

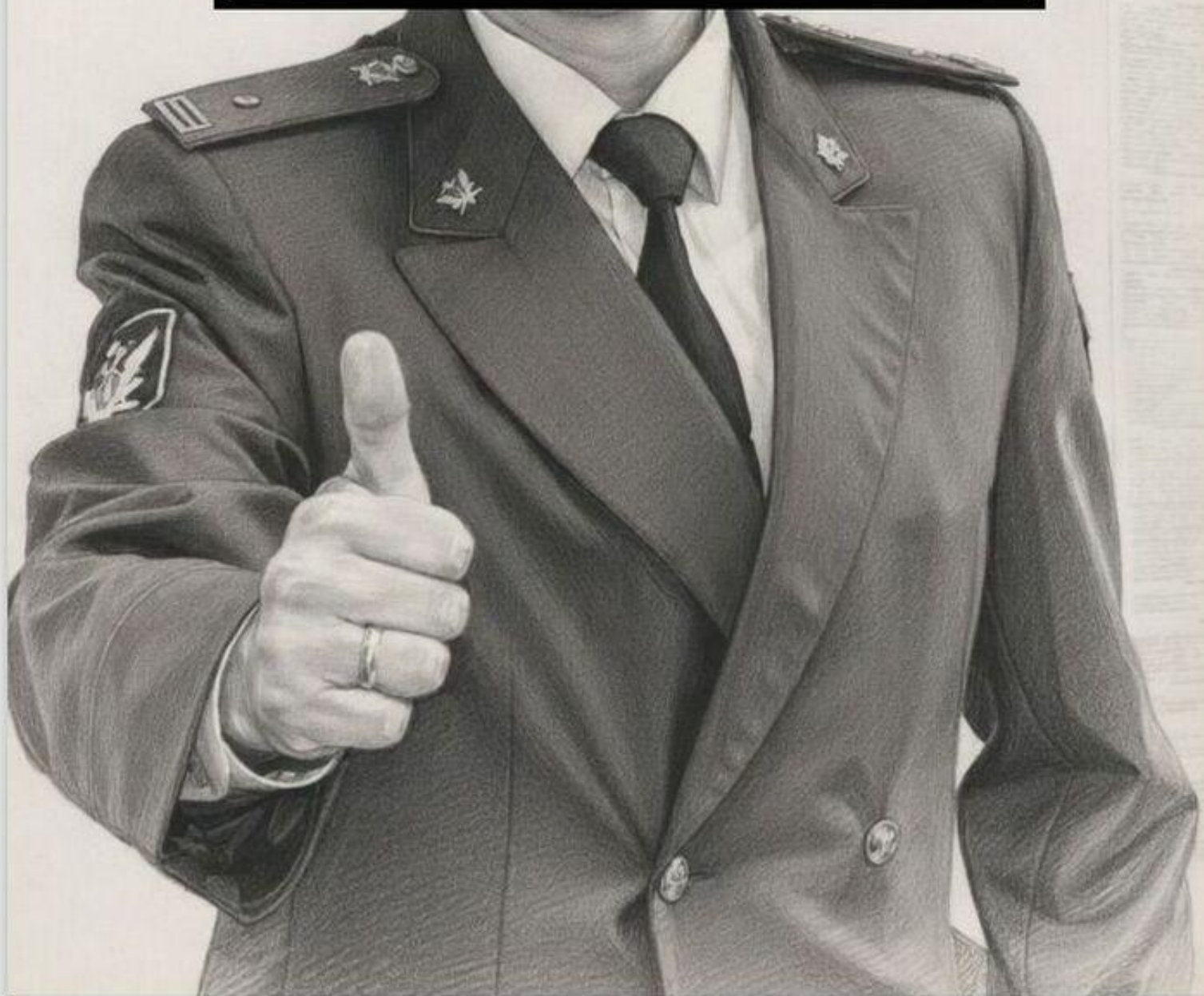
12+

ГАЗИЗ ЮСУПОВ

---

# Пресс-служба

ДЛЯ ОДНОГО ТОЛКОВОГО МАЙОРА



Газиз Юсупов

**Пресс-служба. Для  
одного толкового майора**

«Издательские решения»

