книгу как его визитку, повод и приглашение к разговору. А как вы продолжите разговор — зависит от вас.

17. Демчог В.В. Играющий в пустоте. Карнавал безумной мудрости. 2012;

Играющий в пустоте. Мифология многоликости. 2012; Играющий в пустоте. Великая печать. 2012

http://www.ozon.ru/context/detail/id/12569270/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/7631669/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/18658370/

Честно, проекты господина Демчога — Mr. Freeman в Интернете, Безумный Фрэнки на «Серебряном дожде», Арлекиниада в Доме Булгакова и, конечно, доктор Купитман из Интернов — в общем, все живые — намного интереснее, чем книга. Кстати, сейчас многие из вас удивились, что все выше сделано под одной черепной коробкой? Да, это все Он! Сборник из трех книг «Карнавал безумной мудрости» + «Мифология многоликости» + «Великая печать» больше похож

на диссертационную работу. Не меньше докторской. Куча ссылок, цитат, формулировок одного и того же разными словами. Если бы Вадим Викторович был только автором этих книг, то это смотрелось бы как лекция умного, но непрактичного препода в региональном универе. «Теория, мой друг, суха, но зеленеет жизни древо». Но Вадим Викторович очень практичен, как видите.

Суть книг, на мой взгляд, сводится к простой мысли — «Делайте свою игру!». Будьте творцом, свободно выражайте свои мысли, облекайте их в интересную форму — и все будет ОК. За подробностями — в книжную трилогию. И, конечно, рекомендую переслушать, пересмотреть — если вы этого еще до сих пор не сделали — или Фримена, или Фрэнки. Кстати, говорят, что у Вадима Демчога есть вообще крышесносная книга, как рассказывали мастера сторителлинга. Называется «Самоосвобождающаяся игра, или Алхимия Артистического Мастерства». Также мной рекомендуется. С уважением, Игрок в Пиар.

18. Доренко С.Л. Россия, подъем! Бунт Расстриги. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/33471638/

Было время, когда эфиры Доренко по «Перво-

му каналу» смотрела треть населения страны. Потом «телекиллер» куда-то «исчез». Куда — он уже сто раз рассказал на радио «Говорит Москва». Человек вообще ничего не стесняется, разве что не рыгает и не пердит в эфире. Острота языка плюс злободневность тем делают на сегодняшний день #говоритМосква самой слушабельной станцией по будним дням с 8-30 до 11–00. Можно констатировать тот факт, что Сергей Доренко успешнее всех своих коллег вписался из старой журналистики в новую. Если не брать Владимира Соловьева, у которого, правда, и телеохват побольше. Но мы помним и времена, когда Владимир буквально-таки жаловался на то, что его выперли из эфира. Ан нет — возродился и стал мощнее, прибавил в весе, но исключительно в политическом (как он уточнил в ответе на мой вопрос в твиттере по названию его тогда новой программы «Полный контакт»). Но сейчас речь о Доренко. Почему вспомнил Соловьева — да потому что оба радиоведущие и люди телевидения, профи. Две грани патриотизма. Но Доренко излагает все-таки резче, в новую информационную действительность он вписан круче. Чего только его ролики на Youtube стоят.

Короче, книгу Доренко читать можно, но лучше

слушать. То же самое и с Соловьевым (с 7 до 8 утра, когда он особенно зол))).

При всем похабном сленге, на котором изъясняется Сергей Доренко, он интеллектуал. А значит, хотите того или нет, его программы будут вас культурно обогащать.

19. Дороти Доти И. Паблисити и паблик рилейшнз. 1996

http://www.ozon.ru/context/detail/id/32703639/

«Пиар для чайников» — так характеризует эту книгу Антон Вуйма, который с нее начинал. Я предполагаю, что Доти писала для американских домохозяек, поэтому смело рекомендую книгу малому бизнесу, а также мамочкам, ведущим бизнес из дома и не только. Если вы только-только начинающий знакомиться с пиаром представитель малого бизнеса, вам эта книга тоже подойдет.

20. Дымарский Н.А. У микрофона. Репортаж о жизни. 2013

http://www.ozon.ru/context/detail/id/24090329/

Меня всегда прикалывало радио. Являюсь фанатом с момента появления таких культовых радиостанций, как М-Радио, Серебряный дождь.

Обожаю фильм «Части тела» с Говардом Стерном. И тут как сон в руку — книга известного спортивного комментатора. Для меня она стала интересной микро-историями из эфирной практики. Запомнилось, как, не видя поля, комментатор все-таки достойно обыграл в эфире момент гола:

«– Что там на поле? — интересуется ведущий трансляции.

— Не видно ни зги! — отвечают коллеги и болельщики.

— Ну в общих чертах? — настаивает комментатор.

— Хома вытащил! — разглядели.

И в эфир идет следующая фраза:

— "Великий футболист Алексей Хомов в блистательном как у пантеры прыжке вытаскивает мяч из девятки"».

Чем отличается творец от профессионала? Творец пишет по вдохновению, а профи — к четвергу (к дедлайну). Так и здесь — назвался комментатором, будь добр — комментируй в любых условиях. Уважение.

21. Егорова-Гантман Е.В. В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии. 2010

http://nikkolom.ru/tuman/

Нереально крутая книга для пиарщиков, которые в кризис трясутся за свои рабочие места. На войне пригодитесь! Не в политическом консалтинге яснее всего результат пиара. Не в бизнес-пиаре тем более. И точно не в шоу-бизнесе. А где? На войне! Действительно, широкий спектр всевозможных находок на грани шпионажа, разведывательного дела, политики, рекламы, пиара и пропаганды. Выпущена ограниченным тиражом в издательстве «Никколо М». Спешите, что называется.

22. Ильф И.А., Петров Е.П. Колумб причаливает к берегу. 1936

http://www.ozon.ru/context/detail/id/4855410/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

Базовая мысль моих неспроста самых любимых писателей в этом коротком рассказе такова: «Без паблисити — нет просперити». Нет известности — нет бабок, все просто. Прочитайте, люди знали,

что говорили, — и это уже в молодом Советском Союзе!

А «Золотого теленка» и «12 стульев» прочесть надо обязательно, это даже не обсуждается.

23. Кинг С. Как писать книги. 2000

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28294464/

А вы еще не написали своей книги? Ну вы молодец! Да что же вы сидите-то? Вот вам и сам Стивен Кинг рассказывает, как книгу написать. Чего многим недостает в литературном творчестве, так это редактуры и даже больше — саморедактуры. Кинг в этом великолепен. Он расскажет вам здесь, сколько должен вылежаться хороший роман.

Кроме техники написания литературных произведений, данная книга интересна и личной историей. Но не без «американ дрим» — «кто был никем, тот станет всем». Кстати, это нифига не американская мечта, чтобы вы знали, а гимн Интернационала. Для справки «Интернационал» — международный пролетарский гимн; гимн коммунистических партий, социалистов и анархистов, официальный гимн РСФСР раннего периода. Так кто! Американ…

Вкратце. Когда Стивен Кинг сидел без денег,

он строгал, строгал и выстругал первый роман, получил за него кучу денег и — продолжил работу дальше. С утроенной силой, как Мураками. В некотором смысле его книга «О чем я говорю, когда говорю о беге» о том же самом — о нечаянном литературном успехе и кропотливой работе, чтобы его удержать и повторить.

А потом Стивена Кинга сбивает машина, но он выздоравливает и пишет книги дальше.

Вот в каких адских условиях можно писать книги. Напишите хотя бы одну! И тренинг «Бестселлер на Миллион» вам также в помощь!

24. Ковалев М. Библия кремлевских политтехнологов. 2011

Крутейшая книга с очень меткими, циничными и практичными выражениями, концентратом мысли. В печатном виде не издавалась, но раньше у книги был полноценный сайт. Откуда я и успел ее выкачать и распечатать. «Библия…» для меня послужила своеобразной профессиональной индульгенцией. Там сказано что-то в духе этого: «Скопированная и улучшенная пиар-акция может считаться самостоятельной акцией».

Кроме этого, список литературы «Библии…» отлично подходит для расширения кругозора.

«Сага» Тонино Бенаквисты уже прочитана, супер. На подходе «Американский голиаф».

«Библия…» небольшая, читается быстро. Главное, запомните: не используйте пиар против власти — карма испортится. Так гласит один из «99 законов взрывного пиара», из аудиокниги, которая без «Библии…» не вышла бы в свет.

25. Колесников А.И. Я Путина видел! 2004

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7233289/

Свежие репортажи господина журналиста Колесникова и даже его новейшие фотки в фейсбуке читать не менее приятно, а, может, даже и более, чем его первые книги о президенте. Думаю, Колесникова еще ждет слава Того Самого журналиста, который был наиболее приближен к Путину, самому долгоиграющему президенту России.

Заметим, что Колесников со временем даже на своего героя стал чем-то похож визуально, в одежде (эти черные куртки с аляской). Во времена написания первых книг такого еще не было, соответственно, и взгляд был менее замыленным, что ли.

Колесников работает высокопрофессионально, по первому разряду — и даже, как признаются ему в разговорах собеседники, его тексты порой

пишутся для 1-2-10-12 людей. А публикуются в общем тираже газеты. Круто, да? См. подробнее некролог на смерть Михаила Лесина.

Также мне запомнились его репортажи, когда еще было неясно, кто пойдет на второй срок, — он или Медведев, ну и вся рокировочка. А также текст, написанный сразу после «исчезновения» Владимира Владимировича.

Если хотите знать, с какой планеты наши чиновники, о чем они говорят и что думают — внимательно читайте все репортажи Колесникова, вас ждут забавные открытия.

26. Кононов Н.В. Код Дурова. Реальная история «ВКонтакте» и её создателя. 2012

http://www.ozon.ru/context/detail/id/19361452/

Павел Дуров, создатель соцсети ВКонтакте и мессенджера Telegram, — блестящий пиарщик. Так называть его могут только профи, на самом же деле любой талантливый предприниматель — пиарщик высокого полета. Плюс блестящий переговорщик и оратор, коммуникатор и вполне вероятно — будущий президент России. Помните, его комикс с предвыборной программой?

А ответ на то, что «надо запретить Telegram, так как им пользуются террористы»? «Надо за-

претить слова», — отвечает он. Перепалку со Сноуденом выигрышной не назовешь, однако «скажи мне, кто твой оппонент…». Возможно, что все просчитано до пикселя и бита.

27. Кошелюк М.Е. Эффективное PR-мышление. Мастер-класс для начинающих и профессионалов. 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/3752518/

Автору этой книги, главе пиар-агентства «Принцип **PR**», я в свое время сдавал экзамен на профессиональную квалификацию «специалиста по связям с общественностью», чтобы меня взяли в РАСО (Российскую Ассоциацию по Связям с Общественностью). Книга небольшая, ценная, информативная и с множеством примеров — в основном из политического пиара. Мне запомнился такой: «Пиар начинается тогда, когда он заканчивается». Пиарили консультанты одного кандидата, он видит — рейтинг не растет. И уволил их. Никто ничего не делал с неделю, а рейтинг взял и снова начал расти. Дошло до людей, что им в головы-то вкладывали! И с классическим пиаром часто такое — пока дойдет, пока докричитесь, пока клиент запомнит, другим перескажет, а там — глядишь, и купит. Поэтому, не расстраи-

вайтесь, коллеги, если, как вам кажется, вы все сделали правильно, а результата нет. Будет! Его не может не быть. Оставайтесь профи.

28. Кравцов А.П. Бизнес как экспедиция. 2011

http://www.chitai-gorod.ru/catalog/book/337337/?utm_source=LiveLib&utm_medium=cpc&utm_campaign=pricelist

Человек-глыба, скала-бизнесмен, автор многих успешных брендов, создатель Руян-города и зачинщик «второго открытия» Аляски для новых русских бизнесменов написал книгу и снабдил ее отличными фотографиями из своих походов. Герои и волшебницы — вот читатели этой книги и соратники Александра. Предельно откровенные мысли от человека, который не пользуется ни компьютером, ни телефоном (однако теперь отвечает на сообщения в Фейсбуке!). Все прекрасно в Александре и его империи, только пьют много))).

