

PR 2.0

Как искусственный интеллект меняет профессию и заберет ли работу у пиарщика

Татьяна Смирнова

Эксперт по PR и маркетингу
Сооснователь онлайн-школы AIM

Более 20 лет опыта в маркетинге и коммуникациях

Работала в ведущих российских компаниях:
Билайн, Ростелеком, АКАДО Телеком, SberMedAI

Специализируется на комплексном подходе к продвижению,
стратегическом управлении репутацией и выстраивании
коммуникаций для крупных технологических компаний

Член жюри престижных отраслевых премий:
PR Battle, «Серебряный Меркурий»

Автор Telegram-канала об истории Москвы «Москва красна»



**ИИ – ГЛАВНЫЙ ТРЕНД ИЛИ БАЗОВАЯ
НЕОБХОДИМОСТЬ**

PR и ИИ

О чем мы поговорим сегодня

1. ИИ, тренд или необходимость?
2. Как ИИ меняет PR прямо сейчас
3. Инструментарий пиарщика 2026
4. Безопасность, фактчекинг, этика — три кита работы с ИИ
5. Карьера пиарщика в эпоху ИИ

ИИ, ключевой навык для всех профессий

3 года назад OpenAI представила ChatGPT. С тех пор нейросети прошли путь от новшества до инструмента, используемого в повседневной жизни.

ИИ не только используют для оптимизации задач, но и берут на работу как полноценного сотрудника:

- ✓ В Албании назначили **первого ИИ-министра**. Он отвечает за все государственные закупки и консультирует пользователей государственного портала e-Albania, помогая им с помощью голосовых команд решать различные бюрократические задачи.
- ✓ В американском Гарварде появился **ИИ-преподаватель** по программированию, который может отвечать на вопросы студентов, давать обратную связь и помогать находить ошибки в работе.
- ✓ В Арбитражном суде Амурской области на **позицию юриста** приняли ИИ. Там пояснили: решение стало ответом на кадровый дефицит и ограниченное финансирование, однако результат оказался крайне благоприятным: скорость обработки обращений выросла с двух рабочих дней до одного часа.

ИИ - ключевой навык для всех профессий

Спрос на ИИ-навыки вырос на 50% за год

Нетехнические сферы, где требуется ИИ:

- Маркетинг, HR, финансы, журналистика
- Образование, реклама, PR, креативные индустрии

Что ждут работодатели?

Использование генеративного ИИ для:

- Автоматизации рутины
- Создания контента и аналитики
- Персонализации клиентского опыта

Новые роли в бизнесе:

AI-директор (Chief AI Officer)

Менеджеры по цифровой трансформации

→ Их задача: внедрять ИИ-инструменты и обучать команды

**ИИ-ключ к успеху в новой реальности,
мультипликатор профессионального роста**

Директор по развитию AI-направлений

В архиве с 5 июня 2025

до 1 000 000 Р за месяц на руки

Опыт работы: 3–6 лет

Полная занятость


График: 5/2

Рабочие часы: 8

 careerist.ru

AI Creator / Prompt инженер (Генерация видео роликов)

Карьерист.ру ✓ **Вакансия: AI Creator / Prompt инженер (Генерация видео роликов) в Москве от 12.05.2025** ▶ В компанию: Холдем

 hirify

Исполнительный директор по внедрению AI-агентов

ПАО Сбербанк

Work format: onsite Work type: fulltime Grade: director

ai ms office russia

Твои знания больше никому не нужны

ИИ уже знает больше вас.

Но он не умеет чувствовать, различать суть, быть навигатором в хаосе.

Эра «много знать» уходит.

Начинается эпоха мудрости



В новой реальности выигрывают те, кто умеет:

Эмоционально осмыслять, а не просто реагировать.

Не «я зол — значит, нужно что-то делать», а «я зол — интересно, что именно задело».

Строить глубокие связи, а не поверхностные коммуникации

С собой, с коллегами, с командой. Люди чувствуют, когда с ними по-настоящему.

Видеть суть сквозь шум

Настоящая пронизательность — видеть реальность без искажений страха, эго или амбиций.

**Всё, что можно автоматизировать,
будет автоматизировано**

MIT Sloan, Harvard Business Review, McKinsey

PR и ИИ: Партнерство или Замена?



Как технологии меняют профессию прямо сейчас

Главный страх:
«Останусь ли я без работы?»

Жесткая правда рынка

Искусственный интеллект не заберет вашу работу. Но пиарщик, использующий ИИ, заберет работу у того, кто его не использует

ИИ, это экзоскелет для вашего мозга. Он не ходит вместо вас, но позволяет поднимать тяжести, которые раньше были не по силам

Эволюция PR-инструментов

От картотеки до LLM-моделей

1990-е:

Бумажные клиппинги, обзвон журналистов.