## **Юсупов Г.**

Пресс-служба. Для одного толкового майора / Г. Юсупов —  
«Издательские решения»,

Идея книги появилась десять лет назад, в 2016 году на VII-й Международной научно-практической конференции судебных исполнителей довелось пообщаться с зарубежными коллегами. Тогда я понял, что одна из ключевых проблем вне границ и культур — восприятие обществом благородной миссии тех, кто воплощает решения суда и иных уполномоченных органов. И здесь важна эффективная работа пресс-службы. В книге и при оформлении обложки использованы кадры из личного архива.

© Юсупов Г.

© Издательские решения

## Содержание

От автора	6
Миссия в фокусе общественного внимания	7
«Сила закона — в его исполнении»	7
Уникальность работы пресс-службы: исполняя волю закона защищать людей	8
цели пресс-службы ФССП, Исходя	8
На том и стоим! Ключевые принципы	8
Фундамент:	10
Глава 1: Пресс-служба ФССП — миссия доверия	10
1. Роль пресс-службы: формирование репутации и создание атмосферы доверия к приставам	10
2. От «транслирования информации» к «управлению повесткой дня»	11
3. Целевые аудитории: кому и зачем нужна Пресс-служба ФССП?	12
Глава 2: Организационные модели, штат и требования к сотрудникам пресс-служб региональных Управлений ФССП	18
2.1. Структура в регионах: Один в поле воин?	18
Типичные модели	18
Как определить штат? Формула реализма	19
Ключевые роли: Функционал зависит от реалий региона	20
2.2 Чем Пресс-секретарь УФССП отличается от коммерческого пиарщика?	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

# Пресс-служба Для одного толкового майора

Газиз Юсупов

© Газиз Юсупов, 2026

ISBN 978-5-0070-2160-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero



Знать «карту местности» и владеть инструментами

Книга — практическое руководство для сотрудников пресс-служб Федеральной службы судебных приставов. Автор, опираясь на собственный опыт, детально разбирает миссию, принципы и инструменты работы пресс-службы в условиях высокой социальной ответственности и правовых ограничений.

**Основные темы:**

- Роль пресс-службы в формировании доверия к ФССП.
- Особенности коммуникации с разными аудиториями: гражданами, СМИ, бизнесом, госорганами.
- Практические аспекты работы: обработка запросов, создание контента, визуализация, управление соцсетями.
- Стратегическое планирование и антикризисные коммуникации.
- Юридические и этические рамки, защита персональных данных.

Книга подчёркивает эволюцию роли пресс-службы от простого информирования к стратегическому управлению репутацией и доверием. Она будет полезна не только сотрудникам ФССП, но и всем, кто работает в сфере государственных коммуникаций.

## От автора

Идея книги появилась в 2016 году, когда я служил начальником Отдела по взаимодействию со СМИ Управления ФССП по Республике Башкортостан. На VII-й Международной научно-практической конференции судебных исполнителей довелось пообщаться с зарубежными коллегами. Тогда я понял, что одна из ключевых проблем вне границ и культур — восприятие обществом благородной миссии тех, кто воплощает решения суда и иных уполномоченных органов.

Книга писалась из глубокого уважения к нелегкому труду моих коллег — судебных приставов. Это мой вклад в общее дело укрепления позиций службы на информационном фронте. Чтобы голоса профессионалов закона звучали громче и яснее, чтобы общество видело в ФССП не просто «карающий меч», а справедливую, необходимую и человечную службу.

Работа пресс-службы напрямую поддерживает тех, кто «на земле». Вы стоите между обществом, жаждущим понимания и справедливости, и коллегами-приставами, выполняющими свой профессиональный долг, часто в условиях колоссального стресса. От ваших слов, вашей оперативности, вашего такта зависит, будет ли общество видеть в ФССП бездушный механизм или надежную опору правопорядка, действующую по закону и с уважением к человеку.

Пусть это руководство станет надежным инструментом в выполнении высокой миссии «Сила закона — в его исполнении!».

