

"Зачем?" важнее "Чем?"

Информационная работа в профсоюзах:
проблемы и перспективы



В.В. Хоботков

«Информационная работа в профсоюзах: проблемы и перспективы»

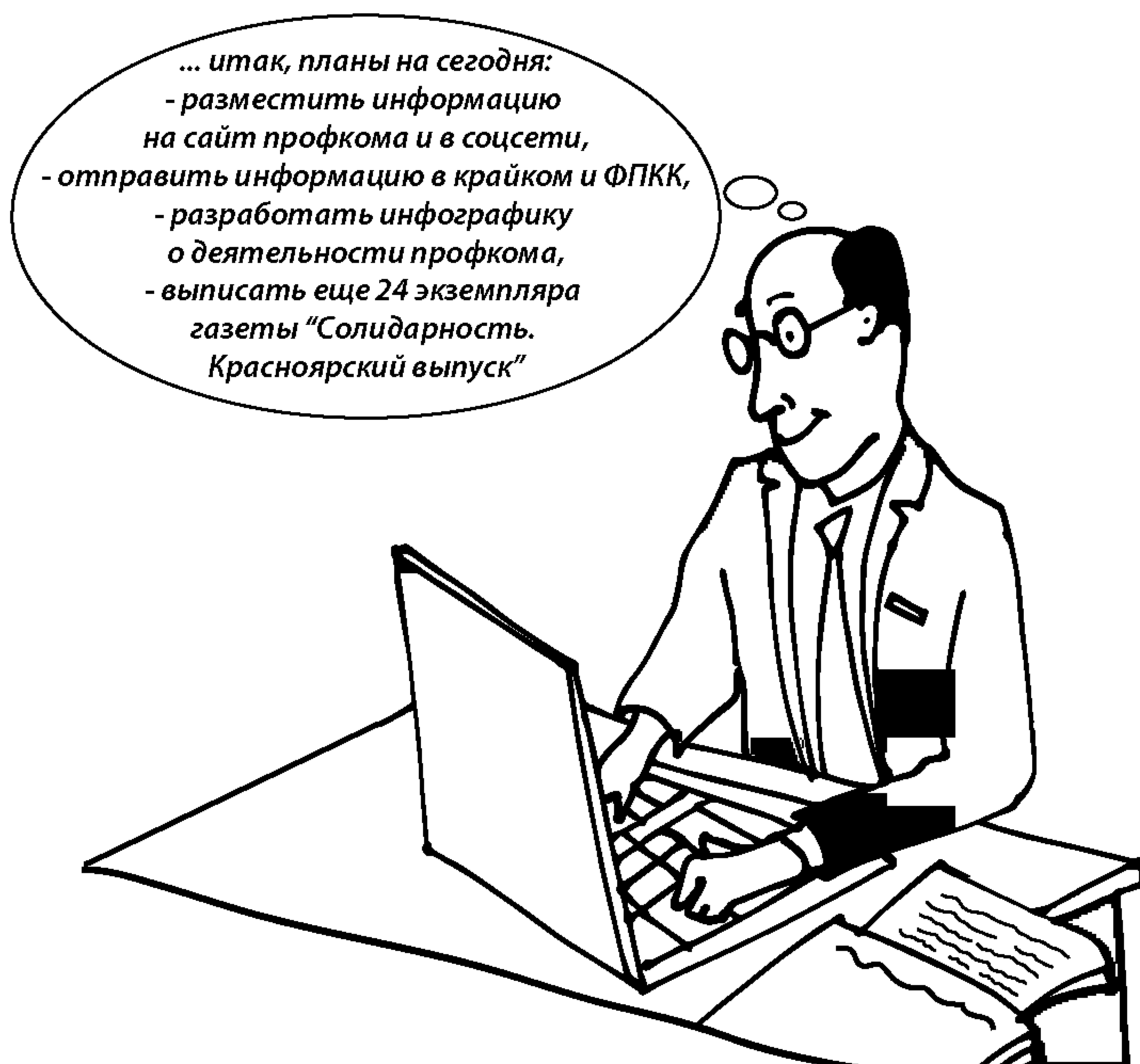
На всероссийском информационном семинаре для руководителей информационных подразделений и редакторов изданий членских организаций ФНПР были подведены итоги Года профсоюзной информации. Участники семинара обменялись опытом и сделали оценку состояния информационной работы в своих организациях.