Книга рекомендуется тем, кто ищет себя в бизнесе и, возможно, найдет себя в «Экспедиции». Ходят невероятные истории, как после лекции на предпринимательской смене на Селигере люди из Тверской области открыли франшизный магазин, а через считанные месяцы разбогатели. Охотно верю.

Причем здесь пиар? Да при том, что «Экспедиция» — бренд очень эмоциональный. Как и почему вкладывались именно эти эмоции, есть в книге. Да и вообще, любой бренд, любой пиар и каждая хорошая сказка — это большая идея и идеология, оправдывающая любые цены, наценки, сверхприбыли. А с этим у Александра Кравцова проблем нет.

29. Лебон Г. Психология народов и масс. 1895

http://www.ozon.ru/context/detail/id/24926050/

Ну как в списке пиар-книг без классики? Говорят, пиару как науке, искусству и практике — от силы 100 лет. Ничего подобного. Массами научились управлять очень давно. И чтобы в этом убедиться, советую ознакомиться со всем, до чего дотянетесь по теме «массовая психология», «массовое сознание» и т. п. Можете даже мою диссертацию посмотреть, чтобы списком научной литературы расширить свой кругозор. Скажу так, что Лебон — самый захватывающий автор по этой теме. Не зря его читали все политические лидеры вроде Ленина, Сталина. Впрочем, может, эти боги политического Олимпа и раскрутили труд Лебона. В любом случае современным пиарщикам к прочтению настоятельно рекомендуется.

30. Лесли А. Игра Мастера и Охотницы. Кодекс Мастера и Охотницы. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/30656817/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

В том числе и за этой книгой метнулся я в ночной книжный «Москва» на Воздвиженке в первый день ее официальной продажи. Сказать, что книга рвет шаблоны, — значит ничего не сказать. Разрывает в клочья — мозги стекаются по стенке!

Мне, как взрывному пиарщику, априори интересны штуки, которые про внутреннюю свободу. Но тут даже вдвойне оказалось по душе: в книге упоминается некий «специалист по черному пиару».

Отмечу, что Лесли круто отстроился от всяких пикаперов и всей этой шелупони, сделав проект «Мультиличности» и раскрутив тему «соблазнение». Такая вот уникальная ниша, взращенная одной личностью.

Так вот, если вы хотели знать, что движет этим безумцем в тренингах скорее личностного роста, нежели отношений, — эта та самая книга. Никаких сисек и жоп на обложке. Четко, лаконично, черно-бело. Это, сука, Кодекс. Краеугольная тема

Игры.

Алекс, если это не твоя последняя книга, то даже трудно представить, что может ею вообще быть. Если только не истории тебя и твоих учеников про соблазнение женщин из другой Галактики, какой-нибудь Альфа-Самец-Центавры.

Не знаю, правда или нет, но заканчивается книжка весьма резко — Охотница резанула Самца за живое, проехалась по матери. Игра зашла слишком далеко? «Игра начала играть Игроком», — хочется сказать, но не буду. Потому что у всего в этом мире есть продолжение, многоточие…

Мне близко высшее окружение Лесли — Александр Раппопорт, Вадим Фрэнки Демчог, ну, наверное, еще кто-то есть, но и этих Персон достаточно. Чтобы оценить уровень.

Что-то много патетики. Крутая книжка, в общем. Что тут расписывать. И Любой автор мог бы позавидовать наличию стольких реальных и негативных, и позитивных отзывов. Примерно поровну и фанатов, и противников, хейтеров. Это залог успеха. Как пиарщик вам говорю.

P.S. Кстати, насколько я понял, книга должна была выйти в Фениксе? Но Эксмо в очередной раз показало себя самым продвинутым издатель-

ством. Мне приятно, что моя крайняя книжка тоже там опубликовалась. Может, кто читал «Раскрутку суперфирмы…».

P.S.P.S.P. Mess With The Best…

P.S.P.S.P.S.P.S 95 % в книжку не въедут вааще, но если вы ее возьмете в руки, то прежним вы уже не будете, хотя бы на одну ночь до пробуждения. А это уже немало для Приключения Жизни. Которая после этой книги прежней уже не будет.

Что очень круто — автор постоянно в движении. Как разоблачитель фокусов, раскрывает все секреты, чтобы изобрести новые. Если смотреть за его отчетами во Вконтакте и за эфирами Перископе, то вы увидите, что Тема очень далеко продвинулась от «Кодекса». Как недавно заметили в секретном части Мастеров — «Алекс — РЕПТИЛОИД». И это близко к истине.

31. Лобель Т. Теплая чашка в холодный день. Как физические ощущения влияют на наши решения. 2014

http://www.ozon.ru/context/detail/id/27924498/

Ученых давно интересовали факты и причины, как ощущения влияют на принятие решений. Можно умасливать клиента словами, а можно

с помощью мягких игрушек, теплых чашек и других, казалось бы, не имеющих к делу отношения вещей и уловок. Но поскольку большинство людей живут на бессознательных инстинктах, способы, описанные в книге, — более чем применимы в боевых бизнес-условиях. Зачем читать? Чтобы отслеживать такие «подкаты» к вам и вашему кошельку, к бюджету. Во-вторых, чтобы делать такие нетривиальные заходы, как встреча клиента в мягком кресле с чашкой ароматного кофе, самим.

Мне показались интересными опыты, которые выявили факторы, влияющие на креативность. В частности, на продуктивность мозговых штурмов влияет идее-производство в открытом помещение (outside the box) и наличие лампочек или изображений лампочек. Теперь я понял, почему в нашем любимом ресторане BBGrill на Семеновской, где мы часто встречаемся с клиентами, так “прет” с идеями. Да потому что там одна люстра из десятка лампочек состоит и висит прямо над столом.

А еще на креативность влияет, как ни странно, логотип Apple. Думаю, подопечные Стива Джобса проспонсировали институт хитроумного еврейского автора книги:)

32. Макки Р. История на миллион долларов: Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только. 1997

http://www.ozon.ru/context/detail/id/19630724/

Это не пособие для пиарщиков, выдумывающих истории, — для них сойдет и формула STEPSS (Social Currency, Triggers, Emotions, Public, Practical Value, Stories) из книги «Заразительный». Это пособие на тему, как устроен мозг у сценаристов и продюсеров. А они пиарщики те еще.

Хотя Ларри Бейнхарт отзывался о Макки в «Американском герое», к моему удивлению, не очень лицеприятно. В том духе, что семинары его дорогие, сам он не написал ни одного сценария, по которому поставили фильм и к нему ходят привлекательные девушки, с которыми он, скорее всего, спит. Похоже на зависть, но вряд ли. Алексей Каптерев рассказывал в своей книги “Мастерство презентации”, что Макки делает хорошие семинары.

33. Максимюк К.С. Новый Интернет для бизнеса. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/35177471/

Основатель Ассоциации компаний, работающих в социальных сетях, и один из родоначальников правильного SMM в России. Лично я не почерпнул более дельных советов по тактике общения в социальных медиа нигде, кроме как в этой книге. Вроде такого (цитирую суть, не дословно): «Если на вас катят бочку на каком-нибудь профессиональном форуме — прикиньтесь шлангом, вежливо задавайте больше вопросов, лучше глупых — на вас оттопчатся и даже пожалеют». Книга написана давно, когда еще ВК и ФБ были не так развиты, как сегодня. Но советы все равно актуальные.

Обратите внимание, книга называется так же, как и компания автора. Учитесь продвигать ваши фирмы прямо на обложках книг, что не помешает им стать бестселлерами, как в этом случае.

Сам Константин небезынтересная личность: музыкант, автор песен, лидер группы «Пиджаки», ради которой он даже бросил SMM-практику и публично завершил эту карьеру на одной ИТ-конференции в Минске. Но это уже отдельная история с продолжением…

34. Масленников Р.М. PR-элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR. 2011; Новая PR-элита. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28295580/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/34487221/

А вот здесь как раз и кроется больше 500 живых определений пиара от директоров российских пиар-агентств. Для написания дипломов, для нетворкинга с топами от пиара — бесценный материал, заботливо собранный за примерно 10 лет.

35. Масленников Р.М. Анатомия «ВзрывПакета». Секреты информационного взрыва. 2013

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28298846/

Очень горд тем, что все-таки успел выпустить эту книгу раньше «официально одобренной» («Алексей Навальный — гроза жуликов и воров» Константина Воронкова). Я очень спешил, надеюсь, без потери в качестве. Правда, очень боялся не воплотить идею, которая пришла в голову и вот-вот, я чувствовал, придет еще кому-то. Первая книга о Навальном, кто он и что он. С тех пор многое изменилось, конечно. Это сейчас в ход

идут жанры и формы посерьезнее блога — документальные фильмы «Из России с наличными», «Чайка» и др. Но суть остается та же: человек неуязвимо играет, как система с открытым кодом — вирусов нет, все прозрачно, и поэтому непобедимо. Навального сложно победить, потому что Навальный — это идея, идея борьбы с коррупцией. А как можно победить идею?

Отмечу отличный сленг команды Навального, клевый дизайн и вообще — умеет, чертяка, возбуждать интерес. Уж слишком как-то все гладко, вам не кажется? Даже слух бродил, что Навального в Администрации президента придумали. Мне кажется, не будь он таким известным, давно бы «скончался от сердечного приступа». Кто знает, кто такая Марина Салье? А тоже Путина критиковала… Вспоминается «Брат-2»:

«– А давай Салтыкову замочим?

— Ты что, идиот? Ее пол-Москвы знает».

Так и здесь, Навального полмира знает, и поэтому он делает то, что делает. И делает хорошо. Главные акции Алексея еще впереди, все-таки скоро выборы.

Советую также в дополнение прочитать интервью Навального журналу «Сноб», сделанное в форме «Принципов жизни»: очень цепляет, хотя

и многобукофф.

И на десерт — пост Олега Матвейчева «Как я создал Навального»[4].

36. Масленников Р.М. Раскрутка суперфирмы. 101 проверенный метод от Довганя до Дурова. 2014

http://www.ozon.ru/context/detail/id/29684766/

Увлеченных пиаром сразу отсылаю к третьей части книги. Именно этим и сильна «Раскрутка суперфирмы...», в отличие от первого издания — «50 PR-ходов против 25». Руслан Татунашвили (создатель сервиса CallBackHunter), по моим наблюдениям, использует каждый ход из «золотой полусотни», хотя узнал о них именно из книги, подаренной ему во время интервью.

37. Масленников Р.М. Наконец-то знаменит! Как стать известным в своём деле. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/32599487/

Книга о том, как стать известным в своем деле. И, как следствие, много зарабатывать. Если вы

---

[4] Примечания: 4

http://matveychev-oleg.livejournal.com/1814796.html и в дополнение про «Прототип Навального» http://matveychev-oleg.livejournal.com/112529.html

топ-менеджер, предприниматель, самозанятый человек, которому быстро нужна монетизация личного бренда, — это ваша книга. Почему-то самые знаменитые люди — самые богатые. И зачастую, хотя и не всегда, наоборот. Как говорится, делайте выводы. Системы в этой книге еще нет, она есть в аудиокниге «Экспресс-курс по личному пиару», но фишек и ссылок на полезные «окна в мир» — хоть отбавляй. Поэтому и цена на печатную версию непомерная и неадекватная, может показаться. Зато туда входит бесплатная консультация автора. Пользуйте, пока книга не кончилась.

38. Масленников Р.М. Пиарщик на прокачку: как эффективно делать страстный и звёздный пиар. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/32599454/

Книга — это расшифровки реальных планерок, раздачи пиздюлей, наставлений и бесед реального пиар-агентства. Хотите узнать приемы и методы их донесения изнутри — это ваш вариант. Может быть засчитано как зачет по практике или блестящее прохождение собеседование в любое крупное PR-агентство, смотря какие у вас планы на профессию и амбиции.