## Миссия в фокусе общественного внимания

### «Сила закона — в его исполнении»

Исполнительное производство — это не только определенные законом процедуры; это живые судьбы людей, зачастую оказавшихся в сложных, а подчас и драматических жизненных обстоятельствах. В среде высокой социальной чувствительности и постоянного общественного резонанса рождается особая миссия пресс-службы ФССП. Ее задача — не просто информировать, а строить мосты доверия между ведомством, исполняющим закон, и обществом, которое этот закон призван защищать. **Зачем пресс-служба судебным приставам?**

Пресс-служба ФССП — с недавних пор это не информационный «рупор». Это локальный центр управления репутацией. Надо понимать, что теперь не только СМИ находятся в поле зрения пресс-служб. Социальные сети и, что более важно — личное мнение наших сограждан, которое они там изъясляют.



Пресс-служба это «мост» между законом и обществом

В условиях, когда каждое решение пристава-исполнителя может стать поводом для негативных слухов и пересудов в соцсетях и родительских чатиках, именно пресс-служба стоит на передовой, обеспечивая:

- Доверие к институту ФССП как справедливому и профессиональному исполнителю закона.
- Управление репутацией, формируя объективный образ службы через правдивое освещение ее работы и результатов.
- Снижение напряженности, разъясняя сложные правовые нормы, предупреждая манипуляции и оперативно реагируя на возникающие вопросы и конфликты.
- Правовую грамотность, активно просвещая граждан об их правах и обязанностях в рамках исполнительного производства, тем самым предотвращая ошибки и конфликты.

## **Уникальность работы пресс-службы: исполняя волю закона защищать людей**

Работа пресс-службы ФССП не имеет аналогов в госструктурах или бизнесе в силу уникальной специфики самой Службы:

1. Правоприменительный характер: ФССП — орган власти, наделенный властными полномочиями принуждения. Каждое слово пресс-службы должно быть юридически безупречным и точно отражать суть действий приставов.

2. Высочайшая социальная чувствительность: Пресс-служба работает с темами, затрагивающими самые насущные потребности людей — жилье, средства к существованию, алименты, долги. Эмоциональный фон всегда повышен.

3. Работа с людьми: За сухими номерами исполнительных производств стоят реальные человеческие истории, часто полные стресса и отчаяния. Пресс-служба должна видеть этих людей.

4. Постоянный общественный резонанс: Действия ФССП изначально находятся в фокусе пристального, часто критического, внимания СМИ и общества. Пресс-служба работает в условиях перманентной готовности к информационным вызовам.

## **цели пресс-службы ФССП, Исходя из миссии и уникальности**

· Точное и оперативное информирование: Донесение до общества и СМИ достоверной информации о деятельности ФССП, ее решениях и результатах работы, строго в рамках законодательства.

· Формирование и поддержание позитивного имиджа службы: Системная работа по укреплению репутации ФССП как профессионального, эффективного и социально ответственного ведомства.

· Антикризисные коммуникации: Предупреждение, оперативное выявление и эффективное управление информационными кризисами для минимизации репутационного ущерба.

· Правовое просвещение: Разъяснение гражданам и бизнесу их прав, обязанностей и процедур в сфере исполнительного производства доступным языком.

· Поддержка работы судебных приставов: Создание информационной среды, способствующей эффективной работе приставов, защита их от необоснованных нападок, освещение их профессиональных достижений.

## **На том и стоим! Ключевые принципы**

Достижение этих целей возможно только при неукоснительном соблюдении принципов пресс-службы ФССП:

· Юридическая безупречность: Каждое слово, каждая цифра, каждый факт должны быть абсолютно точными с точки зрения законодательства (Федеральные законы «Об исполнительном производстве», «О судебных приставах», «О персональных данных» и иные НПА). Это альфа и омега.

· Оперативность: Скорость реакции в информационном поле ФССП критически важна, особенно при кризисах и оперативных запросах СМИ. Если пресс-служба не успеет дать данные, то будет звучать только мнение наших оппонентов.

- **Достоверность:** Информация должна быть проверена и перепроверена. Доверие, подорванное ложью или неточностью, восстановить крайне сложно. Репутацию мы создаем годами, а разрушается она в один день.