2000-е:

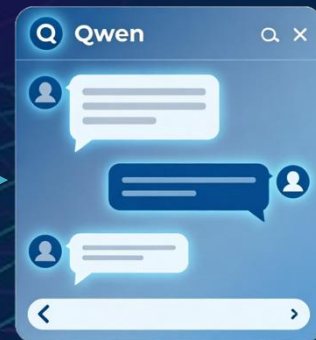
Email-рассылки, первые базы данных.

2010-е:

Соцсети, таргет, работа с блогерами.

2023-2026:

Генеративный ИИ, предиктивная аналитика, персонализация в реальном времени.



Статистика и тренды

Что говорят цифры?

97%

Агентств
используют

73%

Отметили рост
эффективности

27%

Наняли новых
сотрудников

35%

Получают доход
от ИИ-продуктов

55%

PR специалистов
применяют ИИ

78%

Журналистов не видят разницы
между текстом ИИ и человеком

Искусственный интеллект уже сегодня является ключевым фактором роста для рекламной отрасли, создавая новые рабочие места и повышая конкурентоспособность российских компаний на глобальном рынке

ИИ-ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИВАЮТСЯ СТРЕМИТЕЛЬНО

С КАЖДЫМ ДНЕМ ИХ ВСЕ БОЛЬШЕ,
ОНИ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ МОЩНЕЕ

Что может ИИ в PR-индустрии?

Тексты

ИИ уже за минуты пишет пресс-релизы и статьи по шаблону, собирает медиа-дайджесты, отслеживает упоминания

Задачи пиарщика не «писать с нуля», а ставить задачу, редактировать и отвечать за финальный смысл

Аналитика

ИИ 24/7 отслеживает медиа, соцсети, блоги, строит карту инфополя, выявляет негатив и ключевых спикеров, тональность

Задача пиарщика решать, как реагировать

Освобождение времени на сложные задачи, где нужен человек: стратегия, креатив, кризис.

ИИ не оставит PR-специалистов без работы, 100% заберет рутину

Toolbox PR-специалиста 2026

Чем пользоваться прямо сейчас?

Текст: ChatGPT, Claude, YandexGPT, Qwen, Perplexity, DeepSeek
Идеи, черновики, рерайт, саммари

Визуал: Midjourney, Kandinsky
Иллюстрации для постов, мудборды

Аналитика: Brand Analytics, Медиалогия
Тональность, конкуренты, инсайты, тренды

Презентации: Gamma. Kimi

Где ИИ — ваш супер-помощник/где бессилён

Делегируем рутину

- ✓ Брейншторм: «Назови 20 тем для блога про экотехнологии»
- ✓ Черновики: Структура пресс-релиза за 30 секунд
- ✓ Адаптация: Превращение лонгрида в тред для соцсетей
- ✓ Мониторинг: Мгновенный анализ тональности 1000 комментариев

Территория человека

- ✗ Эмпатия: ИИ не чувствует боль аудитории в кризис
- ✗ Контекст: Не понимает тонких культурных кодов и локального юмора
- ✗ Отношения: Не может пообедать с журналистом и выстроить доверие
- ✗ Ответственность: Не может извиниться за ошибку бренда по-настоящему

PR — это про доверие между людьми

ИИ может написать текст извинения, но только человек может искренне его произнести

Трансформация профессии

Умение ставить задачи ИИ, проверять результат, работать с данными и рисками

Пиарщик будущего, человек с прокачанным критическим мышлением, базовой data-грамотностью и пониманием этики ИИ

ВАЖНО

вместе с возможностями приходят и проблемы

Риск выгорания креативности,
когда всё время полагаешься на шаблонные идеи ИИ

Риск ошибок и фейков,
если слепо доверять генерации

Риск того, что без базовых навыков: писать, проверять, думать, человек превращается в **оператора кнопки «сгенерировать»**

Сценарии развития в профессии

1

игнорировать ИИ и остаться в нише простых задач — там конкурировать будет тяжело

2

стать «оператором нейросетей», который только жмёт кнопки и правит тексты

3

интегрировать ИИ в свою работу, но строить карьеру вокруг стратегии, аналитики и этики

Ключевые составляющие работы с ИИ

БЕЗОПАСНОСТЬ
ФАКТЫ
ЭТИКА

БЕЗОПАСНОСТЬ

Ошибка в использовании ИИ может стоить репутации бренда или даже судебного иска

Юридические и регуляторные риски в РФ

- При использовании зарубежных ИИ необходимо понимать, что передача персональных данных за границу подпадает под действие закона о персональных данных и может в теории привести к штрафам (для бизнеса — до миллионов рублей)
- Важно разделять: частное использование (хобби) и системное применение ИИ в компании, где уже нужны юристы, политика обработки данных и формализация процессов

Конфиденциальность и цифровая гигиена

Нельзя грузить в ИИ реальные персональные данные клиентов, медицинскую информацию, пароли, финансовые детали, внутренние бюджеты и планы.

