

УДК 659+070
ББК 65.9(2)+76.006.5
М31

Масленников, Роман.

М31 Как взорвать медиапространство/ Роман Масленников. — Москва: Издательство АСТ, 2021. — 208 с. — (Бизнес наставник).

ISBN 978-5-17-136711-4

Роман Масленников

- генеральный директор PR-агентства,
12 лет в профессии
- 5 принятых законов в результате PR-кампаний
- 5 мировых информационных резонансов
- 5000 публикаций в интернет-СМИ,
газетах, журналах и на ТВ
- автор книг-бестселлеров «Медиавирус: как делать хайп на ровном месте» и «Хайпанём? Взрывной PR. Пошаговое руководство»

МАРКЕТИНГ напрягает! РЕКЛАМА - это прошлый век и насилие над мозгом. Другое дело – PR. С бюджетом или без, но вы поднимите свой бизнес! Хотите стать знаменитым уже завтра?

В этой книге я поделюсь различными приемами и практическими рекомендациями, чек-листами, кейсами и примерами, которые помогут понять, как

- раскрутить личный бренд;
- развить свой бизнес через личный бренд;
- начать «мелькать» на ТВ и в глянце;
- выйти на новый уровень известности;
- «пробить» стеклянный потолок в вашей области и стать номером один;
- стать признанным экспертом в своей области;
- превратить славу в деньги и многое другое.

«Хотите хайпить круче, чем «Бургер Кинг»? Не факт, что у вас получится, – но попробуйте! Читайте книгу».

Иван Шестов,
директор департамента маркетинга «Бургер Кинг»

**УДК 659+070
ББК 65.9(2)+76.006.5**

ISBN 978-5-17-136711-4

© Текст. Роман Масленников, 2021
© Оформление. ООО «Издательство АСТ», 2021

Эта книга для вас, если вы хотите узнать:

- как раскрутить личный бренд;
- как развить свой бизнес через личный бренд;
- как начать «мелькать» на ТВ и в глянце;
- как выйти на новый уровень известности;
- как «пробить» стеклянный потолок в вашей области и стать номером один, персоной, которая первая приходит в голову при упоминании ниши;
- как стать признанным экспертом в своей области;
- как превратить славу в деньги;
- как стать известным в широких кругах, чтобы вас любил народ и «вообще все»;
- как сделать так, чтобы о вас знали только те, кому нужно о вас знать;
- каких результатов можно добиться с помощью личного пиара;
- как давать комментарии в СМИ, даже если вы очень заняты;
- как правильно и эффективно общаться с журналистами, даже если вы никогда этого не делали;
- как войти в новые тусовки и высокие сферы, как будто вы там всегда были своим человеком;
- сколько стоят услуги личного пиарщика;
- как долго нужно раскручивать себя до уровня звезды;
- наконец, сколько стоит раскрутиться личности по факту, итого.

Если вы хотите получить ответы на эти вопросы, тогда книга «Как взорвать медиaprостранство. Искусство PR» — для вас.

Рецензии и предисловия

Вадим Демчог, российский актер театра и кино, создатель авторских проектов на радио, телевидении, в интернете и в театре. «Фрэнки-шоу», «Арлекиниада», «Интерны», «Mr. Freeman»

Дорогие друзья, спешу представить вам книгу одного из моих друзей, что занимается играми в так называемый пиар и созданием личных брендов!

Я думаю, что его советы в мире, пронизанном искусством манипуляции, так называемым массовым сознанием, — говоря цитатой из Ильфа и Петрова: «больше цинизма, господа, людям это нравится!» — не повредят вашему представлению о технологической монтируемости персонажей, населяющих сцену театра современной жизни!

Итак, дамы и господа, Роман Масленников, «Как взорвать медиaproстранство». Очень советую!

Алексей Ситников, доктор психологических наук, доктор экономических наук, профессор, мастер делового администрирования (МВА), сертифицированный тренер НЛП

Сильный личный бренд позволяет человеку работать на своих условиях, диктовать правила клиенту, придает уверенность задавать тренды, держать какие угодно высокие цены.

Сильный личный бренд позволяет не работать ни на кого, но и брать ответственность за свою жизнь, проекты.