- **Открытость (в рамках закона):** Стремление к максимально возможной прозрачности при безусловном соблюдении ограничений, установленных законом (защита персональных данных, ограничения, связанные со служебной тайной).

- **Человечность:** Понимание сложности ситуаций, в которых оказываются граждане. Коммуникация должна быть не только точной, но и уважительной, без цинизма.

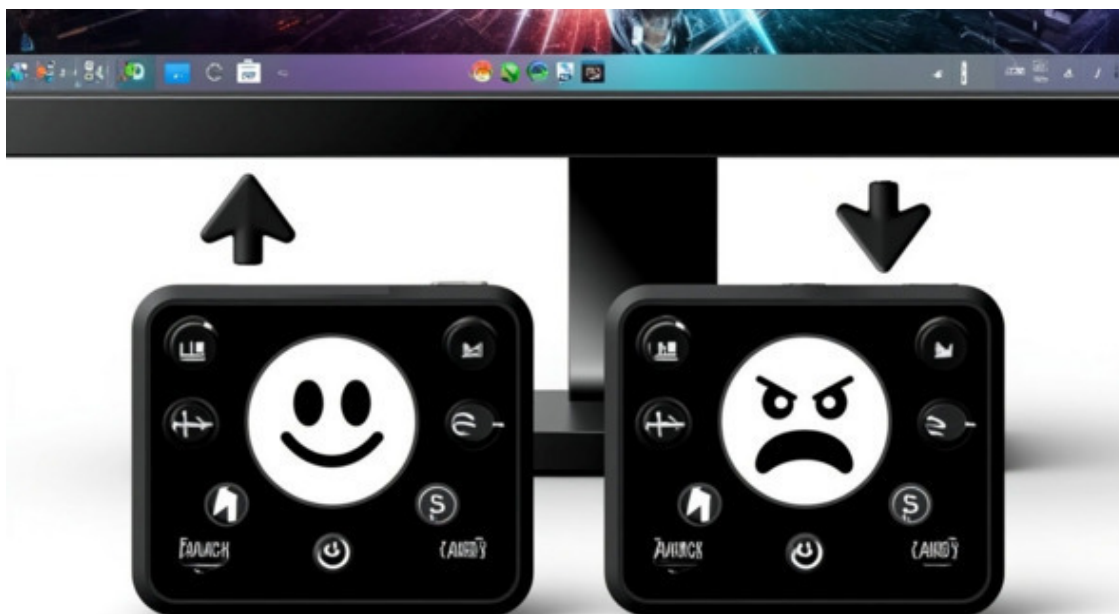
- **Стратегическое видение:** Работа должна вестись не только «по факту», но и на опережение, в рамках единой коммуникационной стратегии, поддерживающей цели ведомства.

## Фундамент: Суть, структура и ресурсы

### Глава 1: Пресс-служба ФССП — миссия доверия

Работа Федеральной службы судебных приставов России (ФССП) — это ежедневное воплощение принципа верховенства закона. Судебные приставы обеспечивают исполнение судебных решений и актов других уполномоченных органов, защищая права граждан, организаций и государства.

Их деятельность неизбежно затрагивает персональные и имущественные интересы миллионов людей, часто в моменты острого стресса и жизненных трудностей. В этом контексте пресс-служба ФССП — не вспомогательное подразделение, а ключевой стратегический актив Службы, напрямую влияющий на ее эффективность и общественное признание.



«Какую кнопку нажимать?»

#### 1. Роль пресс-службы: формирование репутации и создание атмосферы доверия к приставам

Роль пресс-службы ФССП нельзя свести к простому информированию. В условиях высокой социальной чувствительности и постоянного общественного внимания (часто критического) она выполняет гораздо более сложные и важные функции, напрямую связанные с миссией самого ведомства:

**Управление репутацией и доверием:** Формирование объективного, профессионального и социально ответственного образа ФССП. Преодоление стереотипов, демонстрация реальных результатов работы приставов, особенно в социально значимых сферах (взыска-

ние алиментов, защита прав обманутых дольщиков, взыскание задолженностей по заработной плате).