Полезно вводить привычку деперсонализации: убирать имена, телефоны, адреса, любые уникальные идентификаторы, прежде чем отправлять текст в модель (152-ФЗ).

Стоит понимать, какие модели обучаются на пользовательском вводе, как отключать историю чатов и удалять данные, а также не работать с ИИ из открытых сетей без защиты (кафе, общий компьютер и т.п.).

- 🚫 **Никогда не загружайте в публичные нейросети:**
Стратегические планы компании и инсайдерскую информацию

Авторское право:

Кто владеет текстом, написанным роботом?

Серая зона законодательства, о которой должен знать каждый пиарщик

Главный вопрос:

Если текст создал искусственный интеллект, кто является автором:
разработчик ИИ, пользователь, компания или... никто?

Почему это важно для PR:

Пресс-релизы, статьи, посты — всё это объекты авторского права
Коммерческое использование контента требует правовой определённости
Нарушения могут привести к искам и репутационным потерям

Законодательство не успевает за технологиями, ответственность на вас

Как работать в «серой зоне»: практические рекомендации

1. Принцип «Человек в контуре»

- ИИ создаёт черновик → человек дорабатывает, добавляет уникальность
- Чем больше человеческого вклада, тем выше шансы на правовую защиту

2. Документируйте процесс

- Сохраняйте историю промптов и редактуры
- Фиксируйте, какой вклад внёс человек
- Это может стать доказательством авторства в спорной ситуации

ФАКТЧЕКИНГ и ГАЛЛЮЦИНАЦИИ ИИ

ИИ умеет врать. Уверенно и красиво

Генерирует правдоподобный, но ложный факт с абсолютной уверенностью

Примеры галлюцинаций:

- ❌ Несуществующая судебная практика
- ❌ Выдуманная цитата спикера
- ❌ Фейковая ссылка на статью
- ❌ Неверная дата события
- ❌ Ложная статистика

ИИ не «понимает» правду, он предсказывает следующее слово

Ваша новая роль, не автор, а главный редактор и верификатор

Почему ИИ врёт?

ИИ — это не энциклопедия

Он не «знает» факты

Он **предсказывает** наиболее вероятное продолжение текста

Как автодополнение в смартфоне, но сложнее

Обучался на всём интернете

Включая фейки, устаревшие данные, мнения

Не отличает правду от вымысла

Усиливает то, что часто встречается

Хочет угодить

Если вы задаёте вопрос о несуществующем событии, ИИ придумает ответ

Не говорит «я не знаю»

Генерирует то, что вы хотите услышать

ИИ — как студент, который не выучил билет, но очень хочет сдать экзамен

5 шагов фактчекинга

Перед публикацией проверьте:

Источник

Есть ли ссылка на первоисточник?
Кликабельна ли она?
Ведёт ли на реальный сайт?

Цитаты

Действительно ли это говорил человек?
Найдите оригинальное интервью/выступление
Не меняет ли ИИ смысл высказывания?

Имена и должности

Правильно ли указаны имена?
Соответствует ли должность реальности?
Не выдумал ли ИИ «эксперта»?

Данные и цифры

Сверьте с официальными отчётами
Проверьте дату публикации данных
Сравните с другими источниками

Даты и события

Произошло ли событие в эту дату?
Не перепутал ли ИИ год/месяц?
Существует ли вообще это событие?

Не доверяй — проверяй!

Чек-лист фактчекинга для PR-специалиста

Перед отправкой пресс-релиза/поста:

- **Все цифры** сверены с официальными источниками?
- **Все ссылки** работают и ведут на нужные страницы?
- **Все цитаты** согласованы со спикером?
- **Все имена и должности** проверены, согласованы?
- **Все даты** соответствуют реальности?
- **Все кейсы и примеры** действительно существовали?
- **Все исследования** имеют реальных авторов и публикации?
- **Все сравнения** («лучший», «первый») подтверждены данными?

⚠ Если ИИ генерирует «статистику», «исследования» или «экспертные мнения» — ПРОВЕРЯЙТЕ ТРИЖДЫ!

- ✓ Старайтесь вести свои базы знаний: FAQ, прошлые релизы, медиаakit, чтобы ИИ опирался на проверенный материал
- ✓ Финансовые показатели, заявления топ-менеджмента, регуляторные вопросы, всегда подвергайте двойному human-контролю

Скорость без чистоты в PR не нужна

Если ИИ делает вашу работу быстрее, но грязнее, это плохая сделка

Найди галлюцинацию!