Свои наработки и информпродукцию показал и информационно-редакционный отдел Федерации профсоюзов Красноярского края. Представляю вашему вниманию некоторые аспекты информационной деятельности в профсоюзах и предложения по ее развитию, которые были обозначены мною на всероссийском семинаре.

"Зачем?" важнее "Чем?"

ГПИ

Конечно, Год профсоюзной информации не являлся волшебной палочкой, которая должна была мгновенно решить все проблемы. Тем не менее, он придал дополнительный импульс информационной деятельности, и движение вперед есть почти во всех наших членских организациях. С разной скоростью, с разной степенью результативности, но есть.



Практически все мероприятия Года профсоюзной информации, предусмотренные планом ФНПР для территориальных объединений организаций профсоюзов, в течение года в Федерации профсоюзов Красноярского края были реализованы. Мониторинг и формирование базы информресурсов мы делали и раньше. По подписке на «Солидарность. Красноярский выпуск» стремимся к обеспеченности 1 экземпляра на 40 членов профсоюзов (сейчас 1 на 95). В течение года появились новые профсоюзные газеты, сайты и другие источники профсоюзной информации, возросла посещаемость и количество участников интернет-ресурсов и так далее. Не буду подробно сейчас на этом останавливаться, ознакомиться с итогами проведения в Федерации профсоюзов Красноярского края Года профсоюзной информации можно на сайте ФПКК по ссылке www.fpkk.ru/1527075758

Тем не менее, проблем и нерешенных задач в информационной деятельности профсоюзов, хоть отбавляй.

ПРОФСОЮЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: «КАПЛЯ В МОРЕ»

Практика показывает, что осведомленность членов профсоюзов о деятельности профсоюзных структур – от профкома до ФНПР – недостаточная, если не сказать минимальная. Например, в Красноярском крае более 50 профсоюзных источников информации: сайты, печатные и электронные периодические издания, страницы в социальных сетях. Добавим к этому и все другие профсоюзные каналы информирования – стенды, электронную почту, мобильную связь, мессенджеры, собрания, семинары и т.д. Получается не мало.



Но давайте посмотрим на эту ситуацию с другой стороны, со стороны потенциального потребителя. Просто элементарно суммируйте тиражи профсоюзных изданий, посещаемость сайтов, количество участников групп в соцсетях и сравните это количество с численностью членов профсоюзов – получается очень небольшой охват.

Добавим к этому, что информация, распространяемая по профсоюзной структуре, с использованием других инструментов, имеет свойство «тормозиться» и даже «застревать» на разных ее уровнях.

Большинство членов профсоюзов даже не знают о существовании источников профсоюзной информации – профсоюзных газет, сайтов, групп в соцсетях и т.д. Людей реально получающих профсоюзную информацию не так много. Не профсоюзная общественность «сталкивается» с профсоюзной информацией еще реже.

Еще необходимо учесть, что в объеме размещаемой информации наблюдается перекос в сторону культурно-спортивного характера и мало информации отражающей основные направления деятельности – о переговорах и коллективных договорах, зарплате и правовой помощи, профсоюзных акциях и кампаниях солидарности, примерах конкретной помощи членам профсоюзам и т.д. В такой ситуации ожидать осознанного членства, проявления солидарности не приходится.