К слову, пионеры пиара и консалтинга в России — уникальные личности, никто из них не обучался PR-технологиям специально. Они просто делали то, что им казалось правильным, и не боялись принимать нестандартные решения и ломать существующие представления о способах ведения политических или бизнес-проектов.

Их личные бренды сформировались глубоко изнутри и в процессе претворения дел. Это наилучший способ создания личного бренда — делами.

В общем, личный бренд — это возможность быть собой в бизнесе.

Данная книга — ваш первый шаг к системному и осмысленному построению своего имени в глазах вашего окружения.

Андрей Парабеллум, самый дорогостоящий бизнес-тренер России, автор более 140 книг и 70 бестселлеров, лауреат книжных премий и мирового рекорда, занесенного в Книгу рекордов Гиннесса

Если в двух словах: нереально крутая книга.

Если же развернуто, то лучшей книги по личному пиару я еще не встречал. Чек-листы, советы, примеры и фишки — просто бери, делай план и внедряй одну за другой. Даже конспектировать не надо — все уже законспектировано за нас.

К моему величайшему сожалению, теперь эта информация будет не только у меня в руках, но и у всех читателей книги. И вы тоже сможете сравняться с остальными медийными звездами по качеству и количеству своего пиара.

Единственное, что успокаивает, — далеко не все ее прочитают и тем более что-то внедрят.

Пусть уж лучше наблюдают за теми, кто заполнил свой чек-лист, со все возрастающим интересом: и как же у них так все само получается? :)

А вот так. Ровно как в этой книге.

Роман, спасибо за такой детальный разбор такой непростой темы.

Белановский Александр, автор семи бестселлеров на тему увеличения личных доходов, лидерства и личных продаж, основатель и руководитель тренинг-центра BIZMOTIV.RU, ведущий бизнес-тренер Рунета (по мнению телеканала «Мир», 2014 год)

Я познакомился с Романом примерно полгода назад. Что меня сразу поразило, так это его невероятный креатив в области пиара своего имени и бренда, особенно вирусными методами. Мы даже сделали несколько успешных совместных проектов, которые принесли не только радость их воплощения, но и финансовые выгоды.

И вот я держу в руках новую книгу Романа. Нельзя сказать, что в этой книге все 100 % информации для меня новые или неизведанные. Но, как

говорится, «дьявол в деталях». Именно из-за этих фишечек и секретиков я и перелопатил всю книгу целиком, скрупулезно собирая их в свой блокнот.

Искренне рекомендую всем, кто не хочет жить скучной и серой жизнью, срочно прочитать этот труд и, самое главное, начать его внедрять. А результаты не заставят себя долго ждать, ведь это по-настоящему профессиональный труд от мастера своего дела.

Андрей Вульф, известный российский журналист, публицист, писатель, консультант, спикер, теле- и радиоведущий и общественный деятель. В прошлом депутат Госдумы третьего созыва, директор департамента внешних связей Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ, вице-президент Оргкомитета «Сочи-2014» по образованию, культуре и церемониям, топ-менеджер ведущих российских корпораций. Сегодня руководитель крупных образовательных, спортивных и консалтинговых проектов, консультант и ментор известных политиков, чиновников и топ-менеджеров, олимпийских чемпионов и звезд медиа и шоу-бизнеса, ведущий эксперт в области PR, GR, брендинга, внешних и внутренних коммуникаций. Автор бестселлеров «В постели и за кулисами», «Исповедь дивергента. За кулисами большой политики и большого спорта», создатель первого в России мотивационного шоу «ПереИзобретение»

С огромным интересом прочитал, буквально проглотил книгу Романа Масленникова «Как взорвать медиапространство».

Что я могу сказать? Книга очень насыщенная, изобилует большим количеством историй, личных и клиентских кейсов и лайфхаков. Безусловно, всем начинающим путь в личном бренде и PR ее изучение принесет неоценимую пользу. Уверен, что читателей ждет масса открытий чудных, и читать книгу я рекомендовал бы с блокнотом и карандашом.