39. Матвейчев О.А., Гусев Д.Г., Хазеев Р.Р., Чернаков С.Ю. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. 2002;

Матвейчев О.А. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1122326/

http://www.ozon.ru/context/detail/id/19086738/

Книга культовая, бесспорно. Даже сейчас не все знают, на самом ли деле отзывы для нее писали Роман Абрамович, Борис Березовский и другие сильные мира сего? Я знаю. И вы поймете, прочитав хотя бы «Манифест против рекламы». Опять же, почему-то не многие в курсе, что фильм «Хвост виляет собакой» появился раньше «Ушей...». Думаю, это достойное книги заблуждение. А вот мысли Эла Райса четыре бойца Bakster Group, соавторы книги, действительно опередили. Пиар круче, чем реклама. У половины соавторов этой книги мне пока не удалось взять интервью. Хазеев и Чернаков — жутко зашифрованы. А беседы с Гусевым и Матвейчевым стоит рассматривать как отличное дополнение к чтению “Ушей...”. Все есть в моем блоге.

http://pr-maslennikov.livejournal.com/190522.html

— интервью с Дмитрием Гусевым (2 части)
http://pr-maslennikov.livejournal.com/192319.html
— интервью с Олегом Матвейчевым

40. Матвейчев О.А., Беляков А.В. Крымская весна. 30 дней, которые потрясли мир. 2014; Троянский конь западной истории. 2014

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28790860/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/28334980/

При том, что книга оооочень патриотичная и, может быть, у кого-то даже сведет зубы, много ценной информации в ней есть. Выражаюсь, прямо как Йода. Действительно, авторы книги — Магистры Пиара, особенно Олег Анатольевич. Давно к тому времени от него ничего не выходило, и тут — бац! — «Крымская весна». Понятно, занят был человек. Книгу ждали так, как Путина во время недельного отсутствия. Рекомендую прочесть этот труд вместе с книгой «Троянский конь западной истории», которая издана в соавторстве с тем же господином Беляковым. В ней особо ценным мне показался момент, когда описывается совещание в Администрации президента России. Если это не государственная тайна, то что тогда тайна? А может быть, так и было задумано…

41. Мединский В.Р. Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/5801571/

Вот даже интересно, кто-то знает, что нынешний министр культуры одно время возглавлял Российскую Ассоциацию по связям с общественностью (РАСО) в статусе президента? Пожалуй, это на сегодняшний день самый высокий пост, который удалось занять официальному пиарщику. В свое время Владимир Мединский основал пиар-агентство «Корпорация “Я”». В Википедии этот процесс описан довольно интересно, меня лично заинтересовали клиенты «корпорации» типа МММ. Интересно, поддерживается ли контакт?

Все книги из серии «Мифы о России» — великолепны и по форме, и по содержанию, а также по своему посылу. Патриотизм, гордость за свой народ, духовные скрепы, все дела. В легкой форме до российского читателя донесены интересные факты (что русские исконно не алкоголики, часто мылись в бане, не сидели по тюрьмам). Пробегитесь по названиям книг: «О русском пьянстве, лени и жестокости», «О жестокости русской истории и народном долготерпении», «О русской

грязи и вековой технической отсталости», «О русском воровстве, особом пути и долготерпении», «О тяге русских к “сильной руке” и неспособности к демократии» и др.

Уже на душе приятно, правда? Теперь, главное, соответствовать! Книги рекомендуются тем, кто хочет уже наконец изучить историю государства российского, но не любит при этом Бориса Акунина с его одноименным проектом.

Уж и не знаю, с какими событиями будут связывать деятельность министерства культуры — скорее с положительными или с отрицательными, ведь критики предостаточно. Просто не культурный я человек — вникать не успеваю. Но могу сказать точно, что за одни только антимифы о России Владимиру Мединскому стоит вынести отдельную большую благодарность.

С честью говорю, что даже успел взять интервью у тогда еще президента РАСО, отыскать его можно в моем блоге или книге «PR-элита…».

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9,_%D0%92%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D1%80_%D0%A0%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87

42. Миронов А.С. Раздувай и властвуй: технологии современной мягкой пропаганды. 2001

http://www.ozon.ru/context/detail/id/34690690/

Вы наверняка слышали фразу «Не читайте перед едой советских газет»? Так вот, никаких газет читать не надо вообще. Потому что эта книга супер-шеф-повара, который провел вас на свою кухню. Реально, как из курицы приготовить свинину, как из мухи сделать запеченного слона, как грамотно передернуть слова соперника так, что он сам не рад будет, что не глухой и немой, и имеет дар речи в принципе.

— Как раскрутить вялую, но желательную тему?

— Как незаметно задушить нежелательную тему?

— Как мягко переломить нежелательную тему?

— Как незаметно подменить тему

— Как замаскировать пропаганду?

Вот что вас ждет в книге! Неслабо, правда, если учесть, что все изложено на 30 страницах. Методичка пропагандиста. Слава автору, что выкроил время, обобщил и выдал именно в таком небольшом объеме предельно откровенно и с

юмором. Приятного чтения! На этих страницах вы найдете и множество других полезных книг, как например: Бен Багдикян «Информационной машине», H. Kurtz. «The Spin Cycle: Inside Clinton's Propaganda Machine». Много примеров из иностранной прессы, которые можно (и нужно) использовать и в наших СМИ — в тех или иных интересах. Добро пожаловать в мир «ловкости слов» без мошенничества. «Мягкая» пропаганда — мир иллюзий и управляемых чудес. В этом мире из пустоты, из математической погрешности создаются социальные тенденции…»

43. Мирошниченко А.А. Как написать пресс-релиз. 2010

http://read.ru/id/529301/

Пресс-релиз — то мертвый жанр, то «золотая пуля» пиарщика. Хрен поймешь. Я и сам считал релиз нерабочим, пользовался только «сообщениями очевидцев», пока недавно придуманная мной новость и запущенная обычным массовым релизом за несколько часов не вошла в топ-5 новостей на Яндекс. Москве. Это было про «самооборону» селфи-палками, если интересно. Мне известна еще пара случаев, когда пресс-релиз заходил в Яндекс. Новости — это «утопление

часов Хельмут за 200 тысяч евро в Неве» и «Виктор Ан продает свой дом в Подмосковье». Их сделали мои коллеги по цеху взрывного пиара — тоже с помощью пресс-релизов. Поэтому раз в год и пресс-релиз круто стреляет. Ну, у других пиарщиков, уверен, тоже такое было. Но не из-за супер-профессионализма, а потому что других жанров, кроме пресс-релиза, не знают.

Так как правильно писать пресс-релиз? Ответ лучше, чем «почитайте Андрея Мирошниченко», мне неизвестен. Автор Школы Эффективного Текста, экс-редактор журнала «Банковское обозрение» и просто мастер слова знает, о чем говорит.

Если вам понравится стиль Андрея Мирошниченко, а он вам понравится, советую обратить внимание на его книгу «Когда умрут газеты». Тут же следом зачтите книгу Александра Амзина «Интернет-журналистика». Всё, теперь вы боги новостного копирайтинга.

44. Мирошниченко А.А. Когда умрут газеты. 2011

http://www.chitai-gorod.ru/catalog/book/336611/?utm_source=LiveLib&utm_medium=cpc&utm_campaign=pricelist

Известный медиа-профессионал вывел для себя фишку, благодаря который он теперь везде узнаваем: «а, это тот человек, который “похоронил” газетную индустрию». Можно и так сказать, но лучше будет вслушаться в его выводы — особенно если вы представитель СМИ. Даже если насчет буквы «М» можно поспорить.

Бедные газеты! И так уже их ежедневный тираж меньше аудитории некоторых интернет-персонажей. Да еще этот новый «закон о СМИ». Душат газеты со всех сторон. Но они все равно не умирают, а как-то себе живут. В книге есть в том числе и секреты успеха выживания и безбедного существования.

Пиарщику книга будет интересна с той точки зрения, чтобы применить услышанные в ней советы как помощь голодающим (зачеркнуто) дышащим на ладан газетам — вообразить себя антикризисным управляющим. А потом «прибрать к рукам» спасенную газету, пропихивая туда заметки о своих клиентах.

45. Моруа А. Рождение знаменитости. 1919

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2253954/

Шикарный рассказ, рекомендованный Евгением Гильбо. Чем-то напоминает Аркадия

Аверченко — «Кандыбин». Прочтите оба, и вам станет понятно, как быть правильным пиарщиком у художников. Кстати, и Олег Назаров об этом как-то упоминал в одной из своих книг. Короче, во-первых, изобретаете «новое направление в искусстве». Потом — рисуете картины, чтобы было чему расти в цене. А дальше набиваете себе цену скандальными выходками а-ля Павленский, Дали, Пикассо. Хотя бы заболейте и выздоровейте — уже повод о вас думать будет!

46. Мурджиа М. Адский пылесос. Теория и практика впендюринга. 2006

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7275632/

«…Книга об одном месяце работы автора в колл-центре компании “Кирби” в Италии. Данная торговая марка — явление для мира маркетинга. При сумасшедшем “антирейтинге” компания делает миллиардные прибыли во всем мире и развивается очень успешно.

Стопроцентно автор книги попала на работу не на свое место. Справедливости ради отмечу, что Микеле Мурджиа делает честь ее находчивость и умение сублимировать. Она совсем не растерялась (но при этом и не уволилась в первый день) и начала вести “дневник практики”. Было

бы это на 10 лет пораньше — и никто бы никогда не узнал “всю правду”. Однако Интернет такая штука, что при любой сколь угодно эффективно зарекомендовавшей себя маркетинговой и сбытовой политике не учитывать его нельзя. Ни американский офис “Кирби”, ни итальянский дистрибутор в расчет WWW-фактор не принимали. По всей видимости, крупная компания нос к носу столкнулась с “новым поколением” — креативным классом, который никогда не воспримет старых условий работы.

“Разоблачить” и “рубануть” правду-матку автору в национальных масштабах, может быть, и удалось. Но никаких сенсаций для рядовых россиян информация из книги не несет. В нашей стране все обстоит намноооого покруче! Итальянские условия, описанные в книге о “самой монстрообразной компании”, покажутся российской молодежи и не только молодежи — и-де-аль-ней-ши-ми!

Для бизнесменов книга “Мир должен знать” представляет интерес по построению корпоративной культуры в организации, системе жесткой и, главное, эффективной мотивации и психологии управления персоналом.

Продажникам, конечно, можно рассматривать

книгу — согласно Микеле Мурджиа — в качестве инструкции “Как не стоит продавать, чтобы не мучила совесть на старости лет”. Но, боюсь, если они настоящие менеджеры по продажам и не готовы учиться у “Кирби”, то они, скорее всего, не доживут до старости — умрут с голода от нулевых результатов.

Для литературоведов и начинающих писателей книга интересна как пример того, как только с помощью одних описаний проговаривания внутренних диалогов — без сюжета! — можно выбиться в перспективные писатели и почти дотянуть до статуса общественного деятеля…»

Что-то как-то приторно хорошая рецуха, да? Это выдержки из моей рецензии, когда я сам…работал на «Кирби», вычищая говнище из интернета, которое там очутилось благодаря очень активным личным продажам. Успешно вычистили, не вопрос, подробно я об этом рассказал в видеокурсе «Противодействие черному пиару в интернете». Но главное не это. Сейчас смотрю и думаю, вот нахера я писал такую позитивную рецензию на книгу, которая, по сути, раскручивает пылесосы «Кирби»? Законы жанра таковы, что лишь бы о тебе говорили, в крайнем случае — говорили хорошо. А когда тебе посвящают целую разгром-

ную книгу — да благодарить же надо! Польза всем — и бренду, и автору. На чьей вы стороны — смотрите сами. Можете тоже куда-нибудь в компанию-гигант устроиться и рассказать «как было на самом деле». Только желательно быть гражданином другой страны, чтобы не схлопотать за разглашение коммерческой тайны. В этом плане представляет интерес книга про работу на Кремль и «Газпром» экс-сотрудника пиар-агентства «Маслов и партнеры».