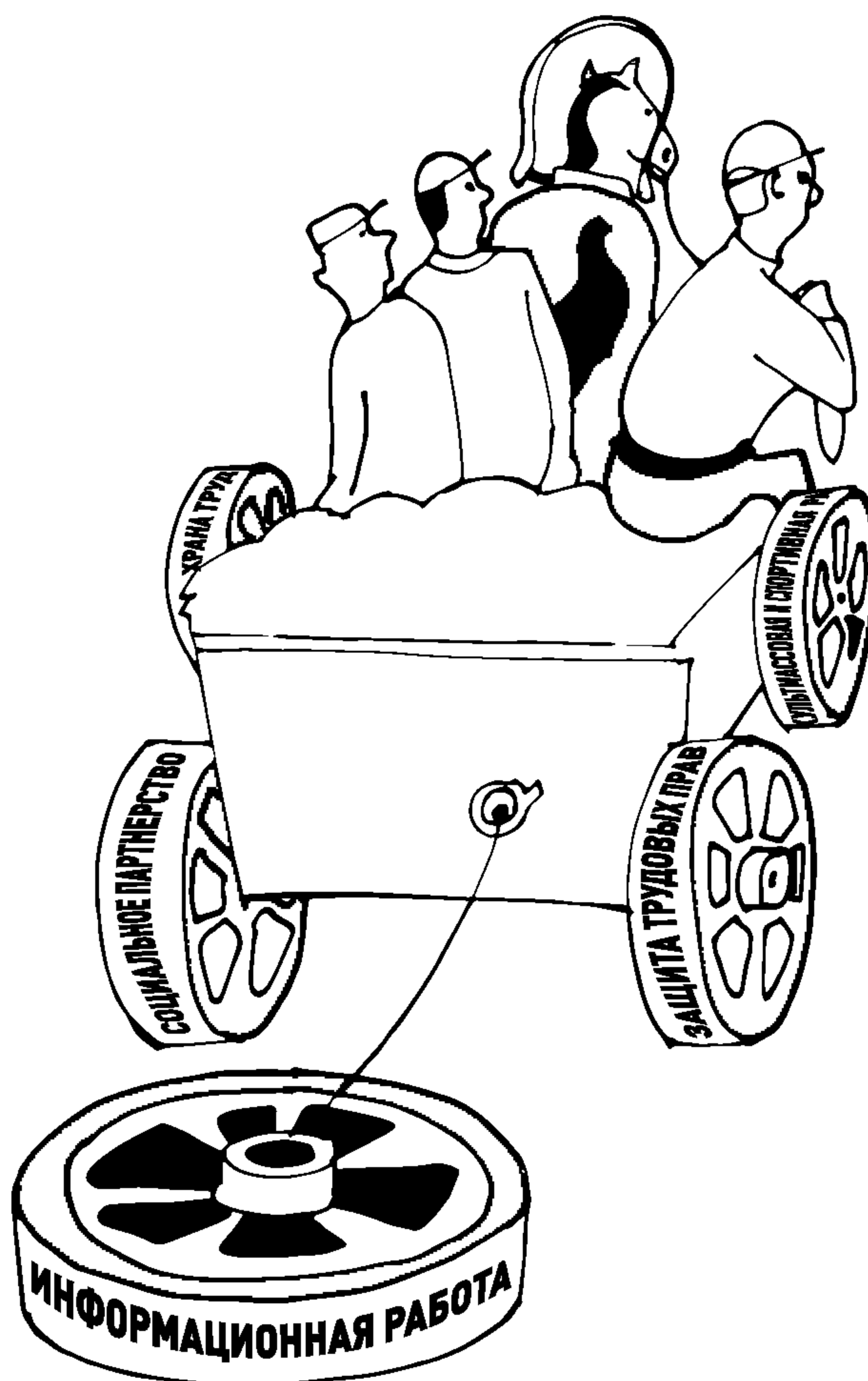
Ведь для профсоюзов главное – даже не то, чтобы информацию узнали, а то, чтобы она «заработала» – оказывала практическую помощь профсоюзным организациям, соответствовала интересам членов профсоюзов и работников, побуждала к активной профсоюзной деятельности и вступлению в профсоюз.

«ПЯТОЕ КОЛЕСО» В ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЕ

К тому же, распространение и размещение информации зачастую носит бессистемный характер. Не всегда профсоюзные организации готовы давать информацию даже о своих реальных достижениях по защите работников. Приходится из них ее «вытягивать».