При этом для меня, как для мастодонта и одного из родоначальников российского PR и личного бренда, как минимум половина тезисов и выводов книги вызывает горячее желание поспорить и подискутировать с автором. Впрочем, наверное, это и хорошо, когда книга вызывает потребность в обсуждении в профессиональной среде, ибо провокация — тоже двигатель PR, в данном случае для самой книги.

Павел В. Кириллов, продюсер кинокомпании «Студия “Другие”»

Сначала думал быстро пробежаться по страницам, поскольку время распланировано. Получилось так, что пришлось перенести несколько звонков, чтобы прочитать все. Теперь понимаю, что будет способствовать привлечению финансирования на крупный проект. Ну и, конечно, интересно было узнать стоимость услуг по личному пиару.

Валерий Бо, персональный бренд-навигатор. Идеолог личного брендинга. Автор книг и статей о межличностной коммуникации и персональном брендинге, участник более двух сотен теле- и радиопрограмм, спикер

Эта книга — генератор возможностей. Мне кажется, основная мысль, которую хочет донести автор, состоит в том, что способы продвижения лежат на поверхности, но многие их не замечают или не решаются ими воспользоваться.

Сразу же хочется заметить, что предложенные методы подходят далеко не всем. Однако я уверен, что размышления читателя усилят предложенные Романом идеи. Ведь универсальных инструментов почти не существует.

Я бы сказал, что после прочтения книги имеет смысл держать ее под рукой и время от времени пролистывать для создания собственных решений на основе множества примеров, которыми автор щедро поделился. Роман Масленников большой затейник, и остается только удивляться его откровенности и энтузиазму.

Инна Алексеева, генеральный директор PR-агентства PR Partner

Отличная книга, которая легко читается, изобилует простыми и понятными примерами. Настоящее руководство к действию!

Искренне рекомендую!

Ирина Эйр, писатель, астропсихолог, MBA, член Интернационального союза писателей. Автор проекта «Астрологическая формула души», победитель в номинации «Лучшая книга года», награждена почетной грамотой «За весомый вклад в развитие литературы», медалью «200 лет со дня рождения М.

Ю. Лермонтова», медалью ЮНЕСКО им. А. Мицкевича. Финалист конкурса «Московская литературная премия»

Я всегда очень скептически относилась к пиару, как, наверное, и многие на планете. В том смысле, что считала пиар способом продвижения за большие деньги, когда нет возможности проявить себя и зацепить клиента другим способом. Моя позиция изменилась, когда я познакомилась с Романом и стала наблюдать за его деятельностью. Надо сказать, что одно наблюдение за таким профессионалом уже очень увлекательно, даже если ты не примеряешь пиар на себя!

Потом, когда я сама начала мерить различные пиар-одежды, продолжая наблюдение за автором этой книги, я поняла несколько важных вещей.

В первую очередь, пиар живет на одной волне с внешней окружающей средой — он говорит на одном языке с потребителем, находясь с ним в одном эмоционально-чувственно-ментальном потоке. Путано получилось? Попробую пояснить.

Сегодня, когда категорически не хватает времени и когда люди перегружены различной информацией, просто необходимо попасть в нужную струю, чтобы хотя бы просто вписаться в поток. Это ни хорошо и ни плохо. Это просто реальность, и с ней, вернее, в ней нужно жить, иначе будешь вечно догонять поезд по шпалам или ловить рыбу там, где вода высохла. Но «вписаться» — это только полдела.

Дело начинает приносить доход тогда, когда оно чем-то выделяется из общей массы. То есть надо быть не просто современным и актуальным, но и оригинальным, свежим, ставящим в тупик, парадоксальным, создающим вопрос, поражающим чувства, цепляющим разум и т. д. Получается, что необходимо быть в потоке и не быть в нем одновременно.

Именно на достижение такой гармонии со временем и нацелен пиар. Можно сколько угодно обвинять общество, власти и все вокруг, но это лишь оправдания того, почему ничего не получается, — согласитесь! Мы живем в конкретном времени и пространстве, поэтому необходимо учитывать его особенности, если хотим добиться успеха.

Можно, конечно, прогнать мир под себя, но для этого надо обладать огромным энергетическим потенциалом, стопроцентной осознанностью, здоровьем, знанием своих способностей, возможных угроз и миссии.

