

Михаил Умаров

АКОС рекомендует

ПИЛАР

В НЕРЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ

**Как управлять
восприятием и доверием,
когда реальность
нестабильна**

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

МИ∞

Михаил Умаров

ПИАР В НЕРЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ

Как управлять
восприятием и доверием,
когда реальность
нестабильна

МИФ
2026

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК659.44
ББК 60.842
У52

Публикуется впервые

Умаров, Михаил

У52 Пиар в нереальном времени. Как управлять восприятием и доверием, когда реальность нестабильна / Михаил Умаров. — Москва : МИФ, 2026. — 256 с.

ISBN 978-5-00281-345-2

Как управлять репутацией бизнеса, когда правила игры меняются каждый день? Фейк-ньюс, новые законы, нейросети и бесконечный поток информации способны за считанные часы превратить локальную проблему в масштабный кризис. Эта книга — практическое руководство по защите деловой репутации в условиях постоянной неопределенности. Вы узнаете, как заранее распознавать угрозы, предотвращать репутационные кризисы, выстраивать коммуникацию с клиентами, сотрудниками, партнерами и СМИ, реагировать на негатив и использовать современные технологии, чтобы сохранить доверие к компании даже в самых нестабильных условиях.

УДК 659.44

ББК 60.842

*Книга не пропагандирует
употребление алкоголя и табака.
Употребление алкоголя и табака
вредит вашему здоровью.*

*В тексте неоднократно
упоминаются названия социальных
сетей, принадлежащих Meta
Platforms Inc., признанной
экстремистской организацией
на территории РФ.*

*Все права защищены. Никакая
часть данной книги
не может быть воспроизведена
в какой бы то ни было форме
без письменного разрешения
владельцев авторских прав.*

ISBN 978-5-00281-345-2

© Умаров М. Ю., 2026

© Оформление ООО «МИФ», 2026

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Прежде всего хочу поблагодарить Михаила за профессиональную трезвость. Несмотря на обилие статей, книг, конференций и дискуссий о том, что пиар — это бизнес-инструмент, романтизация профессии, к сожалению, никуда не исчезает. Эта книга важна именно тем, что возвращает разговор о коммуникациях на землю: к репутации, рискам, доверию, управлению восприятием и к тому, как все это работает в конкретных бизнес-задачах и на реальных примерах из жизни.

Мы снова живем в эпоху, когда все переворачивается с ног на голову. В 1990-х нам подарили интернет, в начале 2000-х — смартфоны, сегодня — искусственный интеллект. Каждый такой этап открывает колоссальные возможности, но по-настоящему они достаются тем, кто не боится перемен и умеет перестроить свою оптику быстрее других. Эта книга написана как раз таким человеком: специалистом, который уважает фундамент профессии, но прекрасно понимает, что в коммуникациях нельзя жить вчерашним днем. Поэтому она будет полезна и молодым, и опытным коллегам, которым важно сверить свой опыт с практикой сильного профессионала.

Владимир Исаев, пиар-директор «Яндекса»

Книги Михаила Умарова всегда интересны и актуальны, а высказываемые в них наблюдения автора — свежи, точны и высокопрофессиональны. Плюс изложено все живым «человеческим» языком — понятно и приятно читать! Посылы автора ёмки, логичны и... алогичны одновременно: «Правда на вашей стороне,

но вам не верят», «Миф сильнее факта», на смену социальной повестки приходят «технологии, фрагментация и кризис доверия». Чему удивляться? «Наш мир по-прежнему — театр!» Любопытно наблюдение относительно будущего профессии пиарщика: половина профессиональных участников рынка называет главным вызовом — искусственный интеллект. При этом рост ИИ-контента, кликбейтных материалов, фейковых новостей, когда любая новость стремительно обрастает лавиной репостов ведут к снижению доверия к контенту в целом. В итоге — доверие становится дефицитным активом: важно не что сказали, а кто и где сказал. Как же жить, как готовить в складывающихся — уже сложившихся? — обстоятельствах будущих PR-специалистов? И стоит ли этим в принципе заниматься: не ровен час, всех заменит ИИ? Безусловно, стоит и высшая школа этим успешно занимается. На лучших практиках, на важных и актуальных кейсах. На умных книгах, которые пишет, в том числе, Михаил Умаров.

*Ярослав Скворцов, декан факультета
Международной журналистики
МГИМО МИД России*

Бывают фундаментальные, изобилующие теорией и философией учебники. Эта книга совсем про другое. Обожаю Умарова за способность системно, емко подкреплять свои тезисы простыми, понятными и красочными примерами. Причем взятыми не с потолка, а из окружающей нас жизни. В этом ценность автора, делающая его книги бестселлерами на протяжении многих лет. Мне понравилось, что в этой книге много свежих историй именно из России. Это своего рода срез времени, основанный на реальной жизни, а не на перепечатках чужих мыслей зарубежных мыслителей. Это книга-практикум от «Практика» с большой буквы.

И еще: читая некоторые книги, порой кажется, что люди надиктовывали содержание «литературным неграм» за чашкой кофе. Здесь же не покидает ощущение, что автор от корки до корки пытался поделиться с читателями всем тем, что накопилось в нем за последние годы. Была бы его воля, он бы и на полях еще написал. Круто!

*Дмитрий Смиркин, директор
департамента по связям с общественностью
и маркетингу госкорпорации «Туризм.РФ»*

Книга работает как быстрый апгрейд кругозора: будто в «Матрице» загрузили в голову свежий код профессии. И диагноз в ней под стать: пиарщик сегодня — менеджер по очень странным делам. Отсылка к сериалу неслучайна, ведь наша работа переехала в изнанку, где прежние учебники не ловят сигнал.