47. Назаров О.В. Как «раскрутить» ресторан. 2009

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1345749/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

С этой книги началось мое знакомство с легендарным главой событийного и пиар-агентства «Назаров и партнерши». Потом было супер-интервью — есть в книге «PR-элита». А потом я прочитал все книги Олега Васильевича Назарова, жизнелюба и фаната ресторанов, который посетил их рекордное количество.

Мне было особенно приятно читать про такие вещи, как взаимоотношения с клиентом (не презентуй идею сразу — иди подумай для солидности) и мочилово пиар-агентств (не пере-

плачивайте, мол, этим сволочам). Но, к счастью или к сожалению, Олег Назаров — один в России, поэтому пиарщикам переплачивать придется:) Но только тем, кто всего Назарова прочитал.

48. Никифоров К.В., Ильин А.Л., Кадацкий В.Ф., Пихоя Л.Г. Отзвук слова. Из опыта работы спичрайтеров первого президента России. 1999

http://www.ozon.ru/context/detail/id/19161940/

«А что, у Ельцина были спичрайтеры? А в чем была их судьбоносная роль? А они вообще на что-то повлияли?» — такие вопросы может задать непредвзятый гражданин, у которого про первого президента России одно воспоминание — как он на сцене танцевал и с моста падал. Ну и страна под это дело трещала по швам. По крайней мере, в официальных и международных обращениях президент выглядел достойно. История сохранит его тексты, их чтение с листа — в общем, прилично. И на этом спасибо. Интересно другое — сможете ли вы состояться как настоящий политический копирайтер после прочтения этой книги? Вполне. Спичрайтер — работа для спокойных, усидчивых, интеллектуальных людей с навыками формирования будущего через семантику. Сложная работа, но зато есть шанс стать

новым Кристофером Бакли (экс-спичрайтером Белого дома).

49. Носов Н.Н. Незнайка на Луне. 1964–1965

http://www.ozon.ru/context/detail/id/8209244/

Когда мне сказали, что для пиарщика эта книга самое оно, я рассмеялся. Но прочитал, ибо рекомендована она была серьезным человеком (его книга будет в обзоре через две позиции). Да. Носов жжет. Самая недетская, удивительная и неожиданная книга-инструкция для выживания в смутные времена. С помощью пиар-технологий.

50. О. Генри. Трест, который лопнул. 1908

http://www.ozon.ru/context/detail/id/32531028/

После прочтения предыдущей книги надо или повеситься, или выдохнуть и жить дальше. Поможет вам блистательный О. Генри. Что уж там, все пиарщики — немного мошенники. А хорошие мошенники — успешные предприниматели. Не лишенные чувства юмора! Это следующий уровень для пиарщиков, желающих пройти дальше со своим богатым инструментарием.

51. Огилви Д. О рекламе. 1983

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28275741/

Огилви — великий пиарщик своего времени. Хотя его и называют справедливо «отцом рекламы». Но как, если не пиар-методами, еще снискать себе такую славу? Никак. А книга замечательная и в рекламном отношении тоже. Рекомендую эту базовую программу из разряда must read себе в голову загрузить.

52. Олейник И.В., Лапшов А.Б. «Плюс/Минус» репутация. Российский опыт репутационного менеджмента. 2003

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1542654/

Каждый уважающий пиарщик, прежде чем открыть свое пиар-агентство, пишет книгу. Должно быть так, по-моему. Здесь именно такая ситуация. Андрей Лапшов раньше работал в «Российской газете» и «Коммерсанте», а когда возглавил агентство — выпустил книгу. Много правильных вещей, в меру академично, достаточно практично. Хороший взвешенный и непопсовый материал, к прочтению рекомендуется. Чтобы понять уже, что такое «пиар», а что такое «репу-

тация». Это, как вы понимаете, для продвинутых, когда вы уже отличаете пиар от рекламы.

Книга редкая, но один экземпляр с подписью мне удалось достать. Знаете, чего жалко? Что такие люди, как Андрей Борисович, очень заняты! Им бы еще пару книг написать, так как знают они очень и очень много. Но, увы, всегда в работе. Всегда начеку. Даже когда мы пиво вместе пили, оба взяли безалкогольное:)

53. Ошо. О женщинах. 2004; О мужчинах. 2005; Слава, богатство и тщеславие. В чем реальное значение успеха? 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/26417946/ http://www.ozon.ru/context/detail/id/3106135/ http://www.ozon.ru/context/detail/id/31145330/

Пиарщику, чтобы придумывать новости, нужно мыслить шире, чем те, кто делает новости. Доступных книг для расширения сознания, лучше, чем Ошо, пожалуй, нет. (Ну, может, еще Кастанеда. Тот еще мистификатор — см. выпуск «Фрэнки-шоу» про него. А после «Колеса времени» я открыл свое пиар-агентство, кстати).

Рекомендую такие труды Ошо: «О женщинах», «О мужчинах», «Слава, богатство и тщеславие. В чем реальное значение успеха?». Что нужно,

чтобы быть счастливым? Нужно просто быть. Как получить желаемое? Просто перестать о нем мечтать и грезить, само придет. Полный дзен. Расслабьтесь, почитайте биографию Ошо, а потом и его книги. Очень мощный чел, создавший сообщество, которое по целям и ценностям даже интереснее Хаббарда.

54. Парабеллум А.А. Премиум. Работа с верхними сегментами рынка. 2009

В составе книги «Прорыв в бизнесе! 14 лучших мастер-классов для руководителей» — http://www.ozon.ru/context/detail/id/28327499/

Нереально крутая книга про ценности, которую можно, в общем-то, вынести из названия. Ну, кто не понял — читайте и перечитывайте. Как я. А мысль в следующем — работайте над премиальными продуктами. В любой непонятной ситуации типа экономического кризиса — «уходите в премиум-сегмент», — говорит Владимир Турман, член «Платиновой группы» Андрея Парабеллума. Собственно, и мой сайт взрывных пиар-услуг не просто так называется proctor-vip.ru. Почему я упоминаю эту книгу здесь, среди рецензий на пиар-творчество? Да потому что пиар — услуга недешевая, не для всех. И если вы

хотите заниматься пиар-технологиями, вам нужно знать, как мыслит небольшой процент людей, у которых сосредоточен большой процент денег мира, кстати. Недавнее исследование Synovate Comcon показало интересные данные. На вопрос о «доле совокупного богатства», которое приходится на 1 % самых обеспеченных людей страны, респонденты считают, что им принадлежит 53 % российских финансов, тогда как на деле речь идет о 70 %. Опрос проводился в октябре 2015 года среди 25,5 тыс. участников из 33 стран.

И как вы думаете, почему так произошло? Во-первых, потому что деньги любят тишину. Во-вторых, у богатых людей хорошие пиарщики, которые этот информационный штиль обеспечили. Да-да, есть пиар-специалисты, в задачи которых входит делать так, чтобы про их клиентов знали как можно меньше. Не зря книга «Как стать богатым и знаменитым» стоит 10 долларов, а как стать «Богатым и безвестным» — 1000 долларов. В общем, премиум-сегмент — это интересные клиенты! Желаю их вам!

55. Пелевин В.О. Generation «P». 1999

http://www.ozon.ru/context/detail/id/32359543/

С этой книги у многих началась карьера и

закончился «сон». После Пелевина люди не попали в реальность, нет. Профессионалы пиара и рекламы, коими стали все внимательные читатели, оказались в новой реальности. С этой книги и начались увлечения белыми 600-ми мерседесами, компьютерной графикой в прямом эфире (впоследствии ставшей самостоятельным направлением — медиа-вирусами).

Мало кто знает, но Виктор Пелевин черпал вдохновение у тогдашних пиарщиков, считая их за людей более высококлассных, чем писатель. Но ученик превзошел не только учителей, но и всю сферу пиара в целом, выйдя за ее пределы. И кто вспомнит человека, который тогда интеллектуально «обосрал» Виктора Олеговича, назвав его котлетой, а себя поваром? Я запомнил только фамилию — Кошмаров. Лукавлю, конечно: За время своей карьеры Алексей Трубецкой был руководителем более 70 успешных предвыборных кампаний на международном, федеральном и региональном уровнях, работал в избирательных штабах президентских кампаний по выборам Б. Н. Ельцина (1996 г.) и В. В. Путина (2000 г.).

А с текстом «Виктор Пелевин спрашивает PRов» советую обязательно ознакомиться:

http://www.pelevin.info/pelevin_17_0.html

Ну и с репортажем Льва Данилкина о той самой эпохальной встрече тоже:

https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/1999/11/16/viktor-pelevin-kak-pr-proekt

56. Пелевин В.О. Ананасная вода для прекрасной дамы [«Основы криптодискурса»]. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/8260056/

Самый примечательный момент — это «Основы криптодискурса». Постмодернистское понимание реальности, боевые операции США, работа русской разведки и жизнь частного человека — все сплел в эту книгу Единственный и Неповторимый. Говорят, что дипломные работы в больших количествах пишутся по «Ананасной воде». Но анекдот мне ближе:

«Россия. Начштаба округа возвращается со сборов и вызывает старую опытную

машинистку:

— Вера Ивановна, надо срочно подготовить Приказ командующего округом "О

состоянии воинской дисциплины". Вы готовы?

— Готова.

— Ну и отлично. Тогда начинаем...

(ходит по кабинету и диктует)

— #Б ВАШУ МАТЬ!!!!

М: (машинистка печатает)

«Товарищи офицеры!»

— НИКТО НИХ@Я НЕ ДЕЛАЕТ!

М: «В войсках упала воинская дисциплина»

— ФСЕ ЛЕЖАТ И ДР%%АТ!

М: «Командиры устранились от выполнения служебных обязанностей...»

— МЕДНОГОЛОВЫЕ ОП&$ДАЛЫ, БЛ@, ПОЛЗАЮТ КАК БЕРЕМЕННЫЕ МАНДАВОШКИ, ВОДКУ

ПЬЯНСТВУЮТ, БЕСПОРЯДКИ НАРУШАЮТ, @БУТ ВСЁ, ШТО ШЕВЕЛИТСЯ!

М: "Воспитанием никто не занимается, строевая выучка ослабла, участились случаи

пьяных дебошей и бесчинств по отношению к местному населению...

— Е%%ТЬ ФСЕХ!!!

М: «Приказываю!»

— ЭТОМУ НОВОМУ ПРЕЗЕРВАТИВУ, ЧТО ВОЗОМНИЛ СЕБЯ ДИРИЖАБЛЕМ, КЛИЗМУ С ПАТЕФОННЫМИ

ИГОЛКАМИ, А НЕ ЛАМПАСЫ!

М: "Командира дивизии полковника Иванова предупредить о неполном служебном

соответствии..."

— ОСТАЛЬНОЕ СТАДО ПУСТЬ В%%БЕТ САМ!

М: «Остальных виновных комдиву наказать

своей властью»

— П%%ДЕЦ!

М: «Командующий округом генерал-полковник Петров»»

57. Пелевин В.О. Любовь к трём Цукербринам. 2014

http://www.ozon.ru/context/detail/id/29443202/

Говорят, что книга полностью списана с труда Станислава Лема. «То, что в ней интересно — не ново, а что ново — неинтересно», — делится впечатлением Евгений Гильбо на своем семинаре. А я пишу об этом! Оцените мыслевирус, правда?

Как бы то ни было, я Лема, к стыду, не читал — а надо бы осилить, по крайне мере, «Сумму технологий». У Олега Матвейчева есть «Сумма политтехнологий». А пелевинских Цукербринов рекомендую по одной простой причине — популярность социальных сетей будет расти. И правила общения, типажи ее обитателей в этой книге описаны все же поточнее, чем у Земфиры. Хотите понять своего ребенка, которому 10–15 лет? Не ходите к психологу. Прочитайте Пелевина.