Таких немного. Эти люди светятся без особого пиара. Вернее, способность личного пиара уже заложена в них с рождения, поэтому они заметны совершенно естественным образом. Их быстро замечают продюсеры и инвесторы, готовые вкладывать большие деньги. Ведь такой товар надо лишь немного «причесать», и он становится звездой мирового масштаба.

Если же звезды не указывают на сверхспособности, то навыки пиарщика можно легко воспитать, как это подробно описал в своей книге Роман.

Книга написана простым разговорным языком, понятным каждому. Здесь нет пафоса и давления всезнающего гуру! Автор, ваш друг, ведет непринужденную и откровенную беседу с читателем, раскрывая секреты пути к успеху.

Напоследок хочу сказать важную вещь. Есть один нюанс, который необходимо учитывать, принимаясь за чтение этой книги или думая о личном пиаре. «Моя цель — это успех!» — именно такая установка должна быть у каждого. Если у вас нет такой цели, то ни в коем случае не читайте книгу!

Михаил Молоканов, директор по персоналу ГК «НМЖК», эксперт международного уровня по лидерству, принятию решений и внутренним организационным изменениям. Единственный русскоязычный консультант, сертифицированный по методике работы с командами Патрика Ленсиони. Первый в России эксперт, сертифицированный американским Центром исследований лидерства CLS. Удостоен награды «Совершенство в практике» Европейского фонда развития менеджмента EFMD. Почетный член Международной ассоциации коучей и тренеров ИСТА. Член международного сообщества коучей CoachVille. Член отраслевой комиссии по бизнес-образованию Ассоциации менеджеров России (АМР). Лидер тренерских рейтингов журналов «Секрет фирмы» и «Sales business/Продажи». В четверке лучших тренеров десятилетия по оперативному управлению и управленческому влиянию. С первого выпуска (2006 год) в международной энциклопедии «Who is Who в России». Автор четырех книг по лидерству и управлению. Эксперт на телеканалах «Первый», «Россия», НТВ, РБК, «ТВ Центр», ТВЗ, «Культура», «Домашний», «Столица», «Проденьги», ТДК, «Успех», «Доверие». Колумнист на радиостанции «Серебряный дождь»

Книга Романа Масленникова «Как взорвать медиaproстранство» написана для особого круга читателей — для профессионалов, у которых

уже есть что показать «всему миру», но которые еще сомневаются, стоит ли овчинка выделки в СМИ выделки.

Из личного опыта знаю, что появление даже в суперрейтинговой программе Первого канала в качестве эксперта вовсе не привлекает толпы новых клиентов. Но она напоминает старым о твоём существовании и побуждает их быстрее обратиться к тебе еще раз.

Кроме того, появляется возможность на замечание новых знакомых «Я вас где-то видел» спокойно отвечать: «Возможно, на Первом канале экспертом».

И Роман со знанием дела рассказывает обо всех этих нюансах широкого пиара так, что каждый профессионал с большей легкостью сможет осознать, нужно ли ему это или нет, а если нужно, то сколько усилий/денег он готов на это потратить.

И еще... Автор почему-то в качестве примеров ссылается на опыт пиара бизнес-тренеров. Возможно, в благодарность за полученные знания. Но то, о чем он рассказывает, применимо к любому вольному профессионалу, да и к любому человеку, желающему получить публичное признание своего профессионализма.

Павел Вербняк, автор книги «Успех своими руками. Как вывести жизнь на новый уровень»

Прочитав книгу «Как взорвать медиапространство», хочу в первую очередь искренне поблагодарить Романа Масленникова, ее автора, за столь содержательную и полезную подборку работающих и, на первый взгляд, простых идей по продвижению в СМИ, интернете и не только.

Книгу прочитал за один вечер на одном дыхании, яркие примеры из жизни Романа и известных идей помогают посмотреть на свои задачи и ситуации с другой стороны. Чувствуется многолетний опыт и экспертность автора, желание поделиться с читателями, помочь им сохранить месяцы, даже годы и большие финансовые вложения, которые могли бы быть без этой «дорожной карты».