**Снижение и предупреждение социальной напряженности:** Оперативное и понятное разъяснение гражданам и бизнесу их прав, обязанностей и процедур исполнительного производства (ИП). Предупреждение паники и манипуляций, нейтрализация слухов и фейков. И надо понимать, что это не просто PR — это вклад в социальную стабильность в стране и обществе.

**Информационная поддержка работы приставов:** Создание благоприятного информационного фона для деятельности судебных приставов-исполнителей (СПИ), защита их от необоснованных нападок, освещение сложности и важности их труда. Пресс-служба — их «информационный щит».

**Правовая грамотность:** Активное распространение знаний об исполнительном производстве, способствующее профилактике нарушений и повышению правовой культуры. Здесь я бы отметил такую закономерность: «Правильно информированный гражданин — менее конфликтный участник ИП». Ведь если информация по правовой грамотности исходит не от нас, то она берется из слухов и домыслов.

**Обратная связь с обществом:** Анализ настроений, запросов и критики через СМИ, соцсети, обращения граждан. Донесение этой информации до руководства и профильных подразделений для совершенствования работы ФССП. Пресс-служба — «радары» Службы в информационном поле.

Таким образом, пресс-служба ФССП — это важнейший инструмент обеспечения легитимности и эффективности самой Службы, работающий на стыке права, коммуникации и социальных отношений.

## **2. От «транслирования информации» к «управлению повесткой дня»**

Исторически роль пресс-служб госорганов в целом часто ограничивалась распространением официальных новостей и ответами на запросы СМИ. Это был эдакий «рупор» власти. Однако ФССП всегда идет в ногу со временем и, как и весь мир, постоянно обновляется и совершенствуется. Банк данных исполнительных производств — БДИП, электронные обращения, собственная система эл. коммуникации — это внутри службы. Кроме этого мы должны отвечать внешним вызовам: учитывать значимость общественного мнения, скорость распространения информации (особенно негативной) в соцсетях, усиление внимания к открытости госструктур — все это кардинально меняет информационный ландшафт.

**В современном мире, где информация стала первостепенным ресурсом и полем битвы, пресс-служба ФССП обрела принципиально новые обязанности и полномочия:**

1. Проактивность вместо «реактивности»: От простого реагирования на события — к формированию собственной повестки дня, инициированию информационных кампаний (например, по правовому просвещению или противодействию мошенничеству в ИП, обще-

ственным контролю за коллекторской деятельностью), предвосхищению информационных рисков.

2. Стратегическое планирование: Разработка и реализация комплексных коммуникационных стратегий, интегрированных в общие цели ФССП и государственной политики, с измеримыми КРІ.

3. Управление репутацией в реальном времени: Постоянный мониторинг медиаполя и соцсетей, мгновенная реакция на инциденты, работа с негативом до его перерастания в полномасштабный кризис.

4. Аналитика и консультации: Предоставление руководству ФССП (на всех уровнях, включая территориальные ОСП) не просто отчетов об упоминаниях, но глубокого анализа общественных настроений, медиатрендов, эффективности коммуникаций и прогнозов развития ситуаций. Пресс-служба становится стратегическим советником.

5. Центр Антикризисных Коммуникаций: Обладание компетенциями и полномочиями для оперативного управления информацией в кризисных ситуациях, координации действий различных подразделений Службы для минимизации репутационного ущерба.

Эта эволюция — от технического исполнителя к стратегическому актору — не прихоть, а необходимость, продиктованная самой природой деятельности ФССП и требованиями времени.

### **3. Целевые аудитории: кому и зачем нужна Пресс-служба ФССП?**

Эффективная работа пресс-службы невозможна без четкого понимания, **кому** она адресует свои сообщения и что эти аудитории хотят узнать. В фокусе внимания пресс-службы ФССП находятся несколько ключевых групп с разными, порой противоречивыми, ожиданиями:



Журналист если не беспристрастен, но стремится быть таким

### 1. Журналисты (СМИ):

Ожидания журналистов от ПС: Оперативное получение достоверной и эксклюзивной информации, комментарии по острым темам, помощь в организации съемок/интервью, доступ к экспертам, понятные разъяснения сложных юридических вопросов. Ждут новостей и сенсаций.

Журналисты часто видят ФССП через призму **резонансных кейсов и проблем**. Их интерес — конфликты, ошибки, «человеческие истории» страданий из-за действий приставов. Задача пресс-службы — обеспечивать баланс, предлагая также информацию о **рутинной работе, успехах и системных улучшениях**, строго соблюдая закон.



Женщина, обманутая бывшим мужем — наш читатель в том числе

## 2. Граждане (взыскатели и должники):

Ожидания (взыскатели): **Скорость и эффективность** взыскания, прозрачность процесса (где деньги, что делает пристав), защита их законных прав, доступность информации и сервисов (БДИП), понимание, что их проблема важна для Службы.

Ожидания (должники): **Справедливость и гуманность** в действиях приставов, защита от незаконных действий, понятные разъяснения их прав и обязанностей, возможность диалога и решения проблемы, защита от позора. Ждут **понимания их сложной ситуации**.

Для взыскателя ФССП — последняя надежда на восстановление справедливости. Для должника — часто источник страха и стресса, ассоциируемый с угрозой благополучию. Пресс-служба должна говорить на языке конкретной помощи для первых и четких, понятных алгоритмов для вторых, снижая эмоциональный накал через правовое просвещение и разъяснение возможностей.



Бизнесмен может быть как субъектом, уклоняющимся от налогов, так и добросовестным взыскателем — оба важны для нас

## 3. Бизнес (юридические лица):

Ожидания: Предсказуемость и эффективность процедур взыскания (как в их пользу, так и в отношении них), защита имущественных интересов, минимизация издержек, понятные правила взаимодействия с ФССП, оперативное решение вопросов. Ждут стабильности, понятности процедур и профессионализма.

Бизнес ценит ФССП за инструмент взыскания долгов, но из-за этого и опасается. Кроме того, опасается бюрократической путаницы и возможных злоупотреблений (слава Богу, десятилетия по выкорчевыванию коррупции из рядов Службы дали положительные плоды, но, тем не менее «осадочек остался»). Пресс-служба должна подчеркивать правовую выверенность и процедурную точность исполнительного производства и эффективность взыскания в пользу добросовестных контрагентов.



Силовые структуры, Министерство юстиции и др.

#### **4. Госструктуры**

Ожидания: Своевременное и полное информирование о деятельности ФССП, особенно о совместных акциях, рейдах; резонансных случаях, проблемах и достижениях; отчетность о выполнении показателей; координация действий; соблюдение законности и стандартов работы. Есть еще один нюанс по медиа-освещению: госструктуры мониторят как приставы отреагировали на тот или иной «негатив», т.к. это ложится в канву единой государственной политики. В целом от службы ждут прозрачности, управляемости и результативности и желают видеть.

Для этих аудиторий ФССП — часто соратник, иногда — конкурент, а порой и исполнитель в системе госуправления. В этом направлении пресс-служба должна обеспечивать безупречную официальную коммуникацию, демонстрировать контроль над ситуацией (в т.ч. и с негативами) и соответствие задачам государственной политики.



Мы сами — за нашей крепкой броней (фото автора)

## **5. Сами сотрудники ФССП:**

Ожидания: Признание и защита их нелегкого труда, объективное освещение их работы (не только ошибок, но и успехов), информационная поддержка в сложных ситуациях, разъяснение позиции руководства, укрепление корпоративного духа. Ждут уважения и ощущения, что их «прикрывают» в медиаполе.

Коллеги «в поле» часто чувствуют себя незащищенными перед потоком критики и непонимания. Особенно это касается молодых кадров. Для них пресс-служба должна быть надежным тылом и «рупором правды», транслирующим сложность и важность их миссии, защищающим их репутацию и показывающим их профессионализм. Это критически важная аудитория для мотивации и лояльности внутри Службы.

Понимание этих разнообразных, а порой и противоположных, ожиданий — основа для выстраивания эффективной и адресной коммуникации пресс-службы ФССП. Умение говорить на разных языках с разными аудиториями, не теряя юридической точности и стратегической линии Службы, — ключевой навык современного сотрудника пресс-службы территориального управления ФССП. От этого понимания напрямую зависит способность пресс-службы выполнять свою главную миссию: быть стратегическим активатором доверия к Федеральной службе судебных приставов России.