58. Прайор К. Не рычите на собаку! Книга о дрессировке людей, животных и самого себя. 1984

http://www.ozon.ru/context/detail/id/26423031/

Эту книгу я читал вместе с трудом Чалдини во время отпуска в Таиланде. Наверное, поэтому я ее тоже, простите, буду считать культовой. От простого к сложному автор рассказывает, как подчинять себе всех — от животных до людей. Дрессировке поддается каждое живое существо. Принцип прост: положительные действия подкрепляй позитивным вниманием, негативные — игнорируй. Но есть нюансы, о которых подробнее смотрите в книге.

Примечателен и тот факт, что на методологии Карен Прайор была развернута целая индустрия: продажа сертифицированных свистков, в которые нужно дуть, чтобы выдрессировать собачку, кошку, черепашку и даже самку богомола правильно. Чем-то напомнило Вадима Зеланда, который под идеей трансерфинга рекламировал очистители воды, какие-то волшебные камни и прочую хрень.

59. Пылаев И. Пиарщик бога. Пиарщик от бога. Идеальный публичный образ для миллионов.

Игорь Пылаев, чтобы вы понимали, — это тот самый «Менеджер мафии», очень конструктивный и оригинальный человек, раньше работавший в СМИ, а сегодня — пресс-секретарем одного арестованного олигарха. Исключительно технологичная книга о том, как сделать клиента знаменитым, известным, узнаваемым. Без воды. С юмором. С парадоксальными открытиями.

К слову, вы еще год точно нигде не найдете эту книгу. Поэтому перечитайте пока «Менеджера мафии — Пиар без вранья» и интервью Игоря Пылаева в моем блоге.

60. Райс Э. и Л. Расцвет пиара и упадок рекламы. 2004

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1657072/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

Семья Райс замечательна тем, что позиционировала себя на слове “позиционирование”. Очень элегантно, согласитесь? Все опубликованные книги мистера Райс и его, нет, не молодой жены, а дочки — заслуживают прочтения. И «Новое ору-

жие маркетинговых войн» (совместно с русским маркетологом Татьяной Лукьяновой) и, конечно, «Маркетинговые войны». Книги Райса воодушевляют, не так, конечно, как книги Матвейчева, которые в пиар-направлении даже посильнее будут. Но все же, для начального понимания нешаблонных ходов раскрутки — более чем.

Райс претендует на лавры Огилви нового времени, даже фирменный стиль тот же — красно-белый, спартаковский. Пожалуй, конкурентов у него и нет.

61. Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. 1994

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1488915/

Интерес представляет первая часть книги. Я прямо почти на каждой странице красил желтым цветом цитаты в BookMate. А потом пошла какая-то местечковая американская политика, басни про MTV столетней давности, Бивисы-батхеты и прочая старость. Принцип «заворожить читателя первыми страницами чтения» соблюден. И конгрессы по тактическому телевидению в Америке уже хрен знает когда проводились. У нас-то видео-блоггеры только-только поднимают головы. Страшно представить, что сейчас современного

есть в США, и чего нет у нас. В медийном плане. Но в любом случае книга достойна прочтения. По крайней мере, вы приблизитесь к пониманию, как делать медиавирусы. Благо в России такая компания всего одна, и она — наш партнер. «Секс в Белом доме». «Выстрел Авроры». «Путин в тюрьме». «Медведев в космосе». Посмотрите в Youtube, рекомендую! Дуглас Рашкофф, надеюсь, тоже оценил.

62. Рисс К. Кровавый романтик нацизма. Доктор Геббельс. 1939–1945. 1948 (русское издание-2006)

http://www.ozon.ru/context/detail/id/31758907/

Как ни крути, а сегодняшние пропагандисты кажутся «розовыми зайчиками» по сравнению с пиар-директором Гитлера? Ничего подобного — все ровно наоборот. А масштабы работы Геббельса поразили структурированностью, бескомпромиссностью и преданностью. Служил как пес. И умер так же.

Не скрою, восхищался мастерством злого гения после прочтения этой книги. Однако сейчас я бы такую рецензию, как раньше, ни за что бы не опубликовал — http://pr-maslennikov.livejournal.com/112291.html

63. Роднянский А.Е. Выходит продюсер. 2013

http://www.ozon.ru/context/detail/id/135074581/

Интересно почитать книги на отвлеченные темы, но чем-то касающиеся пиара. Например, о кино. Александр Роднянский рассказывает интересно, пишет замечательно, ему поведать есть о чем. Это мощный человек и профи с большим багажом побед и ошибок. О чем честно рассказывает в своей книге.

Меня поразила, во-первых, роль продюсеров. Это люди, которые практически не светятся. И их имена вам вряд ли о чем-то скажут. А ведь именно они задали ценностные ориентиры целых поколений в мире. «Звездные войны», «Хоббит» — это сегодня мы знаем, что есть силы света и силы тьмы. И они вот так вот выглядят, так живут, вот что любят, а что ненавидят. Плюс — это все монетизировано: за мечты и мифы люди платят деньги кинотеатрам, индустрии игрушек и многим другим. Надо уметь создать целый мир и заработать на этом.

Во-вторых, тронула до глубины души продуманность каждого процесса кинопроизводства. Такой профессиональный «птичий язык» говорит о надежном каркасе внутреннего мира кино. И

читать об этом крайне увлекательно: когда ты знаешь, что если фильм тебя не захватил сначала, то надо встать и уйти. А тому есть специальный термин. Или если вы жрете во время просмотра мало попкорна, то и для этого есть свой термин. Удивительные вещи, в общем. Кинозритель изучен вдоль и поперек.

Отрадно, что зачинателями Фабрики Грез были братья Джозеф и Николас Шэнки, уроженцы городка Рыбинска в Ярославской области. Но это уже совсем другая история. Подробнее смотрите в книге Владимира и Игоря Рябых «Русский любовник Мэрилин Монро. Или как волжские бурлаки Голливуд построили». Тоже полезна с точки зрения пиара.

64. Рубанов А. В. Боги богов. 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7112490/

Андрей Рубанов, бывший пресс-секретарь мэра Грозного (интервью у меня в блоге), успешный писатель, в прошлом олигарх, написал труд «Боги богов». Когда вам, быть может, наскучит читать про власть реальные факты и нужно будет просто понять правила игры, рекомендую прочесть эту книгу. Про власть — просто и жестоко. И ни на кого не намекаем.

65. Санаев А.В. PRавда. Роман о русском пиаре. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/4829851/

Вас ждет: краткий обзор СМИ, в которых можно пропихнуть нужную информацию (особо прикольно про «Независимую газету», от которой ничего не зависит), а также крутую историю о том, как пиарщик, запустив пресс-релиз с разными героями, потом один разыграл сценку в лицах перед журналистом по телефону из гостиничного номера. Театр одного актера!

Возможно, прочитав книгу, вы узнаете еще о такой функции пиарщика, как информационное обеспечение вхождения новой финансово-промышленной компании в новый город.

«– Надо подмять под себя завод, и чтобы никто не пикнул.

— Будет исполнено».

Сообщаю, что книга написана под псевдонимом, не имеющим никакого отношения к автору «Похороните меня за плинтусом». «Пиарщик Санаев» — это Кирилл Бабкин, очень интересная личность, сильнейший профессионал. Рекомендую прочитать его интервью в моем блоге, а также его биографию на официальном сайте. Чи-

тается, как детектив. Круче биография, пожалуй, только у Владимира Мединского в Википедии и у Ошо.

66. Свинаренко И.Н. Сильно умные. Разговоры про успех. 2004

http://www.ozon.ru/context/detail/id/27604714/

Олдскульная книга маститого журналиста. Большая сложность для меня была найти эту книгу в Сети. Хорошо, что я после прочтения «Ящика водки» Игоря Свинаренко, написанного на пару с уже опальным Альфредом Кохом, купил все книги автора, которые бережно храню и перечитываю. Люблю брать «Сильно умных» в отпуск, где под пальмой слова героев раскрываются для меня с новой стороны. То с точки зрения бизнеса, то с точки зрения личной жизни, то — творчества. Благо в этой книги представлены люди разных профессий.

Не знаю почему, но после любой книги Игоря Свинаренко неудержимо тянет бухнуть. Сдерживаюсь, как могу! Просто каждое интервью сродни блокбастеру, который только что развернул перед тобой собеседник. Избыток чувств — ну как не остудить?!

Да, эпоха Свинаренко уходит, и люди тоже. К

сожалению. Но тем наценка на интервью и эту книгу выше. Министр Лесин, хирург Лапутин, кто следующий?

Советую присмотреться к компании Игоря Свинаренко в его Фейсбуке, перечитать его интервью в разных книгах, а, может, у кого-то завалялась и подшивка журнала «Медведь», настоящего мужского журнала для чтения. Особо обращаю ваше внимание на Валерия Зеленогорского.

И мужики, поменьше пейте! Поучите еще молодежь уму разуму!

67. Сегела Ж., Лебедева Т.Ю., Ситников А.П. и др. Энциклопедия паблик рилейшнз. 2009

http://www.encyclopedia.ru/cat/books/book/48780/

В принципе, дельная книга. Распространялась, если я правильно помню, по эксклюзивной подписной базе PR-журнала «Советник». Ничего из нее не запомнил, разве что кроме комбинаций стиля, как одеваться на те или иные переговоры. Что, по всей видимости, доказывает, что энциклопедию о рынке, которому меньше 100 лет, писать еще рановато.

68. Сивков Е.В. Аудитор. 2010; Консультант. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/5406973/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/5915296/

Крепко закрученный роман про профессионала, который успешно воевал с системами — особенно налоговой. На удивление для раскрутки автора и его компании написано просто здорово! Подозреваю, что за какие-то налоговые консультации в работе над романами была задействована персона калибром не меньше, чем Александра Маринина)))

В целом романы представляют собой образцы того, как можно про себя сочинить целую историю. После которой даже обращаться за консультацией к Евгению Сивкову страшно — как будто Богу будем запрос на тендер посылать. Хотите узнать больше о профессиях аудитора и консультанта в увлекательной форме — читайте книги Евгения Сивкова. А если вам эти профессии по барабану, то хотя бы начинайте думать, как про вашу профессию написать детектив? Это тренд.

Когда писал рецензию, обнаружил, что на сайте sivkov.biz появилось еще больше книг. А не стать

ли Сивкову русским Хейли?

69. Смит К. Открой мир заново! Уникальное руководство для творческих людей. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/31458346/

Интересный формат книги как рабочего инструмента креативщика. Рви, сжигай, рисуй, комкай страницы. Не знаю, не пробовал, но сама подача кажется очень интересной. Рекомендуется не только пиарщикам, но и представителям творческих профессий. Телебонькать книгу все же лучше, чем вертеть в руках смартфон и проверять обновления в соцсетях.

70. Соловьев В.Р. Манипуляции. Атакуй и защищайся! 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/5620263/

Приобрел данную книгу случайно, на вокзале в Воронеже, когда уезжал оттуда с тяжелым призом в руке. Владимир Соловьев в часто присущей ему манере занятого человека эту книгу надиктовал. Однако за словесным потоком из слов-паразитов и антилогикой (все-таки, за редким исключением, Владимира Рудольфовича лучше слушать, чем читать), можно разглядеть прикольные

фишки, глубокие мысли и философскую вкупе с психологической подоплеку. Особенно интересно было прочитать о манипуляциях в классе «мужчина-женщина».

71. Соловьев В.Р. Зачистка. Роман-возмездие. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/33471465/

На удивление не занудный роман Владимира Рудольфовича, написанный им немножко, как всегда, о себе. Давненько мелькает у него мысль — «всех взять и расстрелять» во главе нового СМЕРШа. Ну что ж, сублимацию никто не отменял — и ее итог вы видите в данной книге. Очень динамичный сюжет, по всей видимости, были привлечены профессионалы в этой области (что правильно). Но меня больше всего интересуют маленькие детальки, фишечки, наблюдения, намеки, которые понятны только сведущим людям из высшего света, из закрытых кругов элиты страны и мира, в общем — посвященным. Желающие, да увидят и примут к сведению. А в книжке все заканчивается неожиданно и хорошо, как и положено хорошему детективу. Рекомендуется прочесть в перелете средней дальности и увидеть хороший цветной сон. А максимум — перенять

несколько привычек главного героя: правильно и с удовольствием питаться и много бегать. Для полноты картины и сравнения рекомендуется прочесть «Соловьев против Соловьева» и «Апокалипсис от Владимира» — продолжение нашумевшего «Евангелия от Соловьева».

72. Сталин И.В. История ВКП(б). Краткий курс. 1938

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28520127/ http://www.setbook.ru/books/2640317.html?from=livelib

Говорят, эту книгу написал сам Сталин. Великий, надо сказать, пиарщик. Конечно, не все решения он принимал самостоятельно, по большей части пиарил. Но вот книга заслуживает внимания, поскольку целый пласт истории переписан в ней так, как «надо партии». Не рекомендуется читать Краткий курс тем, кто учился в советской школе. Вас, скорее всего, вырвет — вы же это учили наизусть. Но вот посмотреть на это произведение под углом — как было на самом деле и как написано — стоит. Вот оно — мифотворчество, прямо у вас перед глазами.

73. Степаненко А.Г. Истории больше нет: Величайшие исторические подлоги. 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28272021/

Шикарная книга на тему фальсификации истории. Вот это пиар по-большому — историю перекраивать. Причём одному человеку удалось «продать» историю нескольким государствам.

Рекомендую в дополнение к книге, а, может быть, и до прочтения — прослушать лекцию господина Степаненко с семинаров «История и управление поведением наций» и «Реализм как основа успеха: противостояние манипуляциям и анализ реальности».

А также вот эти «методические материалы»:

Постников М.М. Критическое исследование хронологии древнего мира: http://vadim-blin.narod.ru/postnikov/main1.htm

Степаненко
А.Г.
Катастрофа: http://catastrophe1707.blogspot.com/

Степаненко А.Г. Истории больше нет: http://historyisnomore.blogspot.com/

Степаненко А.Г. Подложный XIX век: http://fakexixcentury.blogspot.com/2012/01/blog-post.html

Степаненко А.Г. Маленькие находки: http://

the-small-joys.blogspot.com/2012/01/blog-post.html

Морозов А.Н. Христос: http://az.lib.ru/m/morozow_n_a/text_0040.shtml

74. Суходрев В.М. Язык мой – друг мой. 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/3758259/

Довелось лично поздравлять этого великого переводчика с несколькими последними его днями рождения. Когда мы организовывали пресс-конференцию, посвященную выходу фильма «Переводчица» в России, я забирал Виктора Михайловича из его дома на Николиной Горе. И жалею, что не спросил, что он чувствует, проезжая по улицам, названным фамилиями лидеров СССР, личным переводчиком которых он был.

По этой книге у меня написан целый сценарий в формате «Фрэнки-шоу», который в свою очередь опубликован в одной из двух моих художественных книгах о пиарщиках.

Для тех, кто интересуется повадками птиц высокого полета, книга «Язык мой друг мой» будет бесценным материалом. В дополнение рекомендую прочесть два труда об Англии и Японии от блестящего переводчика и путешественника Всеволода Овчинникова — «Корни дуба. Впечатления и размышления об Англии и англичанах»

и «Ветка сакуры (Рассказ о том, что за люди японцы)». Международный кругозор еще никогда пиарщику не мешал! Кладезь новых идей.

75. Сушинский С. А. Лоббирование от А до Я. 2015

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28706179/

Я бы дал этой книги подназвание — «Книга воина света». Настолько она пропитана патриотизмом, уверенностью и доброжелательностью. Поскольку это первая книга автора, в ней много того, что, может быть, и не нужно, но было вставлено, так как не пропадать же хорошему совету. Удивительно, но получилось к месту. Например, «лоббист должен правильно питаться». Или — тест на вменяемость звучит так: «Хотели бы вы стать президентом России?» Ну и так далее. В целом, труд представляет интерес, если вы только-только начинаете разбираться, что же такое «джиар» и «лоббирование». Хотите копнуть глубже — читайте Евгения Минченко, Игоря Минтусова и др. И от себя советую изучить материалы на профессиональном портале о лоббизме http://lobbying.ru/ Павла Толстыха, как я понял, антагониста Сергея Сушинского.

76. Тарасов А.М. Миллионер. 2004

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1954680/?utm_source=livelibru&utm_medium=partner

«Артем Тарасов — тот еще аферист!» — так мне рассказала про него одна светская львица, из тех, мнению которых стоит доверять. Хорошо, что я предварительно прочитал книгу первого русского миллионера и ей не поверил.

Книга хороша тем, что написана as it is. От первого заработанного рубля до, надеюсь, не последнего. И не последнее место занимают в пробивании новых бизнесов идеи. В общем, книга о том, как пробивать проекты, которые кажутся всем непробивными и нереальными. Концовка книги — об экономике и политике. Это логично, когда бизнес идет во власть (то же, пожалуй, можно отнести и к Павлу Дурову), но почему-то на ум всегда приходят плохие примеры (типа Ходорковского). Мне кажется, каждый хорош на своем месте.

После прочтения «Миллионера» в год, когда она вышла, мне сразу захотелось «устроиться на работу» к Тарасову. Это, как знаете, слышать по радио, как к Владимиру Соловьёву обращаются с предложениями, дескать, «возьмите меня на

работу, в свою команду». «Никакой работы и команды у меня нет», — отвечает Владимир. Так и здесь. Работайте так, чтобы они к вам сами пришли за услугами. К нам Тарасов обращался! Но об этой магии «личного бренда» слушайте в моем аудио «Экспресс-курс по личному брендингу и пиару». Это отдельная история, как вы понимаете.

77. Тарасов В.К. Технология жизни. Книга для героев. 2007

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7016012/

Тарасов — русский Лао-Цзы. Только более конкретный, понятный русскому управленцу, душевный и в то же время — конкретный, строгий и справедливый. Мне кажется, эта книга обо всем. Как жить? Что делать? Как действовать в трудных многоходовых комбинациях? Кто прав? В «Технологии жизни» есть на все ответ. Очень универсальная книга — и для работы, и для, собственно, жизни. Когда я хочу в очередной раз «понять о жизни все — раз и навсегда», я беру эту книгу и перечитываю. Кстати, написана она была в Таиланде. Что странно — достаточно туда приехать, и проблемы сами уйдут, растворятся в душном вольготном воздухе и теплом океане. Считайте, что это тоже совет из книги.

78. Тарле Е.В. Наполеон. 1936

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2715909/

Ох, какой же интриган был этот Тарле. Делал то, что нужно было ему. А пиарил так, как это было выгодно для общества. Нужны деньги на очередной дворец? Не мне! Бедным! Социально незащищенным слоям! Историк Евгений Тарле, кажется, подзарядился энергией от своего «подопечного». Вот послушайте:

«Евгений Викторович написал книгу «Наполеон» и ему удалось её каким-то чудом опубликовать. Однажды в его квартиру позвонил правительственный фельдъегерь и передал пакет. В нём содержалась короткая записка Сталина, который одобрял книгу и вместе с тем делал несколько замечаний, что следовало учесть при повторном издании. Между тем, главным для получателя этой записки, как мне говорили, было другое — на конверте рукой Хозяина написано: „Академику Е. В. Тарле“. Ученый якобы немедленно отправился в Президиум АН СССР. Попал на прием к президенту и, показав ему конверт, принес извинения, что он так долго не принимал участия в работе Академии. Никаких объяснений больше не требовалось. „Бывший“ академик Тарле

вновь стал академиком Тарле»

Круто, да? Читайте книгу и узнавайте, как «вертелся» Талейран, чтобы добиваться расположения целевой группы в составе, по большому счету, одного человек — Наполеона.

Кстати, имя «Талейрана» вам ничего не сигнализирует? Вы правы! Имя *Талейрана* стало едва ли не нарицательным для обозначения хитрости, ловкости и беспринципности.

79. Татунашвили Р.Г. #Все в твоих руках. 2016

http://www.russmag.ru/vse/

Автор — человек, сделавший себя сам. Потом, кровью, болью и, конечно, любовью сплотивший российский прогрессивный малый бизнес. И, конечно, на фоне всей коммуникации — в основном в формате видео (Youtube, Periscope) — развивается его проект Callbackhunter. Сама история удержания лидерства компании особо примечательна тем, что у нее куча клонов и недоконкурентов, которые регулярно пишут письма Руслану со словами «не гробить рынок» и «успокоиться». Но «Хантер» идет вперед, Руслан выруливает из сложных перипетий, его блокируют — он восстанавливается. Прём вперед! Так победим! Все, кто не с нами, будут с нами. У меня

#все. Кстати, сходите на лекции Руслана — он настоящий бизнес-философ.

Книга по глубине, эксклюзивности (немассовой доступности) и посылу чем-то похожа на труд Сергея Полонского. Между личностями авторов, слава Богу, сходств никаких нет.

80. Тиньков О.Ю. Я такой как все. 2010

http://www.ozon.ru/context/detail/id/31227508/

Хвала Тинькову, что пишет книги и на каждой успевает зарабатывать. Даром, что банкир. Мастер! Даже в мелочах умеет извлекать прибыль. Надо сказать, что Олег знает толк в пиаре: умеет провоцировать в твитере, делать камингауты и даже имеет целый класс врагов виде стартаперов. Поэтому, не все в его книгах — вот прямо правда-правда. Красивая тонкая манипуляция. Однако очень откровенная. Помню, именно в программу «Бизнес-секреты» мы предлагали двух спикеров. Стрип-диджей Анна Сахара зажгла! За вклад в предпринимательское просвещение этой программой — тоже отдельный респект. Она, кстати, мне эту книгу и подарила. В «Бизнес-секретах» рекомендую посмотреть программу с Мавроди. А книгу читайте только в большом варианте, в подарочном переплете

— много архивных фоток. И вообще, Тиньков — наше все. У меня именно его имя является синонимом предпринимательства в России.

81. Троицкий А.К. Я введу вас в мир поп. 2006

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2509861/

Акции Артемия Кивовича резко упали, когда он признался в антироссийских настроениях. Уж не знаю, не за этим ли была устроена эта «Болотная революция» в умах, чтобы талантливым людям поканифолить мозги, а они все спровоцировались и теперь вот живут за рубежом и выступают по «Эхо Москвы». Ну нафига? Еще раз повторю мысль, что человек и профессионал хорош на своем месте. Впрочем, не мне судить.

А книга эта была спродюсирована моим коллегой — молодым философом Ильей Стечкиным, который слушал Артемия Троицкого в МГУ. Слушал, мотал на ус и на диктофон. Так появилась книга как знак того, что и вы тоже можете легко спродюсировать вашего преподавателя. Заработать на этом и имя, и связи, и, возможно, даже деньги. Кейс замечательный сам по себе. А книгу прочел с удовольствием, так как история музыки — штука классная в плане пиар-навыков. С моей точки зрения, здорово было бы дополнить книгу

диском с той самой музыкой. Как делает тот же Михаил Казиник — его книги и творчество я также горячо рекомендую. (Не знаю, почему я тут его вспомнил, потому что он тоже высказывается либерально? Не суть). Впрочем, музыку и критику Артемия Троицкого вы сможете найти на просторах интернета, жаль только, что не на российских радиоволнах.

82. Умаров М.Ю. PRописные истины: почему не все могут сделать очевидное. 2008

http://www.chitai-gorod.ru/catalog/book/299880/?utm_source=LiveLib&utm_medium=cpc&utm_campaign=pricelist

Книга написана экс-пиар директором Билайна, журналистом Коммерсанта, ныне директором пиар-агентства Коммуникe. Особо ценны истории про то, как Вымпелком чуть не лишили лицензии. Пиарщики всю ночь трудились, пили кофе, всем звонили — и решили вопрос. Но работа широкому глазу была не видна. Потом провели опрос абонентов, но достижение пиарщиков было принято без энтузиазма. В общем, пиар — как здоровье: если есть — то этого не замечаешь, но когда припирает, то делать уже что-то поздно в большинстве случаев. Но пиарщики

все могут, знайте! «Невозможное — наша специальность», — говорил герой Челентано в фильме «Блеф». Мое мнение об этом фильме смотрите в книге «99 коротких рецензий на фильмы о PR».