Книга мне очень понравилась. Думаю, что и новичок, и специалист в области пиара найдет здесь что-то интересное и полезное.

Спасибо!

Сергей Александрович Сушинский, президент Фонда «Защита нации», член Координационного совета при Минздраве России, член Экспертного совета при ФАС России, управляющий партнер GR-фирмы «Московская лига лоббистов»

Книга открывает простые и понятные пути роста популярности любого человека в любой сфере, так как большинство инструментов универсальны и не требуют больших финансовых вложений. Они лишь требуют настойчивости и постоянства.

Книга будет интересна политикам, бизнесменам или просто людям своего дела. Естественным следствием является то, что для истинной популярности необходимо иметь определенную степень профессионализма и личную харизму. Впрочем, ряд инструментов в некоторой степени компенсируют и эти качества. С другой стороны, даже если человек профессионал, но скрыт от глаз телекамер, сторонится известности, то неизвестным он, скорее всего, так и останется. А те события, которые выводят людей на аллею славы, относятся скорее к универсальным инструментам, чем к личным заслугам. К примеру, можно спасти людей из горящего дома, а после скромно скрыться от телекамер. А можно остаться и дать интервью. Можно многие годы проводить политику в сфере гражданских прав или здравоохранения, но не давать комментариев в СМИ и оставаться в тени. А можно соглашаться на встречные предложения прессы.

В этой связи стоит упомянуть, что истинное достоинство не купишь пиаром. Однако так же верно, что заслуженная известность не родится автоматически из-за долгой профессиональной работы.

Роман Масленников описывает все основные каналы популярности, выкладывает все карты на стол и показывает, что известность — это технология, а не случайное стечение обстоятельств.

Популярность копится с количеством публикаций, встреч, проведенных мероприятий, заслуженного доверия. И каждый раз внимание СМИ, блогосферы и просто «случайных» зрителей станет следующей ступенькой на пути презентации той работы, которую стоит брать на вооружение.

Рекомендую книгу Романа Масленникова в качестве пособия по обретению популярности или справочника по ведению PR-кампаний.

Александр Малькевич, первый заместитель председателя комиссии Общественной палаты РФ по развитию информационного общества, СМИ и массовых коммуникаций; генеральный директор телеканала «Санкт-Петербург»; трехкратный лауреат премии «Медиаменеджер России»; лауреат Премии Правительства Российской Федерации в области культуры; самый медийный член Общественной палаты Российской Федерации за период 2017–2021 годов; член Общественного совета Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации; человек, дважды внесенный в санкционные списки США (в том числе в 2021 году личным указом президента США Джозефа Байдена)

Роман Масленников — удивительный человек, который своим примером показывает, насколько важен в умелых руках личный пиар, как хорошо он может работать. Достаточно просто посмотреть на количество написанных им книг! Можно сходить в книжный магазин и убедиться, какая значительная часть из них находится в продаже. Они есть, они существуют! И они хорошо написаны!

Честно признаюсь, что с удовольствием читаю книги Масленникова. В частности, вот эту. Она написана простым, легким, доступным языком. В ней изложены реальные кейсы, работающие приемы, очень удачно составлены чек-листы. Причем все сделано так грамотно, что, когда начинаешь примерять все это на себя, по некоторым пунктам возникают вопросы к самому себе — так ли ты хорош на самом деле?!

Я сам в своей профессиональной жизни всегда руководствовался принципом «терпение и труд все перетрут». И студентам на занятиях, которые я веду уже без малого 20 лет, рассказывал, что не боги горшки обжигают. И если четко и планомерно «вспахивать» участок, на котором ты работаешь, то рано или поздно он начнет плодоносить.

Один из самых ярких примеров, который это подтверждает, — запуск круглосуточного спутникового телеканала «Архыз 24», который мы с командой сделали в Карачаево-Черкесии в 2014 году и с которым вошли в Книгу рекордов России с показателем «Самый быстрый запуск медиахолдинга». И сейчас я могу прямо сказать, что 80 % тех, кто создавал канал, запускал его, а впоследствии остался на нем работать, не имели не то что телевизионного образования, они даже журналистике не учились. Это были люди,

далекие от мира медиа. Но они хотели работать, у них горели глаза и они четко следовали тому плану, который я им составил. И они добились успеха.