### **Ключевые акценты главы:**

**1. Фундаментальная роль пресс-службы в формировании имиджа Службы:** Связь роли пресс-службы напрямую с миссией и спецификой ФССП (правоприменение, соц. чувствительность).

**2. Эволюция:** Мы показали важность перехода от «рупорной» модели к «стратегической». Подчеркнули, что изменения обусловлены совершенствованием ФССП и требованиями современного информационного мира («информация первостепенна»). Перечислены конкретные новые обязанности и полномочия (проактивность, стратегия, управление репутацией в реальном времени, аналитика, антикризисные действия).

**3. Целевые аудитории:** Детально разобраны пять групп с их ожиданиями. Предложены инсайты, основанные на реалиях восприятия судебных приставов:

Журналисты: Фокус на резонанс/проблемы vs задача пресс-службы показать рутину/успехи.

Граждане (взыскатели и должники): ФССП как «последняя надежда» или как «источник страха». Необходимость языка помощи и понятных алгоритмов.

Бизнес: Ценность ФССП как инструмента взыскания + страх бюрократии. Акцент на эффективность/цифровизацию.

Госструктуры: ФССП как дисциплинированный исполнитель. Требование прозрачности.

Сотрудники ФССП: Ощущение незащищенности. Пресс-служба как «тыл» и «рупор правды».

**Глава закладывает прочную теоретическую и концептуальную основу для понимания зачем и для кого работает пресс-служба ФССП, особенно в реалиях региональных управлений.**

## Глава 2: Организационные модели, штат и требования к сотрудникам пресс-служб региональных Управлений ФССП

Работа пресс-службы судебных приставов начинается с четкого понимания ее места в структуре и людей, которые ее составляют. В территориальных управлениях (УФССП) ресурсы часто ограничены, а нагрузка — колоссальна. Эта глава — о том, как выстроить работоспособную команду в условиях реальных региональных особенностей.



Наш Отдел по взаимодействию со СМИ 2015 года  
(фото автора)

### 2.1. Структура в регионах: Один в поле воин?

Пресс-служба УФССП — это чаще всего **компактное, но высоконагруженное подразделение**, адаптирующееся под масштаб региона и объем работы.

#### Типичные модели

**Пресс-секретарь+:** Самая распространенная. Один пресс-секретарь (часто он же руководитель направления) выполняет **ВСЕ** функции: от ответов на запросы СМИ до соцсетей и отчетов. В помощь ему может выделяться один технический сотрудник. Это характерно для большинства регионов страны.

**Мини-отдел (2—3 специалиста):** Пресс-секретарь + специалист по соцсетям и работе с обращениями + (иногда) редактор/копирайтер или фотограф на частичной занятости. Здесь роли и функции регламентированы, но каждый может заменить другого коллегу при необходимости. Характерно для крупных УФССП или регионов с высокой медиаактивностью.

**Распределенная модель:** В очень крупных управлениях может быть выделен отдел с четким разделением функций (руководитель, пресс-секретарь, SMM-специалист, контент-менеджер, аналитик). Признаем, что немногие регионы могут себе такое позволить.

### **Принципы подчиненности и взаимодействия с руководством и отделами**

**Непосредственное подчинение:** Руководителю УФССП или его заместителю по общим вопросам. Эта схема работает лучше всего и я видел эффективность такого подчинения в своей работе. Так обеспечивается прямой доступ к руководству для согласования позиций и оперативного реагирования. Пресс-секретарь даже в единственном числе — это начальник отдела.

**Функциональное подчинение:** Отдел по взаимодействию со средствами массовой информации ЦА ФССП. Обеспечивает единство информационной политики, получение методической поддержки, синхронизацию с федеральной повесткой.

В положении о пресс-службе обычно закреплены функции пресс-службы: работа со СМИ, соцсети, сайт (раздел Пресс-центр), мониторинг, внутренние коммуникации (в рамках Управления), кризисные коммуникации, отчетность.