Не все выполняют принятые решения в информационной области, либо наблюдается формальное отношение к ним. Например, подписка на «Солидарность» – если есть решение, а оно есть, то должна быть и организация процесса его выполнения. А ведь зачастую вся работа в этом направлении заключается в том, что в очередном постановлении профорганизации записывается фраза: «принять меры по увеличению подписки». Меня всегда удивляет – почему нельзя взять и просто написать эти меры конкретно, в чем они заключаются. Это уже повысит вероятность их выполнения.

Практика показывает, что основная проблема в том, что у многих профсоюзных лидеров нет понимания значимости и необходимости информработы, не входит она в число приоритетов.



«КОДЕКС ПРОФАКТИВИСТА»

Между тем «связка» профсоюзных лидеров, активистов, специалистов с информационными работниками способствует «движению» профсоюзной информации.

Каждый председатель профсоюзной организации, специалист должен держать в голове задачу – выдавать информацию постоянно и всегда.



Осуществляя информационную работу сегодня, профсоюзным лидерам всех уровней необходимо исходить из прав и интересов членов профсоюзов, выраженных в следующих тезисах:

- каждый член профсоюза имеет право получать регулярную, исчерпывающую, достоверную информацию о деятельности своей профсоюзной организации и профсоюзов России в целом;

- каждый член профсоюза имеет право общаться с коллегами, выражать свое мнение, рассказывать о профсоюзной деятельности и о том, что происходит на его рабочем месте;

При этом профсоюзным руководителям важно осознавать:

- получая и предоставляя профсоюзную информацию, они способствуют более эффективной деятельности профсоюзов и укреплению профсоюзной солидарности;

- информируя тех работников, которые еще не состоят в профсоюзах, о действиях и возможностях профсоюзов, они способствуют их объединению и сплочению в единую организацию.

Мы разработали эти тезисы и назвали их «Кодекс профактивиста». Считаем, что это основа и ориентир для каждого, чья деятельность связана с профсоюзами.

«ЗАЧЕМ?» VS «ЧЕМ?»

И еще о кадрах. То, что чаще всего обозначается как проблема – неосвобожденные от основной работы председатели первичек (99,9%), ответственные за информационную работу на общественных началах, отсутствие времени – это реальные условия. Они не изменятся, скорее всего, даже в перспективе. **Это означает, акцентирую ваше внимание на этом, что подавляющее большинство профактивистов занимающихся информработой никогда не будут иметь соответствующего образования в области информационных технологий, журналистики, связей с общественностью. Информационная работа всегда будет вестись на общественных началах. И именно исходя из этих условий должны приниматься все решения, проводиться обучение, и в целом выстраиваться алгоритм информационной деятельности. Это основа.**



В тоже время, в быту практически все, так или иначе, создают и обмениваются информацией, пишут, звонят, отправляют сообщения, фото, видео. На самом деле, способных заниматься информационной работой в профсоюзах, не так и мало. Это показывает наша практика. В профсоюзных организациях нужно выявлять тех, кто имеет соответствующие навыки, и заинтересовывать заниматься информационной работой.

Поэтому на любых мероприятиях и площадках мы говорим об этом, а значительная часть времени на наших информационных семинарах посвящена именно мотивации информационной работы. Как и с помощью чего информировать – многие понимают. Важнее убедить этим заниматься. «Зачем?» важнее «Чем?».

Теперь некоторые практические предложения, которые, на мой взгляд, могут способствовать развитию информационной деятельности и быть полезными на любом уровне, от первички до общероссийского.

«СУХОЙ ОСТАТОК» ОБУЧЕНИЯ ИНФОРМРАБОТЕ



Провести анализ ситуации в сфере обучения информработе. Кто, кого, как, чему, зачем учит на информационных семинарах. Собрать информацию от членских организаций ФНПР (темы, преподаватели, формат, продолжительность, категории обучаемых, изучить статистику, выявить лучшие практики и т.д.), выработать единые подходы, разработать рекомендации и методички. Сейчас системности в этой области нет. Ведь не редкость, когда приглашенные со стороны PR-специалисты на семинарах слово «бизнес» заменяют на слово «профсоюз», в результате мы получаем «оторванные» от профсоюзной реальности семинары и участники не могут применить полученные знания на практике.