К чему я вспомнил об этом?

К тому, что для тех, кому нужна своя «засветка», раскрутка, собственный пиар, те инструменты, техники, технологии и приемы, о которых рассказывает Роман Масленников, пригодятся.

Просто нужно шаг за шагом идти вперед к намеченной цели, руководствуясь в том числе подсказками мастеров. В отличие от огромного количества «инфоцыган» и шарлатанов в сфере медиа и PR, Роман Масленников своей востребованностью подтверждает, что его советы и то, что он предлагает и о чем рассказывает, — все это работает.

Александр Кичаев, консультант проекта «Кадровый резерв — профессиональная команда страны» (Администрация Президента РФ и «Единая Россия»). Советник избирательного штаба губернаторов Астраханской и Московской областей, Республики Коми, депутатов Госдумы РФ и пр. Автор программы деловых коммуникаций МВА РГУ нефти и газа им. И. М. Губкина. Автор бестселлеров «Психология персонального бренда. Я стою \$1 000 000», «Как управлять репутацией и сценариями своей жизни», «Жесткие переговоры в стиле агентурной вербовки» и пр. Постоянный эксперт информационных и публицистических программ на федеральных теле-, радиоканалах, комментатор печатных и интернет-СМИ. Лучший автор (2012 и 2013 годы) на портале E-xecutive.ru. Автор и продюсер ТВ-программ «Кому на Руси жить?» (РТР), «Провинциальные истории» (ОРТ), «Другая жизнь Золотого Остана — Арчил Гомиашивили» (НТВ). Авторский канал на YouTube — около 7 000 000 просмотров. Председатель попечительского совета ФСП «Достойное будущее» (<http://www.w-future.ru/>). Член Федерации айкидо ёсинкан России (ФАЕР) (<http://www.youtube.com/watch?v=saPIDwkcEkg&feature=relmfu>).

Когда Роман предложил написать отзыв на свою книгу «Как взорвать медиaproстранство», я не был уверен, что буду ее читать. И решил полистать ради любопытства. Но наткнулся на фразу «если вы звезда и читаете данную книгу, то, скорее всего, вы к таковому разряду не относитесь...» и поддался на «провокацию» автора. Углубился-таки в текст, тестируя изложенные рекомендации на собственной истории привычным способом «работает — не работает».

Для кого книга? В первую очередь для амбициозных и тщеславных, желающих привлечь внимание к себе в силу демонстративного типа личности или рассчитывающих стать известным, привлекательным, востребованным... самореализоваться и монетизировать свои знания и умения. Ну и все-таки для звезд (пусть и нестандартно втянутых в процесс ее прочтения). Потому как и звездам не надо расслабляться и полезно время от времени прокачиваться и переформатироваться.

В чем особенность книги? Иронически-провокационный стиль упрощает и облегчает общение с автором.

Например, я прочитал ее не напрягаясь за полдня. Обычно в книгах о личном бренде много рассуждений и мало примеров. Книга Романа этим не страдает. В ней достаточно кейсов, иллюстрирующих PR-приемы и основные тезисы. Например, любопытны фрагменты истории продвижения самого автора, что наверняка поспособствует созданию доверительности и открытости у читателя и, возможно, будущего клиента.

Полезной будет информация о чек-листе, в котором структурируются основные элементы персонального брендинга. Я на всякий случай проверился по нему и почти по всем позициям поставил себе плюсики. Немало начинающих путь к славе страдают комплексами, не дающими сделать даже первые шаги или останавливающими на полпути. Для них автор щедро рассыпал в тексте установки, мотивирующие на смелость, креативность, движение и снимающие эти злосчастные внутренние барьеры. Ведь именно из-за этого и случаются описанные Романом типичные ошибки и появляются страхи у желающих прославиться.

Чего недостает в книге? Подробной и структурированной истории клиента (или не клиента), захотевшего и ставшего знаменитым и успешным: его мотивации, сложностей и их преодоления. Что пронизало бы красной нитью текст и стало бы показательной иллюстрацией. Но об этом автор наверняка еще напишет в следующих сочинениях...