### **«Пресс-секретарь» или «Пресс-служба»?**

В контексте УФССП это чаще синонимы. Даже если штатно есть один человек, он функционально представляет «пресс-службу» управления. Важно позиционировать его именно так для авторитета внутри и вовне. В частности, именно для этого должность уровня начальника отдела.



Один в поле воин?

## **Как определить штат? Формула реализма**

Штат зависит от:

1. Численности населения и объема ИП в регионе (это определяет объем запросов СМИ и граждан).

2. Медиаактивности региона (количество СМИ, частота резонансных тем).
3. Наличие «горячих точек» (крупные предприятия-должники, социально-напряженные территории).

Минимально необходимый уровень: Как минимум один выделенный, профессионально подготовленный специалист (пресс-секретарь). Для среднего региона оптимальна пресс-служба из 2—3 человек (пресс-секретарь, фото/видеограф и специалист-копирайтер).

Крупные регионы с городами-миллионниками: 3+ специалиста.

«Один в поле» — это тяжело, но часто с этой реальностью надо иметь дело. плюс такого положения — вся информационная политика управления находится в одних руках и он может эффективно использовать этот свой плюс. Ключ к эффективности — максимальная автоматизация рутины (шаблоны и чек-листы будут в приложении к книге) и умение привлекать ресурсы (тот же юротдел, ОСП, айтишников).

## **Ключевые роли: Функционал зависит от реалий региона**

Даже в небольшой команде важно понимать, кто за что отвечает. В УФССП роли часто совмещаются, но формально функционал должен быть четко разделен между сотрудниками.

**Руководитель отдела пресс-службы / Пресс-секретарь УФССП (часто одно лицо):**

Функции: Разработка и реализация коммуникационной стратегии Управления; взаимодействие с руководством УФССП и ЦА; ответы на сложные/резонансные запросы СМИ; подготовка и согласование ключевых сообщений; управление кризисами; представление Управления в СМИ; руководство сотрудниками (если есть); отчетность; мониторинг эффективности.

Пресс-секретарь несет ответственность за ВСЮ информационную политику Управления, юридическую чистоту материалов, оперативность реакции.

**Сотрудники отдела (если предусмотрено их наличие):**

· Специалист по SMM и работе с обращениями: Мониторинг соцсетей и региональных СМИ/пабликов; оперативное реагирование на комментарии и сообщения граждан (в т.ч. негатив); создание и публикация контента для соцсетей; работа с «обратной связью»; продвижение электронных сервисов; первичный анализ настроений. Ключевая роль для снятия нагрузки с пресс-секретаря на «горячую линию».

· Редактор/Копирайтер: Написание и редакция пресс-релизов, статей, ответов на запросы, текстов для сайта и соцсетей; контроль стиля и грамотности; ведение архива материалов. Часто совмещается с SMM или функцией пресс-секретаря.

· Видеограф-Фотограф (часто внештатный/привлекаемый): Создание фото- и видеоконтента для соцсетей, сайта, СМИ (репортажи с акций, интервью, инфографика в видео); обеспечение визуального сопровождения мероприятий. Важно иметь пул проверенных внештатников или договор с медиацентром ЦА.



Командой пиар-отдела управлять сложно — имейте это ввиду

## 2.2 Чем Пресс-секретарь УФССП отличается от коммерческого пиарщика?

**1. Юридический риск в каждой строчке.** Ошибка в термине («арест» вместо «ограничение в выезде») или случайное разглашение персональных данных влекут не только репутационные потери, а предусматривают дисциплинарную или даже уголовную ответственность. Коммерческий пиарщик так не рискует.

**2. Тон: Коммерция часто требует яркости и, как следствие этого — продаж.** Если коммерческий пиар-менеджер может себе позволить шутить о горящих путевках на фоне пожара в городе (тоже рискованный ход пиарщика, но такую безбашенность мы видели в коммерческих структурах не раз) — здесь это никак не уместно. Юмор «ниже пояса», легкомысленность, «продающие» преувеличения недопустимы. Тон — официально-достоверный со взвешенной долей эмпатии.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.