ЧТО ТАКОЕ ХОРОШО И ЧТО ТАКОЕ ПЛОХО

Разработать критерии качества источников профсоюзной информации (газет, сайтов, групп в соцсетях, профсоюзных стендов), включающие в себя весь спектр в этой области – от содержания и оформления до технологических и кадровых моментов. Такие ориентиры были бы кстати и для информационных работников, и для профсоюзных руководителей. Возможно, выпустить их в виде практического руководства по повышению эффективности источников профсоюзной информации. Также полезно было бы иметь какие-то общие подходы и стандарты в отношении информационных подразделений профсоюзных структур любого уровня.

ЧТО ЧИТАТЬ, СМОТРЕТЬ И СЛУШАТЬ ЧЛЕНУ ПРОФСОЮЗА

Необходима активная пропаганда (реклама) профсоюзных газет, сайтов, групп в социальных сетях и т.д. Нужны сведения об источниках профсоюзной информации: что читать, смотреть и слушать члену профсоюза; где и как, на каких информационных ресурсах он может общаться с коллегами, выражать свое мнение и позицию; как найти эти источники и площадки информации и т.д.

Поэтому мы разработали форму информационного паспорта Федерации профсоюзов Красноярского края, включающую в себя базу данных информационных ресурсов профсоюзов края. Ключевой момент паспорта – «технология», помогающая профсоюзному активисту стать читателем или автором профсоюзной информации.



На его основе можно делать (и некоторые профорганизации как у нас в крае, так и за его пределами уже используют эту форму) аналогичные и в другом масштабе: федеральном, отраслевом, окружном, краевом (областном), первичном; а также в разной тематике: «Профсоюзные группы в социальных сетях», «Профсоюзные газеты и журналы», «Профсоюзные сайты России» и др.

Причем в такой паспорт, например, в первичке включать все – от информации о месте расположения и периодичности обновления профсоюзного стенда до ресурсов ФНПР и Федерации (сайты, газеты, группы в соцсетях, адреса элетронной почты и др.), а также своего отраслевого профсоюза и краевой (областной) организации. И распространить этот паспорт в организации. Уже только такие действия могут существенно увеличить аудиторию получателей профсоюзной информации.

ПОДПИСАЛИСЬ НА ГАЗЕТУ ВЫ? ВЫ НАСТОЯЩИЙ ЛИДЕР ПОСЛЕ ЭТОГО!

Провести всероссийскую кампанию по подписке на газету «Солидарность». Совместными усилиями всех уровней профсоюзной структуры обеспечить годовой подпиской на газету «Солидарность» все без исключения первички страны.

Каждый профсоюзный лидер должен будет организовать доступ профактива к газете, а они в течение года, знакомясь с газетой, пусть сами решат: нужна им она или нет.



Если подойти ответственно, по такой же технологии, как профсоюзы проводят любые другие акции, к примеру, 1 мая, то наверняка эффект будет. Для привлечения внимания установить единые дни подписки, в частности, накануне 1 мая и 7 октября.

ПРОФСОЮЗНЫЕ ГРАНТЫ



Применять профсоюзные гранты (допустим, уровень ФНПР, общероссийские профсоюзы, территориальные объединения организаций профсоюзов) на актуальных направлениях информационной деятельности (проектный подход). Например, вот только некоторые из возможных тем. Профсоюзное «интернет-нашествие» – бригада профактивистов оперативного реагирования в интернете с функциями продвижения профсоюзной информации, пропаганды и агитации за профсоюз, отслеживания «наездов» на профсоюз и ответов на них, организации и поддержания акций солидарности и др. Гранты на разработку технологии продвижения подписки на профсоюзные издания, создание разной профсоюзной агитпродукции (плакаты, буклеты, брошюры) и т.д.

КПД ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Нужно анализировать используемые методы ведения информационной деятельности, применение тех или иных информационных ресурсов (с помощью опросов и других инструментов), тем самым выявлять приоритеты для своей профорганизации. Ведь может оказаться так, что отдача от размещения информации во внешних СМИ окажется менее эффективной, чем агитационная продукция, стенд, газета, личное общение или иные коммуникации.

ИНФОРМИРОВАНИЕ, АГИТАЦИЯ, ПРОПАГАНДА – ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ

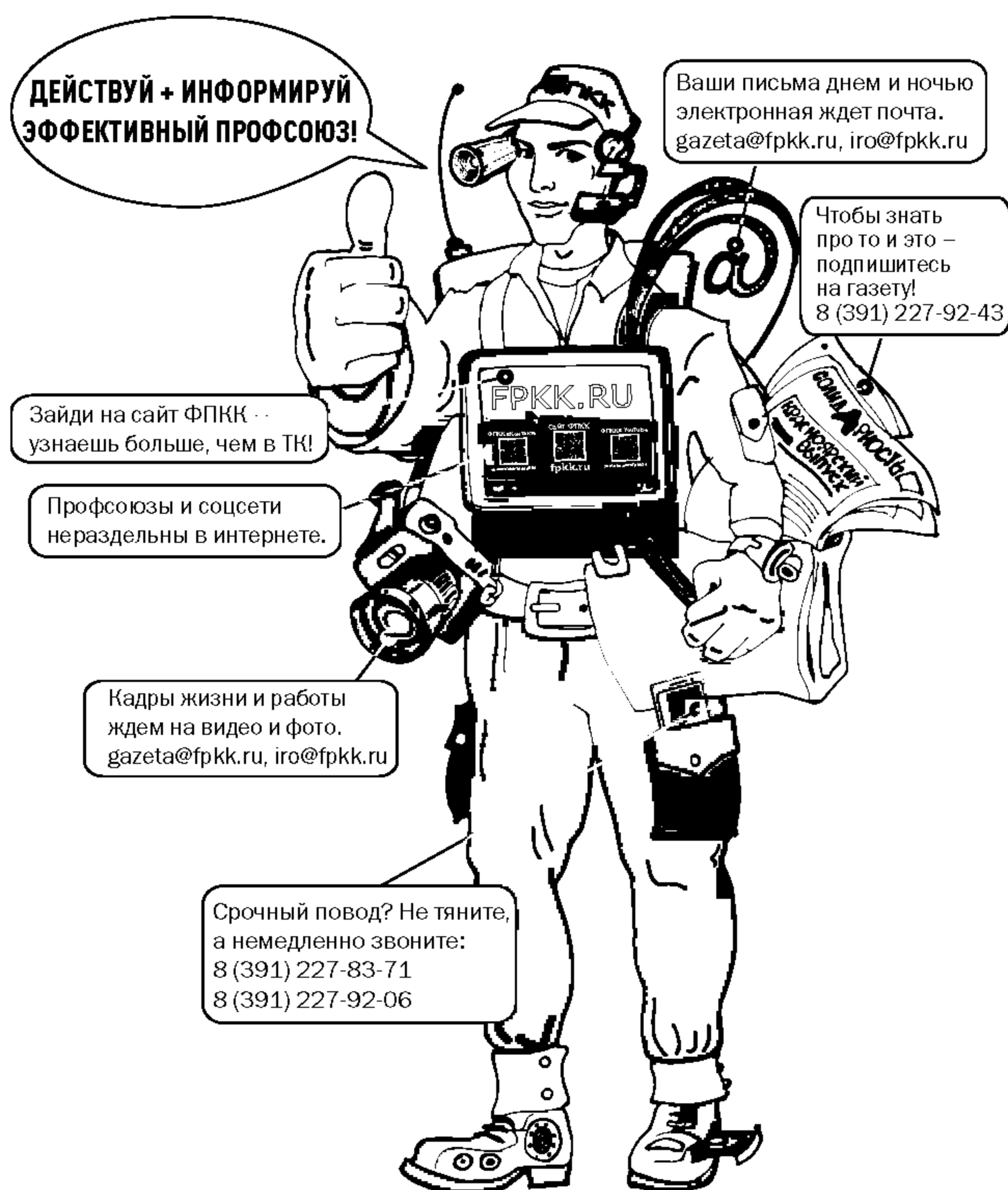


Давайте попробуем создать общероссийскую сеть информационных работников профсоюзов на основе мессенджера (либо с использованием других сервисов). Например, группа в WhatsApp, включающая в себя сотрудников редакции центральной профсоюзной газеты «Солидарность», департамента общественных связей ФНПР и руководителей информационных подразделений общероссийских профсоюзов и территориальных объединений организаций профсоюзов. В свою очередь, информационщики ТООП и ОП создают группы из ответственных за информационную работу в крайкомах и обкомах. А они также создают группы и замыкают на себя райкомы и первички. Разработать порядок ведения таких групп в мессенджерах, чтобы как говорится «не засорять эфир». Отрабатывать технологии информационной поддержки коллег, любых профсоюзных действий и кампаний. «Набивать руку» массового информирования членов профсоюзов, одновременного размещения информации с использованием всех источников профсоюзной информации.

Можно еще много чего предлагать. Но даже если выполнить все то, что уже предусмотрено на всех уровнях профсоюзной структуры различными документами, программами, резолюциями, концепциями и планами в области информационной политики – то это тоже будет конкретный шаг и движение вперед.

ИНФОРМРАБОТА НА ПЕРЕДОВОЙ

Практически каждый профсоюзный лидер, заинтересованный в развитии своей организации, задумывается над тем, что может способствовать повышению эффективности информационной работы. И прошедший год показал, что немало профсоюзных организаций проявили ответственный подход в решении поставленных задач и добились определенных результатов.