83. Уоррен Р. Вся королевская рать. 1946

http://www.setbook.ru/books/1910914.html?from=livelib

Классика про «всю эту грязную власть». Рекомендуется читать только в переводе Виктора Петровича Голышева, блестящего письменного литературного переводчика и друга Леонида Володарского.

Кстати, рекомендую в переводе Голышева и по теме прочитать книгу Джорджа Оруэлла «1984».

Фильм про королевскую рать хороший, но книга лучше.

84. Фрейзер П. Сайтэл. Современные паблик рилейшнз. 2002 (8-е издание)

http://www.ozon.ru/context/detail/id/1364409/ и http://www.libex.ru/detail/book73806.html

А вот с этой книги начинал профессиональную пиар-карьеру я. Проведя уже несколько вечеринок в ночных клубах и пару пресс-конференций

по случаю приезда московских диджеев в Тверь, организовав серию публикаций в местных СМИ, я понял, чем я занимаюсь. «Выстраиваю новые коммуникационные потоки», согласно книге. Спасибо, безвестный мистер Сайтэл, даже ваш пример с «Тайленолом», навязшим сегодня в зубах так же, как «кейс с Утконосом», навел меня на мысль, что я занимаюсь правильным делом по призванию.

85. Хейли А. Отель. 1965

http://www.ozon.ru/context/detail/id/26334616/

«Производственный роман» — жанр звучит настолько скучно, насколько увлекательно пишет Артур Хейли. Писатель, сбежавший из родной страны от налогов (почти как Лимп Бизкит и Рой Джонс), даже своей карьерой показывает, что он увлекательный трудяга. А книга прекрасна в деталях, своими фишками и приколами в отельном деле. Ну и без пиара тоже не обошлось, исключительно в прикладном смысле в конкретной области.

86. Хейли А. Колеса. 1971

http://www.ozon.ru/context/detail/id/3777958/

Лично я увидел в этой книге «исповедь автопроизводителя» — всю правду о дилерах, концернах-производителях и топ-менеджерах автоотрасли. А еще — принцип рождения новой модели автомобиля, ставшей впоследствии брендом. Я говорю о «Гелендвагене», машине такой ужасной, что она просто прекрасна.

Книгу отлично дополняют другие производственные романы Хейли — «Окончательный диагноз», «Перегрузка» и особенно «Вечерние новости».

87. Ходорыч А., Сергеев М., Полуэктов Н., Преженцев П. Самогонные хроники. От национальной идеи к успешному премиум-бренду. 2007

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28223633/

Книга — наглядное пособие по раскрутке продукта и бренда с нуля. Самогонные стартаперы, блин! Ввиду того, что трое из четырех авторов книги и проекта — журналисты, вот как вы думаете, могло у них получится плохо? Плохо рассказать — точно нет))) На самом деле, сделано было немало. Формула доказана: пройти путь «от национальной идеи к успешному премиум-бренду» — это реально. Особо интересно описано в книге, как все начиналось — в бизнесах мне

всегда эмоционально нравятся старты. Уверен, настроение бизнес-творчества передастся и вам. Успехов!

88. Хопкинс К. Научная реклама. 1923

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2984519/

Очень личная и крайне обстоятельная книга маркетолога, который просто выполнял свою работу — исполнял нереализуемые планы начальства, делал невозможное и успевал сеять умное, доброе, вечное. А не только поднять продажи гребаных консервированных бобов. Наверное, он их ненавидел. Слава Богу, что человек (товарищ Клод) в конце концов открыл свой бизнес и не без труда, но всё-таки раскрутил. Книга достойна быть сценарием, очень драматично.

89. Чалдини Р. Психология влияния. Как научиться убеждать и добиваться успеха. 1984

http://www.ozon.ru/context/detail/id/31713167/

Достаточно культовая книга, на кейсы которой периодически ссылаются то нейромаркетологи, то инфобизнесмены. Однозначно достойна прочтения, чтобы знать все из первых рук.

Порой в соцсетях всплывают вдруг озарившие

своим светом истины — то социальное доказательство, то фишка «дарить цветы как буддисты». Однако желательно ознакомиться с Чалдини целиком из первоисточника.

90. Червинский А. М. Как хорошо продать хороший сценарий. 1993

http://www.ozon.ru/context/detail/id/30714760/

«Каждая классная пиар-кампания — это спектакль, замаскированный под “случайное событие”», — рассказывает Антон Вуйма в интервью проекту WebSarafan. А что нужно, чтобы спектакль состоялся? Режиссер? Конечно. Но вообще-то главный тут сценарист. Зачинщик, так сказать. Просто большинство сценаристов, называющих себя «сюжетниками», могут поверить в то, что их сценарии появятся в реальной жизни. А поди ж ты! Появляются! В романе «Сага» Бенаквисты этот процесс описан замечательно: авторы и не думали, что их безумства с бумаги можно претворить хотя бы на ТВ-экране как фильм. Так вот, пиарщики делают сценарии в жизни. И попадают они на те же телеэкраны, только в более прайм-таймовое время — в вечерние новости.

Если вы хотите знать о сценариях что-то одно, главное, то вам следует прочесть книгу «История

на миллион» Роберта Макки. Ну коли нужно разобрать тему вдоль и поперек, кроме Червинского советую обратить внимание на следующие труды (все– бестселлеры):

1) Снайдер Б. Спасти кошку [Путеводитель для сценариста. Все сюжеты мирового кино]. 2007

2) Филд С. Сценарий. Основы сценарного мастерства. 1979

3) Сегер Л. Как хороший сценарий сделать великим. 1987

91. Чернышев Д. Как люди думают. 2013

http://www.ozon.ru/context/detail/id/21210941/

Среди пиарщиков преобладают бывшие журналисты, но есть и каста психологов. Именно люди этого склада ума хотят залезть в мозг каждому представителю «целевой группы» и понять, почему он поступил так или эдак после «месседжа». А вот потому что.

Чтобы понять врага, надо залезть к нему в мозг. В бизнесе под врагом мы имеем в виду конкурентов, а кто-то — и клиентов. Но смысл один — попробовать поставить себя на место того, для кого ты делаешь проект, кому ты оказываешь услуги. Особенно это важно, если ваша целевая группа — женщины. Нет, можно поступить как

самец — просто вести за собой через череду разнообразных поступков и приключений. Тогда она, они, потребители, будут смотреть вам в рот — что он дальше придумает? Но кто на это не способен постоянно (мне известно всего 3 человека, которые умеют делать ходы постоянно, как дышать), просто подумайте на тему — потребители тоже умеют размышлять. И для начала этого будет достаточно.

92. Чехов А.П. Два газетчика. 1885

http://www.ozon.ru/context/detail/id/5808751/ https://books.google.ru/books?id=ZJP3CAAAQBAJ&pg=PP1&lpg=PP1&dq=чехов+два+газетчика+купить&source=bl&ots=jzO-_llneK&s&q=чехов%20два%20газетчика%20купить&f=false

Коротенький, но очень характерный рассказ, раскрывающий через гротеск одну очень важную для журналиста черту — предельную циничность. Этого качества немного касались Ильф и Петров в «Золотом теленке», когда фотокорреспонденты просили загнать поезд обратно в тоннель, чтобы заново его отснять в лучшем ракурсе. Да что там, мне рассказывали о просьбах повесить труп обратно в петлю, а то кадр не успели сделать. В общем, цинизма и в пиаре, и в

журналистике хватает, просто надо об этом знать и понимать атмосферу. В дополнение к этому рассказу рекомендую обратить внимание также на зарисовку «Как стать известным, популярным, знаменитым?» от Аркадия Аверченко. Кандыбин — образец того, как создаются имена из ничего.

«Новость: “Заболел Кандыбин”

— А что, он был здоров? А чем известен?»

Этот прием использовали даже в «Слове о Полку Игореве»: *«Умерла Манфредь»*. Кто такая? Повод историкам покопаться в ее прошлом, не просто же так ее в главной литературной древности упомянули. А может, просто знакомая автора была, и за пиар она кое-какие услуги им оказала. Кто знает теперь? А история сохранила память на веки вечные.

93. Шарп Дж. От диктатуры к демократии, концептуальные основы освобождения. 1993

http://www.litres.ru/dzhin-sharp/ot-diktatury-k-demokratii-strategiya-i-taktika-osvobozhdeniya/

Книга — это просто перечисление 198 методов ненасильственных действий для свержения власти. Где-то повторы, где-то вообще непонятно, о чем речь, но в целом — заряжает! Идеями и уверенностью, что все в руках человека, в том числе

и власть. В дополнение советую обратить внимание на его же книгу «Освободительная борьба» (Джамила Рахиб, Джин Шарп) и документальный фильм о самом Джине Шарпе и его Институте имени Альберта Эйнштейна, финансируемого Национальным фондом демократии, Фондом Форда и Международным республиканским институтом. Джин Шарп, согласно Википедии, имеет тесные связи с аналитическим центром RAND Corporation. А это серьезный показатель того, что старый мастер еще в деле.

94. Шумович А., Берлов А. Смешать, но не взбалтывать. Рецепты организации мероприятий. 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/28330457/

Есть такие люди — эвент-менеджеры, работа которых важна и на первый взгляд не видна. Как будто гигантские конструкции движутся синхронно с людьми, зал ревет, всем тепло, проблем со входом нет и вся пресса аккредитована и рассажена по местам. Само собой? Нет, это гигантская работа эвент-менеджеров. Открытие Олимпиад, разного рода Евровидения, всемирные саммиты глав государств — всё требует серьезной работы веселых парней из эвент-агентств. В данной кни-

ге разобрано, как делать небольшие мероприятия (пресс-конференции, семинары, вечеринки), продуманными до мелочей. Как говорится, научитесь зарабатывать маленькие деньги — сможете делать и большие. Так и здесь: сделаете по канонам Берлова-Шумовича компактное мероприятие — значит, сможете и замахнуться на Уильяма Шекспира. Книга изобилует такими микрофишечками, историями, приемчиками, что диву даешься — «Ага, значит, когда буду делать семинар, обязательно предусмотрю второй ноутбук на случай поломки и сделаю фонд “непредвиденных расходов”». А потом думаешь, да ну нафиг с этим всем мучиться, лучше отдам эту часть профессионалам. И это правильно, продажа делается на страхе, пусть и на таком детализированном, не дай Бог что-то упустить.

95. Ярцев А. Юмор. Все инструменты комедии. 2015

http://www.plati.com/itm/jumor-vse-instrumenty-komedii/1981736

Секрет успеха современного публичного выступления — юмор. Чем острее шутишь, тем сильнее будет реакция зала. Мало кто знает, что у юмора есть своя анатомия. По крайней мере, я не

знал. Юмор раскладывается на градусы смешно-несмешно буквально с точностью до хахастика. Хотите вывести аудиторию в крутое пике от скорченного животика — пожалуйста, надо сделать сет-лайн, микс, микс-аут, а потом, если все зашло, — теглайнить еще и еще. Можно и нужно убеждать в том, что вам кажется смешным. Кстати, под смех очень хорошо идут продажи. Даже книжка такая есть, название не помню, но смысл в следующем — «Заставь людей рассмеяться, и забери все их деньги».

Почему я рассказываю о книге про юмор в рецензиях книг о пиаре? Да потому что каждая классная взрывная акция — это стопроцентное попадание в юмор. Когда наши «индульгенции со скидкой — цена действует до конца света» попала в новогодний прайм-тайм к Михаилу Задорнову — я понял, откуда юмористы черпают свое вдохновение. «Вечерняя шутка Кирилла Сиэтлова» — тоже тому подтверждение. Туда несколько раз, правда по моей наводке, входили акции, например, «курсы самообороны селфи-палками» или «интернет на кладбище». Подробнее этот вопрос рассмотрен в специальной главе аудио «99 законов взрывного пиара».