Текст пресс-релиза, сгенерированный ИИ:

«По данным исследования Harvard Business Review 2023 года, 87% российских компаний уже внедрили ИИ в PR-процессы. Как отмечает директор по коммуникациям Сбербанка Анна Петрова: "Это революция в отрасли". Согласно статье в Forbes от 15 марта 2022 года, эффективность выросла на 340%.»

Найдите 3-4 факта, которые нужно проверить!

Правильные ответы:

- ✗ Существует ли такое исследование HBR 2023?
- ✗ Действительно ли Анна Петрова — директор по коммуникациям Сбербанка?
- ✗ Говорила ли она эту цитату?
- ✗ Существует ли статья в Forbes от 15.03.2022 с такой статистикой?

ЭТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИИ В PR

Как использовать нейросети, не теряя доверия аудитории

Этика ИИ — это правила использования нейросетей, которые помогают не навредить, не обмануть и не потерять доверие

Три вопроса перед публикацией

1. Честность

«Смогу ли я честно объяснить аудитории, как создан этот контент?»

2. Гордость


«Буду ли я гордиться этим материалом через год?»

3. Репутация

«Не стану ли я стыдиться, если об этом напишут в новостях?»

Репутация строится годами, а теряется за один клик

Пять столпов этичного ИИ в коммуникациях

	Прозрачность	Справедливость	Конфиденциальность	Подотчетность	Безопасность
 Хорошо	Аудитория должна знать, когда взаимодействует с ИИ Маркировка ИИ-контента Открытость об использовании чат-ботов	ИИ не должен усиливать дискриминацию Проверка алгоритмов на предвзятость Инклюзивность в генерации контента Равное представление разных групп	Защита данных пользователей Не загружать персональные данные в публичные ИИ Соблюдение 152-ФЗ Анонимизация данных	Человек несет окончательную ответственность Четкое распределение ролей Журнал принятия решений	Предотвращение вреда Фактчекинг перед публикацией Блокировка вредоносного контента
 Плохо	Выдача ИИ-отзывов за реальные	Гендерные стереотипы	Использование личных данных	«Это сделал алгоритм, не я»	Публикация непроверенных фактов

Этические дилеммы пиарщика

Стоит ли маркировать контент «Сделано ИИ»?

Аргументы ЗА: Честность с аудиторией.

Аргументы ПРОТИВ: Если контент качественный, зрителю все равно.

Подумать:

Допустимо ли использовать ИИ для написания соболезнований семье сотрудника?

Реальные кейсы и этические провалы

Ошибки, которые стоили репутации

Кейс 1: CNET и AI-статьи (2023)

Что произошло:

Издание использовало ИИ для написания финансовых статей

Обнаружено 70+ фактических ошибок

Статьи не были помечены как AI-generated

Последствия:

- Массовое увольнение редакции
- Потеря доверия аудитории
- Ущерб репутации бренда

Кейс 2: ChatGPT и фейковые цитаты

Что произошло:

Юристы использовали ChatGPT для подготовки документов

ИИ выдумал несуществующие судебные прецеденты

Фейковые цитаты и ссылки на дела

Последствия:

- Штраф адвокатам в \$5000
- Уголовное расследование
- Профессиональная дискредитация

Кейс 3: Бренд в кризисной ситуации опубликовал извинение, сгенерированное ИИ.

Последствия: Хейт усилился, что нанесло ущерб репутации

Навыки пиарщика 2030

- 🧠 **Критическое мышление** (Самый важный навык!)
- 🤖 **ИИ-грамотность** (Умение управлять инструментами)
- ❤️ **Эмоциональный интеллект** (Понимание людей)
- 🛡️ **Кризис-менеджмент** (Действия в условиях неопределенности)
- ⚖️ **Цифровое право** (Базовое понимание законов об ИИ)

ИИ, как автомобиль

- Быстрый и мощный
- Но нужен водитель с правами (ваша экспертиза)
- Нужно соблюдать ПДД (этические принципы)
- Если случится ДТП — отвечает водитель, не машина

ИИ усиливает возможности, но не снимает ответственность



ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИИ ОСОЗНАННО И БЕЗОПАСНО

1

Сохраняйте критическое мышление.

Анализируйте полученные данные, перепроверяйте их в достоверных источниках. Не принимайте финансовые, медицинские или юридические решения на основе ИИ и без консультации с профессионалом.

2

Следите за безопасностью.

Не вводите в сервисы персональные данные: номера карт, паспортные данные, логины, пароли - они могут утечь.

3

Используйте ИИ как инструмент для ускорения процессов, принимайте решения, опираясь на здравый смысл.

Такой подход позволит использовать нейросети максимально эффективно и безопасно.

Суть коммуникации — доверие
ИИ помогает доставить сообщение, но смыслы создаете вы

Спасибо