Работа в профсоюзных организациях, особенно в первичках – как на передовой: самая трудная, самая ответственная. И без информационной поддержки здесь не обойтись. И не важно при этом, какие использовать инструменты – суперсовременные или традиционные. Для достижения результата, все хороши. Тем более большинство знает и что делать, и как делать. А вот мотивация информационной деятельности в нашей профсоюзной действительности как раз нередко отсутствует.

Когда у профактивистов и лидеров появляется желание изменить существующее положение дел, все остальные проблемы решаются. Если профсоюзные руководители убеждены и имеют волю сделать так, чтобы члены профсоюзов и общественность имели постоянный доступ к объективной информации о реальной деятельности профсоюзных организаций, то остальное, как говорится, дело техники. И выбора приоритетов.

Валерий ХОБОТКОВ,
руководитель информационно-редакционного отдела
Федерации профсоюзов Красноярского края,
главный редактор газеты «Солидарность. Красноярский выпуск»

ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ ЭНЕРГИИ ДЛЯ ВАШЕГО ПРОФСОЮЗА

ФПКК ФЕДЕРАЦИЯ
ПРОФСОЮЗОВ
КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

ПРОФСОЮЗНАЯ ТАНЦМАРШКА	ПРОФСОЮЗНОЕ ФОТО ВИДЕО	ПРОФСОЮЗНАЯ ИНФО ГРАФИКА	ПРОФСОЮЗНЫЕ СТЕНДЫ	ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СММ	ОТКК В СОЦ СЕТЯХ
ПРОФСОЮЗНОЕ МОБИЛЬНОЕ УПОЛОЖЕНИЕ	ОБУЧЕНИЕ ИНФОРМ РАБОТЕ	ПРОФСОЮЗНАЯ АГИТ ПРОДУКЦИЯ	ПРОФСОЮЗНАЯ ГАЗЕТА "СОЛИДАРНОСТЬ. КРАСНОЯРСКИЙ ВЫПУСК"	СДЕЛАЙ СВОЙ ВКЛАД В ЕДИНУЮ ИНФОРМАЦИОННУЮ СИСТЕМУ ПРОФСОЮЗОВ	ПРОФСОЮЗНЫЙ САЙТ fprkk.ru

Горячая линия
по вопросам ведения
информработы
8 (391) 227-92-43

ИНФОРМАЦИОННО-РЕДАКЦИОННЫЙ ОТДЕЛ
ФЕДЕРАЦИИ ПРОФСОЮЗОВ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

fprkk.ru ©