Леонид Бугаев, человек-ракета, человек-магнит

Ужасная, страшная, прекрасная книга о пиаре. Читать, плакать, смеяться, находить жемчуг.

Валентина Гурова, пресс-атташе российских актрис и моделей, <http://www.aliyans.org/>

Очередной глубокий профессиональный лайфхак от Романа Масленникова в стиле «гуру пишет...».

Книга известного PR-гуру, предпринимателя Романа Масленникова предназначена тем, кому пришло время стать узнаваемым, известным или знаменитым — от бизнес-тренеров и коучей по личностному росту до звезд шоу-бизнеса и кино.

Также книга может быть полезна тем, кто вовлечен в бизнес по продвижению и раскрутке и хочет сделать его более эффективным.

Автор не только раскрывает технику достижения поставленных задач, но и готовит будущую знаменитость к сложным психологическим аспектам нового уровня известности. Рассказывает, какие дополнительные возможности и ограничения дает популярность, к чему быть готовым и какими ресурсами нужно располагать для достижения поставленных целей.

Автор предостерегает от совершения фатальных ошибок в общении со СМИ, дает советы, как выстоять перед черным пиаром личности и противодействовать ему.

Книга помогает развеять иллюзии, связанные с процессом создания известности, и предлагает читателю разумный подход к срокам, способам, стоимости и эффективности (полезности для клиента) различных мероприятий. В частности, автор делится опытом, как долго нужно раскручивать себя до уровня звезды, каких результатов можно добиться с личным пиарщиком и сколько стоят такие услуги.

Красочные примеры, легкий стиль изложения и необходимые знания делают книгу интересной и увлекательной. Ее можно использовать как методическое пособие для людей, решивших стать на путь личностного PR.

Лариса Ренар, писатель, основатель «Академии частной жизни»

Время дилетантства и действий «на авось» (пробных шагов) проходит. И книга Романа Масленникова «Как взорвать медиапространство» — блестящее тому подтверждение.

Можно искать свои пути и тропинки к тому, чтобы стать звездой, а можно прочесть книгу Романа и уверенно идти к своей славе. Успех оставляет следы, как говорит Энтони Роббинс. И мы можем идти по этим следам, чтобы прийти туда, куда хотим.

Конкретные рекомендации, проверенные технологии и четкий план действий помогают избежать потери времени, сил и денег и действовать прицельно и эффективно. Я счастлива, что мне в руки попала эта книга и я наконец-то знаю, что мне конкретно делать, а не действовать методом тыка, как действовала до сих пор.

Как же я мечтала о такой книге лет пятнадцать назад, когда только начинала свой проект «Возвращение женской энергии»!

И если без таких ценных знаний мне удалось стать самым известным женским тренером, то я представляю, какой успех ждет меня и мои новые проекты теперь, когда у меня в руках книга «Как взорвать медиапространство» с мудрыми, профессиональными и конкретными советами Романа.

Роман Дусенко, автор проекта «Бизнес-завтрак с Романом Дусенко», банкир, предприниматель, персональный карьерный советник

Книга Романа Масленникова «Как взорвать медиапространство» понравилась мне, во-первых, тем, что она начинается не с вопроса «как», а с вопросов «зачем» и «почему».

В последнее время тема персонального пиара, или продвижения и создания личного бренда, стала очень популярна на просторах Рунета.

Вдруг в одночасье появилось великое множество тренингов, тренеров и различной литературы на эту тему в России, но лишь в немногих текстах или тренингах можно встретить понимание сущности человека, его ценностей и миссии. Большинство пестрит быстрыми рецептами по типу «как стать звездой», уделяя все внимание вопросу «как», начисто забывая о вопросе «зачем».

Роман в своей книге ставит во главу угла вопрос «зачем». Именно от понимания человеком стоящей перед ним задачи, базирующейся на его индивидуальности, строится повествование данной книги. Какие задачи должен решать для себя человек? Лишь после того, как вы откровенно себе ответите на вопросы о том, чего же вы хотите добиться посредством