В дополнение рекомендуется прочесть книгу

Андрея Чивурина и Михаила Марфина «Что такое КВН?»

96. V.-Capo. Менеджер Мафии. PR без вранья, или Искусство публичного совращения. Том 1. 2005

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2375274/

Буквально недавно (летом 2014-го года) я взял интервью у человека, который написал «Менеджера мафии» о пиаре. Это Игорь Пылаев, кто еще не знает. Интервью получилось мягкое, большое, основательное, но с изюминкой — «Россия беременна пиаром». А вот книга — верх цинизма, практики и жестких, прямо-таки бандитских нравоучений. Очень рекомендую тем, кто хочет понять, как мыслят мафиози.

97. Библия

http://www.ozon.ru/context/detail/id/2700177/

Почему в России, стране православной, мало кто читал Главную Книгу? Даже христиане, у которых крестик на шее, и те пренебрегли чтением Библии, предпочли ей детективчики, фейсбучек и новости. Почему? Мне кажется, атеисты и те больше читали и знают Библию, чем православ-

ные верующие. Однако уже на первых страницах вы можете увидеть фабулу, поймать вдохновение, увлечься и понять наконец, почему Библия — самая издаваемая книга в мире. После знаете кого? Владимира Ленина, его даже иногда антихристом называют из-за этого. Но не все же Богу и Дьяволу быть в топах.

Вокруг текста книги Библии не меньше слухов и домыслов, чем вокруг ее главных героев. То были они, то не были. То переписали их, то не переписали, то раньше она появилась, то позже. «Лишь бы говорили», — сидит и усмехается в бороду Главный Автор.

Читать, читать, читать. И перечитывать. Сколько хватит времени и сил.

98. История русских медиа 1989–2011. Версия «Афиши». 2011

http://www.ozon.ru/context/detail/id/7536654/

Плох тот пиарщик, который не мечтает открыть свое пиар-агентство. Само собой. Но еще ужаснее тот пиармэн, который не разбирается в СМИ. Кто за кем появился, кто кому подчинялся, кто, куда и с кем слился. Такие вещи надо знать! Чтобы, если что, поговорить с зубрами журналистики на общие темы. Сборник выпу-

щен издательским домом «Афиша», который, к сожалению, тоже скоро станет историей. Злые языки, наверное.

Корни надо знать. СМИ, хоть у них блогеры уже и выбили букву М, всё равно очень и очень важны.

99. Проект «Россия». Воины Креатива. Главная книга 2008–2012. 2008; Проект «Россия». Воины креатива. Праведный меч. 2008

http://www.ozon.ru/context/detail/id/4834433/
http://www.ozon.ru/context/detail/id/6195728/

Меня зацепил один из ходов по раскрутке этой книги. «Жигули», груженную «проектом Россия», каскадеры заставили перевернуться возле Лубянки. Тогда еще люди в штатском работали хорошо, не давали поджигать дверей ФСБ, поэтому устранили аварию мгновенно.

То есть авторы — не только пиздоболы, но и смелые на поступки люди. Тут их остановили, но в других местах они с раскруткой прорвались. И сейчас мы имеем то, что данная книга — один из самых удачных идеологических литературных проектов Новой России. Автор до сих пор неизвестен. Зато идеи пошли в народ, некоторые уже реализованы, а на страницах книги упоминаются

реальные люди, в частности, бизнесмен Михаил Батин, бьющийся за идею бессмертия (что не мешает ему курить:).

Книга рекомендуется тем, кто хочет избраться в высшие органы государственной власти, но не имеет «позитивной программы». А где слово — там и дело, проверено.

«Проект Россия» отлично дополняется художественным произведением «Воины Креатива», написанного, как я понимаю, тем же коллективом авторов. По крайней мере, идеолог у этой серии один — тот самый Болельщик.

Вдруг кому лень будет читать и то, и другое? Тогда с идеями из этих книг списком можно ознакомиться в статье «**Перевоспитание олигархов. Версия 2.0**» — **https://medium.com/@PRMaslennikov/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D1%80%D1%85%D0%BE%D0%B2-2c5e078bf88a#.mmb1uwxy5**

Бонусные книги для самых умных

Понимаю, что многие из вас владеют навыками скорочтения в совершенстве. И поглотить данный список из 99 книг — это максимум на полгода-год. Это примерно 5-10 книг в месяц. А если будете совмещать чтение с практикой — максимум, 2 года. Ваша цель — наработать 10 000 часов в теме. Согласно книге Малкольма Гладуэлла «Гении и аутсайдеры», [5] это именно та цифра, после которой гением может стать ЛЮБОЙ. Главное условие — тема вас должна зажигать.

Поэтому вот вам еще списки из книжных полок моих коллег по цеху.

Гарантирую, что, прочитав хотя бы половину списка, вы станете гением пиара, а, может быть, даже и вольетесь в нашу команду взрывных пиарщиков.

1. Азимов С. Продажи, переговоры. 2012

2. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг. 2005

---

[5] Примечания: 5
http://www.forbes.ru/forbes/issue/2009-04/7255-pravilo-10000-chasov

3. Гансвинд И. И. Бизнес есть бизнес: 60 правдивых историй о том, как простые люди начали свое дело и преуспели. 2005

4. Гумилёв Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. 1989

5. Довгань В. Прыжок в ледяную воду. 2012

6. Зеланд В. Трансерфинг реальности. 2004

7. Клаузевиц К. О войне. 1832

8. Кеннеди Д. Жесткие продажи. Заставьте людей покупать при любых обстоятельствах. 2013

9. Лао-Цзы. Дао Дэ Цзин. VI–V вв. до н. э.

10. Лем С. Сумма технологии. 1964

11. Макиавелли Н. Государь. 1513

12. Моррис Д. Новый государь. Новая версия Макиавелли для двадцать первого века. 2003

13. Наими М. Книга Мирдада. Необыкновенная история монастыря, который когда-то назывался Ковчегом. 2006

14. Соколов-Митрич Д.В. Яндекс. Книга. 2014

15. Соловьёв. А. Знаковые моменты/сборник статей "Комерсантъ ДЕНЬГИ"). 2007

16. Сулицер П.-Л. Зелёный король. 1984

Книга об Одиссее Климроде — австрийском еврее, который за несколько лет создал 1687 фирм. Прочитав её, Аяз Шабутдинов начал свое дело, открыв на заемные деньги хостел Like в Ижевске.

А потом написал свою книгу «Цель».

17. Тойнби А. Дж. Постижении истории. 1934-1961

18. Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны. 1986

19. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за умы. 1981

20. Фрайд Дж. Rework: бизнес без предрассудков. 2010

21. Фрейд З. Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии. 1913

22. Хьюз Д. Как изменить абсолютно все. 2012

23. Чернышев С.Б. Не пропустить волну// Эксперт. — 7 апреля 2014

24. Ющук Е.Л., Кузин А.В. Противодействие черному PR в Интернете. 2008

25. Книга единомышленника/Mirax Group

26. Книги от Радислава Гандапаса — http://blog.radislavgandapas.com/best-books-01-2014/: Саймон Монтефиоре — "Речи, которые изменили мир"

Макс Вебер — "Типы господства"

Эрих Фромм — "Бегство от свободы"

Радислав Гандапас — "Харизма лидера".

27. Книги от Андрея Парабеллума — http://www.andreiparabellum.com/10knig/

28. Книги от Олега Матвейчева — все оглавление из книги «Политические онтологики» и сколько осилите из списка литературы книги «Анти-психология. Современный человек в поисках смысла» http://matveychev.ru/files/anti_psy.pdf

29. Книги по самопиару от Романа Масленникова — http://www.e-xecutive.ru/career/labormarket/1973523-chto-mozhno-pochitat-i-posmotret-o-samoreklame:

«**Гуру. Как стать признанным экспертом**», **Андрей Парабеллум**. Четкая инструкция, без воды — как усилить свои сильные стороны в публичном поле.

«**Как очаровывать людей**», **Роберт Кийосаки**. Редкая, но полезная книга. Пусть там примеры зарубежные, но многие из них хорошо ложатся на наши реалии. Минус книги — бессистемность.

«**Мартин Иден**», **Джек Лондон**. Счастливая история про то, как стать писателем, с несчастным концом.

«**Номер 1**», **Игорь Манн**. Номер один среди книг про то, как стать номером один — идеально для вхождения в тему, почти все охвачено.

«**Приключения майора Звягина**», **Михаил Веллер**. Имидж и репутация создаются делами. Вот вам список добрых дел!

«Угрюм-река», **Вячеслав Шишков**. О трудном пути к созданию образа русского предпринимателя **Прохором Громовым**. Где-то переборщил с выходами в стиле «гуляй по полной!», но в целом — про русских меценатов угадано верно. А с меценатов-то, осознанно или нет, и рисуют образы современные предприниматели.

30. Книги и фильмы от Библии Кремлевских политтехнологов:

«1. Александр Митта. «Кино между адом и раем». Это книга знаменитого советского режиссера Александра Митты. Как снимать кино. Но на самом деле это очень доступный труд по драматургии. Прочитав и поняв книгу, можно обнаружить, как сразу же изменился мир вокруг. Вы понимаете все проекты из мира кино, литературы, массовой культуры. Только началось, а вы уже почти знаете, что будет в середине и конце истории. Кто что из героев будет делать и кем в итоге окажется. Вы поймете все истории из информационного мира вокруг. Чем они закончатся, чем будут насыщены. Поймете сильные и слабые стороны событий вокруг. Вы увидите суть политических интриг. Это ведь так заманчиво! Сможете строить собственные стратегии и видеть насквозь чужие. Вы превратитесь в

режиссера и сценариста, незаметно читающего окружающие Вас смыслы. Весь мир построен на драматургии. Но очень мало у кого есть время и желание поинтересоваться, как все устроено на самом деле. Эти вещи надо преподавать тем, кто учится коммуникациям, в первую очередь. Профессиональные книги можно даже выкинуть. После книги Митты (как самого доступного учебника по драматургии) 99,9 % произведений по пиару, рекламе, маркетингу и креативу покажутся потерей времени.

2. Олег Матвейчев. «Уши машут ослом. Сумма политтехнологий». Книга одного из лучших современных политтехнологов и философов, написанная просто и увлекательно. Для умения мыслить масштабно и попытки сделать в жизни что-то грандиозное. Среди учеников есть ведь и настоящие герои, которые потрясут этот мир. 41

3. Джек Траут, Эл Райс «Позиционирование. Битва за узнаваемость».

4. Джек Траут, Эл Райс «Маркетинговые войны».

5. Джон Фаулз «Волхв».

6. Умберто Эко «Баудолино».

7. Джанни Родари «Грамматика фантазий».

8. Сергей Фаер «Приемы стратегии и тактики

предвыборной борьбы».

9. Тонино Бенаквиста «Сага».

10. Джулиан Барнс «Англия, Англия».

11. Харро фон Зенгер «Стратагемы. О китайском искусстве жить и выживать».

12. Дуглас Рашкофф «Медиавирус».

13. Паоло Коэльо «Алхимик».

14. Дэн Браун «Код да Винчи»».

31. Список 55 самых читаемых книг из офиса пиар-агентства «Простор Пиар и Консалтинг» — http://www.msk-pr.ru/advices/advices-pr-marketing-advertising/204.html

Один совет напоследок

Не любите читать книги? Понимаю вас. Особенно, в пятницу вечером. Тогда смотрите фильмы! Сборник самых коротких рецензий на фильмы о пиаре и не только — в одноименной книги.

Итак, ваша следующая цель — «99 коротких рецензий на фильмы о пиаре».

Приятного вам чтения и просмотра!

Обменяемся впечатлениями в соцсетях. Найти меня просто, я самый известный Роман Масленников из всех Романов Масленниковых:)