При этом книга бережна к читателю. Она рассказывает истории последних лет агентской практики, каждую — с рефлексией на выходе. И это не пересказ зарубежных кейсов: чужие сюжеты перемешаны с нашими, чтобы разница была в глаза. Из этих контрастов рождается не пособие по пиар, а удобная, быстрая и умная оптика. Прочитал — и мир профессии чуть резче навелся на фокус.

*Сергей Скрипников, исполнительный
директор по связям с общественностью
АФК «Система», председатель
Консультативного совета АКОС*

«Пиар в нереальном времени» — это честный, ироничный и очень личный разговор о профессии. Через десятки реальных кейсов и собственные истории Михаил показывает, как меняется пиар и что в нем остается неизменным. Начинающим

специалистам книга поможет сформировать профессиональную насмотренность, а для опытных станет отличным поводом поспорить с автором и взглянуть на привычные вещи под новым углом. Книга, которую хочется не просто прочитать, а обсудить.

Генеральный директор исследовательской компании PR News, доцент Школы коммуникаций НИУ ВШЭ, вице-президент РАСО, председатель жюри PROBA Awards

Сейчас Михаил Умаров — глава одной из самых успешных PR-компаний, которая под его руководством с каждым годом все выше поднимается в рейтингах. В этом смысле все его книги имеют особую ценность, потому что написаны сильным практиком. Михаил среди других специалистов рынка выделяется системностью и вдумчивостью, в целом несвойственными нашей бурлящей и шумной профессии. Каждая его новая книга — это профессиональный дневник, в котором он скрупулезно фиксирует последние веяния и тренды рынка PR-коммуникаций. Нам здорово повезло, что в силу своей пассионарности автор делится обстоятельным анализом рынка не только со своими клиентами, но и с нами. Отрасль коммуникаций в России сейчас работает над тем, чтобы добиться признания коммуникаций в качестве научного направления. Когда этого удастся добиться, — а я в этом не сомневаюсь, — практические труды Михаила Умарова будут среди тех, которые лягут в его основу.

Андрей Лапишов, Руководитель Ассоциации компаний-консультантов в области связей с общественностью, президент группы Insiders

Оглавление

Вступление	13
Глава 0. Управление репутацией:	
мифы и нарративы	15
Урок первый: интерпретация сильнее истины.....	15
Урок второй: мифы сильнее фактов	18
Глава 1. Коммуникационный рынок в 2030 году:	
как изменится пиар в ближайшие 5 лет,	
чего ждут и боятся пиарщики	21
Ключевые вызовы.....	21
«Топливо» для креативной индустрии	36
Старое золото.....	40
Глава 2. Пиар в структуре компании	48
...Не находит себе места.....	48
Бюджетный пиар: мифы и легенды	52
Ответственность без полномочий:	
пиар-отделам не хватает прав, денег и людей	55
Как пиару стать центром экспертизы?.....	59

Кто главнее: маркетинг или пиар?.....	62
Запуск продуктов: как создать событие?	64
Глава 3. Агентства vs клиенты	71
Холодный звонок, теплое партнерство.....	71
Брак по расчету или союз по любви?	73
Дорогой бесплатный тендер	78
Как выбрать пиар-агентство, чтобы не пожалеть?	
Чек-лист	83
Свой против чужого: пиар в штате или аутсорс?.....	85
Глава 4. Пора взрослеть: когда бизнесу нужно задуматься о создании пиар-стратегии и как найти правильного партнера для ее реализации	93
Из чего должна состоять пиар-стратегия	96
Почему пиар-стратегии проваливаются?.....	97
Может ли нейросеть разработать коммуникационную стратегию?	104
Кривая линейка пиара: как пиарщики объясняют бизнесу свой вклад в общее дело	106
KPI в GR: измерить неизмеримое.....	113
Глава 5. От теории к практике	116
Способы встроиться в повестку дня	119
Поисковые запросы	143
Опросы и большие данные: борьба плохого и ужасного	146

Глава 6. Современный SMM: как убедить мышей не есть кактус	150
Канал бренда	150
Глава 7. Лидеры мнений: как найти своих и как с ними работать	155
Как влияют на наше мнение?	155
Кто все эти люди?	160
Как найти свою «золотую сотню»	168
Какие механики работают	170
Глава 8. Антикризисный пиар: что делать, если вошел не в ту дверь	173
Опыт известных компаний, стратегии и тактика.....	173
Тест на уязвимость: готова ли ваша компания к кризису?	191
Новый антикризисный навык: зачистка машинной памяти	200
Глава 9. Персональный бренд: ничего личного	203
Личный бренд руководителя: актив или тикающая бомба?	210
Глава 10. Пиар на ручном управлении: как совместить свободу и порядок, делегирование и ответственность	228
Как построить доверие.....	229
Удаленка как индикатор управленческой зрелости.....	233

Как управлять коммуникационным бизнесом с Тибета?	237
--	-----

Глава 11. Карьера в пиаре: как пиарщику стать успешным, востребованным и высокооплачиваемым специалистом	240
Что требуется от самого пиарщика, чтобы расти по карьерной лестнице?	242
«Я бы сам себя не нанял».....	244
«Старперы» против «горящих глаз»: возраст в креативной индустрии — карьерный недостаток или конкурентное преимущество?	245
Заключение	254



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:

